

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS



Facultad de
**Ciencias Sociales
y Humanísticas**



ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y COMPETENCIA ESTRATÉGICA EN EL MERCADO
FARMACÉUTICO DEL ECUADOR.

Previa la obtención del Título de:
INGENIERO COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:
DAVID ANTONIO MOYANO ANTEPARA
WALTER ADARDIO CARRIEL GÓMEZ

Guayaquil – Ecuador

2014

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos agradecer a Dios por darnos la paciencia, esfuerzo y sabiduría necesaria para culminar el presente trabajo de graduación.

A la Msc. Alicia Guerrero, directora de tesis, quien ha sido nuestra instructora, maestra y amiga.

A nuestros familiares y amigos, quienes con su constante apoyo nos han dado el ánimo necesario para evitar el fracaso.

DEDICATORIA

A todos mis familiares, amigos y conocidos.
Especialmente a mi abuelita Juana.

David Antonio Moyano Antepara.

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Msc. Santiago Pozo
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Msc. Alicia Guerrero
DIRECTOR(A) DE PROYECTO

Msc. Washington Macías
VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Tesis de Grado, corresponde exclusivamente a los autores; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

(Reglamento de Graduación de la ESPOL)

David Antonio Moyano Antepara

Walter Adardio Carriel Gómez

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. OBJETIVO GENERAL	4
1.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
1.4. METODOLOGÍA	5
1.5. ALCANCE	7
CAPÍTULO 2 – REVISIÓN DE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.	8
CAPÍTULO 3 - DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.....	17
3.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN ECUADOR: ANÁLISIS DESDE LA OFERTA Y DEMANDA.	17
3.1.1 ANÁLISIS DESDE LA OFERTA.	17
3.1.2 ANÁLISIS DESDE LA DEMANDA.	19
3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN HASTA LA DISTRIBUCIÓN.	22
3.2.1 CADENA DEL MEDICAMENTO.	23
3.2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN.	24
3.3 EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN ECUADOR.	25
3.4 IMPACTO DE LA INDUSTRIA.	28
3.4.1 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL.	28
3.4.2 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA.	29
3.4.3 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA.....	31
3.5 MARCO REGULATORIO E INSTITUCIONALIDAD.	31

3.5.1 ORDEN JERÁRQUICO.	32
3.5.2 LEGISLACIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.	33
CAPÍTULO 4: ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y EL SECTOR.	34
4.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y CONCENTRACIÓN EN LOS DIFERENTES PROCESOS DE PRODUCCIÓN (LABORATORIOS Y DISTRIBUCIÓN).....	36
4.1.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO.....	36
4.1.2 CONCENTRACIÓN DE MERCADO.....	42
4.1.2.1 ÍNDICE DE CONCENTRACIÓN CK.	42
4.1.2.2 ÍNDICE DE HERFINDAHL HIRSCHMAN (IHH).....	46
4.1.2.3 ÍNDICE DE DOMINANCIA (ID).....	50
4.1.2.4 ÍNDICE DE ENTROPÍA DE THEIL (ET).	54
4.2 INTEGRACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL.	58
4.2.1. INTEGRACIÓN VERTICAL.	58
4.2.2. INTEGRACIÓN HORIZONTAL.....	59
4.3 BARRERAS A LA ENTRADA	60
4.3.1 BARRERAS NATURALES.....	60
4.3.2 BARRERAS LEGALES.....	67
4.4 BARRERAS ESTRATÉGICAS.....	68
4.4.1 DISTRIBUCIÓN: ESTRATEGIAS DE PROLIFERACIÓN DE FORMATOS Y DIFERENCIACIÓN DE PRECIOS.	68
4.4.2 DISTRIBUCIÓN: COMPROMISOS ESTRATÉGICOS Y CREDIBILIDAD.	72
4.4.3 ANÁLISIS DE RESTRICCIONES VERTICALES EN LA DISTRIBUCIÓN.	74
4.4.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA BASADO EN LA CLASIFICACIÓN DE SUSTITUTOS ESTRATÉGICOS Y COMPLEMENTOS ESTRATÉGICOS.	75
4.5 ANÁLISIS RATIOS FINANCIEROS	77
4.5.1 ANÁLISIS HORIZONTAL.....	80
4.5.1.1 ANÁLISIS FINANCIERO PRODUCCIÓN.	80
4.5.1.1.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ	80
4.5.1.1.2 INDICADORES DE SOLVENCIA	83
4.5.1.1.3 INDICADORES DE GESTIÓN.....	87
4.5.1.1.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	91
4.5.1.2 ANÁLISIS FINANCIERO DISTRIBUCIÓN.....	95

4.5.1.2.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ	95
4.5.1.2.2 INDICADORES DE SOLVENCIA	97
4.5.1.2.3 INDICADORES DE GESTIÓN	100
4.5.1.2.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD	103
4.5.1.3 ANÁLISIS FINANCIERO COMERCIALIZACIÓN	107
4.5.1.3.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ	107
4.5.1.3.2 INDICADORES DE SOLVENCIA	109
4.5.1.3.3 INDICADORES DE GESTIÓN	112
4.5.1.3.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD	115
4.5.2 ANÁLISIS VERTICAL	119
4.5.2.1 PRODUCCIÓN	119
4.5.2.2 DISTRIBUCIÓN	130
4.5.2.3 COMERCIALIZACIÓN	139
4.6 MODELO ECONOMÉTRICO	144
CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
5.1 CONCLUSIONES	149
5.2 RECOMENDACIONES	153
REFERENCIAS.....	159
ANEXOS	161
Anexo N°: 1 Preguntas de las Entrevistas.....	161
Anexo N°: 2 Participaciones de Mercado Laboratorios, Distribuidoras y Comercialización.....	162
Anexo N°: 3 Índices Concentraciones de Mercado Laboratorios	163
Anexo N°: 4 Índices Concentraciones de Mercado Distribuidoras	164
Anexo N°: 5 Índices Concentraciones de Mercado Comercialización	165
Anexo N°: 6 Activos Fijos y Totales de Pequeñas Empresas Laboratorios, Distribuidoras y Comercializadoras	166
Anexo N°: 7 Base de Datos Depurada Utilizada para el Análisis Vertical y Horizontal (Producción, Distribución y Comercialización), Grandes, Medianas y Pequeñas empresas.	167

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La industria farmacéutica en el Ecuador constituye un pilar fundamental para la provisión de medicamentos que permiten mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Según un estudio realizado por Delfos Consult SA actualmente en Ecuador la producción de medicamentos se encuentra distribuida en 319 laboratorios, de los cuales 86 son locales y el resto son importadoras y transnacionales.

En lo respectivo a la distribución de acuerdo a un estudio de la Intercontinental Marketing Services (IMS) publicado en el diario del Universo del día 20 de marzo del 2011, la distribución está concentrada en dos grupos comerciales, DIFARE y FARCOMED.

Por otro lado las cadenas de farmacias abarcaban en el año 2005, el 57.4% del mercado, ya en el 2009 llegaron a formar el 70.2% del mercado y en el 2010 su participación se extendió al 75%, disminuyendo a 25% la de las farmacias independientes. Estas cadenas pertenecen a grandes corporaciones de las cuales sobresalen: Corporación GPS (Fybeca y Sana Sana), Difare (Pharmacy's, Cruz Azul y Comunitarias), Quitafex (Su Farmacia y Farmared's), Farmaenlace (Medicity y Económicas), entre otras.

Las farmacias independientes tenían una gran participación en el mercado, y se sentían satisfechos con el giro del negocio. Una vez que en el mercado se fueron formando cadenas especializadas de farmacias, las farmacias independientes se vieron afectadas con este nuevo cambio, su participación en el mercado fue disminuyendo.

Dada esta situación, se tiene una aparente estructura oligopólica no cooperativa en la producción y en la distribución se habría pasado de un modelo de competencia monopolística a uno de oligopolio no cooperativo o de un grupo de firmas líder y el resto seguidoras.

Según un estudio realizado por la SCPM en el 2013 donde muestra los índices Herfindahl – Hirschman de la fabricación de sustancias medicinales para medicamentos y la venta al por menor de productos farmacéuticos con resultados de 3,411 y 1,908 respectivamente que se traducen en una alta concentración para los fabricantes de sustancias medicinales y una concentración moderada en la venta al por menor de productos farmacéuticos surgen varias inquietudes relacionadas tanto a la producción como a la distribución y comercialización, específicamente por cambio el modelo de competencia para la última cadena del proceso.

En la actualidad las farmacias independientes no pueden competir de igual manera frente a las estrategias de las grandes cadenas de farmacias, y se ven obligadas a seguir con la misma posición en el mercado, a cerrar sus actividades o a ser parte de estas grandes cadenas.

Entonces surgen varias preguntas como ¿Acaso se trata de una competencia desleal?, ¿Acaso las grandes cadenas de farmacias se quieren apoderar de las pequeñas

farmacias?, ¿Acaso entrar a este mercado es fácil pero mantenerse no lo es? Con estas características del mercado, donde existen varias farmacias pero solo las grandes cadenas compiten y las pequeñas farmacias se rigen a la situación del mercado, podemos describirlo a priori como un modelo de competencia oligopólica no cooperativa.

En el mercado actual de las farmacias existen varias cadenas farmacéuticas y farmacias independientes por lo que pareciera que éste es un mercado competitivo y no muy concentrado, pero la mayoría de estas grandes cadenas pertenecen a corporaciones que en algunos casos son dueñas o tienen alianzas con los mismos distribuidores de medicamentos para su comercialización, por lo que estas cadenas gozan de un menor costo de los medicamentos. También las grandes cadenas tienen acuerdos con los laboratorios para la distribución de los medicamentos en gran cantidad, lo que para las farmacias independientes esto está algo lejos de su alcance.

Siendo ésta una industria tan sensible por su incidencia en la salud de los ecuatorianos, resulta importante estudiar su comportamiento en materia de competencia y estrategia en todas las etapas de su proceso de producción incluida la distribución y comercialización. A raíz de la creación de la Superintendencia de Poder y Control de Mercado se ha empezado un estudio relacionado con el sector Farmacéutico realizado por la Intendencia de Abogacía de la Competencia.

Es así que el objetivo del presente estudio es el de analizar la industria en Ecuador tanto en su etapa de producción como de comercialización aplicando el nuevo enfoque de organización industrial, con la finalidad de explicar su estructura actual y realizar

recomendaciones de política pública que contribuya a mejorar su desempeño en materia de competencia.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente manera: En el capítulo 2 se hará una breve revisión de la literatura relacionada al estudio de la industria farmacéutica con la finalidad de establecer un marco teórico para el presente trabajo, tomando en cuenta trabajos realizados en otros países con similitudes a este estudio. En el capítulo 3 se describe la industria farmacéutica en el Ecuador analizándolo desde el punto de vista de la oferta y la demanda, el proceso de producción de medicamentos, su evolución. En el capítulo 4 se analiza la industria en sus tres sectores, producción, distribución y comercialización, mediante el nuevo enfoque de Estructura-Conducta-Resultado.

1.2. OBJETIVO GENERAL

Analizar la industria farmacéutica, tanto en su proceso de producción como de distribución y comercialización aplicando las herramientas de la Organización industrial con la finalidad explicar su estructura actual de mercado.

1.3. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Entre los objetivos específicos a los cuales se quiere llegar con este estudio tenemos los siguientes:

- Analizar la concentración del mercado farmacéutico en el Ecuador para determinar cuáles son las empresas que están captando la mayoría de mercado.
- Analizar las estrategias que utilizan laboratorios y farmacias para lograr una mayor concentración en las ventas con la finalidad de determinar qué efectos tienen sobre la competencia.
- Aplicar el modelo Estructura – Conducta – Resultados para, mediante el uso de indicadores de eficiencia, analizar el rendimiento de la industria.

1.4. METODOLOGIA

Técnicas de recolección de información.

