

*Ciudad de México*

# Abortifacientes en farmacias y mercados

SUSAN PICK, MARSELA A. ALVAREZ Y MARTA GIVAUDAN

La incidencia de abortos inducidos en México es, como en la mayoría de los países de Latinoamérica, muy elevada. Los datos reportados<sup>1</sup> señalan que a finales de los años setenta el número de abortos inducidos que se practicaban en estos países representaba la cuarta parte de los embarazos.

En la mayor parte de Latinoamérica el aborto ocurre ante una legislación sumamente restrictiva y se efectúa, en su mayoría, con técnicas deficientes y en condiciones antihigiénicas. Esta situación implica que se presenten serias consecuencias adversas de todo tipo.

En el ámbito del aborto en México es importante considerar el papel que desempeñan los trabajadores de farmacias y de puestos de hierbas en los mercados con respecto a la distribución de anticonceptivos, abortifacientes y pseudoabortifacien-

tes. Se sabe por ejemplo que más del 60% de los anticonceptivos que consiguen los adolescentes se distribuyen directamente por medio de farmacias<sup>2</sup>.

Tales productos están al alcance de los clientes en ausencia de médicos u otro personal entrenado, con lo que se deja el papel de consejeros y fuentes de obtención de los productos a los empleados de las farmacias y de los puestos de hierbas.

Las mujeres recurren a una variedad de técnicas para provocarse un aborto: algunas de ellas se refieren al uso de medicamentos, desde remedios tradicionales hasta productos más modernos<sup>3</sup>.

Diversos medicamentos, incluyendo preparaciones hormonales o los indicados para otras enfermedades, se utilizan ampliamente como abortifacientes<sup>4</sup> prescritos con frecuencia por un farmacéuta y utilizados por muchas mujeres casi inmediatamente después

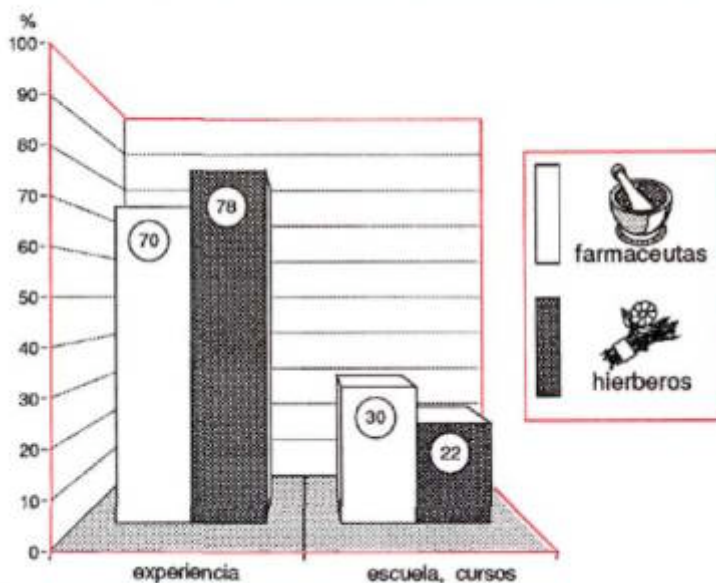
de que sospechan de su embarazo, antes de buscar maniobras más agresivas para interrumpirlo<sup>5</sup>.

El objetivo global de esta encuesta consistió en obtener información sobre los conocimientos y actitudes de los empleados de farmacias y puestos de hierbas en mercados, en relación con los abortifacientes de que disponen y transmiten a sus clientes. La información se obtuvo mediante entrevistas confidenciales, con la garantía de mantener un total anonimato de los entrevistados, por lo que sus datos de identidad se destruyeron inmediatamente después de la aplicación.

Se encontró que 31.7% de los empleados de farmacia y 55.6% de los mercados desconocen en qué periodo del embarazo es menos riesgoso para la salud de la mujer provocar un aborto. El 87.3% de los farmacéutas y 76.9% de los hierberos afirmaron que sus clientes les solicitan abortifacientes.

