

# FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL DE LOS PACIENTES DE LA “ASOCIACIÓN MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO-PERÚ”, TRUJILLO 2020.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Gerald Raymond Quintanilla Rojas

Asesor:

Mg. María Soledad Rodríguez Castillo

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

### **A Dios**

Por haberme guiado durante este proceso y haberme enseñado a ser paciente y a tener fe.

### **A mis abuelos**

Por haberme apoyado y motivado incondicionalmente durante mi formación académica.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo–Perú por colaborar en la realización de esta investigación. Sin su apoyo esto no hubiera sido posible.

Agradezco a mi asesora y a los demás docentes que pudieron ayudarme en la realización de esta investigación a través de sus conocimientos y experiencias.

Agradezco a todos los pacientes de la asociación que participaron en la encuesta y pudieron contribuir con el desarrollo de la investigación.

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>8</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>53</b>
<b>CAPÍTULO V. REFERENCIAS .....</b>	<b>61</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Validez de resultados del instrumento .....	21
Tabla 2: Alfa de Cronbach General del instrumento .....	21
Tabla 3: Edad de los pacientes.....	25
Tabla 4: Distribución de los pacientes según el distrito de residencia .....	25
Tabla 5: Distribución de los pacientes según el nivel de educación .....	26
Tabla 6: Distribución de los pacientes según el estado civil .....	26
Tabla 7: Distribución de los pacientes según la situación laboral.....	27
Tabla 8: Tipo de seguro de salud de los pacientes.....	28
Tabla 9: Medios a través de los cuales la muestra obtuvo información acerca del cannabis medicinal .....	32
Tabla 10: Frecuencia de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.....	42
Tabla 11: Frecuencia de consumo de productos derivados del cannabis para uso medicinal.....	43
Tabla 12: Sugerencias para mejorar la experiencia con productos derivados del cannabis .....	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución de los pacientes según el sexo .....	24
Figura 2: Distribución de los pacientes según el ingreso promedio familiar .....	28
Figura 3: Síntomas presentados por los pacientes antes del tratamiento con productos derivados del cannabis para uso medicinal .....	30
Figura 4: Síntomas que los pacientes han deseado aliviar a través de productos derivados del cannabis para uso medicinal .....	31
Figura 5: Opinión sobre la importancia de la búsqueda de información previa a la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.....	33
Figura 6: Opinión sobre la importancia del factor precio de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra.....	34
Figura 7: Opinión sobre la importancia de la experiencia de otros pacientes en la decisión de compra.....	35
Figura 8: Opinión sobre la importancia de la procedencia del producto en la decisión de compra.....	36
Figura 9: Opinión sobre la importancia de la presentación del producto en la decisión de compra.....	37
Figura 10: Número de médicos especializados en cannabis consultados por los pacientes antes del tratamiento .....	38
Figura 11: Tipo de productos adquiridos por los pacientes .....	40
Figura 12: Modalidad de consumo de los productos derivados del cannabis.....	41

Figura 13: Gasto promedio mensual en la compra de productos derivados del cannabis .....	42
Figura 14: En qué lugar los pacientes consiguieron productos derivados del cannabis.....	44
Figura 15: Persona que realiza la compra de los productos derivados del cannabis .....	44
Figura 16: Persona que realiza el pago de la compra de los productos derivados del cannabis .....	45
Figura 17: Evaluación de la experiencia con el tratamiento.....	47
Figura 18: Percepción de efectos adversos al hacer consumo de productos derivados del cannabis .....	48
Figura 19: Efectos adversos percibidos al hacer uso de productos derivados del cannabis .....	48
Figura 20: Evaluación del trato recibido por el médico especialista en cannabis	49
Figura 21: Evaluación del proceso de compra de los productos.....	50

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo describir las características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú” a través de la aplicación de un cuestionario basado en el modelo del proceso de decisión del consumidor de Blackwell, Miniard y Engel (2002).

Esta investigación surge en respuesta a la legalización de la comercialización del cannabis medicinal en el Perú y a la necesidad de investigar las características y el comportamiento de los actuales consumidores de estos productos. El diseño de la investigación es de tipo descriptivo-exploratorio, se aplicó un muestreo no probabilístico de conveniencia a 47 pacientes que respondieron una encuesta online.

Finalmente se obtuvo que la edad promedio de los pacientes es de 51 años, presentan un ingreso medio-bajo. El 95,7% de los pacientes consume aceites de cannabis y el 85,1% suele comprar en alguna asociación de pacientes. Para el 51,1% de ellos la frecuencia de compra es mensual. Los principales usos son para el dolor crónico (36,2%), el trastorno del sueño (36,2%), la ansiedad (29,8%) y el dolor de cabeza (29,8%) entre otros síntomas. Se encontraron sugerencias de pacientes que no estaban satisfechos por los precios altos, la accesibilidad y la calidad de los productos adquiridos. Se recomienda al Estado peruano mejorar sus políticas de comercialización y distribución y a las empresas que ingresen al mercado con una mayor variedad de aceites de cannabis a precios competitivos y registros de calidad.

**Palabras clave:** cannabis, salud, estudio de mercado, consumidor

## ABSTRACT

This study aims to describe the characteristics of consumer behavior of cannabis-derived product for medicinal use of "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú" through the application of a questionnaire based on Blackwell, Miniard and Engel's model of process decision of consumer.

This research comes in response to the legalization of medicinal cannabis in Perú and the need to investigate the characteristics and the behavior of present consumers of these products. The study is descriptive-exploratory, was carried out with a nonprobability sampling method of convenience. The online survey was completed by 47 patients.

Findings reveals that participant had median age of 51 years, had a medium-low income. The 95,7% of them bought cannabis oil and the 85,1% used to buy these product in a compassion club. To the 51,1% of them he purchase frequency is monthly. They used it to treat chronic pain (36,2%), sleep disorder (36,2%), anxiety (29,8%), and headache (29,8%) among other symptoms. Suggestions were also found from patients who are not satisfied with the high prices, accessibility, and quality of these products. The Peruvian State is recommended to improve its commercial and logistic policies so that more companies can enter the market with a greater variety of cannabis oils at competitive prices and with quality standards.

**Keywords:** cannabis, health, market research, customer

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La despenalización del cannabis medicinal en el Perú abre escenarios aún desconocidos en el rubro farmacéutico nacional ya que en el año 2019, mediante el Decreto Supremo N° 005-2019-SA se aprobó la importación, comercialización y exportación de productos derivados de esta planta. El término cannabis indica la preparación a base de las hojas y la parte superior de las flores secas del cáñamo índico o sativo. La Organización Mundial para la Salud (2014) en el reporte titulado "Cannabis and Cannabis Resin" mencionó los siguientes usos del cannabis medicinal: reducción de dolores crónicos, no solo en enfermedades terminales; el control del dolor en artritis reumatoide, esclerosis múltiple y migraña entre otros; reducción de náuseas y vómitos en tratamientos de cáncer y VIH; estimulación del apetito, etc.

A nivel internacional, se observa que la despenalización del cannabis sigue generando oportunidades de comercio en los países que aprobaron su comercialización. Por ejemplo la compañía investigadora de mercados Expert Market Research (2019) realizó un reporte sobre el comercio internacional de cannabis medicinal titulado "Global Medical Cannabis Market Report and Forecast 2019-2024". De acuerdo con el estudio, el mercado global de cannabis medicinal alcanzó los 13 billones de dólares americanos en el 2018 y se espera que este mercado crezca a una tasa compuesta anual del 23% en el periodo 2019-2024. Canadá, al ser uno de los primeros países en legalizar el consumo de cannabis medicinal, se ha posicionado como uno de los mercados más grandes a nivel mundial: en el 2017 registró 167,754 pacientes y 58 productores con licencia. Estados Unidos también es considerado uno de los principales mercados del cannabis medicinal, gracias al aumento del número de estados que han decidido legalizar su consumo. Mikulic (2019) publicó un reporte titulado "U.S. medical marijuana retail sales 2018-2023" en el que estimó que para el 2023 las ventas minoristas de cannabis medicinal en Estados Unidos podrán generar hasta 8,4 billones de dólares americanos. La forma más popular de consumo de cannabis es Estados Unidos es a través de la combustión de las flores o ingerido en alimentos.

En el escenario latinoamericano, la firma de inteligencias de mercado Prohibition Partners (2018) realizó un reporte titulado "The LATAM Cannabis Report" en el que se concluyó que la industria del cannabis en América Latina se está desarrollando a un ritmo rápido, posicionándose como una región clave a nivel mundial. Se ha estimado que el mercado latinoamericano superará los 12 billones de dólares americanos para el 2028, ofreciendo un gran potencial de crecimiento para las compañías mundiales de cannabis y los inversores. Entre los países que adoptaron medidas comerciales respecto al cannabis, Colombia ha logrado posicionarse en la región al ser el único país en contar con licencias de exportación de estos productos.

Para realizar este trabajo de investigación se han revisado diversos estudios sobre el comportamiento del consumidor en relación a productos derivados del cannabis. Se seleccionaron para antecedentes de este trabajo a aquellas investigaciones sobre las características y las experiencias de pacientes que han hecho consumo de cannabis medicinal. Cabe resaltar que estos estudios se realizaron en países donde ya se ha despenalizado el cannabis mientras que no se hallaron antecedentes nacionales sobre el tema.

En Australia, Swift, Gates y Dillon (2005) publicaron en la revista Harm Reduction Journal una investigación titulada "Survey of Australians using cannabis for medical purposes". El objetivo de este estudio fue explorar las experiencias de los usuarios de cannabis medicinal dada la escasez de información local sobre ellos. En esta investigación exploratoria se invitaron a los usuarios de cannabis medicinal a participar de un cuestionario a través de publicaciones en diarios, anuncios en radio y televisión. En total recibieron 128 cuestionarios y se identificaron los principales usos del cannabis de estos pacientes: tratamiento de dolores crónicos (57%), depresión (56%), artritis (35%), náuseas persistentes (27%) y pérdida de peso (26%). El 63% de la muestra fue conformada por hombres y el promedio de edad fue de 45 años. El 86% de la muestra percibió que el cannabis proporcionaba un "gran alivio" en general y un "alivio sustancial" a síntomas específicos como dolor, náuseas e insomnio. El 91% de la muestra reportó que el método de suministro más usado era el de combustión de las flores disecadas.

En Canadá, Philippe (2012) realizó una investigación titulada "It can't hurt to ask; a patient-centered quality of service assessment of Health Canada's Medical Cannabis Policy and Program", centrado en los pacientes canadienses autorizados a hacer consumo de cannabis medicinal. El objetivo de este estudio era aprender más acerca de las necesidades de estos

pacientes y sus retos y experiencias con el Programa Federal que garantizaba el acceso legal al cannabis medicinal. Para tal propósito, se realizó una encuesta online con 50 preguntas y se evidenció en los resultados la insatisfacción de los participantes acerca del Programa. El 75% de los pacientes calificaron negativamente el canal de abastecimiento legal. El 8,2% de los encuestados afirmó conseguir cannabis medicinal a través del Programa Federal Health Canada, si bien casi la mitad de ellos habían adquirido por lo menos una vez a través de este canal. El 50% de los pacientes reportó haber encontrado dificultades en encontrar un doctor para que valide su autorización para hacer uso de productos a base de cannabis. Dentro de los síntomas por los cuales los pacientes usan cannabis, el 84,1% citó el alivio del dolor; el 78,4% citó la relajación; el 61,4% citó la estimulación del apetito; el 60,2% citó la reducción de ansiedad; el 58,0% citó la depresión; el 56,8% citó la reducción de náuseas o vómitos; el 55,7% citó la mejora del estado de ánimo; el 43,2% citó el deseo de controlar o ganar peso; el 42% citó la reducción de la espasticidad y temblores y el 23,9% citó la reducción de los efectos secundarios de otros medicamentos. Los principales desafíos identificados para el acceso al programa federal son la resistencia de la comunidad médica, el proceso de solicitud oneroso, el suministro de cannabis limitado, los ingresos bajos y la falta de cobertura nacional en los costos de los productos y el prejuicio social contra los consumidores de cannabis medicinal.

En Reino Unido, Hazekamp, Ware, Muller-Vahl, Abrams y Grotenhermen (2013) publicaron un artículo en la revista *Journal of Psychoactive Drugs* titulado "The medicinal use of cannabis and cannabinoids—An international cross-sectional survey on administration forms". El objetivo de este estudio era comprender la experiencia de los usuarios con diferentes productos derivados del cannabis medicinal y diferentes métodos de suministro. Para tal propósito se aplicó una encuesta online a escala internacional que fue completada por 953 participantes de 31 países distintos. La muestra fue conformada por un 64% de hombres y un 36% de mujeres y el promedio de edad fue de 40.7 años. Del total de la muestra, el 94,8% de los encuestados afirmó haber consumido por lo menos una vez cannabis medicinal a través de la inhalación, el 68,5 % de ellos tuvo alguna experiencia con un método de suministro oral/sublingual y un 5% de ellos indicó haberlo usado de manera tópica. De los diferentes métodos de suministro, la inhalación a través de vaporizador obtuvo mayor puntaje en términos de satisfacción, seguido por la combustión del cannabis. Por otro lado los productos farmacéuticos a base de cannabis obtuvieron el menor puntaje debido a su asociación con un costo alto. Los principales síntomas que los pacientes trataban de aliviar a través de cannabis medicinal fueron: dolor crónico (29,2%), ansiedad (18,3%), pérdida de apetito/peso (10,7%), depresión (5,2%) y trastorno del sueño (5,1%)

En Canadá, Belle-Isle et al. (2014) condujeron un estudio titulado "Barriers to access for Canadians who use cannabis for therapeutic purposes". El objetivo de esta investigación era examinar las barreras de acceso al programa federal sobre el uso de cannabis medicinal, percibidas por los usuarios canadienses. Para este propósito se diseñó una encuesta basada en las cinco dimensiones de Penchansky y Thomas (1981) usadas para definir el acceso. El estudio reveló que para los usuarios era muy difícil encontrar a un médico que respalde su solicitud para que acceda al cannabis medicinal del programa federal. Solo el 7% de los encuestados accedían exclusivamente al cannabis medicinal a través de fuentes autorizadas. Se identificaron obstáculos en el acceso al programa federal sobre el uso cannabis medicinal debido a la característica de los síntomas percibidos: aquellos que tenían síntomas como ansiedad o depresión tenían mayor dificultad de encontrar un médico que valide su solicitud. La asequibilidad - entendida como la capacidad de pago de acuerdo a los ingresos de los pacientes y el costo de los productos - era una barrera sustancial para el acceso legal a los productos derivados del cannabis por sus altos costos en comparación con los ingresos de los pacientes de menos recursos. Por último, se hallaron barreras de aceptabilidad en los pacientes que a pesar de desear postular al programa federal preferían no discutirlo con el médico debido a sentimientos de incomodidad, a la percepción de ilegalidad o a la imposibilidad de enfrentar los gastos del tratamiento.

En Estados Unidos, Sexton et al. (2016) publicaron en la revista Cannabis and Cannabinoid Research una investigación titulada "A cross-sectional survey of medical cannabis users: patterns of use and perceived efficacy". El objetivo del estudio era recoger datos epidemiológicos acerca del cannabis medicinal, los patrones de uso y la eficacia percibida por los usuarios. Para tal propósito se diseñó una encuesta online publicada en diferentes medios como diarios y televisión, identificando un total de 1429 participantes. Estos reportaron que el principal motivo de uso del cannabis medicinal son para tratar: el dolor (61,2%), la ansiedad (58,1%), la depresión (50,3%), la migraña (35,5%) entre otros síntomas. El 84,1% de los participantes reportó como método de suministro más usado el de inhalación seguido por un 6,4% que hacen uso de concentrados como los aceites de cannabis. El 86% de los participantes reportó una reducción de sus síntomas tras haber usado cannabis medicinal.

En Chile, Eguren, Cáceres y Misseroni (2017) publicaron en la Revista Chilena de Salud Pública un estudio descriptivo titulado "Pacientes que usan Cannabis sativa sp. con fines medicinales en Cuidados Paliativos, Hospital Gustavo Frické: Resultados de una encuesta local". La finalidad del trabajo fue documentar acerca del uso de estos productos en pacientes

oncológicos. Entre los principales hallazgos se observa que ninguno de los pacientes utilizaba la planta o sus preparados bajo indicación o asesoría médica si no por recomendación de familiares o amigos. La vía de administración más usada fue en forma de té/infusión (68,2%), seguido por el uso de aceite (22,7%) y la vía inhalatoria(22,7%). La mayoría de ellos presentó un consumo diario. Del total de los pacientes encuestados, el 31,8% de ellos reportaron efectos adversos especialmente a través del consumo por vía inhalatoria.

Tras la revisión de los antecedente se pudo determinar que el presente estudio se integra dentro de la línea de investigación académica sobre la aplicación de inteligencia comercial, a través de la herramienta de investigación de mercados - y en específico a través del estudio del comportamiento del consumidor - para que a través de los hallazgos se pueda impulsar la generación de ideas de negocio orientadas al comercio internacional como la importación de productos derivados del cannabis al mercado peruano.