Para obtener la información necesaria para realizar este estudio, se utilizarán los siguientes tipos de información con su respectivo método e instrumento de recolección de datos:

- Información primaria:
 - Entrevistas de profundidad a doctores y a personas con enfermedades terminales con la finalidad de determinar si la medicina natural o tradicional influye en la demanda como sustituto de la medicina convencional.
- Información secundaria:
 - Consulta a bases de datos brindadas por instituciones públicas como el INEC, Superintendencia de Compañías, etc.
 - Consulta al Ranking de las 1000 mejores empresas, elaborado por la Revista EKOS.
 - Información publicada en la página web de las instituciones públicas y privadas, de diarios y periódicos.

Tipo de muestreo.

Considerando que la información primaria será obtenida de criterios de expertos, se utilizará el método de MUESTREO NO PROBABILÍSTICO, dado que las personas seleccionadas para la entrevista deberán cumplir ciertos criterios.

Técnicas de Análisis.

Se desarrollarán dos tipos de análisis con los datos recolectados:

- Análisis Cualitativo: el cual comprende la información recolectada del análisis de casos similares que puedan ser aplicados a la situación de la industria

farmacéutica de Ecuador, el marco regulatorio que afectan a la producción, distribución y comercialización de la industria farmacéutica de Ecuador, análisis de las opiniones de los expertos y las personas entrevistadas.

- Análisis Cuantitativo: comprende el desarrollo de indicadores de concentración como Ck, Herfindahl, Entropía y Dominancia, análisis de los porcentajes de participación y la concentración en la industria, análisis horizontal y vertical de indicadores financieros de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad.

1.5. ALCANCE

El alcance del presente estudio es de tipo descriptivo, ya que a través de la recolección de información primaria y secundaria se pretende determinar las características de la industria farmacéutica ecuatoriana con el nuevo enfoque de Estructura-Conducta-Resultado.

Para el desarrollo de la investigación es necesario analizar la industria en general, en sus tres etapas, y recolectar la información necesaria para la realización de los análisis de los índices de concentración y financieros, barreras de entrada y la integración que existe dentro y entre etapas.

CAPÍTULO 2 – REVISIÓN DE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.

En esta sección se procederá a realizar la revisión de literatura y estudios realizados sobre el sector farmacéutico, específicamente en lo relacionado al análisis de la estructura del sector, de las estrategias de competencia y regulaciones aplicadas a toda la cadena productiva que incluye la producción, distribución y comercialización de medicamentos, con la finalidad de conocer el marco teórico que permita analizar el sector farmacéutico.

En lo referente al análisis de la situación de competencia en el sector farmacéutico, Petrecolla en su estudio “Condiciones de competencia en el sector de medicamentos de Centroamérica” explica que para determinar de qué manera se maneja la competencia en el sector farmacéutico en Centroamérica es importante considerar ciertos factores en la región, como la situación de la industria a nivel global y regional, las características de la oferta y demanda, identificación de las actividades de integración horizontal y vertical , mercado relevante y barreras a la entrada y contestabilidad.

A nivel de producción la mayoría de los medicamentos son importados y la otra parte es proporcionada por los laboratorios creadores de genéricos en la región, los cuales han experimentado un crecimiento promedio del 15% en los últimos años. .

Pero debido a la baja regionalización de la industria local y a la alta segmentación de mercados nacionales se facilita las prácticas anticompetitivas e incremento de poder de mercado en ciertas compañías.

La oferta y demanda en la mayoría de los países de Centroamérica se caracteriza por tener varias similitudes, como la integración vertical de las droguerías (distribuidoras) con los laboratorios nacionales y cadenas de farmacia, esto deriva en que de 1800 farmacias en la región, 1300 se encontraron integradas en cadenas (15%).

Por lo cual se llegó a la conclusión de que una manera de evitar la integración vertical entre laboratorios y distribuidoras y entre farmacias y distribuidoras sería mantener abierta la entrada a nuevos laboratorios nacionales. Y para mantener separada la integración vertical entre farmacias y cadenas de farmacias se debería mantener abierto el mercado a nuevas distribuidoras.

Y ya que la oferta se encuentra altamente concentrada en las distribuidoras podría darse una inexistencia en la competencia por parte de los laboratorios nacionales, ya que ellos no pueden importar directamente.

En la demanda se encontraron barreras a la entrada por parte de los médicos prescriptores porque se encuentran coludidos con los visitadores médicos, ya que no existe un monitoreo para ellos, lo que hace difícil la entrada a nuevos laboratorios.

En el mercado relevante, el estudio recomienda que se obtenga información estadística para la determinación del grado de concentración en los mercados relevantes.

En el tema de las barreras a la entrada y contestabilidad se dio que debe existir una diferenciación entre medicamentos de marca original, de marca genérico y genérico sin marca ya que los medicamentos originales presenta una alta barrera a la entrada y solo son fabricados en los países desarrollados, pero la mayor barrera que se encontró en el mercado es en la distribución e importación mayoristas de droguerías nacionales.

El estudio también busco establecer que los precios observados pueden explicarse por diferencias en el nivel y distribución de ingreso, porque las empresas buscan acomodar sus ingresos acomodando los precios a la capacidad de pago de la demanda, lo que dio como resultado que los coeficientes de la variable ingreso indicaban que la elasticidad PBI del precio de los medicamentos es alrededor de 0.75 – 0.85 es decir, un aumento de 1% en ingreso per cápita se asocia con un incremento promedio de entre 0.75% y 0.85% en los precios de los medicamentos.

Por esta razón se recomendó que al no ser la discriminación de precios una violación de la legislación se debe hacer un análisis caso por caso.

Como punto final se vio que para mejorar el funcionamiento del mercado a escala global y en la universalización en los medicamentos en países en vía de desarrollo, se debe cooperar con las autoridades en la región.

Analizando la industria farmacéutica en la región de América del Sur De acuerdo a Varsallo en su estudio “El mercado de medicamentos en Chile: Caracterización y recomendaciones para la regulación económica” su principal objetivo fue identificar y evaluar el impacto potencial de instrumentos alternativos de regulación pro acceso y mejorar la competencia sectorial en Chile. Para ello, se partió de revisar las evidencias

y tendencias en las respuestas públicas y de examinar funciones centrales del Estado en la promoción de accesos a los medicamentos, para llegar a identificar diferentes alternativas que se presentan en cada instancia. Por último, se proponen medidas posibles de políticas públicas que se pueden implementar en el país.

En Chile la industria farmacéutica nacional, está compuesta por más de 159 empresas, nacionales y multinacionales que producen o importan productos terminados.

El mercado chileno se caracteriza por un bajo número de competidores a nivel de laboratorios, contando con 3 cadenas principales con un gran nivel de participación en el mercado de comercialización.

También existen barreras a la entrada a la venta minorista de medicamentos en Chile, por lo cual se presentan altos costos hundidos y una entrada en tiempo y suficiencia deficientes por ejemplo de 30 a 40 locales, lo que ocasiona una fuerte interacción entre a competencia.

Respecto a los precios de medicamentos en Chile se cuenta con una baja elasticidad precio demanda, lo cual facilita el aumento arbitrario de ingresos.

Como principales actores en el mercado de medicamentos en Chile tenemos los laboratorios, droguerías, cadenas farmacéuticas, farmacias. Lo que hace que el mercado Chileno tenga una similitud con el de Ecuador, además últimamente en el mercado latinoamericano han surgido nuevos puntos de ventas como kioscos. Esto se puede prestar para la aparición de nuevos problemas una distribución de medicamentos falsos y de paso se pierde el valor agregado que tienen las farmacias al no ser atendido por un químico farmacéutico.

La oferta y la demanda de los medicamentos en Chile también viene dada por la vinculación directa de los doctores con ciertos laboratorios lo cual desarrolla un problema en el acceso a los medicamentos y a profesionales de la salud por partes de los pacientes. Las entidades médicas son conscientes de los problemas de acceso a profesionales de la salud por parte de los pacientes lo que en Chile ha generado una cultura de automedicación o al asesoramiento únicamente del encargado de vender en las farmacias.

Una de las grandes características que destaca en Chile es la gran concentración en ventas a nivel de los laboratorios ya que se encuentra liderado por un número reducido de corporaciones líderes, pero ya en los últimos años ha venido cambiando con la aparición de y crecimiento de empresas medianas y de menor tamaño que en la mayoría son de nivel nacional. Las ventas de las mismas ha venido creciendo de una manera más rápida que las empresas líderes, de esta manera, los índices de concentración han venido bajando en el periodo de 2003 – 2008 desde 62.9% hasta el 58.9% y de similar forma las ventas se han incrementado a una tasa promedio de 16.2%.

A la hora de calcular el índice Herfindahl en el dicho estudio la industria farmacéutica en Chile dio como resultado un índice de 0.268 que se encuentra alejado de 1 que es el indicador de mayor monopolio, lo cual no sorprendió a los realizadores del estudio ya que en Chile se encuentra un gran número de laboratorios y cada uno con una gran participación en el mercado de los medicamentos.

A la hora del análisis del estudio se determinó que la concentración del mercado es regular, por lo que no se puede inferir que existan posibilidades de poderes monopólicos o de acuerdos colusivos

El mercado farmacéutico es mucho más complejo y está compuesto por una serie de sus mercados conformados por la oferta de medicamentos que tienen distintos fines y cuyo grado de sustitución es muy bajo o nulo.

Como barreras a la entrada en el estudio se encontró que la mayor barrera en Chile es la diferenciación de productos porque obliga a realizar altas inversiones en gastos de posicionamiento de productos en el mercado y de esta forma supera la lealtad de los consumidores a los proveedores ya instalados, esto se puede traducir en el mercado Ecuatoriano a la preferencia de medicamentos de marcas o ya conocidos.

Por lo que, en las conclusiones el estudio se recomienda una serie de pasos para evitar futuras colusiones y una mejora del marco regulatorio en el sector de los medicamentos en Chile.

Uno de los mayores problemas que tuvo El Estado Chileno es el legal, ya que para ese entonces Chile estaba demorado en cuanto a una modernización de los instrumentos que permitan regular esta y otras actividades desde el punto de vista integral.

Aparte el Estado ha dejado que crecieran grupos económicos sin aplicar las leyes de defensa a la competencia hasta un punto donde cada vez se hacía más difícil sino imposible volver al estado inicial.

Otro punto que resalta el estudio es el acceso y gasto de los chilenos en medicamentos ya que a la creciente demanda de medicamentos en Chile y debido al costo o dificultad de adquirirlos se recomienda en este estudio intensificar la respuesta pública a este suceso.

En otro estudio realizado en la región de Chile en el 2013 por el Ministerio de Economía se estudia la tendencia de los precios de medicamentos en Chile y sus ventas.

En Chile el mercado de medicamentos ha mostrado un gran crecimiento en los últimos 5 años predominado por las ventas con recetas médicas y de medicamentos originales, haciendo que el mercado de genérico caiga en los últimos años. Encareciendo los precios de las medicinas.

Ante esto el Ejecutivo ha buscado revertir la situación ampliando la comercialización de medicamentos, autorizando la venta directa en establecimientos comerciales buscando así una disminución en los precios.

El problema en Chile es que existen 3 cadenas farmacéuticas que las cuales concentran el sector en un 95% de las ventas y representando el 60% de las farmacias existentes en Chile.

Para hacer el análisis de este estudio se tomaron en cuenta dos categorías, los medicamentos según su condición de venta que representa lo que son medicinas vendidas con receta y sin las mismas y medicamentos según su tipo de comercialización ya sean originales o genéricos

Tomando estas categorías en cuenta el estudio arrojó como resultado que gran parte de la población consumía medicamentos de marca y correspondían a ventas directas con recetas esto debido a que en Chile las familias no pueden realizar una rápida comparación entre tipos de medicamentos (marca, originales etc.).

Por lo que no pueden elegir libremente el medicamento a consumir debido a esto una recomendación para corregir estas distorsiones es autorizar la venta libre en locales comerciales de los medicamentos que no necesiten de prescripción médica. Lo cual mejorara el acceso a los más vulnerables y disminuirá los precios de medicamentos.

De acuerdo a una investigación de la Universidad de Nueva York en Buffalo “Tasas de Ingresos y Concentración”, muestra la relación entre estas dos variables en la industria manufacturera que ayudan a la distinción entre las firmas especializadas y diversificadas, para luego calcular el rango de concentración en todas las actividades de las firmas en vez de solo su actividad principal.

