Proyecto de Expansión de la Línea de Marcas en la División Farmacéutica de la Empresa ECUAQUÍMICA

Karen Jeaninne Bastidas Vinces
María Lissete Espinoza Mora
María Auxiliadora Triviño Calderón
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Campus Politécnico "Gustavo Galindo Velasco", Km. 30.5 vía Perimetral, Guayaquil – Ecuador
Apartado 09-01-5863
kbastida@espol.edu.ec
malespín@espol.edu.ec
mautrivi@espol.edu.ec

M. Sc. Constantino Tobalina Dito
Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral
M.Sc en Finanzas
ctobalin@espol.edu.ec

Resumen

Nuestro proyecto está enfocado a incrementar el portafolio de los productos de marca con los que cuenta la empresa ECUAQUÍMICA ya que maneja una extensa cartera de productos genéricos, para ello analizaremos la opción de importarlos, bajo el dominio de la empresa, desde los laboratorios de MINTLAB de Chile. En el Ecuador, dentro de la industria farmacéutica, existe una cultura de preferencia hacia los medicamentos con reconocimiento de marca en comparación con el consumo de medicamentos genéricos, es por este motivo que consideramos que expandir esta línea incrementaría la participación del mercado de ECUAQUÍMICA, posicionando a la misma en el mercado meta y volviéndola más competitiva a nivel nacional. Este estudio demostrará si es factible ampliar el portafolio de productos de marca, lo que nos permitirá llegar a nuevos segmentos en el mercado del sector farmacéutico, además de competir con empresas fuertes de esta industria y obtener un porcentaje de su participación en el mercado, generando un incremento en la rentabilidad de la empresa. La investigación se basa en el estudio de cada una de las marcas que MINTLAB ofrece para la empresa ecuatoriana. El resultado del análisis consistirá en elegir los productos más fuertes con los que ECUAQUÍMICA competirá dentro del mercado farmacéutico.

Palabras Claves: *Industria farmacéutica, productos de marca, productos genéricos, clases terapéuticas, productos éticos, productos OTC*

Abstract

Our project aims to increase the portfolio of branded products with which the company manages ECUAQUÍMICA as an extensive portfolio of generic products, look for this option to import under the control of the company, from laboratories MINTLAB Chile. In Ecuador, within the pharmaceutical industry, there is a culture of preference for drugs with brand recognition in comparison with the consumption of generic drugs, which is why we believe that this expansion would increase the market share of ECUAQUÍMICA, positioning the same in the target market and become more competitive nationally. This study will show whether it is feasible to expand the portfolio of branded products, enabling us to reach new market segments in the pharmaceutical sector, in addition to competing with strong companies in this industry and earn a percentage of market share, generating an increase in corporate profitability. The research is based on the study of each of the brands that the company offers MINTLAB Ecuador. The result of the analysis will be to choose products with the strongest ECUAQUÍMICA to compete in the pharmaceutical market.

Key Words: *Pharmaceutical industry***,** *branded products, generic drugs, therapeutic class, ethical products, OTC products.*

1. Elección del tema

La industria farmacéutica ha sido uno de los sectores más dinámicos de la economía ecuatoriana en los últimos años. Analizando la evolución de los indicadores que surgen de los censos económicos, se observa la creciente participación del sector respecto a otras industrias como la manufacturera. El sendero por el que transita o el escenario en el que se desenvuelve está sujeto a permanentes cambios en diferentes esferas que definen y redefinen la estrategia de desarrollo, la estructura y el comportamiento de las firmas del sector. Y estos cambios están en relación tanto a aspectos tecno-organizativos de la producción y la comercialización, como a alteraciones jurídico-regulatorias.

Al momento de elegir el tema de investigación de nuestro proyecto analizamos dos posibilidades que permitirán involucrarnos en el sector farmacéutico; la primera alternativa sería expandir la cartera de productos de ECUAQUIMICA por medio de medicamentos genéricos y la segunda, por medio de medicamentos de marca. La información proporcionada mostró que la participación del mercado de productos de marca poseía mayor representatividad con respecto a los genéricos, así, el mercado total constituye $ 634`000,000 millones aproximadamente de los cuales, los productos de marca participan con $ 597`000,000 (94%) en comparación con los medicamentos genéricos que poseen $ 37`000,000 (6%).