La teoría que sustenta la presente investigación se basa en el modelo de comportamiento del consumidor de Blackwell, Miniard y Engel (2002). De acuerdo con los autores, se define el comportamiento del consumidor como a las actividades que las personas efectúan al obtener, consumir y disponer de productos y servicios. El modelo del proceso de decisión del consumidor propuesto tiene como propósito el análisis de la forma en que los individuos revisan hechos e influencias para la toma de decisiones. Gracias a este modelo es posible entender qué características del consumidor pueden ser aprovechadas para generar intercambios que logren satisfacer ya sea los objetivos individuales del consumidor que aquellos organizacionales de la empresa. El modelo se divide en siete etapas:

- Reconocimiento de la necesidad: es el punto de partida de cualquier decisión de compra. Esta etapa ocurre cuando un individuo siente una diferencia entre lo que percibe como estado ideal en relación con el estado real de las cosas. La necesidad sentida se refiere a la percepción que tiene la gente sobre sus problemas de salud, o lo que desean y esperan de un producto sanitario. Esta etapa es fundamental ya que permite a las empresas detectar oportunidades como la identificación de un segmento de mercado con necesidades no satisfechas.
- La búsqueda de información: una vez reconocida la necesidad el consumidor empieza un proceso de búsqueda de información. Este puede ser interno, es decir a través de la búsqueda de los conocimientos de la memoria, o externo en el caso se busque información sobre la base de otras fuentes distintas a la memoria. Las familias juegan un

rol importante dentro del proceso de compras de salud. Esto es debido a que el seno familiar es donde se brinda la primera fuente de información y donde se participa activamente en la evaluación de alternativas.

- Evaluación de alternativas: con la información obtenida se establecen las posibles alternativas de compra. Los consumidores contrastan, comparan y seleccionan de acuerdo a las evaluaciones nuevas o preexistentes en la memoria.
- Compra: una vez evaluadas las alternativas, los consumidores proceden a tomar la decisión de realizar la compra o de postergar dicha decisión. La compra constituye un conjunto de decisiones sobre las cuales intervienen numerosos factores.
- Consumo: luego de haber realizado la compra puede ocurrir el consumo o la utilización de los servicios.
- Evaluación de la compra: luego de haber probado el producto o hecho uso del servicio, la siguiente etapa consiste en la evaluación de la compra. Si la experiencia con el producto o el servicio fue gratificante es probable que el consumo se de nuevamente y viceversa, si la experiencia fue negativa el producto o servicio viene rechazado.
- Descarte: es la etapa final en la cual los consumidores tienen varias opciones de deshacerse del producto o servicio, como la disposición en el acto, el reciclado o la reventa.

Además de las teorías de Blackwell, Miniard y Engel, también se tomaron como referencia a otros autores que tratan sobre el comportamiento del consumidor.

Priego-Álvarez (2002) en su libro titulado "Mercadotecnia en salud. Aspectos básicos y operativos" indica que la salud también es un objeto de consumo, dado que se obtiene a través de intercambios, trátase de bienes o servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades de salud de la población. Priego-Álvarez propone un modelo de proceso de compra en productos sanitarios similar al modelo de proceso de decisión de Blackwell, Miniard y Engel (2002). En este se observa que el consumo en salud implica todo el proceso de adquisición y utilización de los bienes y servicios de salud a fin de obtener de ellos una satisfacción o utilidad directa en términos de mejora del nivel de bienestar. El proceso incluye las etapas que van desde la percepción de la necesidad sanitaria, pasando por el deseo y búsqueda de atención, hasta la fase del uso de los bienes o servicios de salud y su posterior

continuación. A diferencia del modelo de Blackwell, Miniard y Engel (2002) no se considera la fase de descarte.

Priego-Álvarez (2002) cita a León y Olabarría (1991) que afirman que la investigación del consumidor es parte de la investigación de marketing y es definida como un proceso sistemático y objetivo de recogida y análisis de datos relativos al comportamiento del consumidor. Esta investigación puede ser clasificada en dos áreas diferentes de acuerdo con la naturaleza de la investigación: demográfica y cognitiva-emocional. La investigación demográfica es el estudio de las estadísticas de los consumidores como su número, edad, género, ocupación o estado civil. Este análisis permite determinar que tan consumidor se puede ser, conforme a estos atributos. La investigación cognitiva-emocional estudia los procesos mentales del consumidor. También se incluyen dentro del campo de estudio los procesos de decisión de compra ya que tales investigaciones no se limitan a un campo específico de conducta.

Kotler y Armstrong (2012) definen el comportamiento del consumidor como un proceso complejo que comprende una serie de factores que ayudan a determinar con exactitud el perfil del consumidor que se desea estudiar. Esto permite lograr la segmentación de un mercado a través de la identificación de las características de mayor relevancia del consumidor, agrupándolas mediante criterios específicos para obtener un perfil o características similares entre toda la unidad de análisis. Para el autor, las principales categorías son las demográficas, las económicas, las psicológicas, las culturales, las sociales y las conductuales.

En España, Ruiz de Maya (2011) publicó el artículo titulado "El comportamiento del consumidor en marketing. Del método científico a su posición en la empresa". El objetivo de este artículo era de ofrecer una visión global del comportamiento del consumidor, señalando la efectiva aplicación del método científico en sus desarrollos, en su identidad en marketing y su relevancia para las organizaciones. En el artículo el autor aclara que el comportamiento del consumidor implica un proceso que comprende el antes, durante y después del acto de compra cuya descomposición y estudio permite conocer las causas, variaciones y resultados de las acciones del consumo. El estudio del consumidor produce beneficios en el área de marketing como el apoyo a la toma de decisiones, el desarrollo de fundamentos teóricos para analizar el consumidor o el mercado, o la ayuda a los consumidores para que tomen unas decisiones de compra satisfactorias.

De acuerdo con la definición de comportamiento del consumidor de Quintanilla, Berenguer, y Gómez (2014) esta considera como consumidor ya sea a la persona que cumple con el rol de compra, como a la que cumple con el rol de pago además del usuario final que consumirá el producto o servicio. Estos roles también pueden coincidir con la misma persona o hacer referencia a personas distintas.

Assael (1987) aclara que para comprender el comportamiento del consumidor se requiere conocer la clase de decisión que rodea a un producto en particular. Por ejemplo, una manera de entender el proceso por el cual los consumidores llevan a cabo la decisión de adquirir o no un producto, es a través de la interacción entre implicación y conocimiento. La implicación, según Priego-Álvarez (2005) hace referencia al grado de motivación del consumidor y está determinado por los beneficios y riesgos asociados a los distintos productos. Para ello se utilizan criterios externos como el precio o el ciclo de compra. El conocimiento está relacionado con el grado de información que posee el consumidor para poder discernir en una elección de compra. Los grados de ambos conceptos pueden ser altos o bajos y generan cuatro combinaciones que son aplicables a la compra de servicios y salud.

En conclusión, después de haber analizado los diferentes trabajos sobre características del consumidor de productos derivados del cannabis y las teorías relacionadas al tema de estudio se definió el objetivo del presente trabajo el cual consiste en describir el comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal según un adecuado perfil demográfico y la manera en que se conduce en los procesos de pre compra, compra y post compra, dimensiones señaladas por Blackwell, Miniard y Engel (2002). La población considerada para este estudio ha sido representada por los pacientes de la "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú" que residen en la ciudad de Trujillo. Esta asociación, con sede en la ciudad de Trujillo, está inscrita en registros públicos con la partida SUNARP nº 11315906 y viene realizando activismo cannábico desde el 2014. Inicialmente estas iniciativas buscaron difundir los primeros hallazgos terapéuticos del cannabis y desde el 2015, gracias a la visibilidad en redes sociales empezó a atraer a los primeros pacientes que contactaban a la asociación para ser tratados con productos a base de cannabis. Es así como actualmente la "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú" se ha convertido en una organización que atiende a pacientes a nivel local y nacional, organizando consultas médicas presenciales y virtuales. La asociación está comprometida en organizar conferencias informativas con especialistas del tema cannábico como médicos, abogados, químicos farmacéuticos y agrónomos. Sin embargo la asociación no ha contado con los recursos necesarios para realizar una investigación sobre los pacientes que la conforman y su comportamiento, la cual

permita mejorar el manejo de sus estrategias administrativas y comerciales, así como generar evidencia del potencial mercado que representa el consumo de productos derivados del cannabis medicinal en la ciudad de Trujillo y en el Perú.

## 1.2. Formulación del problema

¿Qué características tiene el comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo–Perú, Trujillo 2020?

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo general

Describir las características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo–Perú”, Trujillo 2020.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Describir el perfil del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú.
- Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.
- Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.
- Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.

## 1.4. Hipótesis

Por su carácter exploratorio no se requiere formular una hipótesis en este estudio.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

El estudio realizado es de tipo descriptivo-exploratorio y su diseño de investigación es de tipo descriptivo simple. Es decir, el objeto de estudio es la descripción de un fenómeno concreto. De acuerdo con Priego-Álvarez (2005), dada la naturaleza y complejidad del consumo en salud con base a la perspectiva del usuario y sobre la cual no existe mucha información previa, es imprescindible su abordaje cuali-cuantitativo. Es por eso que presente trabajo de investigación se sustenta en un enfoque mixto ya que se recolectan, analizan y vinculan datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio.



Donde:

O = observación de la variable

G = Grupo de sujetos o muestra

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población o universo de estudio de la presente investigación está representada por los pacientes de la "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo" de todas las edades que residen en la provincia de Trujillo y que han consumido productos derivados del cannabis medicinal. El número total de esta población se obtuvo a través de un registro electrónico de las fichas médicas de los pacientes tratados por la asociación y en total se contaron 235 pacientes con las características citadas. Justificado por el carácter exploratorio de la investigación, el autor optó por realizar un muestreo no probabilístico por conveniencia. Los parámetros adicionales que se tomaron en cuenta a conveniencia son:

- El uso de la plataforma de WhatsApp como medio para adquirir algún producto derivado del cannabis a la asociación
- Compras realizadas en el transcurso del 2019
- El consentimiento del paciente a ser parte del estudio

En función a estos criterios, se obtuvo una muestra de 47 pacientes que participaron en la encuesta. Debido a las características de los sujetos y al tipo de enfermedades que ellos enfrentan – algunas de ellas realmente graves - ha resultado conveniente dar la posibilidad a que un familiar responsable del paciente pueda completar el cuestionario. La encuesta presente en el estudio "Personas con discapacidad y derechos humanos" realizada por la Comisión de Derechos Humanos del Estado del Yucatán ([CODHEY], 2011) también adoptó esta medida, incluyendo en la muestra a los familiares de los pacientes que por motivos de salud no fueran capaces de responder el cuestionario.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Los datos sobre el comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis medicinal se recolectaron a través de una encuesta online creada a través de la plataforma de Formularios de Google. Para este propósito se ha elaborado un cuestionario que permitirá la medición de la variable a través de preguntas estructuradas de opción múltiple, de escala y dicotómicas además de una pregunta final no estructurada. Los ítems se obtuvieron a través de la desintegración de la variable en sus indicadores de acuerdo al modelo del proceso de decisión del consumidor de Blackwell, Miniard y Engel (2002)

El cuestionario ha sido aprobado de acuerdo al criterio de tres expertos a través de una ficha de validación basada en diez indicadores propuestos por la misma Universidad Privada del Norte. Los juicios recopilados en las fichas permitieron el cálculo de la validez y del nivel de confiabilidad del instrumento a través de la V. de Aiken y del Alfa de Cronbach, obteniendo lo siguiente:

Tabla 1  
*Validez de resultados del instrumento*

INDICADORES	JUEZ 1	JUEZ 2	JUEZ 3	V de Aiken	V de Aiken General
Indicador 1	0,75	0,75	1	0,83	
Indicador 2	1	1	1	1,00	
Indicador 3	0,75	1	1	0,92	
Indicador 4	1	0,75	1	0,92	
Indicador 5	1	1	1	1,00	
Indicador 6	1	1	1	1,00	0,95
Indicador 7	0,75	1	1	0,92	
Indicador 8	1	0,75	1	0,92	
Indicador 9	1	1	1	1,00	
Indicador 10	1	1	1	1,00	

Diseño: Elaboración propia  
Fuente: Microsoft Excel

En la Tabla 1 se observa que el resultado del coeficiente del V. De Aiken es de 0,95, siendo considerado este como aceptable y valido según Aiken (1980) y Escurra (1988).

Tabla 2  
*Alfa de Cronbach General del instrumento*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	Nº de Elementos
0.729	0,729	5

Diseño: Elaboración propia  
Fuente: SPSS 25

Nota: 05 variables de componente tiene una varianza cero y han sido eliminadas de la escala por lo cual se visualizan como valores perdidos por el sistema.

En la Tabla 2 se evidencia que el coeficiente de Alfa de Cronbach del instrumento tiene un valor de 0,729 que de acuerdo con George y Mallery (2003) muestra una buena fiabilidad y considera el instrumento aceptable.

Los resultados obtenidos a través del cuestionario han sido tabulados y analizados a través del software de computo Microsoft Excel 2018, haciendo uso de Tablas y Figuras e interpretándolos de acuerdo a cada objetivo específico correspondiente de la investigación. Para realizar el análisis de los datos se ha empleado un método analítico-sintético para la transformación de los resultados en nuevos conocimientos ya que el estudio parte de la desintegración de la variable “comportamiento del consumidor” en sus indicadores para luego ser integrados en forma de conclusiones y recomendaciones.

#### 2.4. Procedimiento

Para la presente investigación se realizó inicialmente un *estudio del marco legal* que regula el uso y consumo de productos derivados del cannabis medicinal. En este sentido, ha habido una labor de seguimiento sobre las actualizaciones e interpretaciones de Ley N° 30681 y del Reglamento ya sea revisando la información disponible en línea que participando en diferentes conferencias organizadas por profesionales relacionados al campo medicinal, farmacéutico y legal. Durante el desarrollo de la investigación ha sido necesario buscar una entidad que permitiera realizar apropiadamente el estudio por lo cual inicialmente se encontraron dificultades para obtener el acceso a los datos solicitados.

Finalmente en junio del 2019, la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú” - a través de su fundadora María Montoya Vera – acepta la invitación a ser parte del estudio, contribuyendo con el acceso a sus archivos y apoyando en la ejecución de la investigación de campo. Cabe mencionar que dicha asociación se dedica a promover el uso de cannabis medicinal y, desde el 2016 atiende a pacientes que desean ser tratados con productos derivados del cannabis.

En el mes de agosto del 2019 se determinó la población que conformaba la Asociación a través de la *elaboración del primer registro electrónico de todos los pacientes diagnosticados*, teniendo como base las fichas médicas de cada paciente. Se obtuvo así el número total de los pacientes tratados por la misma asociación desde sus inicios. Durante la transcripción y tabulación de las fichas médicas en el software Microsoft Excel se pudo observar que estas

no contaban con los datos completos del paciente, como la edad, la dirección de domicilio o algún número o correo de contacto.

En el mes de noviembre se diseñó el *cuestionario*, tomando como referencia el Modelo del Proceso de Decisión del consumidor de Blackwell, Miniard y Engel (2002) el cual fue sometido a una evaluación por parte de dos docentes de la plana universitaria y a un doctor especializado en cannabis. Esta validación permitió realizar el cálculo de la V. de Aiken y el Alfa de Cronbach a través de los programas de Microsoft Excel y SPSS 25 que determinaron el instrumento como válido y con buena fiabilidad. En el mes diciembre el cuestionario fue aplicado en una prueba piloto de cinco pacientes que participaron en una actividad organizada por el autor y la asociación. Esta prueba piloto fue importante para mejorar la redacción de las preguntas del cuestionario y evitar dudas o incomprensión en los que iban a ser encuestados via online.

En enero del 2020, debido a las dificultades encontradas con el acceso a la población de estudio, se decidió aplicar la encuesta a través de un muestreo no probabilístico a conveniencia del autor. Es así que se elaboró un *nuevo registro electrónico* de solo aquellos pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal que residieran en la provincia de Trujillo y que hubieran adquirido algún producto derivado del cannabis para uso medicinal a través de la plataforma de WhatsApp en el transcurso del año 2019. Este nuevo registro tuvo un carácter operativo puesto que contenía los números de celular de los pacientes. Este hecho facilitó el contacto con los integrantes de la población, a quienes se les llamó previamente para informales sobre los propósitos del estudio a realizar. Es así como, tras la aceptación del paciente, se pudo entregar la encuesta online a través del envío del enlace por la plataforma de WhatsApp. En total 47 pacientes aceptaron participar en el estudio

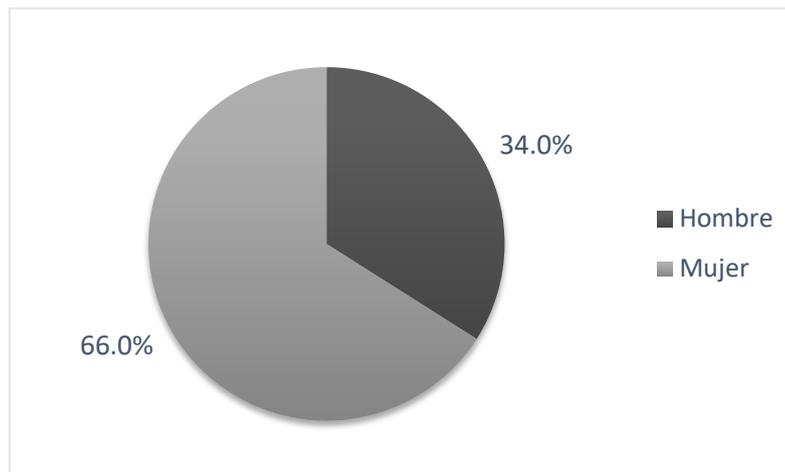
Finalmente, una vez completado el trabajo de campo se pudo pasar a la etapa de *análisis de los resultados* a través de un método analítico-sintético que permitió interpretar los hallazgos para luego contrastarlos con los antecedentes y las teorías que fueron tomadas como referencia.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1. Objetivo Específico 1: Describir el perfil del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú.