Esto se lo hace ya que mediante este estudio se buscó la relación que hay en los niveles de ingresos con la concentración de las firmas, porque con el simple cálculo de los índices de concentración no se puede mostrar los altos costos de salidas y las barreras de entrada en las industrias altamente concentradas

El problema más común que hay a la hora de calcular un promedio en las tasas de ingresos en una firma, es que estas tasas vienen dadas por el tamaño de la firma. Lo que hace que sea más difícil calcular los verdaderos ingresos en estas firmas de gran tamaño.

En este estudio se probó la fuerte relación que hay entre los ingresos de una firma con la concentración de la misma, dado que en el estudio dio como resultado que a mayor nivel de concentración hay un mayor nivel de ingresos y a su vez las industrias poco concentradas tienen niveles más bajos de ingresos .

CAPÍTULO 3 - DESCRIPCION DE LA INDUSTRIA FARMACEÚTICA

En este capítulo se define al Mercado Farmacéutico en Ecuador desde el punto de la oferta y de la demanda. La información que se recolecto fue secundaria, de fuentes publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, y primaria, de la realización de entrevistas de profundidad a doctores y personas.

Otros puntos que trata este capítulo son sobre la descripción del proceso del medicamento en sus tres etapas, la evolución e impacto de la industria farmacéutica ecuatoriana y se detalla el marco regulatorio aplicado a la industria.

3.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN ECUADOR: ANÁLISIS DESDE LA OFERTA Y DEMANDA.

3.1.1 ANÁLISIS DESDE LA OFERTA.

Definiendo el mercado desde el punto de vista de la oferta, se tiene que se deben incluir todas las empresas que realizan el mismo proceso de producción, y se puede realizar una clasificación de acuerdo a su Código CIIU que se detalla a continuación:

Tabla N°: 3 - I Clasificación de las Empresas

CIU	Descripción
C2100.01	Fabricación de sustancias medicinales activas que se utilizan por sus propiedades farmacológicas en la fabricación de medicamentos: antibióticos, vitaminas básicas, ácido salicílico y acetilsalicílico, etcétera, tratamiento de la sangre, fabricación de medicamentos: antisueros y otras fracciones de sangre, azúcares químicamente puros, productos y extractos endocrinos, vacunas. Incluidos preparados homeopáticos, fabricación y procesamiento de glándulas y extractos glandulares, fabricación de productos químicos anticonceptivos de uso externo y de medicamentos anticonceptivos hormonales, fabricación de preparados para el diagnóstico médico, incluidas pruebas de embarazo, etcétera.
G4649.22	Venta al por mayor de productos farmacéuticos, incluso veterinarios.
G4772.01	Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados.

Fuente: INEC

- *Producción Nacional*

En el Ecuador operan 319 laboratorios aproximadamente, que producen tanto medicamentos genéricos como originales bajo un esquema de patentes, de los cuales el 27% de laboratorios son nacionales. De los 319 laboratorios son pocos los que poseen planta propia, ya que la mayoría se dedica a la importación de medicamentos.

Según datos del Ministerio de Salud Pública, en el Ecuador se encuentran registrados 13786 clases de medicamentos aproximadamente, pero no todos los medicamentos registrados están siendo comercializados. Según datos del IMS se están comercializando aproximadamente 10124 clases de medicamentos, de los cuales el 69.6% son originales y el resto son genéricos.

Sólo el 13.6% de los medicamentos son de venta libre, es decir sin receta médica, los cuales son los únicos que pueden ser publicitados, los demás medicamentos pueden ser adquiridos bajo la prescripción de un médico.

3.1.2 ANÁLISIS DESDE LA DEMANDA.

La definición de mercado desde el punto de vista de la demanda implica determinar la existencia de productos sustitutos cercanos a pesar de que no tengan el mismo proceso de producción.

- *Mercado Relevante*

La Ley Orgánica de Control y Poder de Mercado en su artículo 5, párrafo 2, define al mercado relevante como “El mercado del producto o servicio comprende, al menos, el bien o servicio materia de la conducta investigada y sus sustitutos. Para el análisis de sustitución, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado evaluará, entre otros factores, las preferencias de los clientes o consumidores; las características, usos y precios de los posibles sustitutos; los costos de la sustitución; así como las posibilidades tecnológicas y el tiempo requerido para la sustitución” (LOCPM, 2011).

Basado en esta definición, para fines de este estudio, se realizaron 2 clases de entrevistas, para determinar las preferencias de las personas hacia la medicina natural y si existe cierto grado de sustitución con la medicina convencional. Se escogieron 6 personas seleccionadas bajo las siguientes características:

- 3 doctores, ya que participan de la demanda al prescribir y recomendar el consumo de cierta medicina.
- 3 personas o familiares de personas que padecen de alguna enfermedad terminal, que se conoce que han hecho uso de la medicina natural.

En este análisis cualitativo se pudo resaltar datos muy valiosos acerca de los pensamientos que se tienen sobre la medicina natural y la medicina convencional.

Para los doctores entrevistados la medicina natural no es prescrita pero si puede ser recomendada a ciertos pacientes siempre y cuando cumpla con las normas de registro sanitario y su consumo sea aprobado.

La medicina natural, dicen los expertos, puede servir al paciente como complemento de la medicina convencional para cumplir el tratamiento a la enfermedad.

Por otro lado, el ciudadano ecuatoriano está dispuesto a usar este tipo de medicina para el tratamiento de enfermedades, pensando que tiene igual efectividad que la medicina convencional y alegando que tiene ventajas sobre la misma. Por ejemplo como que este tipo de medicinas no cuenta con efectos secundarios y no deterioran el organismo a largo plazo.

Al momento de hablar de las desventajas que posee la medicina natural frente a la convencional, hubo dos opiniones que se repitieron con mayor frecuencia. La primera desventaja es que la medicina natural tiene sus dificultades a la hora de ser adquirida ya que no se encuentran fácilmente, como la medicina convencional que se encuentra en cada farmacia del país. La segunda desventaja viene por el lado de los médicos, ya que ellos no prescriben medicinas tradicionales para el tratamiento de enfermedades, sólo en ocasiones la recomiendan pero como complemento opcional de la medicina convencional para tener un tratamiento efectivo.

Ciertas personas no estaban seguras de cual medicina tiene mejor efecto que otra, sólo confían en la prescripción del médico.

De esta investigación cualitativa se pudo concluir que la medicina tradicional no actúa como sustituto directo de la medicina convencional, ya que los consumidores confían en la prescripción de los doctores y éstos a su vez toman a la medicina tradicional como complemento opcional de la medicina convencional.

- *Demanda*

La demanda de los medicamentos se puede dar por tres tipos: la automedicación, la autoprescripción y la prescripción médica.

- La automedicación es la decisión individual de consumir un medicamento de venta libre, cuyo uso no requiere intervención del médico, para el tratamiento de una enfermedad fácilmente identificable.
- La auto prescripción es la decisión de un individuo de formularse un medicamento que debería ser prescrito por un profesional autorizado, generalmente un médico.
- La prescripción es el acto de indicar el medicamento que debe recibir un paciente, incluyendo la dosis y la duración de tratamiento. La prescripción la hace personal autorizado (médico, odontólogo,...) mediante una fórmula o receta médica en el caso de los pacientes ambulatorios o mediante el registro hospitalario de órdenes médicas, el caso de los pacientes hospitalizados.

A pesar de que en el mercado farmacéutico ecuatoriano la proporción de medicamentos que pueden comercializarse sin receta médica es baja, casi el 13.6%, las ventas de éstos son altas, alcanzando niveles mayores a los que tienen los

medicamentos comercializados bajo prescripción médica. Es decir que la automedicación es el tipo de demanda más recurrido por ser de acceso inmediato.

La demanda por los medicamentos de marca es superior a la de los genéricos. Doctores explican que la demanda de genéricos sigue siendo baja debido a la desconfianza que existe en los usuarios a estos fármacos.

El consumo de los hogares en productos farmacéuticos, según datos del 2005, es aproximadamente del 47.5%, lo cual nos dice que los hogares se sienten más seguros de comprar la medicina que recibirla gratuitamente, debido a que los medicamentos que se dan gratuitamente son genéricos.

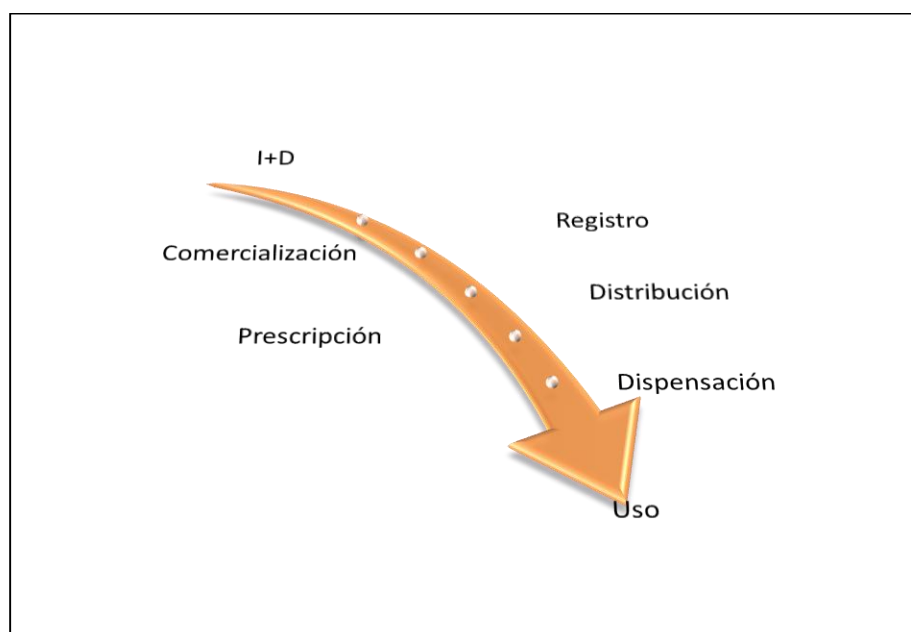
3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN HASTA LA DISTRIBUCIÓN.

En este punto se detalla un poco sobre el ciclo de vida de los medicamentos, el proceso de fabricación, y todos los intermediarios que participan en la distribución del medicamento hasta llegar al consumidor.

3.2.1 CADENA DEL MEDICAMENTO.

Se puede asimilar a que el medicamento tiene un ciclo de vida como el de los seres humanos, desde su concepción hasta su muerte, es decir desde su etapa de investigación y desarrollo hasta su consumo o uso.

Gráfico Nº 3-1 Cadena del Medicamento



Fuente: 9no Seminario Internacional y IV Tecnología y Regulación del Mercado Sector Farmacéutico

- Investigación y Desarrollo: todo medicamento empieza investigándolo. Se conoce la existencia de un posible principio activo en la naturaleza o de una sustancia, los cuales mediante estudios y ensayos de laboratorio tendrán un fin terapéutico en tratamientos. Aquí se invierten altas sumas de dinero, los cuales se recuperan con ayuda de las patentes y los altos precios en los medicamentos.

- Registro: todo medicamento debe registrarse en una entidad sanitaria para que se pueda comercializar legalmente. En Ecuador, el organismo técnico encargado de otorgar, suspender, cancelar o reinscribir el certificado de registro sanitario es el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez.
- Comercialización: una vez registrado, el medicamento se lo fabrica en los laboratorios, los cuales deben cumplir las normas de Buena Práctica de Manufactura, para pasar a su comercialización, garantizando su calidad.
- Distribución: el medicamento se transporta en condiciones adecuadas hasta el lugar donde se necesite. Llegan a bodegas, farmacias o boticas que cumplan las condiciones necesarias para el almacenamiento y conservación de los medicamentos. Deben estar al alcance de todos ya que la salud es un derecho que garantiza el Estado.
- Prescripción: es realizada por un profesional que conozca el medicamento luego de realizar un diagnóstico o exámenes al paciente. Existen medicamentos que son de venta libre, es decir sin prescripción médica.
- Dispensación: Es la entrega del medicamento al paciente que lo solicita.
- Uso: Una vez con el medicamento en mano el paciente se lo administra solo o bajo cuidado médico.