Gracias a este estudio decidimos que entraremos a competir en la industria farmacéutica con líneas propias (marcas) buscando con esto aumentar la rentabilidad de la empresa y conseguir una mayor participación en el mercado en comparación con la que nos brindaría entrar al mercado con productos genéricos

En el futuro al desarrollar este proyecto tendremos que manejar ciertas situaciones difíciles como serán: Analizar las marcas y los sectores para los cuales se realizará la importación desde los laboratorios de Chile MINTLAB hasta ECUAQUIMICA Ecuador; ya que de un 100% de líneas propias que ofrece MINTLAB empezaremos constituyendo un nuevo portafolio de productos con una pequeña proporción de los mismos. Además que la recopilación de los datos de cada uno de los sectores de esta industria vienen ligados a una ardua investigación de campo en las instituciones de salud públicas, privadas, farmacias y médicos particulares.

Otra problemática a la que nos enfrentaríamos se refiere a la obtención de licencias y permisos sanitarios con los que debería de contar cada producto farmacéutico importado que se venderá en el mercado, por lo cual debemos de estudiar sobre las bases que debemos cumplir al momento de adquirir los productos.

2. Antecedentes

El origen de ECUAQUÍMICA.- Se remonta a 1865, en Guayaquil, cuando un empresario suizo inició un proyecto que con el tiempo se convertiría en una de las más importantes y prósperas empresas del país Max Muller y compañía pionera del gran comercio en el Ecuador. Con capital ecuatoriano-suizo, se dedicó, a la importación y distribución de productos Agroquímicos, Farmacéuticos, Ferreteros para la Construcción, para el Mantenimiento Automotriz, importación de solventes y representaciones de telas, relojes, afines; y, otros.

ECUAQUÍMICA posee nueve bodegas en todo el territorio nacional, las cuales se dividen en:

- Una bodega de Recepción de Importaciones
- Ocho Bodegas Satélites

Figura 1. Bodegas de ECUAQUÍMICA

Laboratorios MINTLAB.- Es una compañía farmacéutica chilena con más de diez años en el mercado, orientada fundamentalmente a la producción y comercialización de medicamentos genéricos, abasteciendo la demanda del mercado chileno y extranjero. Su evolución hoy la sitúa entre los tres principales laboratorios principales del país, con una participación del mercado superior al 30%. MINTLAB cuenta con un extenso mix de productos, con más de 200 presentaciones diferentes, abarcando la mayor parte de las formas farmacéuticas disponibles: comprimidos, cápsulas, grageas, supositorios, jarabes, suspensiones, polvos, inyectables, inhaladores.

El entorno macroeconómico, social y político del Ecuador desde el inicio de la dolarización no ofrece escenarios alentadores para el futuro cercano en lo concerniente a una mejora en el nivel de vida de la población. Actualmente se están haciendo esfuerzos por sanear la economía nacional, creando programas de desarrollo, dando beneficio a los sectores más vulnerables de la población, también ha aumentando los salarios básicos, y se planea aumentar ciertos impuestos a aquellos productos especiales, y a la gente que tiene más riqueza.

La industria farmacéutica es actualmente uno de los sectores empresariales más rentables e influyentes del mundo, lo cual produce al mismo tiempo elogios por sus contribuciones a la salud, y controversias por sus políticas de marketing y campañas para influir en los gobiernos, con el fin de aumentar los precios, extender sus patentes y con ello sus beneficios empresariales.

Tabla 1. Mercado de productos de marcas en Ecuador

Valores (USD)	$ 596,686,871.00
UDS / dosis	$ 0.1690

Tabla 2. Mercado de productos genéricos en Ecuador

Valores (USD)	$ 37,407,651.00
UDS / dosis	$ 0.0910

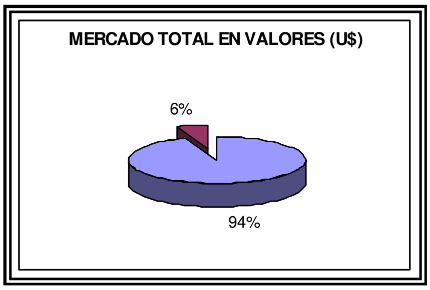

Figura 2. Mercado total en valores (USD)