#### 3.1.1. Sexo del paciente

Figura 1  
*Distribución de los pacientes según el sexo*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: Gerald Raymond Quintanilla Rojas (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 1 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según el sexo: el 66,0% de ellos son mujeres y el 34,0% son hombres.

### 3.1.2. Edad de los pacientes

Tabla 3  
*Edad de los pacientes*

Indicadores	Años
Edad promedio	51
Edad mínima	6
Edad máxima	87

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 3 se encuentran resumidos los resultados acerca de la edad de los pacientes encuestados según los siguientes indicadores: la edad promedio es de 51 años, la edad mínima registrada es de 6 años y la edad máxima registrada es de 87 años.

### 3.1.3. Distrito de residencia del paciente:

Tabla 4  
*Distribución de los pacientes según el distrito de residencia*

Distritos	Pacientes (%)
Trujillo	72,3 %
La Esperanza	12,8 %
Huanchaco	6,4 %
Víctor Larco Herrera	6,4 %
Moche	2,1 %

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 4 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según el distrito de residencia: el 72,3% reside en Trujillo, el 12,8% en La Esperanza, el 6,4% en Huanchaco, el 6,4% en Víctor Larco Herrera y el 2,1% en Moche.

### 3.1.4. Nivel de educación del paciente

Tabla 5  
*Distribución de los pacientes según el nivel de educación*

Nivel de educación	Pacientes (%)
Superior	48,9 %
Secundaria completa	40,4 %
Secundaria incompleta	8,5 %
Sin escolaridad	2,1 %

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 5 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según el nivel de educación: el 48,9% cuenta con estudios superiores, el 40,4% cuenta con secundaria completa, el 8,5% no concluyó la secundaria y el 2,1% resulta sin escolaridad.

### 3.1.5. Estado civil del paciente

Tabla 6  
*Distribución de los pacientes según el estado civil*

Estado Civil	Pacientes (%)
Soltero	44,7 %
Casado	34,0 %
Viudo	10,6 %
Separado	8,5 %

Conviviente 2,1 %

---

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 6 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según el estado civil: el 44,7% de ellos es soltero, el 34,0% es casado, el 10,6% es viudo, el 8,5% es separado y el 2,1% convive.

### 3.1.6. Situación laboral del paciente

Tabla 7

*Distribución de los pacientes según la situación laboral*

Situación laboral	Pacientes (%)
Trabaja	40,4 %
Jubilado	21,3 %
Ama de casa	17,0 %
Incapacidad laboral	12,8 %
Estudiante	8,5 %

---

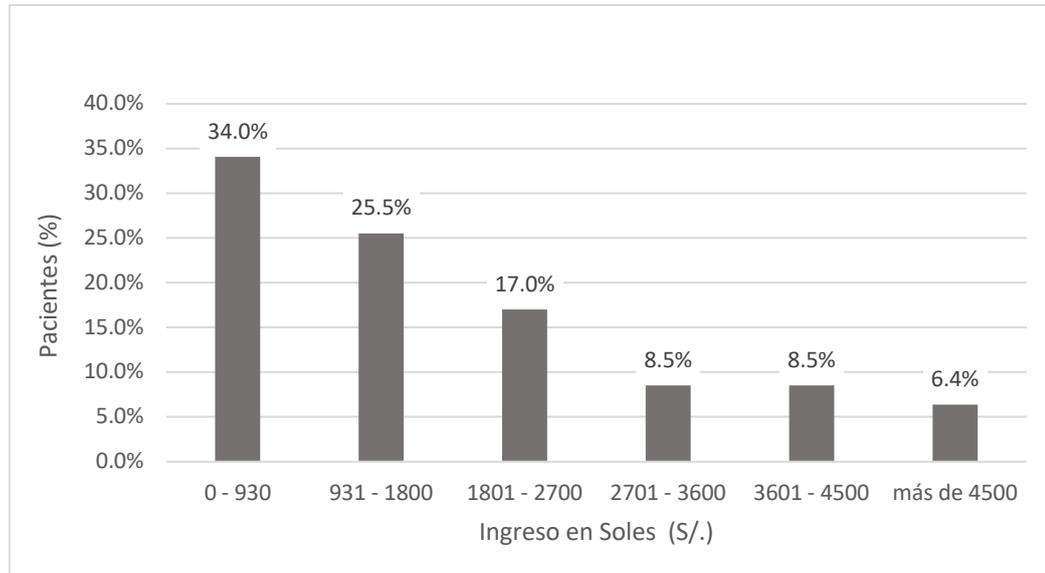
Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 7 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según la situación: el 40,4% de ellos trabaja, el 21,3% es jubilado, el 17% son amas de casa, el 12,8% tiene incapacidad laboral y el 8,5% son estudiantes.

### 3.1.7. Ingreso promedio familiar del paciente

Figura 2  
*Distribución de los pacientes según el ingreso promedio familiar*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 2 se observan los resultados acerca de la distribución de los pacientes encuestados según el ingreso promedio familiar: el 34,0 % tiene un ingreso entre 0-930 soles; el 25,5% entre 931-1800 soles; el 17,0% entre 1801-2700 soles; el 8,5% entre 2701-3600 soles; el 8,5% entre 3601-4500 soles y el 6,4% mayor a 4500 soles.

### 3.1.8. Seguro del paciente

Tabla 8  
*Tipo de seguro de salud de los pacientes*

Seguro de Salud	Pacientes (%)
ESSALUD	63,8 %
Seguro privado	14,9 %
SIS	10,6 %
Sanidades	8,5 %

No cuenta 2,1 %

---

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Tabla 8 se observan los resultados acerca del tipo de los pacientes encuestados: el 63,8% de ellos cuenta con el seguro ESSALUD, el 14,9% cuenta con un seguro privado, el 10,6% cuenta con el seguro SIS, el 8,5% cuenta con un seguro de las Sanidades y un 2,1% no cuenta con algún seguro.

### **3.2. Resultado del Objetivo Específico 1: Describir el perfil del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo.**

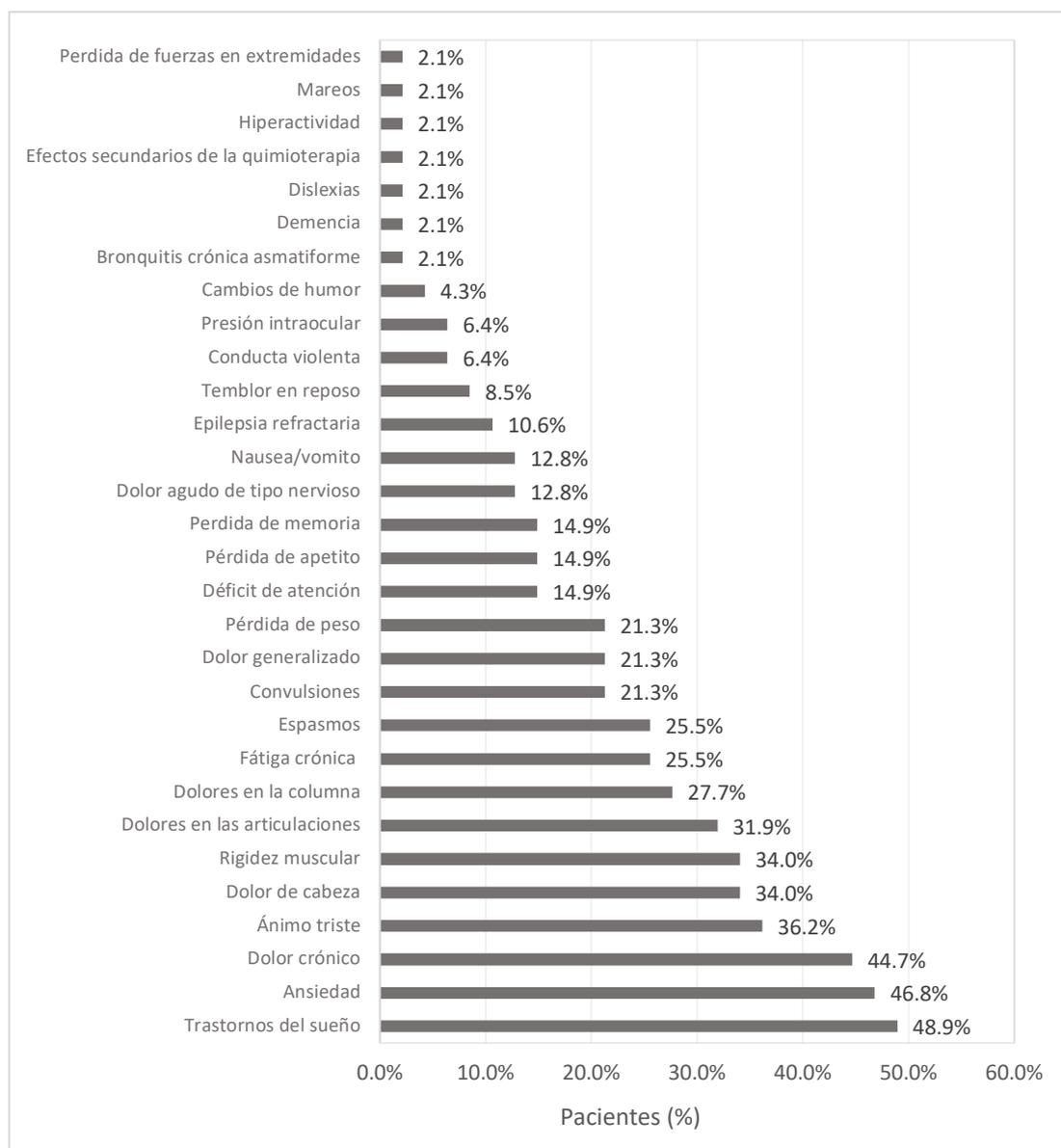
El consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú” que ha comprado a través del canal de venta de WhatsApp y reside en la provincia de Trujillo es mayormente de sexo femenino, con una edad promedio de 51 años. Reside principalmente en el distrito de Trujillo y cuenta con estudios superiores o con secundaria completa. Suele ser soltero, trabaja y tiene un ingreso promedio familiar ponderado entre 0 y 930 soles. En general cuenta con un seguro de salud como el de ESSALUD o de tipo privado.

### 3.3. Objetivo específico 2: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.

#### 3.3.1. ¿Qué síntomas presentaba el paciente antes de iniciar el tratamiento con productos derivados del cannabis?

Figura 3

*Síntomas presentados por los pacientes antes del tratamiento con productos derivados del cannabis para uso medicinal*



Diseño: Elaboración Propia

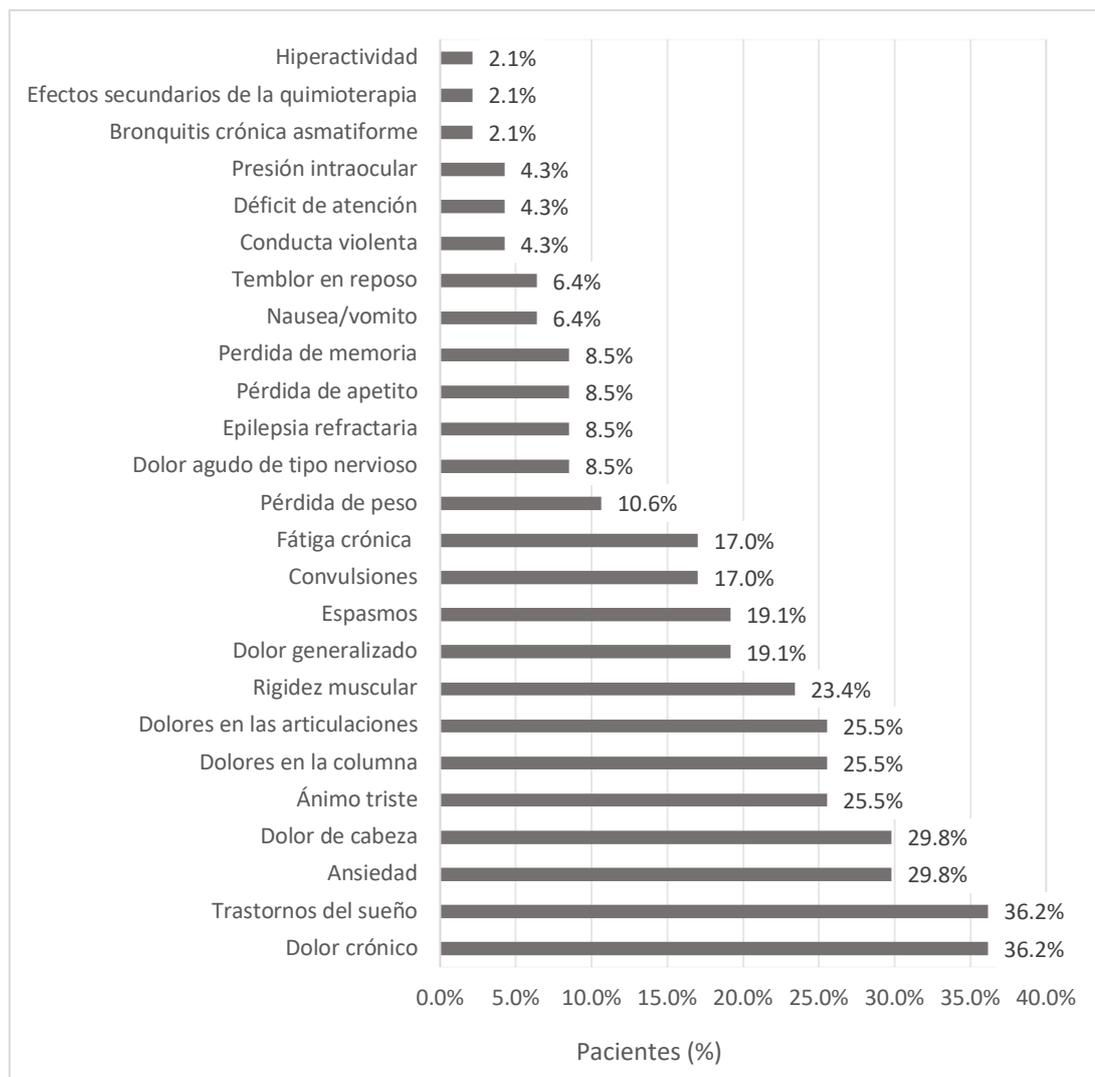
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 3 se observan los resultados acerca de los síntomas presentados por los pacientes antes de empezar el tratamiento con productos derivados del cannabis para uso medicinal. Entre los principales síntomas se reportan el trastorno del sueño con el 48,9% de respuestas, seguido por la ansiedad con el 46,8% y el dolor crónico con el 44,7%.

### 3.3.2. De los síntomas que ha marcado en la pregunta anterior, ¿cuáles de estos el paciente ha deseado aliviar con productos derivados del cannabis?

Figura 4

*Síntomas que los pacientes han deseado aliviar a través de productos derivados del cannabis para uso medicinal*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del

cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 4 se observan los resultados acerca de los síntomas que los pacientes han deseado aliviar a través del consumo de productos derivados del cannabis para uso medicinal. Entre los principales síntomas se reportan el dolor crónico y el trastorno del sueño, ambos con el 36,2% de respuestas, seguido por la ansiedad y el dolor de cabeza, ambos con el 29,8 % de respuestas.