Igualmente se encontró que 62.8% de los farmacéutas reconocen que hay métodos para abortar, de aquellos a los que les pide ayuda la gente, 61.1% indica que lo más común es que les soliciten inyecciones; de ellos 88.6% reconocen la efectividad de

¿Dónde adquirió los conocimientos que transmite a sus clientes?



Sólo  
el 35.7%  
de las farmacias  
saben cómo  
se usan  
los anticonceptivos

este método para provocar el aborto y 23.6% piensan que ciertas pastillas pueden utilizarse para este fin.

El 64.3% de los hierberos reconocen que hay métodos para abortar y de ellos 94.1% hablan de las hierbas como abortifacientes, así como 11.8% mencionan además las inyecciones. Es de gran interés que sólo 4.7% de los farmacéutas y 5.8% de los hierberos nombraran el legrado uterino como método más apropiado para abortar.

Al indagar dónde obtuvieron las personas entrevistadas los conocimientos que transmiten a sus clientes, se encontró

que 70.4% de los farmacéutas y 78.2% de los hierberos reconocen haber adquirido los conocimientos mediante la experiencia que les da su trabajo. Un 22.2% de los hierberos han obtenido los conocimientos dentro de su ambiente familiar. El 29.5% de los farmacéutas y 21.7% de los hierberos comentaron haber aprendido al respecto tanto en la escuela como en cursos o revistas.

Las personas entrevistadas informaron que obtienen de las pláticas informales con sus clientes datos relativos a la edad, sexo, estado civil, ocupación, motivo por el que buscan

abortar y nivel socioeconómico del que provienen.

Con base en los datos obtenidos de los farmacéutas se puede describir que ellos perciben que 72.7% de los clientes tienen entre 14 y 30 años de edad y que el 72% de los casos acude la mujer sola a solicitar el medicamento. El estado civil sólo lo reportaron 69% de los entrevistados, de donde 66.1% refirió que se trataba de mujeres solteras.

Respecto a la ocupación de los clientes que acuden a la farmacia, los farmacéutas señalaron que 34.6% corresponde a empleadas, 27.8% a estudiantes y 5.7% a amas de casa. El 39.7% de los farmacéutas reportó que sus clientes provienen de todos los niveles socioeconómicos; 27.6% más resaltó que sus clientes pertenecen a un nivel medio.

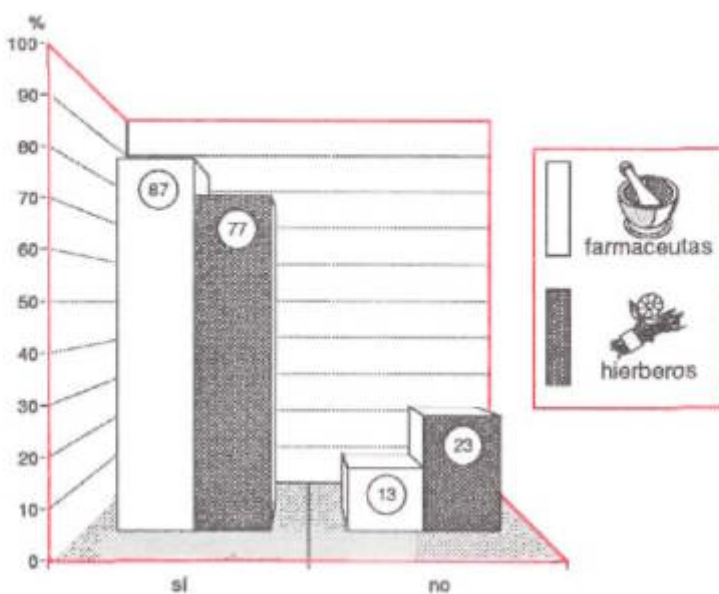
De acuerdo con los datos señalados por los farmacéutas respecto al motivo por el que sus clientes buscan el aborto, 30.8% indica que se debe a su soltería o a que no se sienten preparadas; 17.7% desean abortar por tener problemas familiares y 10.9% por problemas económicos. El 40.6% de los farmacéutas desconoció el motivo de su cliente para solicitar el abortifaciente.