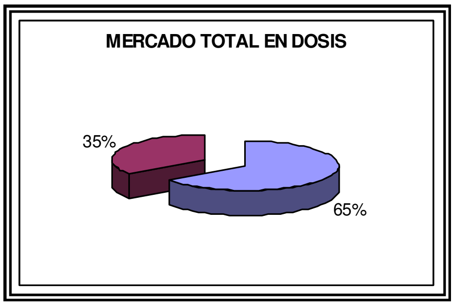

Figura 3. Mercado total en dosis

En el Ecuador existe cierta estabilidad económica pero con bases débiles y de forma forzosa. La población tiende a preferir productos de marca, incluyendo vestuario, alimentación y, enfocándonos a nuestro proyecto, salud.

En las tablas y gráficos anteriores observamos la inclinación que poseen las personas hacia los medicamentos de marca, notando así en el gráfico de Mercado Total en Valores que de un 100% de ingresos de la industria farmacéutica, el 94% de las ventas corresponden a productos de marca y tan sólo el 6% de productos genéricos. Esta información fue la principal pauta que nos ayudó a decidir que nuestro proyecto se base en la expansión de línea propia.

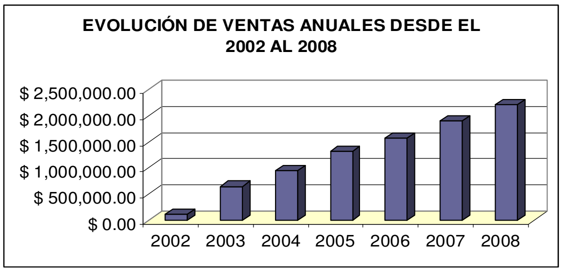

Figura 4. Evolución de ventas anuales desde el 2002 al 2008

La tabla anterior nos muestra como se han desenvuelto las ventas de productos genéricos de ECUAQUÍMICA durante los últimos años. Este proyecto busca generar un crecimiento mayor en los márgenes de rentabilidad en años posteriores pero con productos de marca, ya que actualmente las líneas propias que maneja la empresa están dirigidas a ciertos segmentos ya existentes pero hoy en día han aparecido diferentes clases terapéuticas, nuevos sectores que quieren ser cubiertos por productos de marca importados desde Chile, elaborados por MINTLAB.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Determinar la rentabilidad o viabilidad económica de la expansión de la línea de marca.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las necesidades más críticas de nuestros consumidores y clientes y dedicar nuestros recursos a resolverlas.
- Determinar si se incrementará la participación de mercado de ECUAQUÍMICA.
- Identificar los precios que estarán dispuestos a pagar los consumidores por nuestros productos.
- Analizar las oportunidades con las que cuenta ECUAQUÍMICA para convertirse en el distribuidor de primera elección en el Ecuador.
- Examinar las estrategias más adecuadas para dar a conocer nuestros productos.

4. Diseño y técnica de recolección de información

Nuestro trabajo no consistirá en efectuar encuestas, sino de basarnos en la publicación IMS: Mercado Farmacéutico del Ecuador, libro que recopila las características del mercado farmacéutico permitiendo su segmentación de acuerdo con diferentes criterios.

Mediante esta fuente obtendremos los datos necesarios para la elaboración de las tablas de cada una de las clases terapéuticas, en donde encontraremos el consumo de los medicamentos según los segmentos en los últimos años, lo que nos permitirá analizar en que sectores nos desenvolveríamos de mejor manera cumpliendo con nuestros objetivos específicos.

5. Elección de productos

5.1 Productos éticos

En la Tabla 3 observamos todos los medicamentos éticos producidos por MINTLAB para las diferentes clases terapéuticas existentes, en ella encontramos el nombre comercial del producto además del componente activo, es decir, el principal compuesto utilizado por cada una de las medicinas. También observamos que se encuentra especificado el origen de los productos, así como la presentación y la clase terapéutica a la que corresponde con su respectivo código. De esta gama de 43 productos éticos existentes analizaremos cuáles son los mejores según ciertos estudios de mercadeo, aquellos que beneficiarán con su venta a la empresa ECUAQUÍMICA.