### 3.3.3. ¿De qué manera ha obtenido información acerca del cannabis medicinal?

Tabla 9  
*Medios a través de los cuales la muestra obtuvo información acerca del cannabis medicinal*

Medios	Pacientes (%)
Por recomendación	46,8%
Redes sociales	23,4%
Profesionales de salud	12,8%
Televisión, radio o diarios	8,5%
Páginas en Internet	8,5%

Diseño: Elaboración Propia

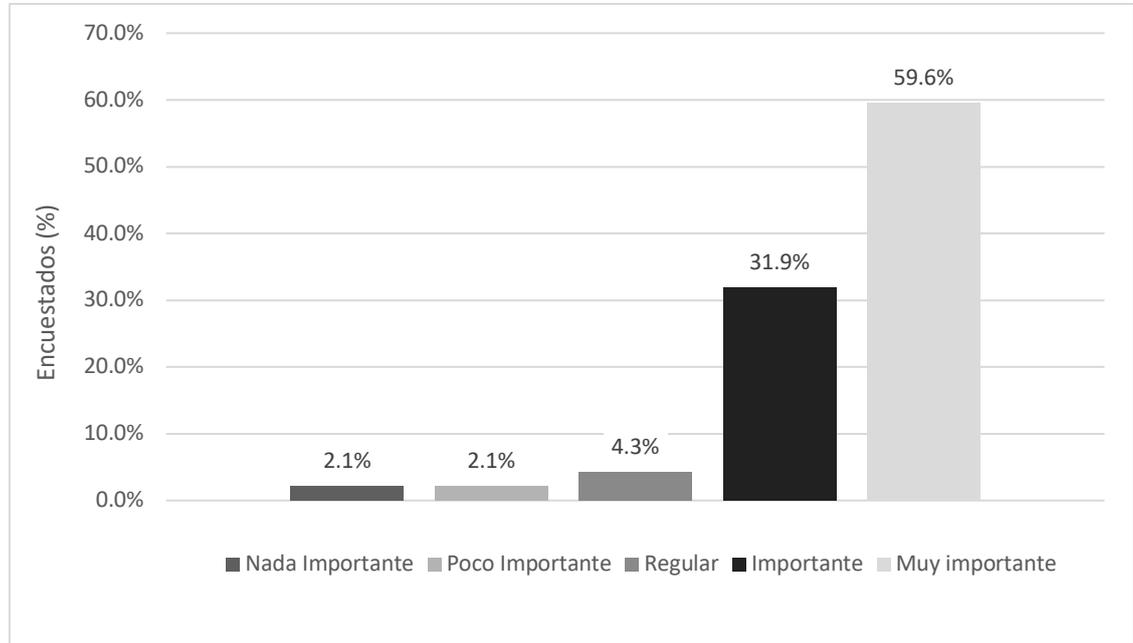
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Tabla 9 se observan los resultados acerca de los medios a través de los cuales la muestra obtuvo información acerca del cannabis medicinal: el 46,8% de ellos obtuvo información por recomendación, el 23,4 % por redes sociales, el 12,8% a través de profesionales de salud, el 8,5% a través de televisión, radio o diarios y el 8,5% a través de páginas en internet.

### 3.3.4. ¿Qué tan importante es la búsqueda de información previa a la compra de productos derivados del cannabis?

Figura 5

*Opinión sobre la importancia de la búsqueda de información previa a la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal*



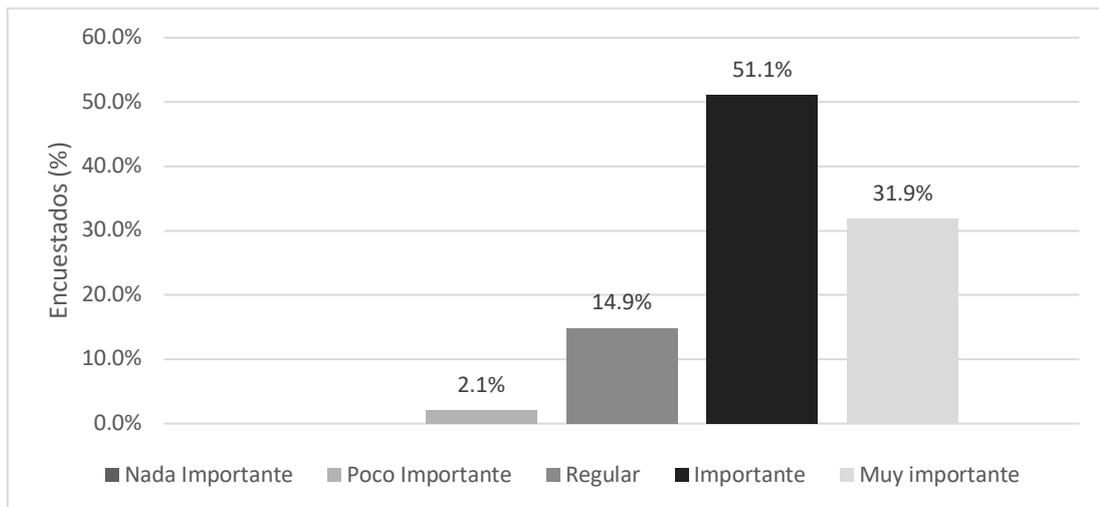
Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 5 se observan los resultados acerca de las opiniones de los encuestados sobre la búsqueda de información previa a la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 59,6% de los encuestados lo considera un factor "Muy importante", el 31,9% lo considera "Importante", el 4,3% lo considera de "Regular" importancia, el 2,1% lo considera "Poco Importante" y el 2,1% lo considera "Nada importante".

**3.3.5. ¿Qué tan importante es el factor precio de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra?**

Figura 6  
*Opinión sobre la importancia del factor precio de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra*



Diseño: Elaboración Propia

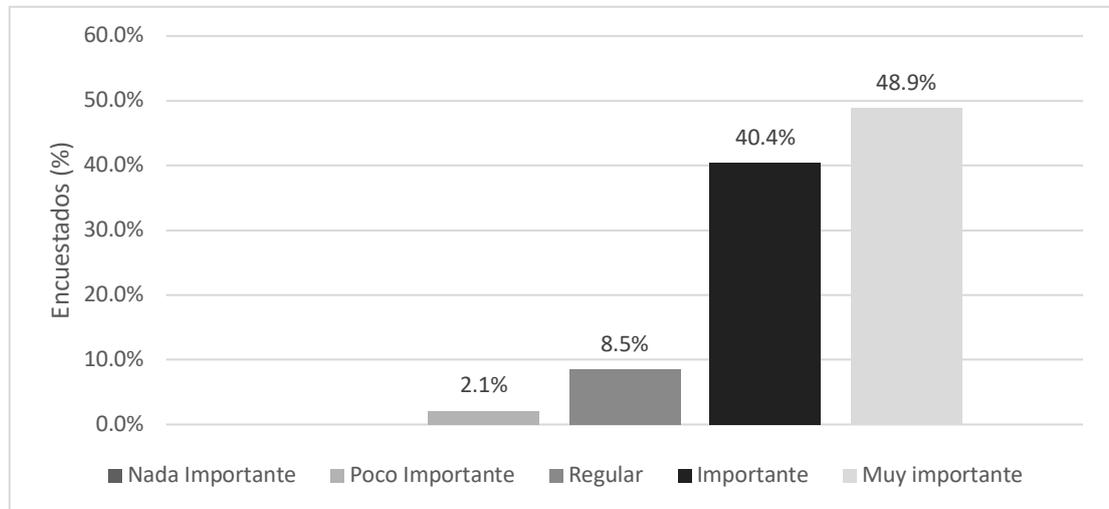
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 6 se observan los resultados acerca de las opiniones de los encuestados sobre la importancia del factor precio en la decisión de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 31,9% de los encuestados lo considera un factor “Muy importante”, el 51,1% lo considera “Importante”, el 14,9% lo considera de “Regular” importancia y el 2,1% lo considera “Poco Importante”.

**3.3.6. ¿Qué tan importante es la experiencia de otros pacientes que han sido tratados con productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra?**

Figura 7

*Opinión sobre la importancia de la experiencia de otros pacientes en la decisión de compra*



Diseño: Elaboración Propia

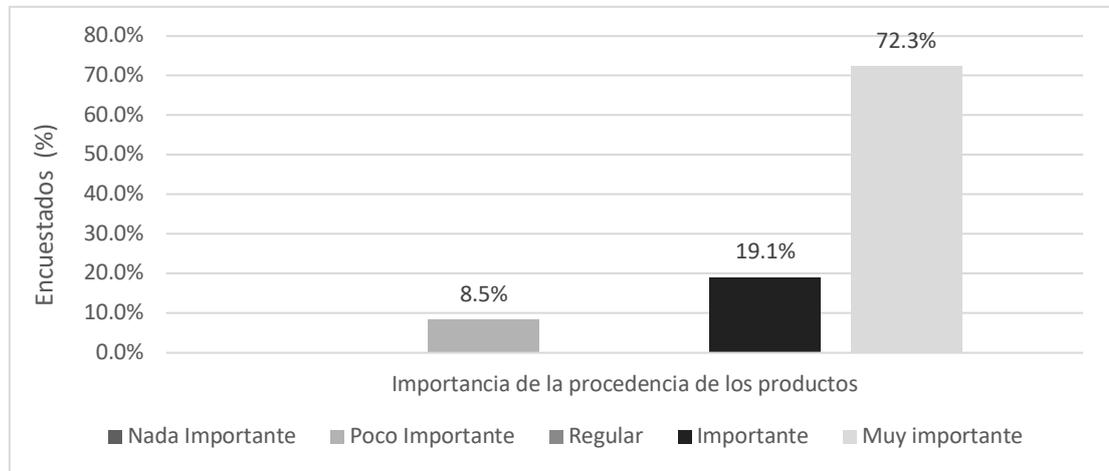
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 7 se observan los resultados acerca de las opiniones de los encuestados sobre la importancia de la experiencia de otros pacientes en la decisión de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 48,9% de los encuestados lo considera un factor “Muy importante” , el 40,4% lo considera “Importante”, el 8,5% lo considera de “Regular” importancia y el 2,1% lo considera “Poco Importante”.

**3.3.7. ¿Qué tan importante es la procedencia de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra?**

Figura 8

*Opinión sobre la importancia de la procedencia del producto en la decisión de compra*



Diseño: Elaboración Propia

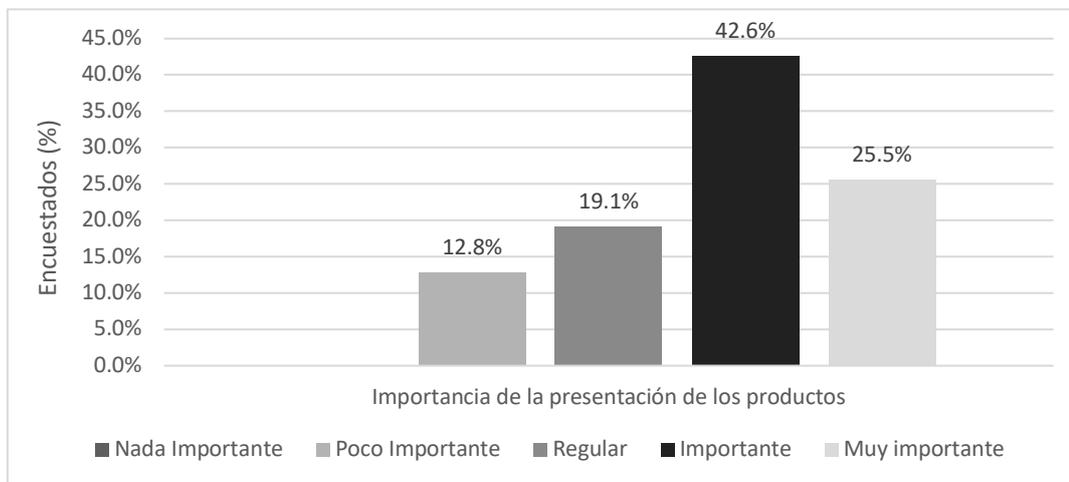
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 8 se observan los resultados acerca de las opiniones de los encuestados sobre la importancia de la procedencia de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra. El 72,3% de los encuestados lo considera un factor "Muy importante", el 19,1% lo considera "Importante" y el 8,5% lo considera "Poco Importante".

**3.3.8. ¿Qué tan importante es la es la presentación de los productos derivados del cannabis medicinal en la decisión de compra?**

Figura 9

*Opinión sobre la importancia de la presentación del producto en la decisión de compra*



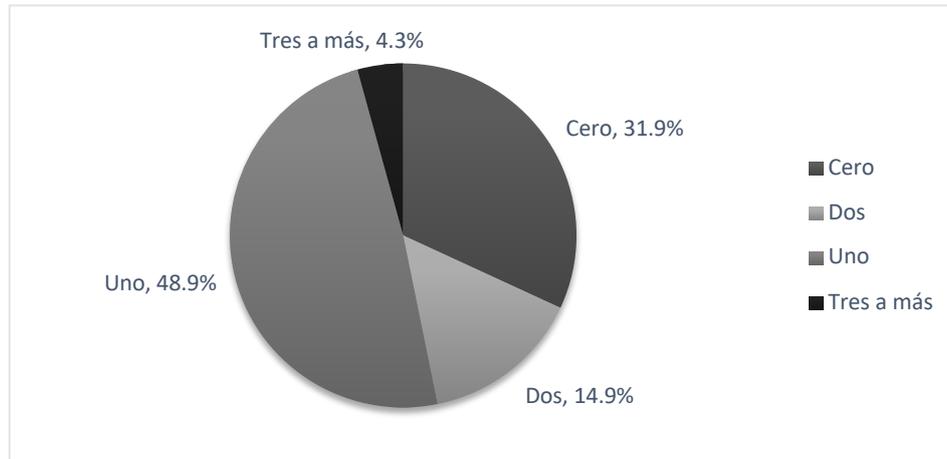
Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 9 se observan los resultados acerca de las opiniones de los encuestados sobre la importancia de la presentación de los productos derivados del cannabis para uso medicinal en la decisión de compra. El 25,5% de los encuestados lo considera un factor "Muy importante", el 42,6% lo considera "Importante", el 19,1% lo considera de "Regular" importancia y el 12,8% lo considera "Poco Importante".

**3.3.9. ¿Cuántos médicos especializados en cannabis medicinal ha consultado el paciente antes de empezar su tratamiento?**

Figura 10  
*Número de médicos especializados en cannabis consultados por los pacientes antes del tratamiento*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 10 se observan los resultados acerca del número de médicos especializados en cannabis consultados por los pacientes antes de empezar el tratamiento con cannabis medicinal. El 48,9% de los pacientes ha consultado un médico especializado en cannabis antes del tratamiento, el 14,9% ha consultado dos médicos, el 4,3% ha consultado tres a más médicos y el 31,9% no ha consultado ningún médico.

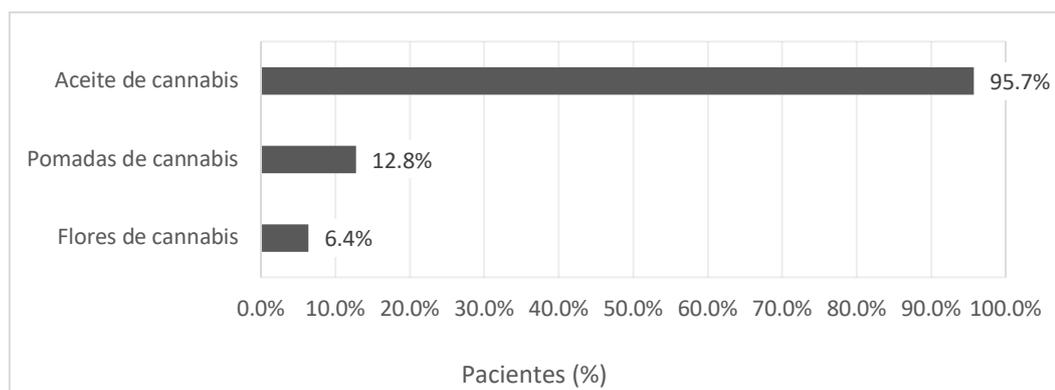
### **3.4. Resultado del Objetivo Específico 2: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.**

El comportamiento de pre compra del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú” que ha comprado en el 2019 a través del canal de venta de WhatsApp y reside en la provincia de Trujillo muestra que los principales síntomas que los pacientes presentaron antes de recibir el tratamiento son el trastorno del sueño, la ansiedad y el dolor crónico entre otros. Entre los síntomas que los pacientes desean aliviar con el cannabis se reportan el dolor crónico (36,2%), los trastornos del sueño (36,2%), la ansiedad (29,8%), el dolor de cabeza (29,8%) entre otros. La forma a través de la cual los encuestados lograron obtener información acerca del cannabis fue mediante la recomendación con el 46,8% de resultados y en segundo lugar a través de las redes sociales con el 23,4% de resultados. Durante el proceso de pre compra, el 59,6% de los encuestados consideraron “Muy importante” la búsqueda de información sobre los productos derivados del cannabis. El factor precio de estos productos resultó ser un factor “Importante” en la decisión de compra para el 51,1% de los encuestados, mientras que la experiencia de otros pacientes tratados previamente con cannabis resultó ser “Muy importante” para el 48,9% de ellos. Por último, el 72,3% de los encuestados consideró “Muy importante” la procedencia de los productos y el 42,6% consideró “Importante” su presentación. El 31,9% de los paciente no consultó un médico especializado en cannabis medicinal antes de empezar el tratamiento.