Con respecto a la actitud hacia el aborto, 50.3% de los farmacéutas consideran que la mujer que aborta tiene sus razones personales y por lo tanto no la juzgan. Un 45.3% dan una descripción negativa de la mujer que aborta y 4.4% consideran que es una persona responsable y consciente.

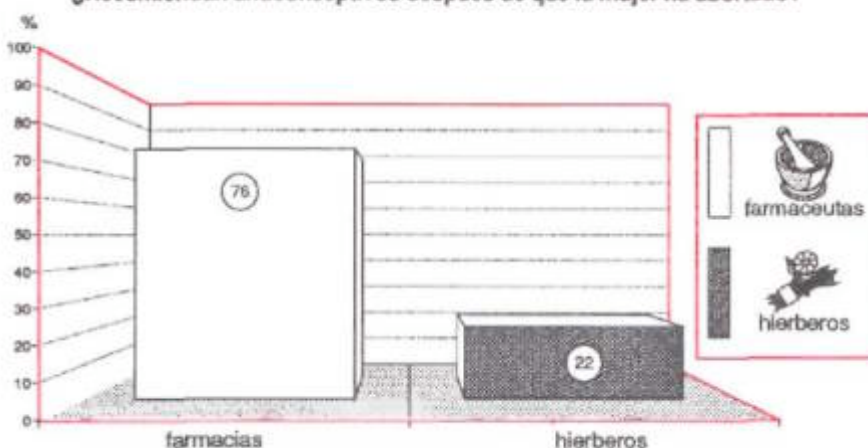
Por otro lado, los hierberos perciben que 56.4% de sus clientes son de entre 14 y 30 años y 13% de todas las edades. En el 56.5% de las ocasiones acude la mujer sola y el 17.4% va acompañada de su pareja. El 47.8% de los hierberos desconocen el estado civil de su clientela y 34.8% comenta que son mujeres solteras.

En relación con la ocupación de los clientes, 52.2% de los entrevistados no proporcionó datos y el porcentaje restante se distribuye equitativamente entre estudiantes (17.4%), empleados (13%) y amas de casa (13%). Una cuarta parte de los hierberos comentan que sus clientes provienen de todos los niveles socioeconómicos y 33.3% adicional menciona que pertenecen a un nivel bajo.

¿Le solicitan sus clientes ayuda para abortar?



¿Recomiendan anticonceptivos después de que la mujer ha abortado?



En relación con el motivo que tienen para solicitar un abortifaciente, 54.2% indicaron desconocerlo. Una cuarta parte (25%) hizo referencia a que sus clientes tienen problemas económicos o muchos hijos, y el 20.8% comentan que buscan abortar debido a que son solteras o a que no se sienten preparadas para tener hijos.

En cuanto a la actitud ante el aborto, 53.6% de los hierberos dieron una opinión negativa de la mujer que aborta, 42.9% son de la opinión que no pueden juzgarla ya que ellas tendrán sus razones personales, y 3.6% considera que son responsables.

El 75.7% de los farmacéutas y 22.2% de los hierberos comentaron que recomiendan a la mujer que lo solicita algún método anticonceptivo para después de que ha abortado. Sin embargo, de acuerdo con un criterio de calificación establecido por los entrevistadores, sólo 35.7% de los farmacéutas y ninguno de los hierberos pudo dar una descripción acertada sobre el uso efectivo de los métodos anticonceptivos.