5.2 Productos OTC

A continuación mostramos la Tabla 4 de los OTC o también conocidos como productos populares. De igual forma que la tabla anterior en ella encontramos el nombre comercial de los productos, acompañado de sus componentes activos, la presentación del producto y su clase terapéutica. Buscaremos elegir ciertos productos de este tipo (OTC) con el fin de expandir la cartera de productos de ECUAQUÍMICA.

5.3 Resultados

Después de realizado nuestro estudio de mercado se escogieron los productos de marca resaltados en las tablas antes mencionadas basándonos en la participación de mercado que tenga cada uno de los componentes activos de los productos de marca de MINTLAB.

6. Fuerza de ventas para expansión

Con el fin de cumplir con nuestro objetivo general el cual es: determinar la rentabilidad o viabilidad económica de la expansión de la línea de marca de la empresa ECUAQUÍMICA consideramos indispensable, para introducir los productos de marca al mercado, adherir un nuevo equipo de trabajo el cual estará encargado de posicionamiento de los quince productos que fueron elegidos en el estudio de mercado con los que se trabajarán inicialmente.

Actualmente ECUAQUÍMICA cuenta con una fuerza de venta dirigida sólo al sector genérico, aunque trabaja con un personal muy capacitado de visitadores médicos y vendedores el proyecto propone crear una nueva subdivisión dentro de su organigrama para los productos de marca, en donde se trabajará con los actuales vendedores de la empresa pero creará una nueva área de representantes de productos de marca.

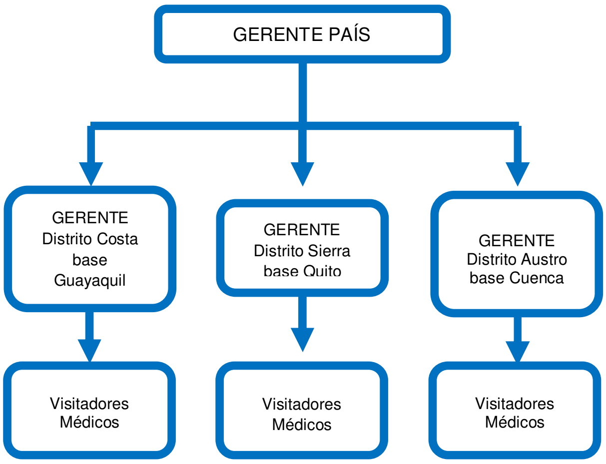

Figura 5. Fuerza de ventas para expansión de marca

Para lograr el posicionamiento en el Ecuador de la línea de marca contaremos con una nueva fuerza de ventas, la cual sólo estará encargada de la expansión de la empresa ECUAQUÍMICA.

El nuevo organigrama estará conformado por una subdivisión adicional que incluirá a un gerente país contratado por el laboratorio del cual se importarán los productos (MINTLAB), quien tendrá como función principal dirigir a tres Gerentes de Distritos que se encuentran repartidos entre Costa, Sierra y Austro, con base en Guayaquil, Quito y Cuenca respectivamente.

Cada uno de los Gerentes de Distrito será responsable de un número determinado de visitadores médicos, se contratarán:

- En la costa cinco visitadores médicos
- En la Sierra cinco visitadores médicos
- En el Austro tres visitadores médicos

Es importante mencionar que la segunda y tercera jerarquía será contratada por la empresa ECUAQUÍMICA, quien estará encargada de escoger el personal que consideren más apropiado para alcanzar sus metas.

7. Análisis financiero

7.1 Flujo de caja

En la Tabla 5 se observa el Flujo de Caja del Proyecto. ECUAQUÍMICA nos otorgará un préstamo por $ 45,000.00, el mismo que tendrá como prioridades cubrir los costos de venta y los impuestos del stock inicial, el lanzamiento de la nueva línea de productos de marca, la capacitación inicial a los Visitadores Médicos y una parte de la Estrategia de Marketing. En el Año 0 tendremos un déficit en nuestro efectivo y recuperaremos una parte en el Año

1, dinero que invertiremos en la fuerte campaña de marketing planeada.

Sin embargo el Año 1 los $ 175,516.77 que tenemos de Ingresos los cancelaremos en las importaciones de medicamentos y los gastos de Marketing como prioridad. Esto representa pérdidas de $ 91,073.94. Menor cuantía pero igual déficit tenemos en el segundo año de $ 49,709.18. Pero con el tercer año tendremos dinero sobrante con los que ECUAQUÍMICA se beneficiará y usará para su accionar.