### 3.5. Objetivo específico 3: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.

#### 3.5.1. ¿Qué tipo de productos derivado del cannabis para uso medicinal compra el paciente?

Figura 11  
*Tipo de productos adquiridos por los pacientes*



Diseño: Elaboración Propia

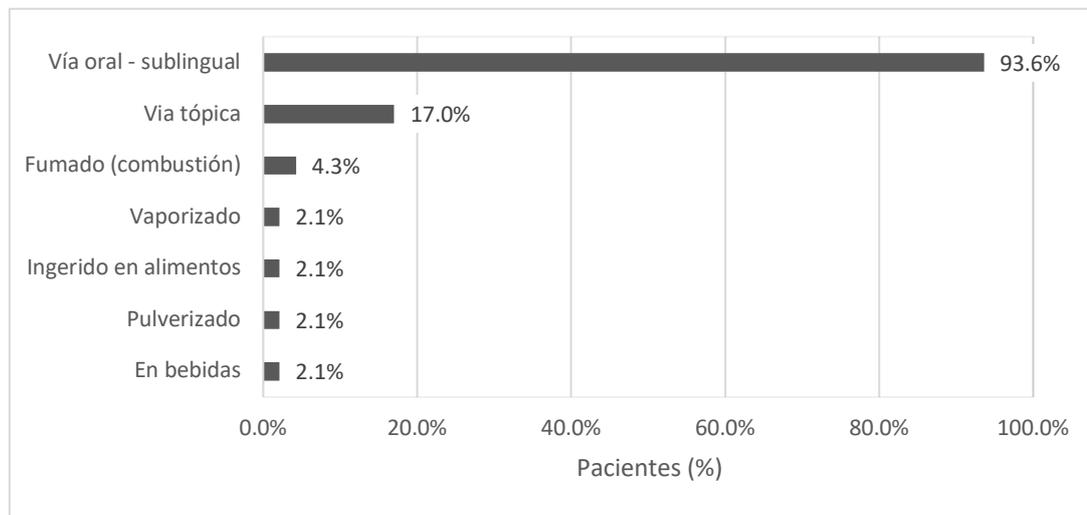
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 11 se observan los resultados acerca del tipo de productos derivados del cannabis para uso medicinal que suelen ser adquiridos por los pacientes. El 95,7% de ellos compra aceite de cannabis, el 12,8% compra pomadas de cannabis y un 6,4% compra flores de cannabis. Cabe resaltar que la pregunta ofrecía la posibilidad de marcar más de una respuesta.

### 3.5.2. ¿De qué manera el paciente consume los productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Figura 12

*Modalidad de consumo de los productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

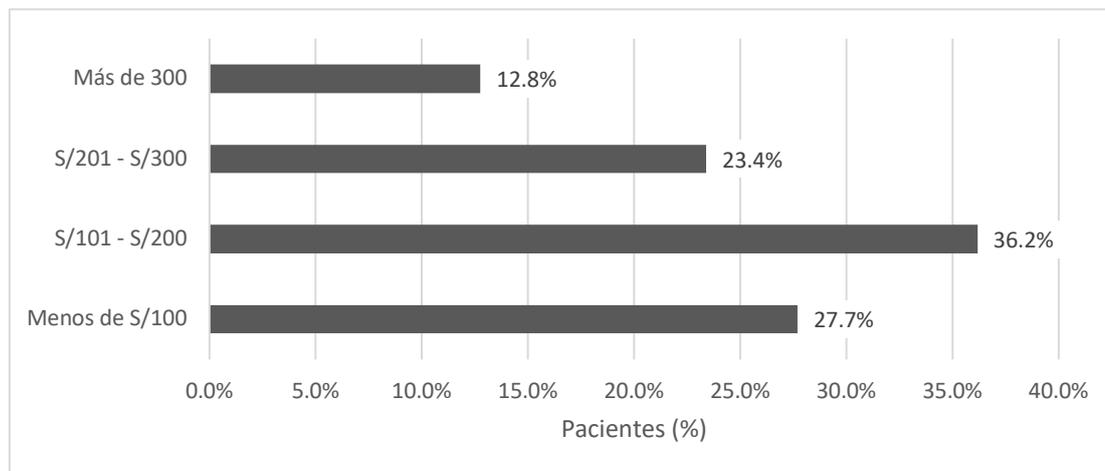
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 12 se observan los resultados acerca de la modalidad de consumo de los productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 93,6% de los pacientes lo consume por vía oral-sublingual, el 17% por vía tópica, el 4,3% a través de la combustión, el 2,1% lo consume vaporizado, el 2,1% ingerido en alimentos, el 2,1% lo consume pulverizado y el 2,1% lo consume en bebidas. Cabe resaltar que la pregunta ofrecía la posibilidad de marcar más de una respuesta.

### 3.5.3. ¿Cuánto gasta en promedio al mes en la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Figura 13

*Gasto promedio mensual en la compra de productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 13 se observan los resultados acerca del gasto promedio mensual de los pacientes en la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 36,2% de los pacientes indicó gastar en promedio mensual entre S/101 y S/200, el 27,7% menos de S/100, el 23,4% entre S/201 y S/300 y el 12,8% más de 300 soles.

### 3.5.4. ¿Cada cuánto tiempo compra productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Tabla 10

*Frecuencia de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal*

Frecuencia	Pacientes (%)
Cada semana	2,1 %
Cada 15 días	6,4 %
Cada mes	51,1 %
Cada 45 días	2,1 %

Cada 2 meses	17,0 %
Cada 3 meses	8,5 %
Cada 4 meses	4,3 %
Ya no compra	8,5%

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 10 se observan los resultados acerca de la frecuencia de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 51,1% de los pacientes suele comprar cada mes; el 17,0% compra cada dos meses; el 8,5% compra cada 3 meses; el 6,4% compra cada 15 días; el 4,3% compra cada 4 meses; el 2,1% compra cada semana y el 8,5% ya no compra.

### 3.5.5. ¿Con qué frecuencia el paciente hace uso de productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Tabla 11

*Frecuencia de consumo de productos derivados del cannabis para uso medicinal*

Frecuencia	Pacientes (%)
Una vez al día	29,8%
Dos veces al día	25,5 %
Tres veces al día	40,4 %
Cuatro veces a más al día	4,3 %

Diseño: Elaboración Propia

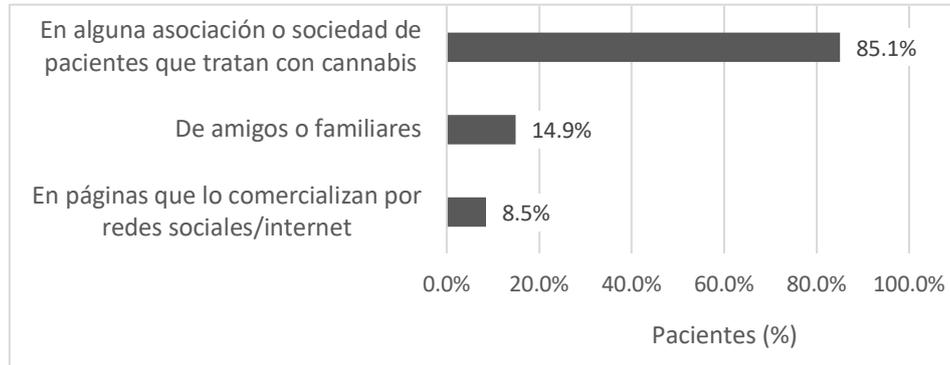
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Tabla 11 se observan los resultados acerca de la frecuencia de consumo de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 29,8% de los pacientes suele consumirlo una vez al día; el 25,5% dos veces al día; el 40,4% tres veces al día y el 4,3% cuatro veces al día.

**3.5.6. ¿En qué lugar o lugares has conseguido los productos derivados del cannabis para uso medicinal?**

Figura 14

*En qué lugar los pacientes consiguieron productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

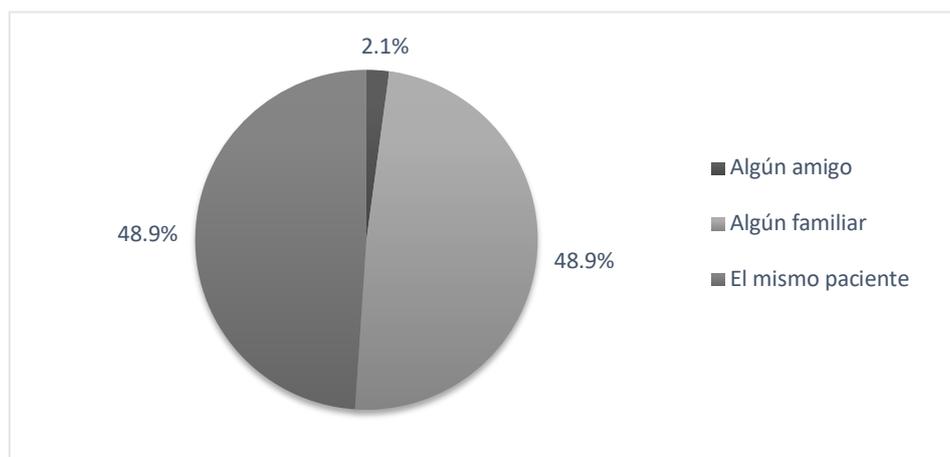
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 14 se observan los resultados acerca del lugar donde los pacientes consiguieron productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 85,1% de los pacientes indicó comprar a través de alguna asociación de pacientes; el 14,9 lo consiguió de amigos o familiares y el 8,5% lo consiguió en páginas que lo comercializan por redes sociales e internet.

**3.5.7. ¿Quién se encarga de realizar la compra de los productos derivados del cannabis para uso medicinal?**

Figura 15

*Persona que realiza la compra de los productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

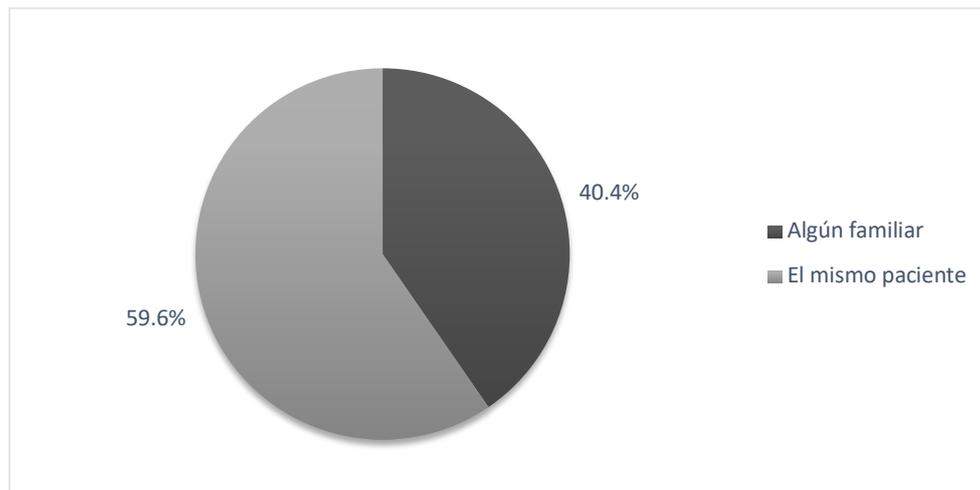
Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 15 se observan los resultados acerca de la persona que realiza la compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 48,9% de los pacientes se encarga personalmente de realizar la compra mientras que el 48,9% designa esta responsabilidad a algún familiar y el 2,1% a algún amigo.

### 3.5.8. ¿Quién se encarga de pagar los productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Figura 16

*Persona que realiza el pago de la compra de los productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 16 se observan los resultados acerca de la persona que realiza el pago de la compra de los productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 59,6% de los pacientes se encarga de realizar el pago de la compra mientras que el 40,4% designa esta responsabilidad a algún familiar.

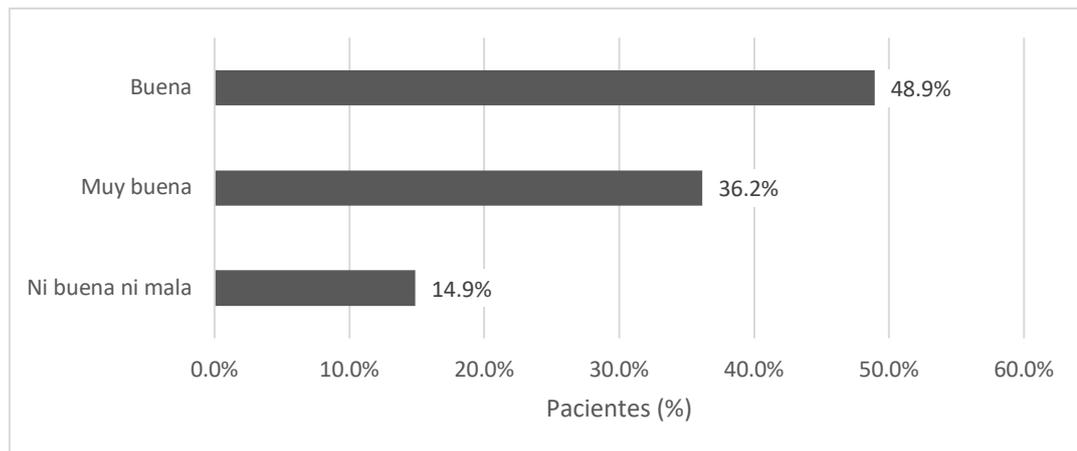
### **3.6. Resultado del Objetivo Específico 3: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.**

El comportamiento de compra del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú” que ha comprado en el 2019 a través del canal de venta de WhatsApp y reside en la provincia de Trujillo muestra que el 95,7% de los pacientes consume aceites de cannabis. El 93,6% de los pacientes hace consumo de estos productos por vía oral-sublingual. El gasto promedio en la adquisición de estos productos se encuentra distribuido entre los rangos propuestos en el cuestionario y se observa que un 36,2% de los pacientes gasta en promedio entre S/101 y S/200 soles al mes. Respecto a la frecuencia de compra se obtuvieron los siguientes resultados: el 51,1% de los pacientes suele adquirir productos derivados del cannabis para uso medicinal con una frecuencia mensual mientras que el 17,0% lo hace cada dos meses. En el caso de la frecuencia de consumo, el 40,3% de los pacientes consumen tres veces al día productos derivados del cannabis medicinal. El 85,1% de los encuestados afirman haber conseguido los productos derivados del cannabis para su tratamiento en alguna asociación o sociedad de pacientes. Por último se identificaron los roles en el proceso de compra y de pago. Se evidencia que en el rol de compra, pacientes y familiares se dividen esta responsabilidad con ambos un 48,9% de respuestas. En el caso del rol de pago el 59,6% de los pacientes es responsable de pagar la compra de los productos derivados del cannabis medicinal mientras que el 40,4% de ellos no se hace cargo y designa esta responsabilidad a algún familiar.

### 3.7. Objetivo específico 4: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.

#### 3.7.1. ¿Cómo considera el paciente su experiencia con el tratamiento a base de productos derivados del cannabis para uso medicinal?

Figura 17  
*Evaluación de la experiencia con el tratamiento*



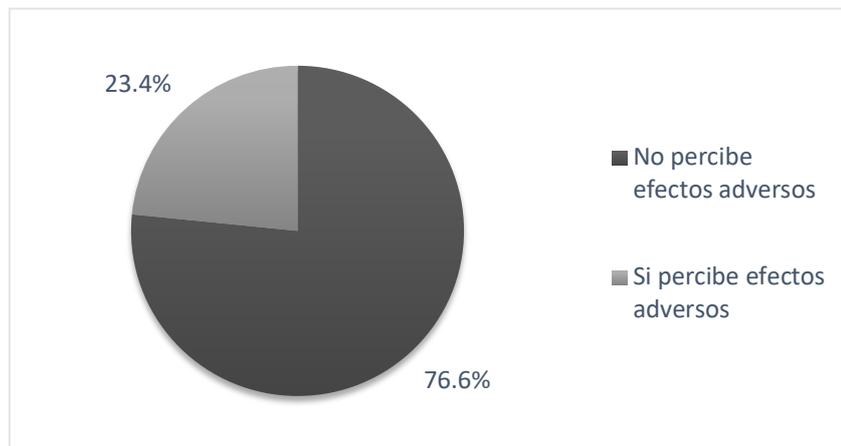
Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 17 se observan los resultados acerca de la evaluación de la experiencia de los pacientes con el tratamiento a base de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 48,9% de los pacientes considera “Buena” su experiencia, el 36,2% de ellos la considera “Muy buena” y el 14,9% indica que su experiencia fue “Ni buena, ni mala”.