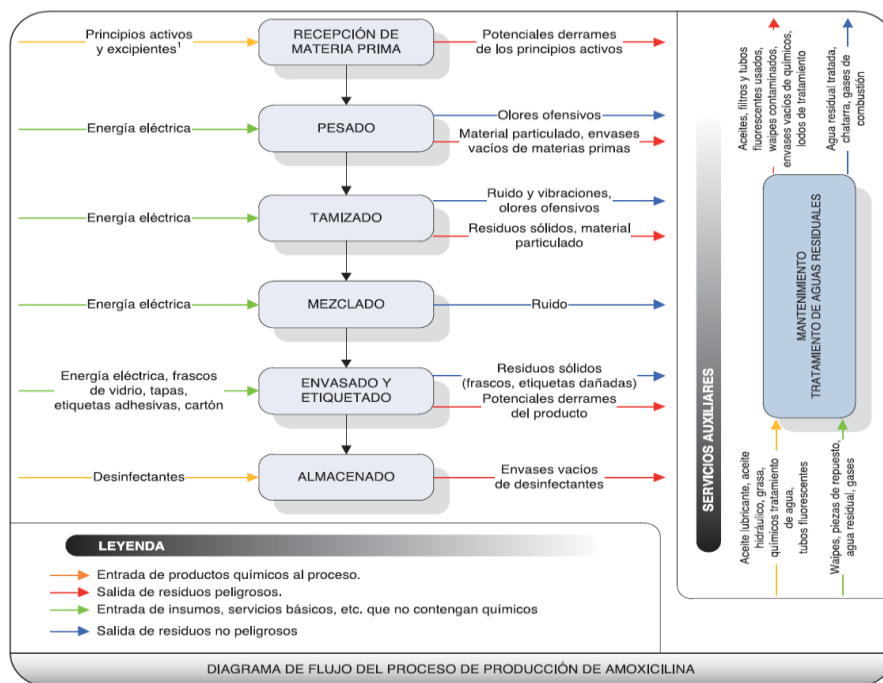
3.2.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN.

Gracias a un estudio llamado “Estudio para conocer los Potenciales Impactos Ambientales y Vulnerabilidad relacionada con las Sustancias Químicas y Tratamiento de Desechos Peligrosos en el Sector Productivo del Ecuador” realizado por el

Ministerio del Ambiente del Ecuador, se ha obtenido información acerca del proceso de elaboración de antibióticos.

Este proceso se lo grafica a continuación:

Gráfico Nº 3-2 Proceso de Producción



Fuente: Ministerio del Ambiente del Ecuador

3.3 EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN ECUADOR.

Los principios de la industria farmacéutica en el mundo datan del siglo XIX, donde los boticarios dueños de herbolarios obtenían partes secas de diversas plantas recogidas localmente o en otros continentes y fabricaban extractos, tintura, mezcla, pomadas o píldoras. No fue hasta el año 1820 donde una de las primeras empresas

que extrajo alcaloides puros en cantidades comerciales decidió establecer sus propios laboratorios.

En el Ecuador una de las primeras formas de comercializar medicamentos era importando medicamentos de Europa que demoraban meses en llegar a nuestro territorio por lo cual las boticas en el Ecuador se abastecían de grandes cantidades medicamentos y de esta manera se empezó a crear la industria farmacéutica en el Ecuador.

Ya para la época de 1849 se establece por primera vez en Guayaquil la Sociedad Filantrópica del Guayas con el fin de atender y brindar medicinas a la sociedad, importando grandes cantidades de flores y plantas curativas para la preparación manual de medicamentos en las boticas. Con el pasar de los años de misma manera comenzaron a crearse más instituciones reguladoras de la industria hasta llegar lo que es hoy en día el Ministerio de Salud.

Los primeros indicios de la industria farmacéutica en el Ecuador se dio a partir del año 1930, cuando se pone en práctica por vez primera mecanismos de elaboración y preparación de fórmulas farmacéuticas y desde este momento la importación de medicinas que provenían de Europa comenzó a disminuir en grandes cantidades. Pero aun así con estos adelantos predominaba la preparación de medicinas caseras ya que tenía más aceptación en aquel tiempo.

En 1934 se da la aparición del primer laboratorio farmacéutico ecuatoriano, cuando la Botica Alemana decide transformarse en los laboratorios HG. Esto hizo que pequeños

laboratorios ya existentes busquen fusionarse para elaborar medicamentos a mayor escala.

Desde ese momento hasta ahora la industria farmacéutica ha mostrado grandes cambios hoy en día la industria farmacéutica maneja un modelo de investigación y desarrollo a nivel global para la formulación y comercialización de productos farmacéuticos.

El cual busca proveer de medicamentos de calidad a la población mundial y también proteger la propiedad intelectual de las empresas que invierten en la creación de nuevas medicinas mediante el uso de patentes. Una vez terminada la patente se da la libre fabricación y distribución de estas medicinas.

Según Cuentas Nacionales en el 2007, el gasto total en salud se sitúa entre 4% y 5% del PIB; 51,6% de este gasto proviene del sector público y 48,4% del sector privado. Cabe destacar que 88% del gasto privado corresponde a gasto directo de los hogares, el cual se distribuye fundamentalmente en la adquisición de medicamentos y otros insumos (61,0%), atención médica (24,3%), exámenes de laboratorio, insumos odontológicos y aparatos ortopédicos (14,7%).

En el Ecuador el valor del gasto en medicamentos per-cápita para el 2007 fue de aproximadamente \$18,0 dólares al año. El gasto privado en salud, de los hogares del decil más pobre es alrededor del 40% de sus ingresos, mientras que el más rico solo el 6.4%. De estos porcentajes el gasto en medicamentos representa el 54.3%.

3.4 IMPACTO DE LA INDUSTRIA.

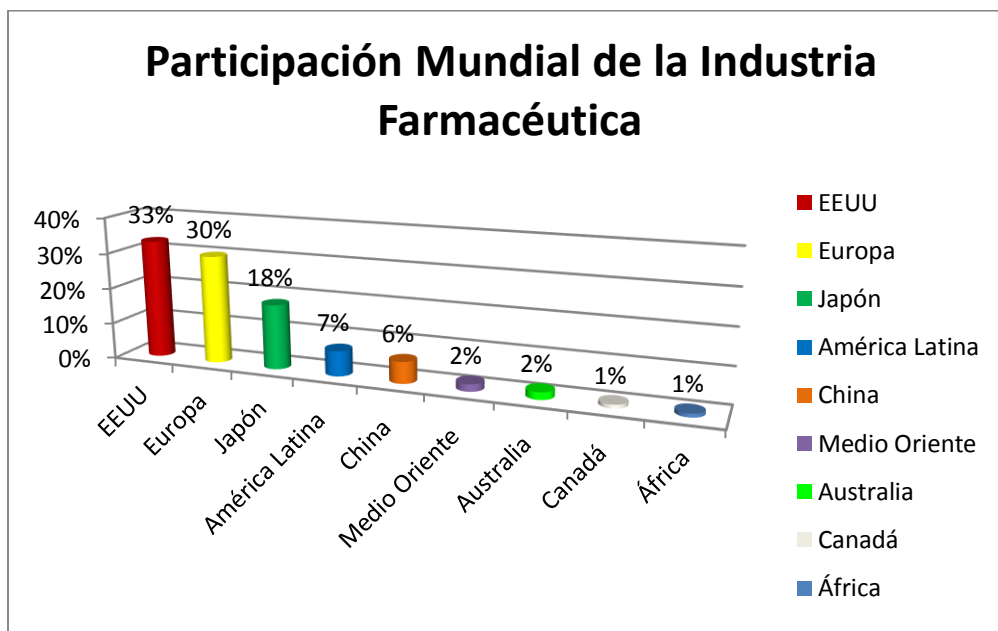
Para obtener una visión clara de cómo se está desarrollando la industria en Ecuador, es necesario analizar el desenvolvimiento a nivel global, por lo que a continuación se presentara un breve análisis acerca de cómo se encuentra la industria tanto a nivel mundial como regional con ciertas cifras.

3.4.1 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA MUNDIAL.

A nivel mundial la industria farmacéutica es una de la más grande en el mundo, posicionándose entre las cinco primeras industrias con mayores ingresos, moviendo un total de 956 mil millones de dólares en el 2011, esperando que en los siguientes años siga creciendo según datos de la IMS Health.

Estos niveles se dan porque las medicinas son de uso indispensable para el desarrollo y buen vivir del ser humano por lo cual cada Estado debe asegurarse de proporcionar los lineamientos necesarios para que toda la ciudadanía tenga acceso a las medicinas según la OMS (Organización Mundial de la Salud).

Gráfico Nº 3-3 Participación de la Industria a Nivel Mundial



Fuente: IMS 2012

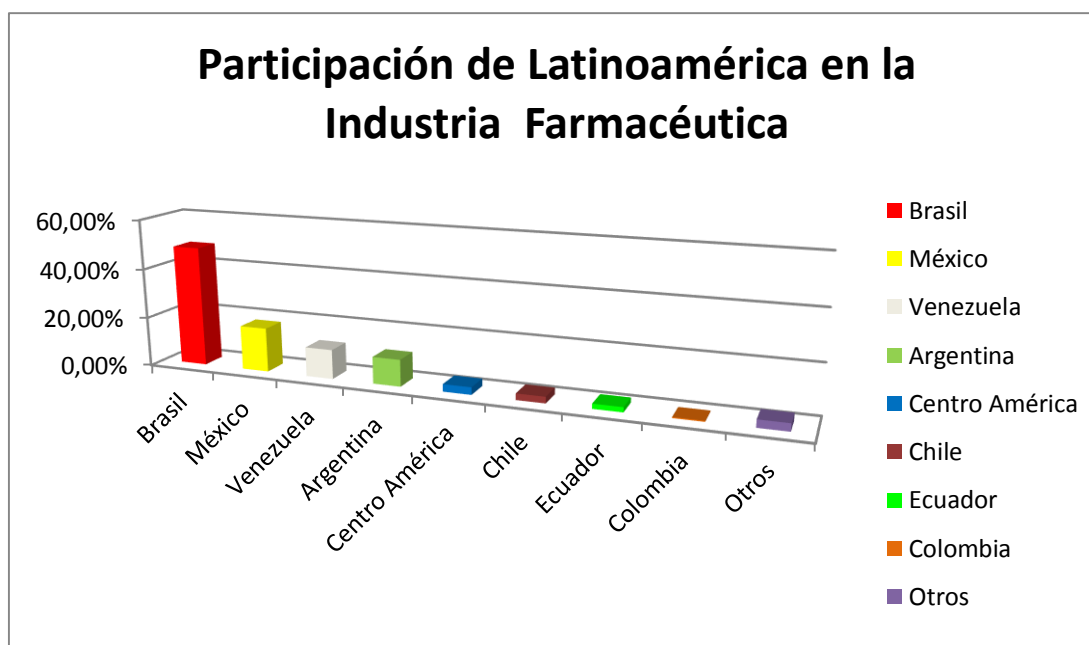
3.4.2 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA LATINOAMERICANA.

En Latinoamérica la industria farmacéutica cada vez presenta más cambios y crece con mayor fuerza debido al vencimiento de las patentes de medicinas por lo cual los países de Latinoamérica y el mundo invierten más en esta industria. Además Latinoamérica no está sirviendo solo como productor de medicinas ya que también se está buscando que se creen productos especializados en la región esto se da porque la ayuda gubernamental que están recibiendo los países latinoamericanos es cada vez más elevada.

En total la industria farmacéutica en Latinoamérica mueve alrededor de \$54.465.859.000 en donde los países que presentan más desarrollo en la industria son Brasil, México y Argentina ya que aquí se encuentran los laboratorios nacionales e internacionales más grandes de Latinoamérica según datos de la IMS.

Dado que la economía de estos países presenta cambios favorables para la industria, en parte también contribuye que las regulaciones en estos países no son tan estrictas como en países ya desarrollados lo que hace a los países emergentes más atractivos para la inversión.