7.2 Cálculo de la TIR y VAN

Con el déficit de $ 25,929.55 en el Año 0, de $ 65, 144.39 en el Año 1 y las ganancias proyectadas de $ 41,364.76 en el Año 2, de $ 230,473.15 en el Año 3, de $ 497, 750.71 en el Año 4 y de $ 1'011,736.11 en el Año 5 obtenemos un Valor Actual Neto de $ 774,598.47 y una Tasa Interna de Retorno del 99%.

La TIR de 99% representa la rentabilidad que el mercado farmacéutico ofrece, en especial si se trata de medicamentos de marca, puesto que los ecuatorianos consumen este por fervor a la eficiencia de los principios activos de la medicina.

7.3 Escenarios posibles

Los escenarios posibles que muestra la Tabla 7 se dan tomando en consideración las variables que afectan nuestro negocio (Variación en Inflaciones, Incremento en la Participación de Mercado y el Incremento Anual en el Marketing).

En un escenario pesimista obtendremos un VAN de $ 744,573.90, una TIR de 97.21% y una TMAR de -54.83% (Se recalca que para el cálculo de la TMAR tomamos en consideración datos de Merck como empresa comparable, el riesgo de los Bonos Globales y nuestro índice de Endeudamiento).

En un escenario optimista nuestro Valor Actual Neto es de $ 809,637.70, la TIR es de 101.25% y la TMAR es de 65.86%. En ambos casos la TIR obtenida es mayor a la TMAR otorgando a nuestro proyecto la certeza de que será rentable para ECUAQUÍMICA.

8. Conclusiones

La misión de cada una de las organizaciones farmacéuticas es muy similar, intentan satisfacer las necesidades de la sociedad mediante la promoción de la investigación, el descubrimiento y desarrollo de nuevas medicinas, que llevan a los pacientes a vivir más tiempo de una manera saludable y productiva, es decir, medicinas que mejoren la calidad de vida alrededor del mundo.

La venta de medicamentos en el mundo sobrepasa los 380 billones de dólares anuales. La rentabilidad de la industria farmacéutica ha crecido en los últimos 30 años a un ritmo mayor que cualquier industria del planeta.

¿Se acabaron los buenos tiempos para la industria farmacéutica? La respuesta de los analistas del mercado del medicamento es que las perspectivas de crecimiento nunca han sido mejores. El valor mundial de éste duplicará al actual en 2020 hasta alcanzar los 1,3 billones de dólares, según un nuevo informe sobre el futuro realizado por PWC.

Como conclusión podemos mencionar que resultaría muy lucrativo plasmar este bosquejo, no sólo por el creciente sector en el que se desenvuelve, sino por ganancias esperadas para la Institución traducidas en beneficios económicos y posicionamiento de la marca y de sus productos logrando así apoderarse de mayores mercados y desplazar a quienes hoy son considerados sus competidores directos.

9. Agradecimiento

Queremos agradecer primordialmente a Dios por la fortaleza y la sabiduría otorgada para culminar con éxito este trabajo. A nuestros padres, gestores del aliento de vida, por apoyarnos en nuestra etapa universitaria y hacer de nosotras personas de bien, dispuestas a luchar por conseguir nuestros ideales de la mano de los valores y del amor a nuestro compromiso. A nuestros maestros por transmitirnos sus conocimientos y experiencias para un prodigioso desenvolvimiento profesional.

Finalmente queremos agradecer a todas las personas que directa o indirectamente ayudaron con vivencias y sugerencias en el desarrollo de este proyecto.

10. Bibliografía

IMS Compañía Multinacional; "Mercado Farmacéutico del Ecuador"; 2008; IMS HEALTH A.G., CHAM

SAPAG Nassir & SAPAG Reynaldo; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; Cuarta Edición 2003; Mc Graw Hill

ECUAQUÍMICA; "Plan de Mercadeo"; 2002; Propiedad de ECUAQUÍMICA

Empresa ECUAQUÍMICA Farma Consumo www.ecuaquimica.com.ec

Varios Conceptos Claves: Industria Farmacéutica Mundial. Visitadores Médicos, Muestras Médicas, Folletos:

Wikipedia www.wikipedia.com

Google www.google.com.ec

Altavista www.altavista.com