**3.7.2. ¿El paciente ha percibido efectos adversos al hacer uso de productos derivados del cannabis para uso medicinal?**

Figura 18  
*Percepción de efectos adversos al hacer consumo de productos derivados del cannabis*



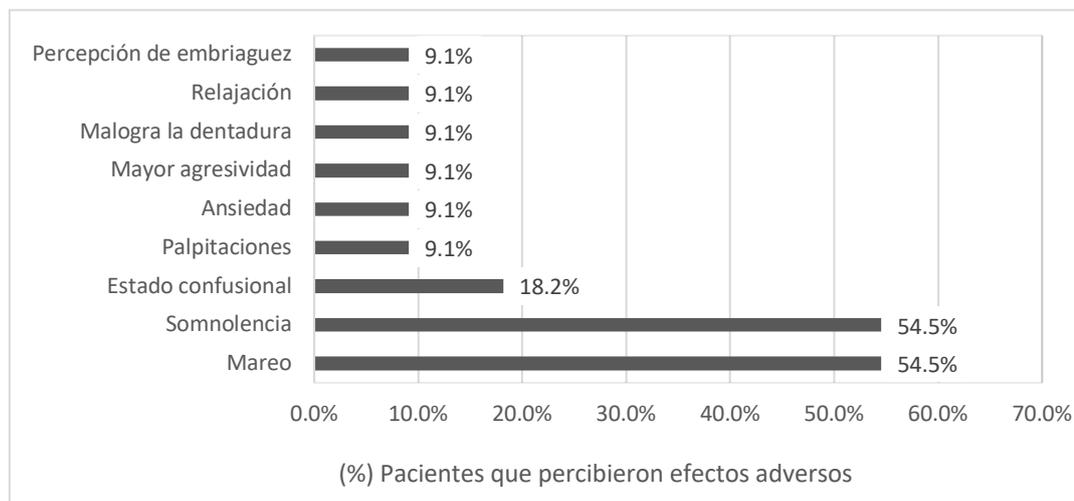
Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 18 se observan los resultados acerca de la percepción de efectos adversos al hacer consumo de productos derivados del cannabis para uso medicinal. El 76,6% de los pacientes indicó no advertir algún efecto secundario mientras que el 23,4% afirman que sí.

**3.7.3. ¿Qué efectos adversos ha percibido el paciente luego de haber consumido productos derivados del cannabis?**

Figura 19  
*Efectos adversos percibidos al hacer uso de productos derivados del cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

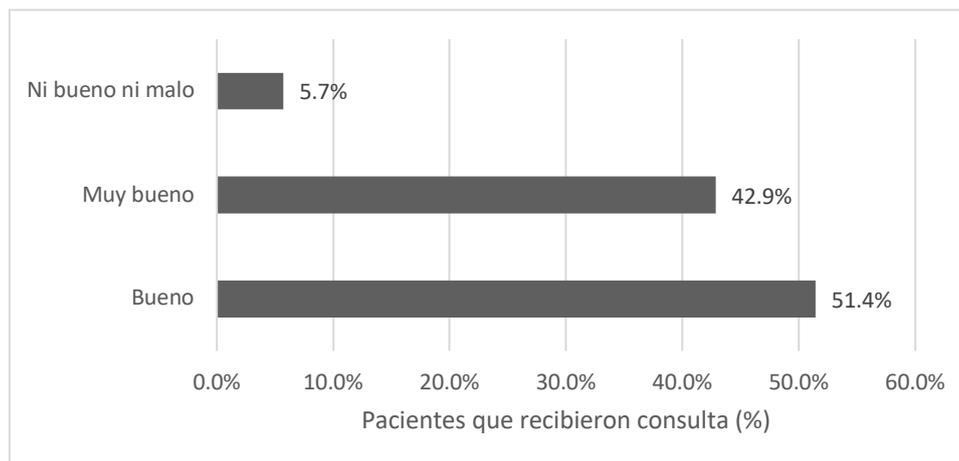
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

En la Figura 19 se observan los resultados acerca de los efectos adversos percibidos por los pacientes que respondieron “Sí” a la pregunta anterior. Entre los principales efectos adversos resaltan la somnolencia y el mareo, ambos reportados por el 54,5% de ellos.

#### 3.7.4. ¿Cómo califica el trato recibido por el médico especialista en cannabis que ha consultado?

Figura 20

*Evaluación del trato recibido por el médico especialista en cannabis*



Diseño: Elaboración Propia

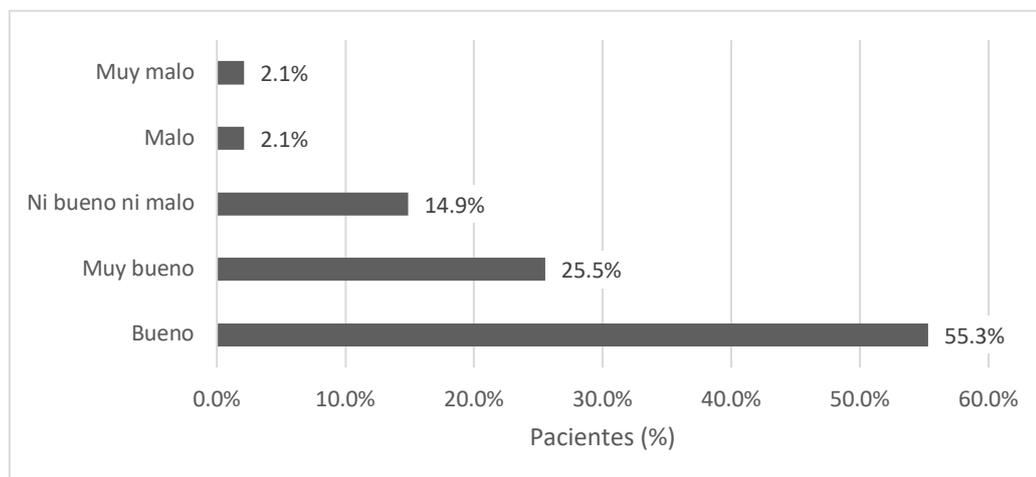
Fuente: (G.R.Q.R.) “Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020”

Nota: La pregunta fue dirigida solo a los pacientes que recibieron consulta médica al menos una vez con algún médico especializado en cannabis. En total se recibieron 35 respuestas y los porcentajes están calculados en base a ese total.

En la Figura 20 se observan los resultados sobre la evaluación de los paciente respecto al trato recibido por el médico especialista en cannabis. Cabe resaltar que esta pregunta no era obligatoria y se dirigía a los pacientes que recibieron por lo menos una vez consulta médica con algún medico especializado en cannabis. En total se recibieron 35 respuestas. De estos, el 42,9% considera que el trato recibido fue “Muy bueno”, el 51,4% lo considera “Bueno” y el 5,7% lo considera “Ni bueno ni malo”.

#### 3.7.5. ¿Cómo califica el proceso de compra que realizó para conseguir los productos derivados del cannabis medicinal para su tratamiento?

Figura 21  
*Evaluación del proceso de compra de los productos*



Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

En la Figura 21 se observan los resultados sobre la evaluación de los pacientes sobre el proceso de compra de los productos derivados del cannabis medicinal. El 25,5% de los pacientes considera que el proceso fue "Muy bueno"; el 14,9% lo considera "Ni bueno ni malo"; el 2,1% lo considera "Malo" y un 2,1% de pacientes lo evalúa como "Muy malo".

### 3.7.6. ¿Qué sugerencias darías para que tu experiencia con los productos derivados del cannabis mejore?

Tabla 12

*Sugerencias para mejorar la experiencia con productos derivados del cannabis*

Categorías	Frecuencia (%)
Reducción de los precios	32,4%
Aprobación de la comercialización de los productos derivados del cannabis	32,4%
Mejor calidad de los productos	23,5%
Mayor accesibilidad de los productos	23,5%
Mejor calidad de la atención de los médicos	17,6%
Difusión de mayor información sobre el cannabis medicinal	17,6%

Mayor variedad de productos	8,8%
Mayor presencia de médicos especializados capaces de recetar productos a base de cannabis	4,3%

---

Diseño: Elaboración Propia

Fuente: (G.R.Q.R.) "Características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, Trujillo 2020"

Nota: Los porcentajes están en base a las respuestas consideradas validas para el análisis. En total se recibieron 37 respuestas de las cuales solo se consideraron válidas 34.

En la Tabla 12 se observan los resultados de la pregunta abierta sobre las sugerencias para mejorar la experiencia con los productos derivados del cannabis para uso medicinal. Cabe resaltar que esta pregunta no fue obligatoria por lo cual solo se recibieron 37 respuestas de las cuales solo 34 fueron validas para el análisis.

La categoría que destacó como sugerencia recibida es la de "Reducción de los precios" y la de "Aprobación de la comercialización de los productos derivados del cannabis", ambos con un 32,4% del total de las respuestas. Los encuestados recalcaron las dificultades económicas que tienen en adquirir estos productos y mantener el tratamiento. Por este motivo, solicitan una aprobación de la comercialización de los productos derivados del cannabis medicinal a través puntos de venta como farmacias, para que los precios sean más accesibles. El 23,5% busca una mejor calidad en los productos y una mayor accesibilidad a estos. Los pacientes reafirmaron la importancia que tiene una buena presentación de los productos además se sugiere que estos cuenten con registro sanitario y un etiquetado que provea información detallada sobre la composición del producto. Por otro lado también indicaron que la accesibilidad debería ser garantizada a todos los ciudadanos, facilitando un proceso de adquisición más sencillo. Se registró un 17,6% de pacientes que recomiendan una mejor calidad de la atención de parte de los médicos y una mayor difusión de información acerca del cannabis medicinal. Se encontraron sugerencias dirigidas a los médicos para que tengan un mayor seguimiento del paciente durante el tratamiento y una mejor capacitación acerca del uso de estos productos. Los pacientes recomendaron también una mayor difusión de información científica acerca del cannabis y sus beneficios para la salud. Por último, el 8,8% de pacientes recomendó la venta de una mayor variedad de productos derivados del cannabis, considerando que existen distintas formulas de aceites que varían de acuerdo a su contenido en THC y CBD. El 4,3% de los pacientes que respondieron a la última pregunta también sugirieron una mayor presencia de médicos especializados capaces de recetar tratamientos a base de productos derivados del cannabis medicinal.

### **3.8. Resultado del Objetivo Específico 4: Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.**

El comportamiento de compra del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú” que ha comprado en el 2019 a través del canal de venta de WhatsApp y reside en la provincia de Trujillo muestra que no existe alguna experiencia calificada por los pacientes como “Mala” o “Muy mala acerca del tratamiento a base de productos derivados del cannabis. El 48.9% de ellos la consideró “Buena” y un 36,2% la calificó como “Muy buena”. El 76,6% de los pacientes afirma no haber percibido algún efecto adverso al hacer consumo de estos productos mientras que el 23,4% de estos si percibió algún efecto adverso. Entre estos últimos, el 54,5% de ellos indicó percibir somnolencia y mareo y un 18,2% reportó percibir un estado confusional. El trato recibido por el médico especialista en cannabis fue considerado por el 42,9% de los pacientes como “Muy bueno” y por el 51,4% como “Bueno”. Con respecto al proceso de compra, el paciente el 25,5% de los pacientes lo calificó como “Muy bueno” y un 55,3% lo consideró como “Bueno”. Los pacientes recomendaron mejorar la experiencia con los productos derivados del cannabis para uso medicinal a través de la reducción de los y de la aprobación de su comercialización en otros puntos de venta como farmacias. También recomendaron que los productos tengan una buena calidad ya sea en la presentación que en los procesos de fabricación; además sugieren una mayor accesibilidad a estos a través de un proceso de venta más simplificado. Los pacientes también dieron sugerencias acerca de la atención médica, recomendando un mayor seguimiento en el tratamiento por parte de los médicos y una mayor capacitación sobre tratamientos a base de cannabis medicinal. Por último, los pacientes sugieren que debería haber una mayor difusión de información acerca de los beneficios del cannabis en la salud.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

En el presente estudio se propuso describir las características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la “Asociación Marihuana Medicinal Trujillo–Perú” mediante la descripción del perfil del consumidor, la descripción de su comportamiento en el proceso de pre compra, de compra y de post compra. Con este propósito se realizó una encuesta online basando el cuestionario en el modelo del proceso de decisión del consumidor de Blackwell, Miniard y Engel (2002) que se divide en siete etapas: reconocimiento de la necesidad, búsqueda de información, evaluación de las alternativas, compra, consumo y evaluación de la compra. Los resultados de esta investigación serán contrastados con investigaciones relacionadas y teorías que se tomaron como referencia en el primer capítulo.

En el objetivo 1, describir el perfil del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú se tomaron en consideración las características demográficas y económicas sugeridas por Assael (1999) y Kotler y Armstrong (2012). Se ha podido observar que el consumo de productos a base de cannabis prevalece en pacientes de sexo femenino, lo cual es una tendencia contraria a los estudios observados en la investigación a escala internacional de Hazekamp et al. (2013), al trabajo de Swift, Gates y Dillon (2005) en Australia, a la investigación de Isle et al. (2013) y de Philippe (2012) en Canadá y al de Eguren, Cáceres y Misseroni (2017) en Chile. Se observa que la edad promedio de los pacientes es de 51 años por lo cual se deduce que el público objetivo es adulto, que padece problemas de salud relacionados a la edad. El resultado sobre la edad adulta se refleja también en los estudios observados en la investigación a escala internacional de Hazekamp et al. (2013), al trabajo de Swift, Gates y Dillon (2005) en Australia, a la investigación de Isle et al. (2013) y de Philippe (2012) en Canadá y al de Eguren, Cáceres y Misseroni (2017) en Chile.

Los pacientes encuestados residen principalmente en el distrito de Trujillo, lo cual permite deducir que geográficamente el distrito de Trujillo tiene mayor potencial de demanda respecto a los demás distritos de la provincia que fueron considerados en el estudio. Se observó que el 48,9% de los pacientes cuenta con una educación superior y el 40,4% de ellos con secundaria, sus ingresos promedio familiares se distribuyen en un 34% en el rango de 0 a

930 soles y el 25,5% en el rango de 931 a 1800 soles por lo cual se deduce que los pacientes de la asociación se encuentran en una clase social medio-baja. De los pacientes encuestados solo el 40,4% trabaja mientras que el 21,3% son jubilados y un 17,0% son las ama de casa. Con respecto al seguro de salud, la casi totalidad de los pacientes afirmó contar con una cobertura sanitaria a través de seguros privados o seguros estatales, siendo este último el que predomina. Solo un paciente reportó no contar con algún seguro.

En el objetivo 2, describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal se han encontrado resultados similares con otros estudios respecto a los síntomas presentados por los pacientes. Blackwell, Miniard y Engel (2002) definen esta etapa como reconocimiento de la necesidad y Priego-Álvarez (2005) aclara que en el proceso de compra de productos sanitarios la necesidad se refiere a la percepción que tiene la gente sobre sus problemas de salud. En el estudio de Swift, Gates y Dillon (2005) realizado en Australia, de Philippe (2012) realizado en Canadá y el de Sexton et al. (2016) en Estado Unidos los pacientes también reportaron como síntomas principales la depresión, la ansiedad, el dolor crónico, el dolor en las articulaciones y la migraña. Al reconocer la necesidad, el consumidor busca la manera de satisfacerla buscando información acerca del objeto de consumo, sea este un producto o un servicio. Blackwell, Miniard y Engel (2002) afirman que la búsqueda de información puede ser interna o externa y en general, los compradores primerizos carecen de la información necesaria para tomar una decisión. Por tal motivo la búsqueda de información interna resulta inadecuada y el consumidor tratará de recolectar información adicional del entorno. El principal medio a través del cual la muestra obtuvo información acerca de cannabis es la recomendación, conocido también como marketing boca a boca y las redes sociales. Para el 59,6 % de los encuestados resulta muy importante la búsqueda de información sobre los productos derivados del cannabis al igual que la opinión de otros pacientes acerca de sus experiencias con el tratamiento. A diferencia del estudio del estudio de Eguren, Cáceres, & Misseroni (2017) realizado en Chiile, en el cual se observó que ningún paciente utilizaba cannabis bajo indicación médica, el 68,1% de los pacientes encuestados afirma haber consultado por lo menos un médico especializado antes de empezar el tratamiento. Es importante resaltar que para los pacientes de la Asociación el factor precios de los productos derivados del cannabis resulta importante en la decisión de compra así como en el estudio de Philippe (2012) y el de Isle et al. en Canadá donde se vio que los precios altos representaban una barrera de acceso a la compra legal

de cannabis medicinal por lo cual los pacientes preferían adquirirlo a través de fuentes secundarias como el mercado negro o los dispensarios de cannabis.