Gráfico Nº 3-3 Participación de la Industria Latinoamericana



Fuente: IMS 2012

3.4.3 IMPACTO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA.

En el contexto actual Ecuador importa el 80% de las de las medicinas y solo produce el 20%, a causa de esto el Estado ha presentado un esquema de disminución de importaciones empezando por aumentar las compras públicas según la “Cámara de Industriales Farmacéuticos Ecuatorianos” (CIFE) de medicamentos.

Sin embargo Ecuador movió alrededor de \$ 1090,060 mil millones hasta el 2012 y muestra un crecimiento en la industria de 11.53% lo que se traduce en un aumento para esta industria en el Ecuador.

3.5 MARCO REGULATORIO E INSTITUCIONALIDAD.

Este punto se refiere a la actual legislación con la que se regula el mercado farmacéutico en todo el territorio ecuatoriano.

Según la Constitución de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

“El goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano sin distinción de raza, religión, ideología política o condición económica o social.

La salud de todos los pueblos es una condición fundamental para lograr la paz y la seguridad, y depende de la más amplia cooperación de las personas y de los Estados.

Los resultados alcanzados por cada Estado en el fomento y protección de la salud son valiosos para todos (...) La extensión a todos los pueblos de los beneficios de los conocimientos médicos, psicológicos y afines es esencial para alcanzar el más alto grado de salud.

Los gobiernos tienen responsabilidad en la salud de sus pueblos, la cual sólo puede ser cumplida mediante la adopción de medidas sanitarias y sociales adecuadas.”

3.5.1 ORDEN JERÁRQUICO.

La Constitución de la República en su artículo 424 manda:

“La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.”

Se establece el orden jerárquico de las normas en el artículo 425:

“El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente:

La Constitución; los tratados y convenios internacionales; las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos.

En caso de conflicto entre normas de distinta jerarquía, la Corte Constitucional, las juezas y jueces, autoridades administrativas y servidoras y servidores públicos, lo resolverán mediante la aplicación de la norma jerárquica superior.”

3.5.2 LEGISLACIÓN DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.

Entre las normas que intervienen en la regulación de la industria farmacéutica dentro del territorio ecuatoriano se encuentran las siguientes:

Tabla Nº: 3 – II Legislación Industria Farmacéutica

#	LEGISLACION INDUSTRIA FARMACEUTICA
a)	Constitución Política del Ecuador.
b)	Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.
c)	Ley Orgánica de Salud.
d)	Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano.
e)	Reglamento General para la Fijación, Revisión y Control de los Precios de los Medicamentos de Uso Humano.
f)	Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos.
g)	Reglamento para la Publicidad y Promoción de Medicamento en General, Productos Naturales Procesados de Uso Medicinal, Medicamentos Homeopáticos y Dispositivos Médicos.

Fuente: Elaborado por autores

Estas normas fueron tomadas para la realización del presente estudio, dado que se enfoca en la definición de la estructura del mercado y ver si se están poniendo en práctica una competencia desleal, existencia de barreras a la entrada o colusión entre las empresas para las mismas.

CAPÍTULO 4: ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y EL SECTOR.

En este capítulo se analizará el comportamiento de la industria farmacéutica desarrollando el nuevo enfoque de Estructura-Conducta-Resultados.

Tarziján describe en su libro a este nuevo enfoque de la siguiente manera:

[...] la conducta de las empresas afecta en forma determinante su estructura, y esta, a su vez, influye en su desempeño [...], (Tarziján, 2006).

Se realizará un análisis en relación a las medidas de concentración, la participación de mercado de las empresas y los indicadores financieros que muestran la eficiencia de las empresas en la industria. Para esto se cuenta con dos fuentes de información secundaria que son:

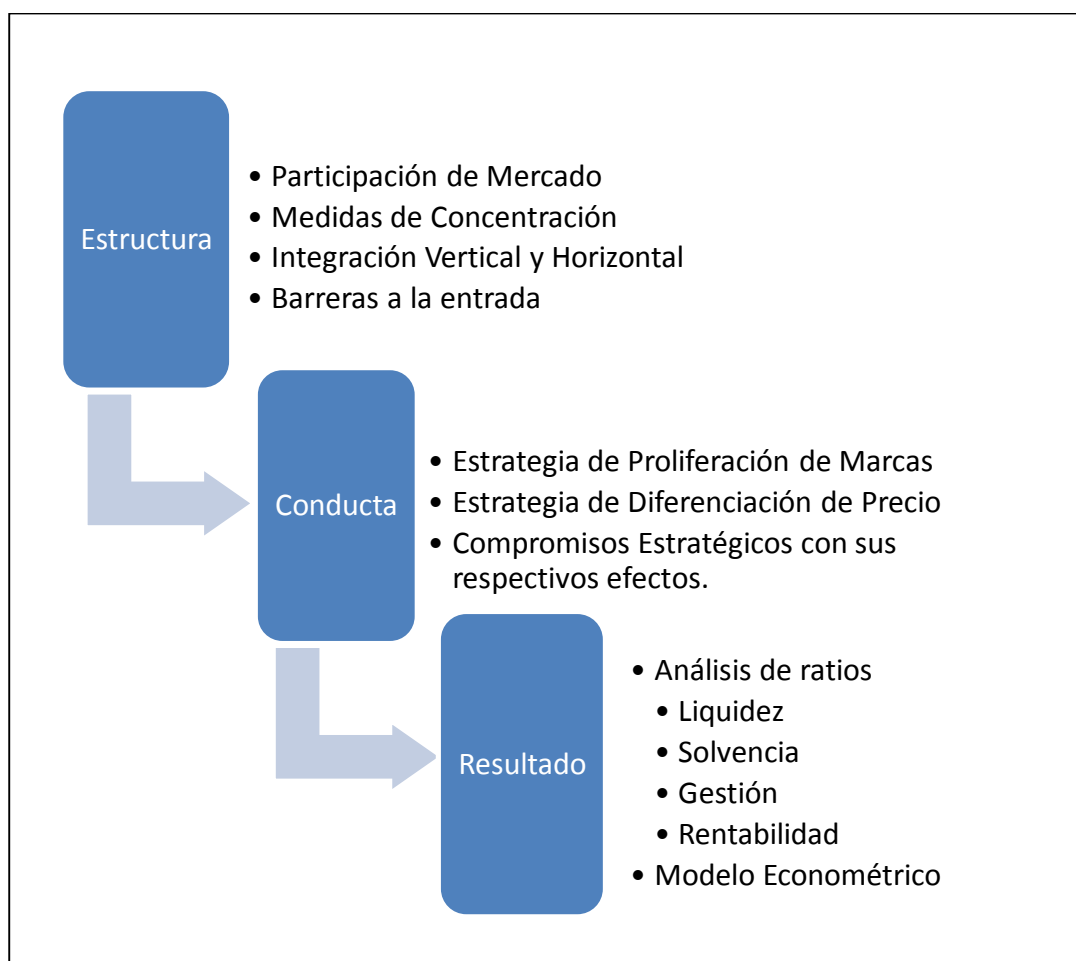
- Base de datos de la SuperCía del año 2000 al 2005, de la cual fueron seleccionadas las empresas que participan en la industria farmacéutica según su Clasificación por Código CIIU. Esta base fue depurada tanto para el análisis de índices de concentración como para el análisis de indicadores financieros, ya que se encontraban datos exagerados o faltaban ciertos datos y esto iba a afectar al resultado del estudio.
- Ranking del 2011, 2012 y 2013, de las 1000 mejores empresas, elaborado por la Revista EKOS, del cual fueron seleccionadas las empresas que participan en la industria farmacéutica según su Clasificación por Código CIIU. Los datos escogidos fueron depurados para el análisis de indicadores financieros, ya que

se encontraban datos exagerados o faltaban ciertos datos y esto iba a afectar al resultado del estudio.

Como parte del nuevo enfoque se detalla también las barreras a la entrada, las estrategias de proliferación de marcas, de diferenciación de productos y los compromisos estratégicos que se presentan en la industria farmacéutica.

A continuación se presenta gráficamente y en resumen los puntos de interés que contiene este nuevo enfoque de Estructura-Conducta-Resultados.

Grafico N° 4 – 1 Nuevo Enfoque Estructura Conducta Resultado



Fuente: Elaborado por los autores

4.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y CONCENTRACIÓN EN LOS DIFERENTES PROCESOS DE PRODUCCIÓN (LABORATORIOS Y DISTRIBUCIÓN)

4.1.1 PARTICIPACIÓN DE MERCADO.

La participación de mercado es una porción o el porcentaje de mercado que le pertenece a cierta empresa, tomando en cuenta su volumen de ventas. Se calcula de la siguiente forma:

$$q_i = \frac{\text{Total de Ventas de la } i - \text{ésima empresa}}{\text{Total de Ventas del Mercado}}$$

Dónde:

q_i = participación de mercado de la *i*-ésima empresa

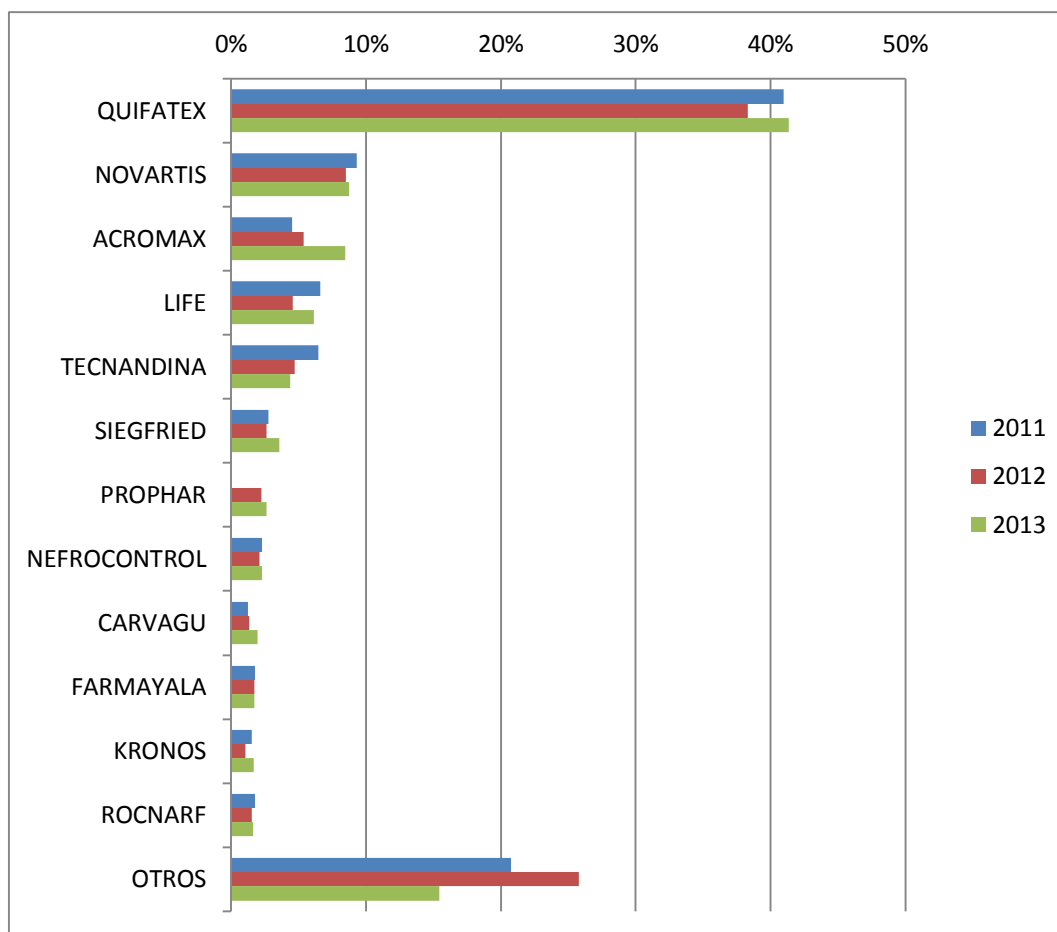
El resultado indica el tamaño de la empresa con respecto a los competidores y su posición en el mercado.

A continuación se analiza la participación del mercado farmacéutico ecuatoriano, tanto en la producción, distribución y comercialización.