Los resultados de esta investigación

**características de los clientes que acuden a farmacias y mercados**

- de 14 a 30 años
- solteras
- acuden solas a solicitar el servicio abortifaciente
- nivel socioeconómico medio y bajo
- motivos: económico y soltería

muestran la demanda de servicios para abortar, tanto en farmacias como en mercados, en tres delegaciones de la ciudad de México.

Importante también es señalar que las personas están incluso dispuestas a correr riesgos para conseguir la atención, lo cual se desprende del hecho de que buscan este tipo de servicios con personas de bajos niveles de capacitación en el campo, a la vez ello apunta a un vacío en la educación para la salud en varios sectores de la población.

### Información metodológica ampliada

Entre el 28 de julio y el 28 de agosto de este año, cinco entrevistadoras aplicaron una encuesta a una muestra representativa de tres delegaciones del Distrito Federal. Se trató de personas cuya ocupación consistía en atender una farmacia o un puesto de plantas medicinales en algún mercado.

El estudio se efectuó utilizando un tipo de muestreo aleatorio de manera que incluyera los tres niveles socioeconómicos.

Las entrevistas utilizadas contienen 21 preguntas cerradas, 16 abiertas y cinco semiabiertas.

La distribución por sexo corresponde al 32.4% a mujeres y 67.6% a hombres.

Respecto al nivel socioeconómico, 30.4% abarca al nivel alto, 30.9% al medio y 38.6% al bajo.<sup>6</sup>

El rango de edad fue de 15 a 80 años con la siguiente distribución: 25.2% entre 15 y 24 años; 31.1% entre 25 y 34 años; 21.9% entre 35 y 44 años; 10.1% entre 45 y 54 años y 21.7% corresponde a personas de 55 años o mayores.

Debido a que la muestra estudiada no es muy grande, el margen de error indica que hay un 86.5% de probabilidades de obtener estos mismos resultados en caso de replicar el estudio. De tal manera que los resultados no pueden ser generalizados para todas las farmacias y mercados de la ciudad de México.

### Referencias

<sup>1</sup> Rochare, W, Kreimer, D, Senanayake, P, y Howell, C. *Induced Abortions and Health Problems in Development Countries*. The Lancet, 30 de agosto de 1980, pág. 484.

<sup>2</sup> Pick de Weiss, S y David, H *Illegal abortion in México Client perceptions*. American Journal of Public Health, volumen, 80, número 6.

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> Frejka, T Atkin, L Toro, O L and Paxman, J. *A conceptual Framework for the study of Induced Abortion*. Mexico City: The Population Council.

<sup>5</sup> Browner, C *Abortion Decision Making: Some Findings from Colombia Studies in Family Planning*, 10:3 % 106 Llovet, J J y Ramos, S *La práctica del aborto en las mujeres de sectores populares de Buenos Aires*. Documento CEDES, número 4

<sup>6</sup> WILSA. *Plano Mercadológico de la ciudad de México y área metropolitana*. Edición especial, 1988.

**vitrina metodológica**

**fecha de levantamiento**  
julio a agosto de 1991

**tipo de entrevista**  
personal, en el lugar de trabajo

**patrocinadores**  
Organización Mundial de la Salud

**responsables de la investigación**  
Susan Pick de Weiss  
Marsela A. Alvarez I.  
Marta Givaudan

**método de muestreo**  
aleatorio

**tamaño de la muestra**  
222 encuestas

**responsable del levantamiento**  
Instituto Mexicano de Investigación de Familia y Población (MIFAP)

**margen de error**  
+/- 6.7%

farmacias			
delegación			nivel socioeconómico
1	2	3	
40% (28)	40% (26)	13% (6)	alto
28.6% (20)	29.2% (19)	37% (17)	medio
31.4% (22)	30.8% (20)	50% (23)	bajo
70	65	46	

mercados			
delegación			nivel socioeconómico
1	2	3	
15% (3)	-	-	alto
35% (7)	63.6 (7)	10% (1)	medio
50% (10)	36.4% (4)	90% (9)	bajo
20	11	10	