En el objetivo 3, describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal se ha encontrado que el principal tipo de producto adquirido por los pacientes de la asociación es el aceite de cannabis. Este resultado se relaciona con la modalidad de consumo de los productos al ser la de vía oral – sublingual la modalidad más común. Este resultado difiere con la investigación de Swift, Gates y Dillon (2005) en Australia en el que se encontró que la modalidad de consumo más usada por los usuarios de cannabis fue a través de la combustión de flores, seguido por modalidad de ingestión en alimentos. En el estudio realizado por Philippe (2012) en pacientes canadienses también se observó que los dos métodos de administración más comunes son el de combustión y de ingestión en alimentos. Con respecto a los resultado de la investigación de Hazekamp, Ware, Muller-Vahl, Abrams y Grotenhermen (2013) realizado a escala internacional, el 94,8% de los participantes afirmó haber consumido por lo menos una vez cannabis medicinal a través de alguna forma de inhalación, el 68,5 % de ellos tuvo alguna experiencia con métodos orales/sublinguales y un 5% de los participante indicó haberlo usado de manera tópica. A diferencia de estos estudios, Eguren, Cáceres y Misseroni (2017) hallaron que en la vía de administración más utilizada de los pacientes chilenos en cuidados paliativos fue la digestiva, a través del consumo en forma de infusión mientras que en el caso del presente trabajo solo el 2,1% de los pacientes consume cannabis en bebidas. El resultado hallado en el presente trabajo podría ser sesgado debido a que el 85,1% de los pacientes suele adquirir los productos a base de cannabis medicinal en alguna asociación o sociedad de pacientes en las cuales generalmente se recomiendan tratamientos a base de aceites de cannabis. Cabe resaltar que no se tiene conocimiento directo sobre la variedad de productos que la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú ofrece ni la proveniencia de estos. Se observó también que ningún paciente encuestado adquirió los productos para su tratamiento a través de alguna farmacia autorizada. Este tipo de resultado también se ha comprobado en el estudio de Philippe (2012) donde solo el 8,2% de los encuestados afirmó haber conseguido cannabis medicinal a través del Programa Federal Health Canada – el programa oficial que garantiza el acceso legal al cannabis medicinal – mientras que la mayoría de pacientes era miembro de alguna asociación (compassion club) o practicaba el auto cultivo. Belle-Isle et al. (2014) encontraron en el mercado canadiense una barrera de acceso al programa federal de cannabis medicinal ya que en este solo era posible encontrar una cepa de cannabis mientras que los pacientes buscaban mayor variedad de cepas y de productos que les era

posible conseguir en las asociaciones o en el mercado negro. Esta conducta se dio en especial por los altos costos que implicaba consumir productos derivados del cannabis de farmacias autorizadas.

Priego-Alvarez (2005) aclara que un factor interviniente a destacar dentro del proceso de compra de productos de salud es el papel que juega la familia, los amigos y personas conocidas más cercanas, lo que se conoce como "sistema no profesional de referencias". En las culturas latinas, la familia participa activamente en las decisiones de atención médica y esto se observa en los resultados sobre los roles en el proceso de compra y de pago indican que la familia cumple un rol importante: el 48,9% de los pacientes afirmó que un familiar es el que realiza la compra de los productos derivados del cannabis; en el proceso de pago el 40,4% de los pacientes afirmó que un familiar realiza el pago de estos productos.

En el objetivo 4, describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal se han encontrado resultados similares con los de Swift, Gates, y Dillon (2005) realizado en Australia y los de Webb y Webb (2014) en Hawaii donde ningún paciente registró alguna experiencia negativa con el consumo de cannabis medicinal. En el caso de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, el 48,9% afirmó que la experiencia con el consumo de productos derivados del cannabis ha sido muy "Buena" y un 36,2% la consideró "Muy buena". Priego-Álvarez (2005) indica que si la experiencia con el producto o servicio de salud fue gratificante, es probable que se consuma más de este producto. El 23,4% de los pacientes registró haber percibido efectos adversos con el consumo de productos de cannabis como mareo, somnolencia o estado confusional. Esto es debido a la psicoactividad de ciertos cannabinoides presentes en el cannabis como el tetrahidrocannabinol (THC). Eguren, Cáceres y Misseroni (2017) hallaron que en los pacientes chilenos con cáncer los principales efectos adversos estaban relacionados con la inhalación de cannabis, lo cual generaba irritación en las vías respiratorias mientras que Webb y Webb (2014) dio a conocer que el 71% de los pacientes que usaban cannabis en Hawaii no reportaban algún efecto adverso mientras que el 6% reportó irritaciones en la garganta o tos.

A los pacientes de la Asociación se les preguntó también que evaluaran el trato recibido por el médico. Priego-Álvarez en su tesis doctoral sobre Consumo en salud (2005) considera a la figura del médico como un participante relevante en el proceso de compra de productos sanitarios. El 55,3% de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú consideró "Bueno" el trato recibido. En la pregunta final sobre sugerencias para mejorar la experiencia con productos derivados del cannabis medicinal se encontraron más insights sobre el rol del médico: los pacientes recomendaron un mejor seguimiento durante el

tratamiento y una mayor número de profesionales médicos capacitados para diagnosticar y tratar con cannabis. Es necesario resaltar que de acuerdo al reglamento peruano sobre la despenalización del cannabis medicinal, cualquier médico cirujano está en la capacidad de recetar este tipo de productos. Belle-Isle et al (2014) en su trabajo sobre las barreras de acceso al consumo de cannabis medicinal en los usuarios canadienses también indicó que la escasez de médicos que estén a favor de este tipo de tratamiento es considerado como una barrera para satisfacer las necesidades de los pacientes. Philippe (2012) también mencionó que la falta de médicos que aprueben este tipo de tratamiento reduce el número de pacientes que apliquen al programa federal canadiense que permite el acceso legal al cannabis medicinal. Entre otras sugerencias, los pacientes creen necesario que exista una mayor disponibilidad de empresas que comercialicen productos derivados del cannabis para uso medicinal y que también sea posible el acceso a través de los seguros sociales como ESSALUD o SIS. De igual manera, muchos pacientes esperan que haya mayor distribución y disponibilidad en punto de ventas como farmacias, a precios más accesibles y en distintas preparaciones.

En cuanto a las limitaciones metodológicas del estudio se señala la falta de estudios previos de investigación sobre el tema: si bien no se han encontrado estudios locales acerca del consumo de cannabis medicinal, se han seleccionado estudios realizados a nivel internacional que estudiaran las características de estos pacientes y de sus experiencias, si bien la mayoría de estos estudios tuvieran un propósito médico y no mercadotécnico. Los hallazgos de estos estudios internacionales permitieron comparar, por ejemplo, las necesidades percibidas por poblaciones de estudio similares a las consideradas en el presente trabajo así como sus patrones de compra y de consumo. La escasez de estudios sobre el comportamiento del consumidor de cannabis medicinal podría ser causado por la reciente despenalización del cannabis medicinal, por los pocos estudios sobre sus efectos en la salud y por la desconfianza que aún existe entorno a esta planta, considerada aún en muchos países como una droga y no como una planta medicinal.

Una segunda limitación del estudio está representado por la falta de datos exactos sobre la población de estudio y el tipo de muestreo no probabilístico empleado. No ha sido posible encontrar a nivel nacional ningún censo sobre usuarios de cannabis para uso medicinal, por lo cual se decidió trabajar directamente con una entidad que agrupase a una población con características similares: la "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú". La "Asociación" tampoco contaba con un registro exacto de sus pacientes por lo cual el autor realizó un registro de los pacientes a través de las fichas médicas que la asociación conservaba. En este registro de pacientes se observó la falta de datos como nombres o el celular de contacto. Por todos estos motivos se optó por aplicar un muestreo a conveniencia con los

pacientes de la asociación que residían en la provincia de Trujillo y que habían adquirido algún producto derivado del cannabis a través del número de WhatsApp de la Asociación durante el año 2019.

El presente estudio aporta nueva información que servirá de referencia para futuras investigaciones relacionadas al consumo de cannabis medicinal, proporcionando datos sobre el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú en el proceso de pre compra, compra y post compra. Los hallazgos encontrados podrán servir a empresas nacionales o internacionales que deseen incursionar en el mercado peruano, gracias al amplio panorama que se obtuvo de las características y de los patrones de consumo de los pacientes. Además este estudio ofrece diversos insights sobre como se está comportando el mercado de cannabis medicinal en la ciudad de Trujillo. Estos hallazgos podrán ser útiles para aquellas entidades estatales que regulan su comercialización para que puedan mejorar sus políticas acerca de la despenalización y comercialización de estos productos. Por último, se ha podido validar el cuestionario como una herramienta valida para adaptaciones en futuros estudios descriptivos acerca del comportamiento del consumidor.

Se recomienda a aquellos investigadores que deseen profundizar el tema de estudio adoptar métodos de muestreo probabilísticos para obtener una muestra representativa de la población, teniendo en cuenta las dificultades que existen en trabajar con personas que padecen de delicadas condiciones de salud. Se sugiere garantizar la anonimidad de las encuestas y la estimulación de los pacientes a través de premios por su participación. De igual manera, es importante contar con la colaboración de entidades que concentren este tipo de consumidor como las asociaciones de pacientes. Se recomienda al Estado peruano modificar sus políticas de comercialización y distribución de productos derivados del cannabis medicinal, ya que se ha podido observar que ningún paciente encuestado adquiere productos derivados del cannabis medicinal a través de los canales oficiales. Se recomienda tener en cuenta las sugerencias de los pacientes acerca de la accesibilidad de estos productos, habilitando más puntos de ventas fuera de Lima y considerando la posibilidad de su venta a través de otros canales como farmacias. Se recomienda a las empresas que deseen incursionar en este mercado considerar a las asociaciones de pacientes como posibles aliados para la comercialización de estos productos, los cuales deberán tener precios accesibles y cumplir con los registros sanitarios requeridos por la Ley Peruana. Se recomienda la realización de censos o estudios descriptivos sobre los potenciales usuarios de cannabis medicinal a nivel nacional y estudios cualitativos sobre la opinión que estos tienen acerca de su consumo.

## 4.2 Conclusiones

A través del presente estudio no ha sido posible lograr el objetivo general de describir el comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú al no haber podido encuestar una muestra representativa de esta población. Aún así, por su carácter exploratorio este estudio permite un primer acercamiento a este tipo de consumidor en el mercado peruano y sirve como referencia para futuras investigaciones de mayor cobertura. Se tomó como muestra a conveniencia del autor a aquellos pacientes que han adquirido algún producto derivado del cannabis a la Asociación en el transcurso del 2019 a través de la plataforma WhatsApp. En total, 47 pacientes respondieron la encuesta online realizada a través de la plataforma de Google Formularios.

Dentro de los hallazgos más importantes en el perfil del consumidor se pudo observar que la edad promedio de los pacientes que participaron en el estudio es de 51 años, el 44,7% de ellos es soltero, el 48.9% cuenta con estudios superiores mientras que el 40,4% trabaja. El ingreso promedio familiar del 59,5% de ellos oscila entre los S/0 y los S/1800, lo cual justifica su sensibilidad a los precios altos de los medicamentos a base de cannabis. Los pacientes cuentan mayormente con un seguro médico de tipo social (ESSALUD).

Respecto al comportamiento del consumidor en el proceso de pre compra se identificó que los principales síntomas que los pacientes presentaron antes de empezar el tratamiento son de tipo psicológico como la ansiedad, el trastorno del sueño y la depresión, además de otros de tipo físico como el dolor crónico. Suelen informarse a través recomendaciones y redes sociales y el 68,1% de ellos ha consultado por lo menos un médico especializado en cannabis antes de su tratamiento. Se identificó la influencia de los siguientes factores en el comportamiento de pre compra de los pacientes: el 59,6% de ellos consideró "Muy importante" la búsqueda de información previa a la compra; el 51,1% consideró "Importante" el factor precio en su decisión de compra; el 48,9% consideró "Muy importante" la experiencia de otros pacientes en su decisión de compra; el 72,3% consideró "Muy importante" la procedencia del producto en su decisión de compra; el 42,6% consideró "Importante" la presentación del producto en su decisión de compra;

Respecto al comportamiento del consumidor en el proceso de compra se identificó que el principal tipo de productos que consumen es el aceite de cannabis lo cual se consume por

vía oral-sublingual. En promedio gastan en productos derivados de cannabis medicinal entre S/101 y S/200 al mes y suelen comprarlos con una frecuencia mensual. Su frecuencia de consumo es en promedio de 3 veces por día y la familia suele participar ya sea en el proceso de compra que de pago.

Respecto al comportamiento del consumidor en el proceso de post compra se hallaron resultados positivos en la evaluación de la experiencia con el tratamiento con el cannabis, en el trato recibido por el médico y en el proceso de compra. Solo el 23,4% de los pacientes advirtió efectos adversos con el consumo de productos derivados del cannabis medicinal como por ejemplo efectos de mareo o somnolencia. Entre las principales sugerencias se resalta la reducción de costos de los productos, la aprobación de la comercialización de los productos a través de otros canales y un mejor seguimiento por parte de los médicos durante el tratamiento.

A través de la realización de este trabajo ha sido posible aplicar conceptos de mercadotecnia e investigación del comportamiento del consumidor en el rubro farmacéutico donde aún se conserva un concepto pasivo del paciente mientras que como explica Priego-Álvarez (2005) estos pueden ser considerados clientes o consumidores ya que al tener capacidad de pagar, se sitúan en posición de elegir y exigir un mejor servicio. Los resultados hallados permiten no solo a la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú tener un análisis completo sobre los pacientes que la conforman y sus conductas en el consumo de productos derivados del cannabis medicinal, si no de ofrecer un panorama comercial de cómo se está desarrollando el negocio del cannabis medicinal en el Perú a pocos años de su despenalización y de lo mucho que aún se necesita mejorar para desarrollar este nuevo mercado e impulsar la inversión ya sea nacional que extranjera.

## CAPÍTULO V. REFERENCIAS

- Aiken, L. (1980). Content Validity and Reliability of Single Items or Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 40, 955-959.
- Assael, H. (1987). *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston: Kent Publishing company.
- Assael, H. (1999). *Comportamiento del consumidor*. México: International Thomson.
- Belle-Isle, L., Walsh, Z., Callaway, R., L., P., Capler, R., Kay, R., & Holtzman, S. (2014). Barriers to access for Canadians who use cannabis for therapeutic purposes. *International Journal of Drug Policy*, 691-699.
- Bewley-Taylor, D., Blickman, T., & Jelsma, M. (2014). Auge y caída de la prohibición del cannabis. *Transnational Institute*.
- Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor*. Thomson.
- Canadian Association of Medical Cannabis Dispensaries. (2013). *Dispensaries are indispensable: Compassion clubs launch first certification program*.
- CODHEY. (2011). *Encuesta: Personas con discapacidad y derechos humanos*. Mérida, Yucatán.
- De la Fuente, S. (2016). *El cannabis: de la prohibición a la legalización*.
- Eguren, D., Cáceres, J., & Misseroni, S. (2017). Pacientes que usan Cannabis sativa sp. con fines medicinales en Cuidados Paliativos, Hospital Gustavo Fricke: Resultados de una encuesta local. *Revista Chilena de Salud Pública*, 135-141.
- EMR. (2019). *Global Medical Cannabis Market Report and Forecast 2019-2024*.
- Escurra, L. (1988). Cuantificación de la Validez de Contenido por el Criterio de Jueces. *Revista de Psicología*.
- García Canclini, N. (1995). El consumo sirve para pensar. *Consumidores y ciudadanos*, 41-55.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *Spss for Windows step by step: A simple guide and reference*. Boston.
- Hazekamp, A., Ware, M., Muller-Vahl, K., Abrams, D., & Grotenhermen, F. (2013). The Medicinal Use of Cannabis and Cannabinoids—An International Cross-Sectional Survey on Administration Forms. *Journal of Psychoactive Drugs*.