Se tomaron en cuenta las empresas representativas del sector farmacéutico ecuatoriano con sus respectivas ventas acumuladas anuales para el año 2011, 2012 y 2013. Son 12 laboratorios, 12 distribuidoras y 12 comercializadoras, las demás

empresas fueron agrupadas en las categorías “Otros” para la producción, distribución y comercialización.

Gráfico N°: 4 – 2 Participación de Laboratorios Farmacéuticos en el Ecuador (2011-2013), en porcentajes.



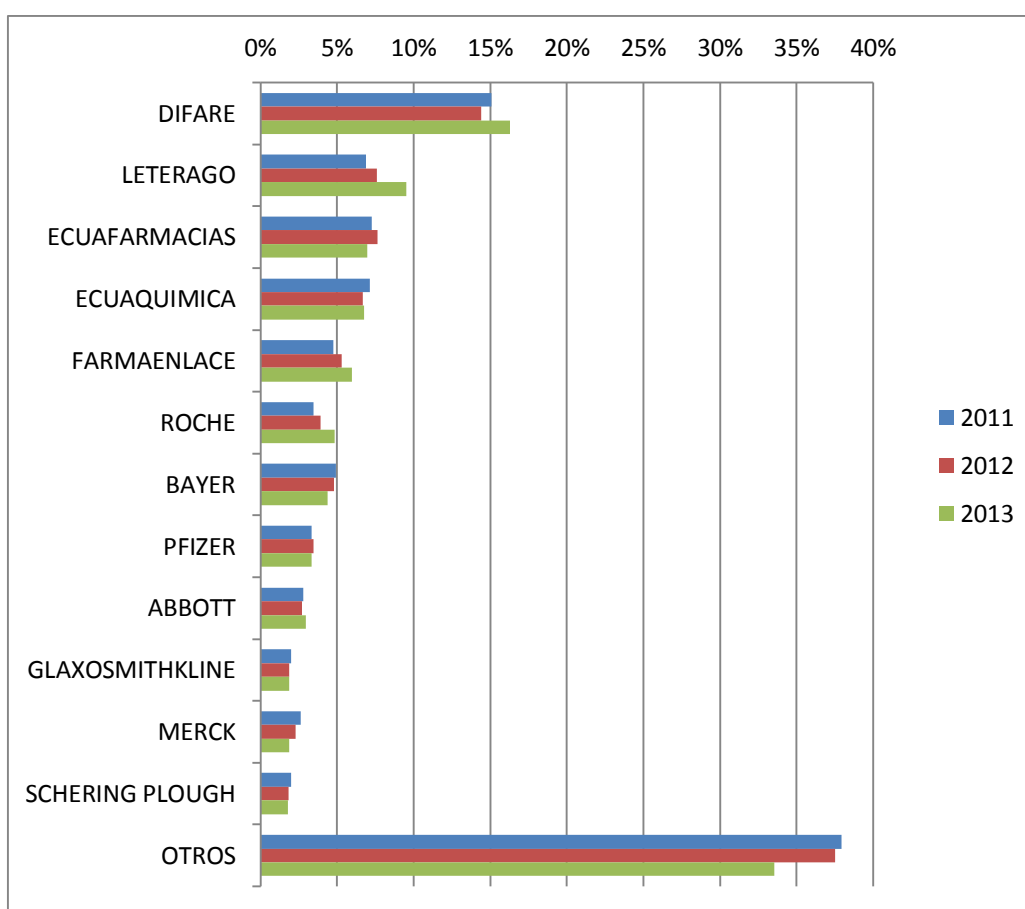
Fuente: Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 2 muestra a Quifatex como líder de los laboratorios al tener más del 40% de participación del mercado y su aumento en este último año. Los demás laboratorios no logran sobrepasar el 10% de participación, aunque Acromax ha tenido

un aumento en su participación en estos últimos años. Los “Otros” son los demás laboratorios que participan en el mercado, han perdido participación puede ser debido a la salida del mercado de algunos laboratorios pequeños.

El mercado de laboratorios farmacéuticos en el Ecuador se encuentra moderadamente concentrado, y como mayor líder en ventas se tiene a Quifatex S.A., teniendo en cuenta que Acromax está creciendo.

Gráfico N°: 4 – 3 Participación de Distribuidoras Farmacéuticas en Ecuador (2011-2013), en porcentajes.



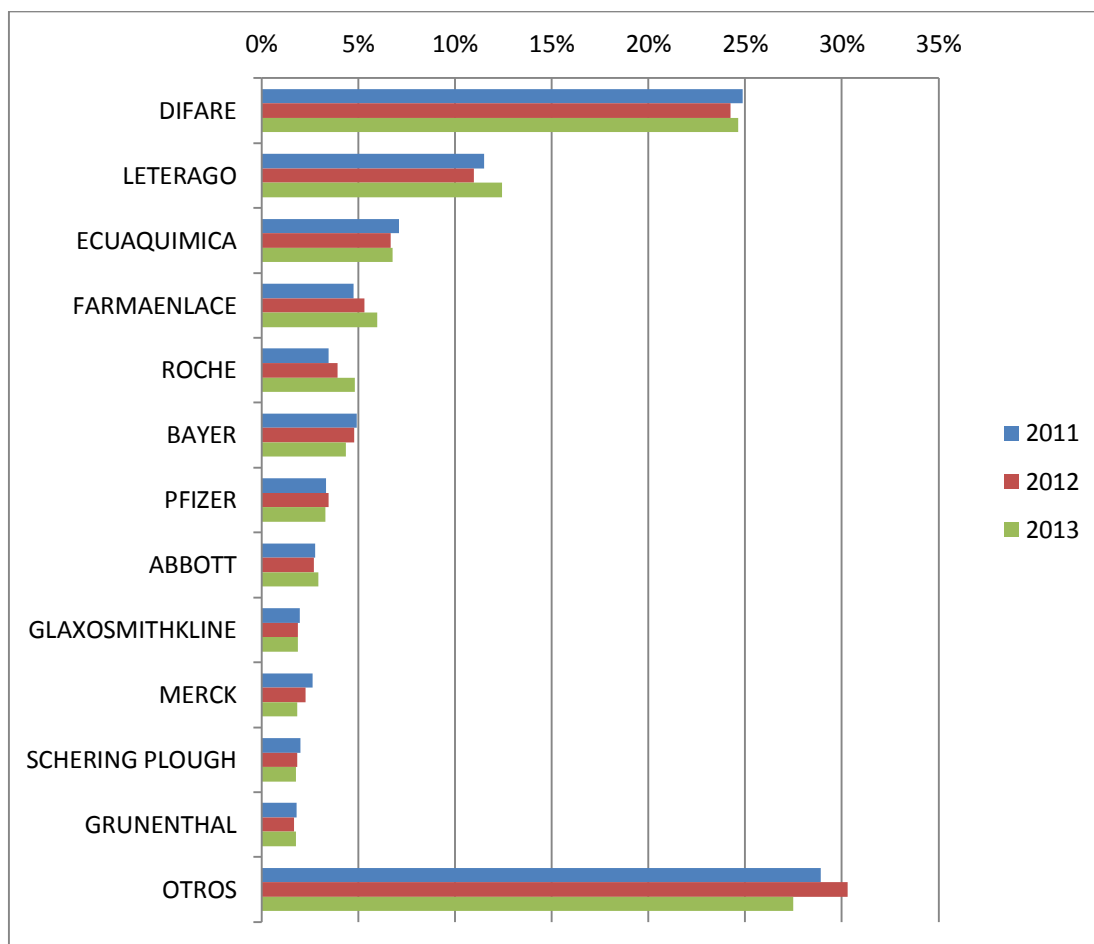
Fuente: Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 3 muestra a Difare como líder de las distribuidoras farmacéuticas al tener más del 15% de participación del mercado y su aumento en este último año. A

pesar de ser líder, no existe una alta superioridad ni una gran diferencia frente a las participaciones de las demás distribuidoras.

En este mercado existen ciertas empresas que son parte de grupos económicos, entre los cuáles sobresalen Grupo Holding Difare y Leterago del Ecuador. A continuación se tendrá una visión más clara del mercado.

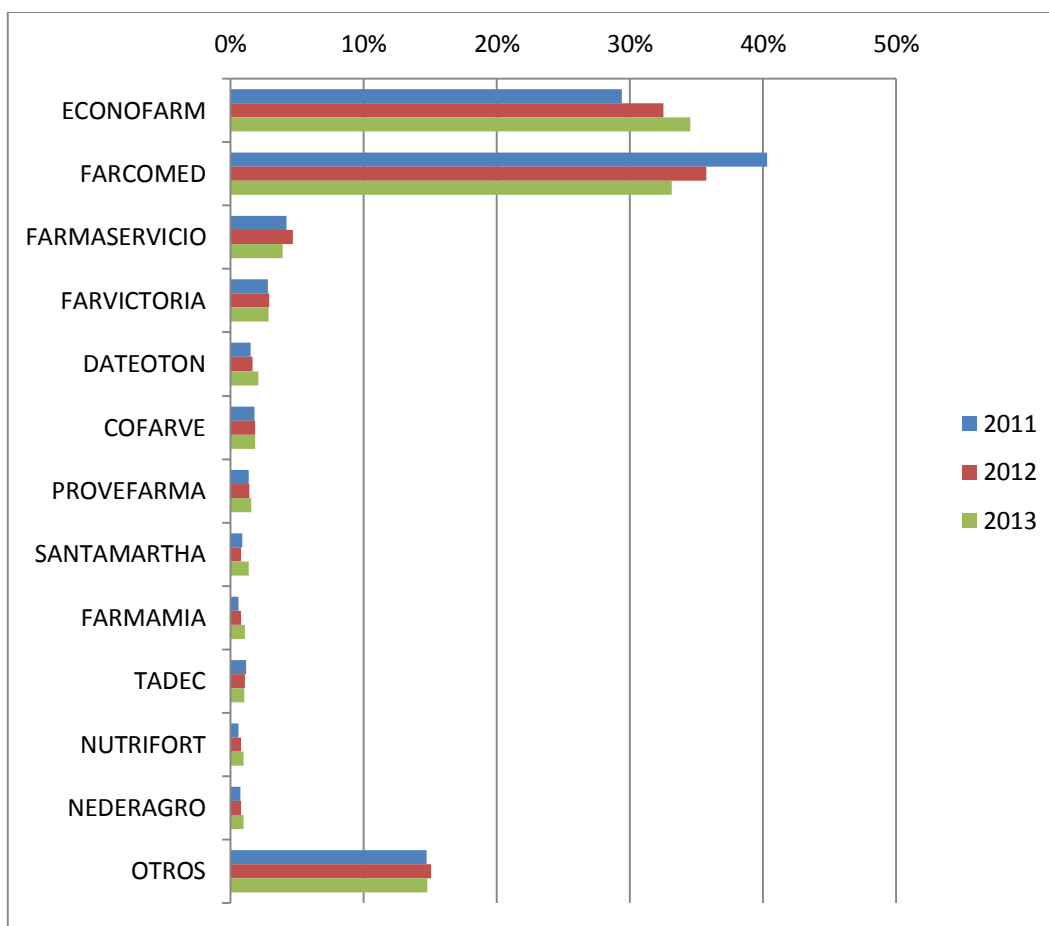
Gráfico N°: 4 – 4 Participación de Distribuidoras Farmacéuticas en Ecuador (2011-2013), en porcentajes y por grupos económicos.



Fuente: Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

La inclusión de los grupos económicos tuvo un cambio significativo de las participaciones de las empresas, como se ve en el Gráfico N° 4 – 4. Ahora el Grupo Holding Difare (Difare, Ecuafarmacias, Dromayor, entre otras) posee casi el 25% del mercado, mientras que Leterago del Ecuador (Leterago, Roemmers, Medicamenta y Bago) se aproxima al 15%. Hay una visión más clara de que el mercado de distribuidoras farmacéuticas del Ecuador está concentrado moderadamente.

Gráfico N°: 4 – 5 Participación de farmacias en Ecuador (2011-2013), en porcentajes.