- Health Canada. (2013). *Marihuana medical access program statistics*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Education.
- Leger Marketing. (2002). *An Exploratory Study Among Canadians About the Use of Cannabis*. Quebec.
- Mikulic, M. (2019). *U.S. medical marijuana retail sales 2018-2023*. Statista.
- Philippe, L. (2012). It Can't Hurt to Ask; A Patient-Centered Quality of Service Assessment of Health Canada's Medical Cannabis Policy and Program. *Harm Reduction Journal*.
- Priego-Álvarez, H. (1996). Priego-Álvarez, H. *Priego-Álvarez, H.*, 4:24-27.
- Priego-Álvarez, H. (2002). *Mercadotecnia en Salud: Aspectos básicos y operativos*.
- Priego-Álvarez, H. (2005). *Consumo en salud. Análisis mercadológico del comportamiento del consumidor sanitario*. Barcelona.
- Prohibition Partners. (2018). *The LATAM Cannabis Report*. London.
- Quintanilla, I., Berenguer, G., & Gómez, M. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ruiz de Maya, S. (2011). El comportamiento del consumidor en marketing. Del método científico a su posición en la empresa. *Cuadernos De Administración*, 17(26), 35-58.
- Ruiz de Maya, S., & Grande E., I. (2013). *Casos de comportamiento del consumidor*. España.
- Sexton, M., Cuttler, C., Finnell, J. S., & Mischley, L. K. (2016). A Cross-Sectional Survey of Medical Cannabis Users: Patterns of Use and Perceived Efficacy. *Cannabis and Cannabinoid Research*.
- Swift, W., Gates, P., & Dillon, P. (2005). Survey of Australians using cannabis for medical purposes. *Harm Reduction Journal*.
- World Health Organization. (2014). *Cannabis and cannabis resin - Information Document*. Geneva.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1: Ficha de validación de Peter André Gámez Cabanillas



UNIVERSIDAD  
PRIVADA DEL NORTE

**FICHA DE VALIDACIÓN**

**I. DATOS INFORMATIVOS**

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
GAMEZ CABANILLAS Peter André	Médico - Cirujano Sociedad Médica del Cannabis	Quintanilla Rojas, Gerald Raymond

Título de la investigación:

DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL EN LOS PACIENTES DEL COLECTIVO "MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO - PERÚ", TRUJILLO, PERÚ 2019

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables					XX
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					XX
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					XX
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación					XX
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					XX
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones				X	
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					XX
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado					XX

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

-----

-----

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Trujillo 03/ diciembre 2019	70114399		949173113
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

**ANEXO N.º 2: Ficha de validación de Karen Lindsay Lazo Béjar**

**FICHA DE VALIDACIÓN**

**I. DATOS INFORMATIVOS**

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
LAZO BEJAR, LINDSAY KAREN.	DOCENTE DE TIEMPO COMPLETO.	Quintanilla Rojas, Gerald Raymond
Título de la investigación:		
DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL EN LOS PACIENTES DEL COLECTIVO "MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO - PERÚ", TRUJILLO, PERÚ 2019		

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado					✓
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología					✓
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					✓
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					✓
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado					✓

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN**

-----

-----

**IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN**

Truj. 25 de noviembre de 2019	42316353		992264729
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

### ANEXO N° 3: Ficha de validación de Alfredo Gerardo Alegría Alegría

#### FICHA DE VALIDACIÓN

##### I. DATOS INFORMATIVOS

Apellidos y nombres del especialista o experto	Grado académico, cargo o institución donde labora	Autor(s) de la investigación
ALEGRÍA ALEGRÍA ALFREDO GERARDO	Doctor en Ciencias de la Educación Docente T.C	Quintanilla Rojas, Gerald Raymond
Título de la investigación: DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL EN LOS PACIENTES DEL COLECTIVO "MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO - PERÚ", TRUJILLO, PERÚ 2019		

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENA 41-60%	MUY BUENA 61-80%	EXCELENTE 81-100%
1. CLARIDAD	Formulado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y claridad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre ítems, indicadores y dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	Corresponde al propósito de la propuesta					X
10. OPORTUNIDAD	Propicio para su aplicación en el momento adecuado					X

##### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN

*Es un instrumento apropiado para su aplicación*

##### IV. PROMEDIO DE VALIDACIÓN

Trujillo 24/11/19	17880176	<i>[Firma]</i>	072147
Lugar y fecha	DNI	Firma del experto	Teléfono

## ANEXO N° 4: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Tipo de Variable	Operacionalización	Categorías o Dimensiones *	Definición	INDICADOR	ITEMS
Comportamiento del consumidor	CUANTI-CUALITATIVA	Según Blackwell, Miniard y Engel (2002) es un proceso que abarca todas las actividades del consumidor que preceden, acompañan y siguen a las decisiones de compra. Dicho proceso consta de tres etapas: la pre compra, la compra y la post compra.	PERFIL DEL CONSUMIDOR	Es el conjunto de atributos o características que describen al consumidor	Perfil Demográfico	Sexo
						Edad
						Residencia
						Estado Civil
						Situación laboral
						Ingreso promedio familiar
			Seguro de salud			
			PRECOMPRA	Etapa en la que el consumidor detecta necesidades y problemas, busca información, percibe la oferta comercial, realiza visita a las tiendas, evalúa y selecciona alternativas.	Reconocimiento de la necesidad	Reconocimiento de los síntomas
						Reconocimiento del estado deseado
					Búsqueda de información	Medios por los que el consumidor obtiene información
						Importancia de la búsqueda de información
					Evaluación de alternativas	Importancia del factor precio
						Importancia opinión de los demás pacientes
			Importancia de la procedencia de los productos			
			Importancia de la presentación de los productos			
			COMPRA	Etapa en la que el consumidor decide si realizará la compra	Objeto de compra	Número de médicos visitados antes del tratamiento
						Tipo de producto que consume el paciente
						Formas de consumo
					Frecuencia de compra	Frecuencia de compra del producto
					Frecuencia de consumo	Frecuencia de consumo del producto
Lugar de compra	Lugar de dónde obtiene el producto					
POST COMPRA	Etapa en el consumidor pasa por diferentes fases donde se establece un equilibrio entre lo que se ha gastado (valoración objetiva) y el beneficio que se obtiene con ello (valoración subjetiva) El resultado de esa búsqueda de equilibrio se relacionará con la satisfacción post compra y la evaluación de la experiencia de consumo influirán en las futuras conductas de compra.	Roles	Persona que adquiere el producto			
			Persona que paga el producto			
			Experiencia	Evaluación de la experiencia del paciente		
			Percepción de efectos adversos			
	Calificación del proceso de compra					
	Sugerencias para mejorar la experiencia					

## ANEXO N° 5: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
AUTOR: QUINTANILLA ROJAS, G.				
TÍTULO: CARACTERÍSTICAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL DE LOS PACIENTES DE LA ASOCIACIÓN "MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO-PERÚ", TRUJILLO, PERÚ 2020				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b>	<b>1. Objetivo General:</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>V. Cualitativa 1</b>	
¿Qué características tiene el comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú 2020?	Describir las características del comportamiento del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú, 2020.	Los pacientes de la "Asociación Marihuana Medicinal Trujillo-Perú" son consumidores de productos derivados del cannabis para uso medicinal.	Comportamiento del consumidor	<p><b>1. Tipo de Investigación:</b> Descriptiva</p> <p><b>2. Nivel de Investigación:</b> Exploratorio</p> <p><b>3. Método:</b> Analítico, inductivo - deductivo</p> <p><b>4. Diseño de la Investigación:</b> No experimental, transversal</p> <p><b>5. Universo:</b> Pacientes del Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú que han sido tratados con productos derivados del cannabis para uso medicinal</p> <p><b>6. Población:</b> 102 pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú que residen en la provincia de Trujillo y han adquirido algún producto derivado del cannabis para uso medicinal durante el 2019, a través de la plataforma de WhatsApp. (o el familiar que esté a cargo en el caso el paciente no esté en condiciones de responder)</p> <p><b>6. Muestra:</b> 47 pacientes, de ambos sexos y todas las edades de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú que residen en la provincia de Trujillo, han adquirido algún producto derivado del cannabis para uso medicinal durante el 2019 a través de la plataforma de WhatsApp y han consentido ser parte del estudio. (o el tutor que esté a cargo en el caso el paciente no esté en condiciones de responder)</p> <p><b>7. Técnicas:</b> Encuesta online</p> <p><b>8. Instrumentos:</b> Cuestionario</p> <p><b>9. Indicadores:</b> Perfil Demográfico; Reconocimiento de la necesidad; Búsqueda de información; Evaluación de alternativas; Objeto de compra; Frecuencia de compra; Frecuencia de consumo; Lugar de compra; Roles; Experiencia</p>
<b>2. Problemas Específicos:</b>	<b>2. Objetivos Específicos</b>			
¿Cual es el perfil demográfico del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal en los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú?	Identificar el perfil demográfico del consumidor de productos derivados del cannabis para uso medicinal en los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú.			
¿Qué características tiene el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú, en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal?	Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de pre compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal			
¿Qué características tiene el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú, en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal?	Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal			
¿Qué características tiene el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo - Perú, en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal?	Describir el comportamiento de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo en el proceso de post compra de productos derivados del cannabis para uso medicinal.			

## ANEXO N° 6: Cuestionario online en Formularios de Google

### ENCUESTA SOBRE EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CANNABIS PARA USO MEDICINAL EN LOS PACIENTES DE LA ASOCIACIÓN “MARIHUANA MEDICINAL TRUJILLO – PERÚ”, TRUJILLO, PERÚ 2020

Hola, estoy realizando una encuesta sobre las características del comportamiento del consumidor de los pacientes de la Asociación Marihuana Medicinal Trujillo – Perú que consumen productos derivados del cannabis medicinal. Esta encuesta forma parte de mi trabajo de investigación para obtener la licenciatura. Todas las encuestas son ANÓNIMAS.

\*Obligatorio

1. NOMBRE PACIENTE: \*

\_\_\_\_\_

2. a. La persona que está respondiendo el cuestionario es: \*

Marca solo un óvalo.

- El paciente  
 Un familiar del paciente

PARTE I: PERFIL DEL CONSUMIDOR

En esta sección te pediremos datos básicos sobre el paciente.

3. a. Sexo del paciente \*

Marca solo un óvalo.

- Mujer  
 Hombre

4. b. Edad del paciente \*

\_\_\_\_\_

5. c. Distrito de residencia del paciente: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Trujillo
- Victor Larco
- Huanchaco
- El Porvenir
- La Esperanza
- Florencia de Mora
- Laredo
- Moche
- Poroto
- Salaverry
- Simbal
- Otros: \_\_\_\_\_

6. d. Estado civil del paciente: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Soltero
- Casado
- Conviviente
- Separado
- Divorciado
- Viudo

7. e. Nivel de educación del paciente

*Marca solo un óvalo.*

- Sin escolaridad
- Primaria incompleta
- Primaria Completa
- Secundaria incompleta
- Secundaria completa
- Superior

8. f. Situación laboral actual del paciente: \*

*Marca solo un óvalo.*

- Desempleado
- Jubilado
- Estudiante
- Trabaja
- Ama de casa
- Incapacidad laboral

9. g. Ingreso promedio familiar del paciente \*

*Marca solo un óvalo.*

- 0 - 930
- 931 - 1800
- 1801 - 2700
- 2701 - 3600
- 3601 - 4500
- más de 4500

10. h. Seguro del paciente \*

*Marca solo un óvalo.*

- SIS
- ESSALUD
- SEGURO PRIVADO
- SANIDADES
- NO CUENTA

PARTE II: PROCESO  
DE PRECOMPRA

En esta sección te haremos ciertas preguntas sobre la etapa previa a la adquisición de los productos derivados del cannabis para uso medicinal.

11. a. Indique los síntomas que el paciente presentaba antes de iniciar el tratamiento con productos derivados del cannabis. Puede marcar más de una respuesta o agregar una opción al final. \*

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Ánimo triste
- Dolor crónico (mayor de 12 semanas)
- Dolores en las articulaciones
- Dolor de cabeza
- Pérdida de peso
- Nausea/vomito
- Dolores en la columna
- Espasmos (contracturas musculares dolorosas)
- Dolor generalizado
- Fatiga crónica
- Dolor agudo de tipo nervioso (neuralgia)
- Pérdida de apetito
- Efectos secundarios de la quimioterapia
- Rigidez muscular
- Trastornos del sueño
- Presión intraocular
- Temblor en reposo
- Déficit de atención
- Conducta violenta
- Epilepsia refractaria
- Demencia
- Convulsiones
- Pérdida de memoria
- Ansiedad

Otros:  \_\_\_\_\_

12. b. De los síntomas que ha marcado en la pregunta anterior, ¿cuáles de estos el paciente ha deseado aliviar con productos derivados del cannabis medicinal? Puede marcar más de una respuesta o agregar una opción al final \*

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Ánimo triste
- Dolor crónico (mayor de 12 semanas)
- Dolores en las articulaciones
- Dolor de cabeza
- Pérdida de peso
- Náusea/vómito
- Dolores en la columna
- Espasmos (contracturas musculares dolorosas)
- Dolor generalizado
- Fatiga crónica
- Dolor agudo de tipo nervioso (neuralgia)
- Pérdida de apetito
- Efectos secundarios de la quimioterapia
- Rigidez muscular
- Trastornos del sueño
- Presión intraocular
- Temblor en reposo
- Déficit de atención
- Conducta violenta
- Epilepsia refractaria
- Demencia
- Convulsiones
- Pérdida de memoria
- Ansiedad

Otros:  \_\_\_\_\_

13. c. ¿De qué manera ha obtenido información acerca del cannabis medicinal? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Por recomendación
- Profesional de salud
- Redes sociales
- Televisión, radio o diarios
- A través de páginas en internet
- Otros: \_\_\_\_\_

**Para usted...**

A continuación le pediremos dar una opinión acerca de ciertos factores. Les pedimos leer con atención cada pregunta

14. d. Antes de realizar la compra de productos derivados del cannabis medicinal, ¿qué tan importante es la búsqueda de información sobre estos productos? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Nada importante  
 Poco importante  
 Regular  
 Importante  
 Muy importante

15. e. En la toma de decisión de compra, ¿qué tan importante es el factor precio de los productos derivados del cannabis para uso medicinal? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Nada importante  
 Poco importante  
 Regular  
 Importante  
 Muy importante

16. f. En la toma de decisión de compra, ¿qué tan importante es la opinión de otros pacientes que han sido tratados con productos derivados del cannabis para uso medicinal? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Nada importante  
 Poco importante  
 Regular  
 Importante  
 Muy importante

17. g. En la toma de decisión de compra, ¿qué tan importante es la procedencia de los productos derivados del cannabis para uso medicinal? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Nada importante  
 Poco importante  
 Regular  
 Importante  
 Muy importante

18. h. En la toma de decisión de compra, ¿qué tan importante es la presentación (envoltura, empaque, etc.) de los productos derivados del cannabis medicinal? \*

Marca solo un óvalo.

- Nada importante  
 Poco importante  
 Regular  
 Importante  
 Muy importante

19. i. ¿Cuántos médicos especializados en cannabis medicinal ha consultado el paciente antes de empezar su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- Cero  
 Uno  
 Dos  
 Tres a más

### PARTE III: PROCESO DE COMPRA

En esta sección te haremos ciertas preguntas sobre la etapa de adquisición de los productos derivados del cannabis para uso medicinal.

20. a. ¿Qué tipo de producto derivado del cannabis medicinal compra el paciente para su tratamiento? Puede marcar más de una respuesta \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Aceite de cannabis  
 Flores de cannabis (cogollos)  
 Capsulas de cannabis  
 Pomadas de cannabis

Otros:  \_\_\_\_\_

21. b. ¿De qué manera el paciente consume los productos derivados del cannabis medicinal? Puede marcar más de una respuesta \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Ingerido en alimentos  
 Fumado  
 Vaporizado  
 En bebidas  
 Via oral - sublingual  
 Via tópica

Otros:  \_\_\_\_\_

22. c. ¿Cuánto gasta en promedio al mes en la compra de productos derivados del cannabis medicinal para su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- Menos de S/100  
 S/101 - S/200  
 S/201 - S/300  
 Más de 300

23. d. ¿Cada cuánto tiempo compra productos derivados del cannabis medicinal para su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- Cada semana  
 Cada 15 días  
 Cada 20 días  
 Una vez al mes  
 Otros: \_\_\_\_\_

24. e. ¿Con qué frecuencia el paciente hace uso de productos derivados del cannabis uso medicinal para su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- Una vez al día  
 Dos veces al día  
 Tres veces al día  
 Cuatro veces a más al día  
 Otros: \_\_\_\_\_

25. f. En qué lugar o lugares has conseguido los productos derivados del cannabis? Puedes marcar más de una respuesta \*

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- En alguna asociación o sociedad de pacientes que tratan con cannabis  
 En páginas que lo comercializan por redes sociales/internet  
 De amigos o familiares  
 De farmacias autorizadas  
 Auto cultivo mi propio cannabis

Otros:  \_\_\_\_\_

26. g. ¿Quién se encarga de realizar la compra de los productos derivados del cannabis medicinal para su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- El mismo paciente  
 Algún familiar  
 Algún amigo  
 Otros: \_\_\_\_\_

27. h. ¿Quién se encarga de pagar los productos derivados del cannabis para uso medicinal para su tratamiento? \*

Marca solo un óvalo.

- El mismo paciente  
 Algún familiar  
 Algún amigo  
 Otros: \_\_\_\_\_

PARTE IV: PROCESO  
DE POSCOMPRA

En esta sección te haremos ciertas preguntas sobre la etapa posterior a la adquisición de los productos derivados del cannabis para uso medicinal.

28. a. ¿Cómo considera el paciente su experiencia con el tratamiento a base de productos derivados del cannabis para uso medicinal? \*

Marca solo un óvalo.

- Muy mala  
 Mala  
 Ni buena ni mala  
 Buena  
 Muy buena

29. b. ¿El paciente ha percibido efectos adversos al hacer uso de productos derivados del cannabis para uso medicinal? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí  
 No

Si respondió "Sí" a la pregunta anterior continúe con la pregunta C. En caso contrario prosiga desde la pregunta D.

30. c. Qué efectos adversos ha percibido el paciente luego de haber consumido productos derivados del cannabis? Puede marcar más de una respuesta

*Selecciona todas las opciones que correspondan.*

- Mareo  
 Nauseas y vómitos  
 Somnolencia  
 Verborrea  
 Percepción de embriaguez  
 Ansiedad  
 Palpitaciones  
 Alucinaciones  
 Insomnio  
 Estado confusional

Otros:  \_\_\_\_\_

31. d. ¿Cómo califica el trato recibido por el/los médico/s especialistas en cannabis que ha consultado? En caso no haya consultado con algún médico pasar a la pregunta "e"

*Marca solo un óvalo.*

- Muy malo  
 Malo  
 Ni bueno ni malo  
 Bueno  
 Muy bueno

32. e. ¿Cómo califica el proceso de compra, es decir, el esfuerzo que realizó para conseguir los productos derivados del cannabis medicinal para su tratamiento? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Muy malo  
 Malo  
 Ni bueno ni malo  
 Bueno  
 Muy bueno

33. f. ¿Qué sugerencias darías para que tu experiencia con los productos derivados del cannabis mejore?

---

---

---

---

---