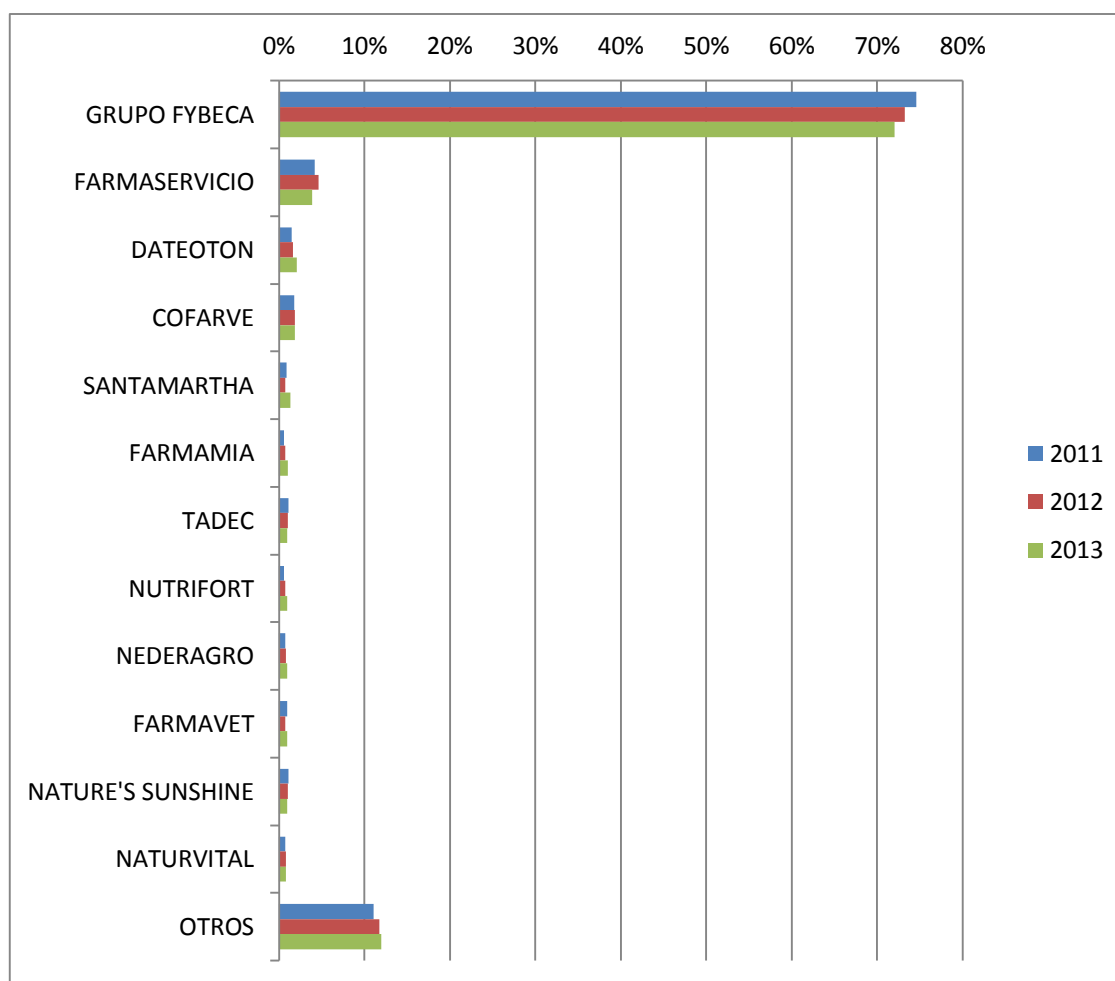


Fuente: Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 5 muestra a Econofarm y Farcomed como líderes de las Farmacias al tener más del 30% de participación cada una. En estas dos empresas se encuentra concentrado el mercado.

En este mercado también existen ciertas empresas que son parte de grupos económicos, como lo es el Grupo Fybeca. A continuación se tendrá una visión más clara del mercado.

Gráfico N°: 4 – 6 Participación de Farmacias en Ecuador (2011-2013), en porcentajes y por grupos económicos.



Fuente: Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

La inclusión de los grupos económicos tuvo un cambio significativo de las participaciones de las empresas, como se ve en el Gráfico N° 4 – 6. El Grupo Fybeca (Farcomed, Econofarm, Farvictoria, Provefarma, Sumedica) posee más del 70% del mercado, mientras que las demás empresas no alcanzan ni el 10% de participación. Hay una visión más clara de que el mercado de Farmacias del Ecuador está altamente concentrado.

Dada las características, se define a la industria farmacéutica Ecuatoriana como una industria de estructura oligopólica, tanto para producción, distribución y comercialización, ya que, a pesar de existir varias empresas, son pocas las que controlan la totalidad del mercado.

4.1.2 CONCENTRACIÓN DE MERCADO.

Una vez analizada la participación de mercado, se analizará el tipo de concentración que existe en la industria farmacéutica del Ecuador. Para esto se realizará el cálculo y uso de los siguientes índices de concentración:

4.1.2.1 ÍNDICE DE CONCENTRACIÓN CK.

Para el cálculo de este índice se usa la siguiente fórmula:

$$C_k = \sum_{i=1}^k q_i$$

Dónde:

k = cantidad de empresas representativas en el mercado.

Según los indicadores de diagnóstico sectorial de la competencia, presentados por la SCPM, el índice Ck debe cumplir ciertos parámetros que se detallan a continuación:

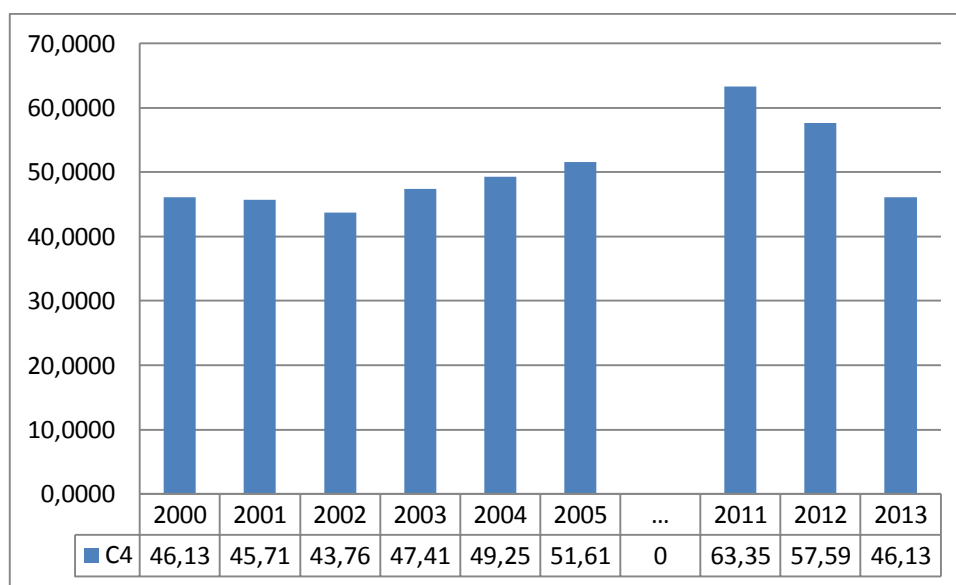
$Ck < 33\%$ = Mercado poco concentrado;

$33\% \leq Ck < 67\%$ = Mercado moderadamente concentrado;

$Ck \geq 67\%$ = Mercado altamente concentrado.

Dado que existen 4 empresas representativas, para cada sector del mercado, se tomará en cuenta un $k=4$. A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice C4 de los laboratorios farmacéuticos.

Gráfico N°: 4 – 7 Evolución del Índice C4 en la producción (2000 -2005, 2011 – 2013).



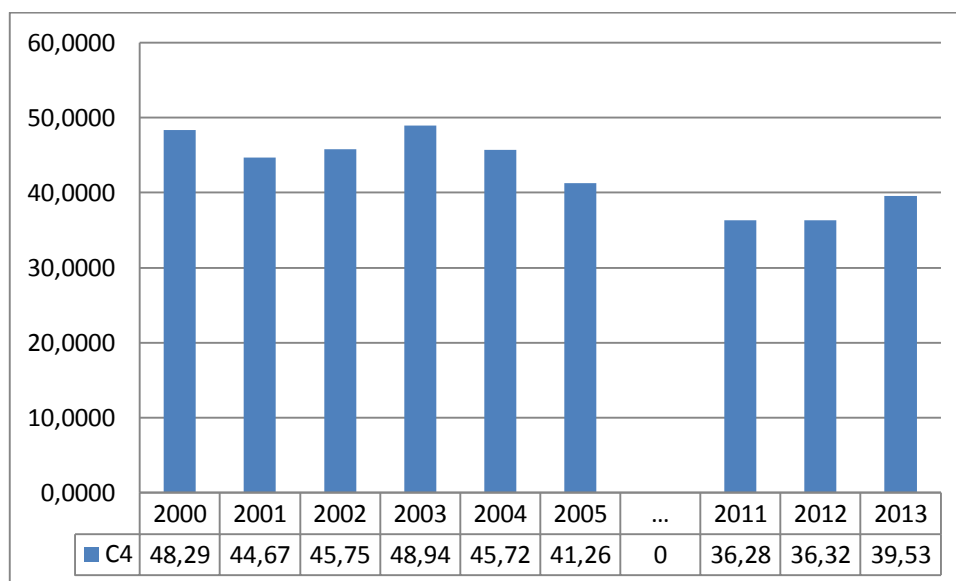
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 7 muestra el aumento que se ha dado del índice C4 desde el año 2000 hasta el 2005 alcanzando su más alto punto en el 2011 con 63.35%, puede ser debido a la gran inversión internacional que recibían algunos laboratorios representativos. Del 2011 al 2013 el índice ha ido de baja, puede ser debido a la intervención estatal en el apoyo a la producción por parte de laboratorios nacionales.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice, el mercado de laboratorios farmacéuticos se lo puede describir como moderadamente concentrado.

Una vez definida la concentración en el mercado de laboratorios farmacéuticos por el índice C4, a continuación se presenta gráficamente la evolución del mismo índice pero ahora para las distribuidoras farmacéuticas.

Gráfico N°: 4 – 8 Evolución del Índice C4 en la distribución (2000 -2005, 2011 – 2013).



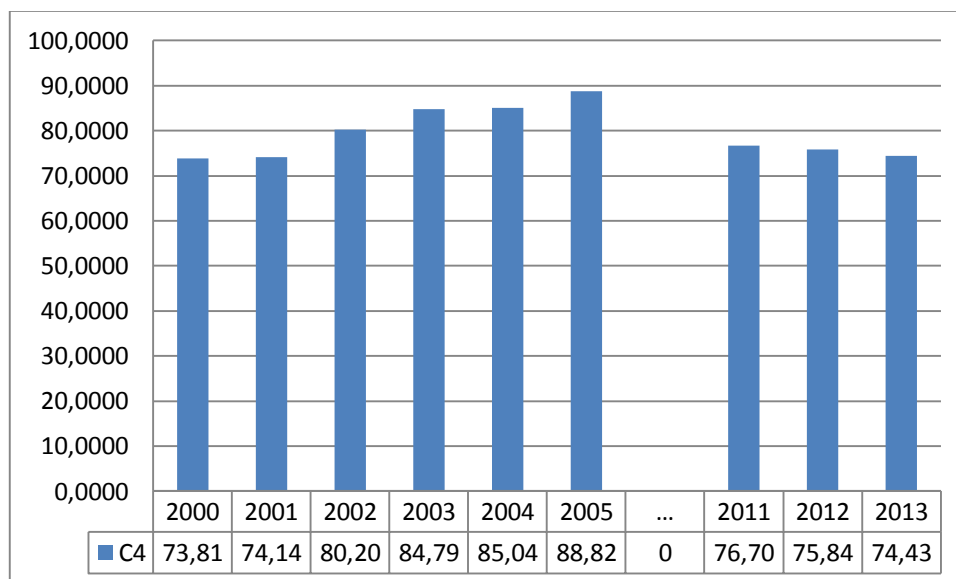
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 8 muestra que el índice C4 se ha mantenido a lo largo del tiempo, puede ser debido a las estrategias competitivas de las distribuidoras. Del 2011 al 2013 el índice tiende a subir, puede ser debido a alguna estrategia eficiente que el líder esté ejecutando.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice, el mercado de distribuidoras farmacéuticas se lo puede describir como moderadamente concentrado.

Una vez definida la concentración en el mercado de las distribuidoras farmacéuticas por el índice C4, se presentara a continuación gráficamente la evolución del mismo índice pero ahora para las farmacias.

Gráfico N°: 4 – 9 Evolución del Índice C4 en la comercialización (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 9 muestra que el índice C4 ha sido elevado y se ha mantenido así a lo largo del tiempo, puede ser debido a las estrategias competitivas de las grandes cadenas de farmacias. Estas estrategias son difíciles de responder por parte de las farmacias pequeñas que utilizan una estrategia familiar. Del 2011 al 2013 el índice ha disminuido en una mínima proporción, puede ser debido a la aparición de nuevos formatos de farmacias que buscan acaparar parte del mercado.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice, el mercado de farmacias se lo puede describir como altamente concentrado.

4.1.2.2 ÍNDICE DE HERFINDAHL HIRSCHMAN (IHH).

Tarziján y Paredes definen al IHH como:

“La suma de los cuadrados de las participaciones de todas las empresas de un mercado”, (Tarziján, 2006).

Para el cálculo de este índice se usa la siguiente fórmula:

$$IHH = \sum_{i=1}^N (q_i \times 100)^2$$

Dónde:

N = número total de empresas en el mercado.

Según los indicadores de diagnóstico sectorial de la competencia, presentados por la SCPM, el IHH debe cumplir ciertos parámetros que se detallan a continuación:

$IHH < 1500$ = Mercado poco concentrado;

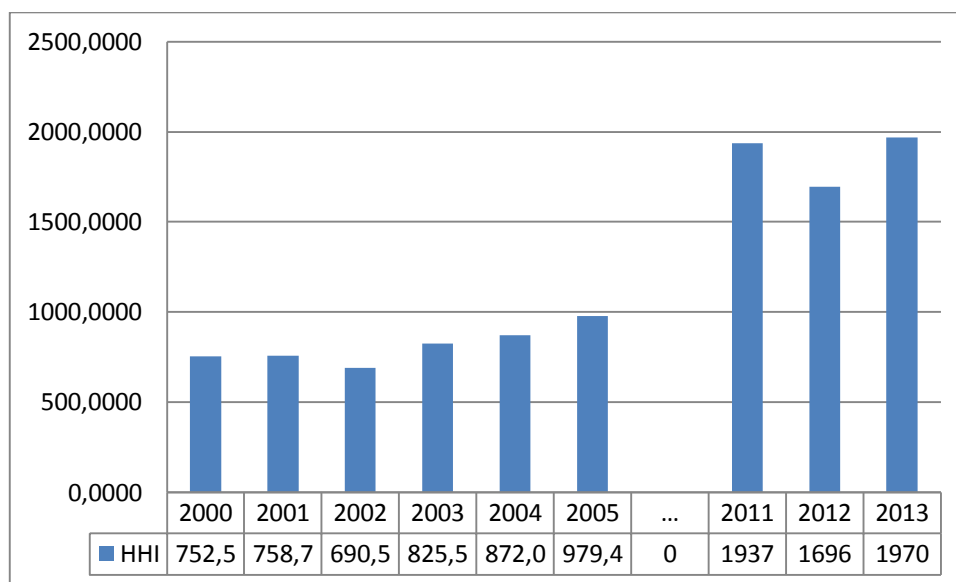
$1500 \leq IHH < 2500$ = Mercado moderadamente concentrado;

$2500 \geq IHH$ = Mercado altamente concentrado.

Este índice tiene cierta preferencia al momento de definir la concentración de un mercado debido a que es un índice más real a los cambios en el mercado.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice IHH de los laboratorios farmacéuticos.

Gráfico N°: 4 – 10 Evolución del Índice IHH en la producción (2000 -2005, 2011 – 2013).



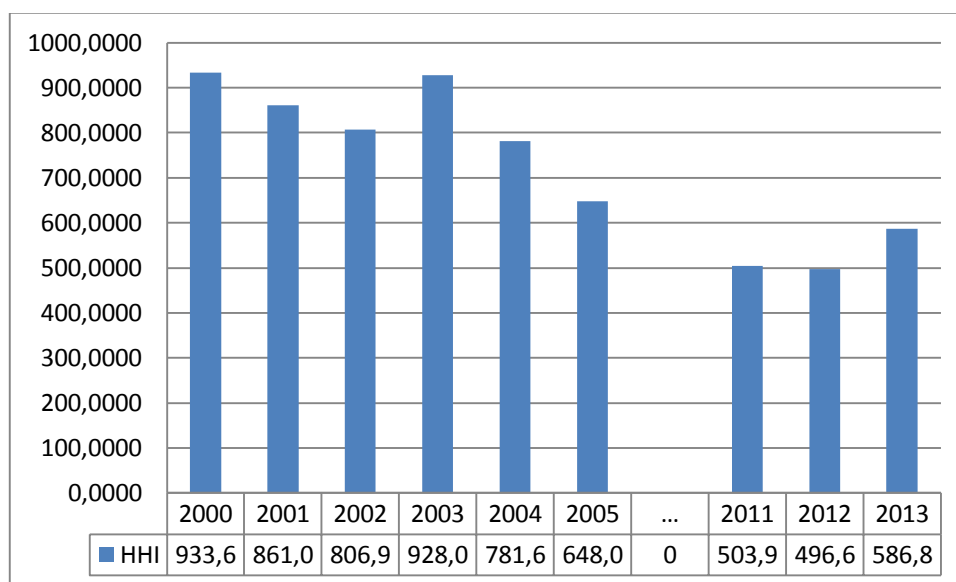
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 10 muestra la evolución del IHH en el periodo de estudio. En los primeros años el mercado no se encontraba tan concentrado pero con el pasar del tiempo el índice ha ido aumentando. Esto puede ser debido a las fusiones y adquisiciones de laboratorios nacionales por internacionales, lo que ha aumentado su capacidad de producción y poder de venta. A pesar del apoyo estatal hacia la producción nacional en genéricos, la preferencia de los ecuatorianos en su mayoría es hacia los productos de marca, esto se ve reflejado en las ventas de dichos productos, los cuales en su mayoría son de laboratorios internacionales.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice IHH, el mercado de laboratorios farmacéuticos se lo puede describir como moderadamente concentrado.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice IHH de las distribuidoras farmacéuticas.

Gráfico N°: 4 – 11 Evolución del Índice IHH en la distribución (2000 -2005, 2011 – 2013).



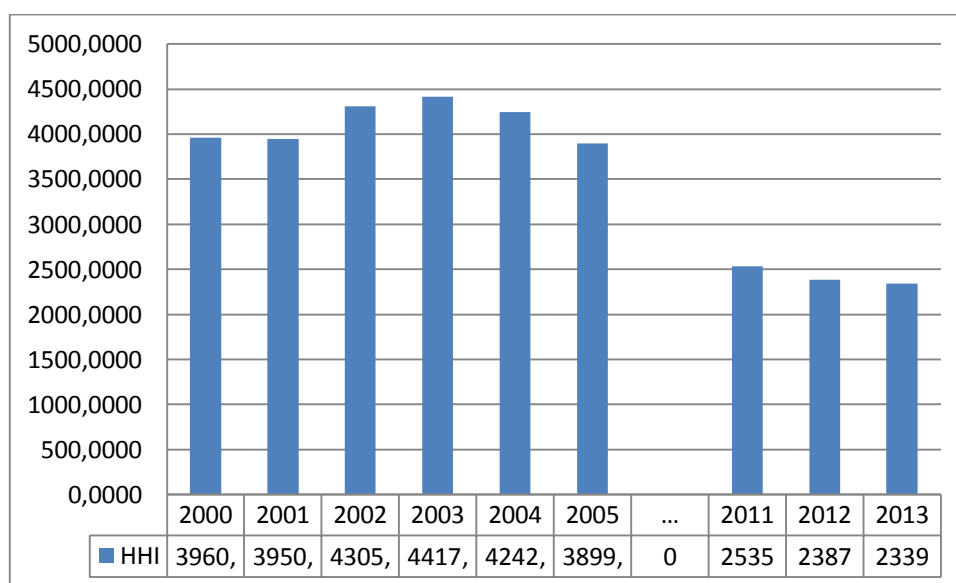
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N°4 - 11 muestra la evolución del IHH. En los primeros años el mercado estaba concentrado. Los últimos años el índice ha caído. Esto puede ser debido a la llegada de nuevas distribuidoras farmacéuticas que han sabido realizar eficientes estrategias competitivas para ganarse su puesto en el mercado. También puede ser debido a que no se está tomando en cuenta la inclusión de las empresas en los grupos económicos.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice IHH, el mercado de distribuidoras farmacéuticas se lo puede describir como poco concentrado.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice IHH de las farmacias.

Gráfico N°: 4 – 12 Evolución del Índice IHH en la comercialización (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 12 muestra la evolución del IHH. El mercado de las farmacias ha sido altamente concentrado a lo largo de los años. Los últimos años el índice ha caído. Esto puede ser debido a la llegada de nuevas cadenas de farmacias y a las grandes franquicias. También puede ser debido a que las grandes cadenas de farmacias pueden realizar estrategias eficientes de altos costos que las pequeñas farmacias no pueden hacer.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice IHH, el mercado de las farmacias se lo puede describir como altamente concentrado.

4.1.2.3 ÍNDICE DE DOMINANCIA (ID).

Pascal García Alba diseño un índice que determine la probabilidad que existe en un mercado de que las empresas grandes de un sector impidan el ingreso de nuevas empresas pequeñas (Horna, 2009: 4).

Para el cálculo de este índice se usa la siguiente fórmula:

$$ID = \sum_{i=1}^N \left(\frac{(q_i \times 100)^2}{IHH} \right)^2$$

Según la Revista Politécnica, 2009, Vol. 30, el ID debe cumplir ciertos parámetros que se detallan a continuación:

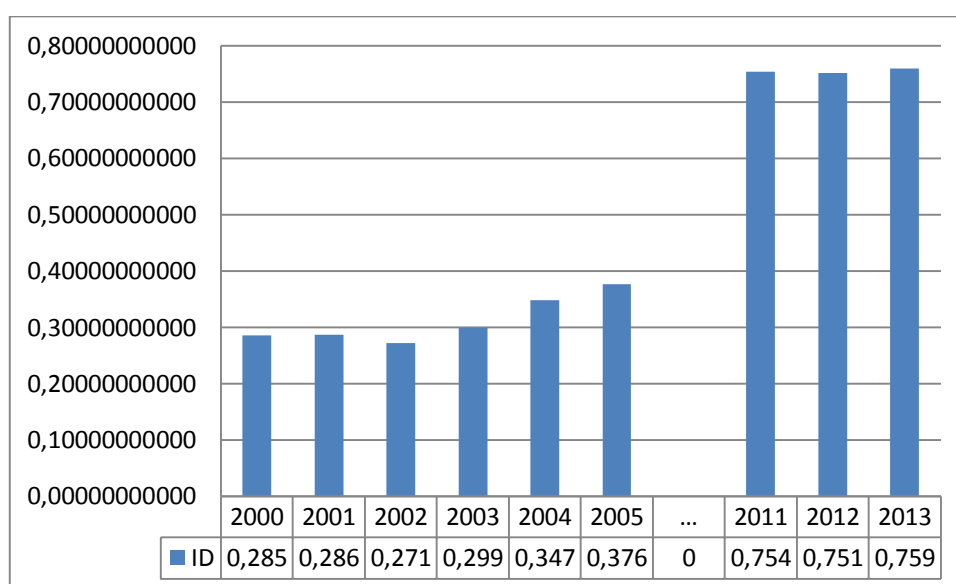
ID < 25% = probabilidad de dominancia baja;

25% ≤ ID < 75% = probabilidad de dominancia media;

75% ≥ ID = probabilidad de dominancia alta.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ID de los laboratorios farmacéuticos.

Gráfico N°: 4 – 13 Evolución del Índice de Dominancia en la producción (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

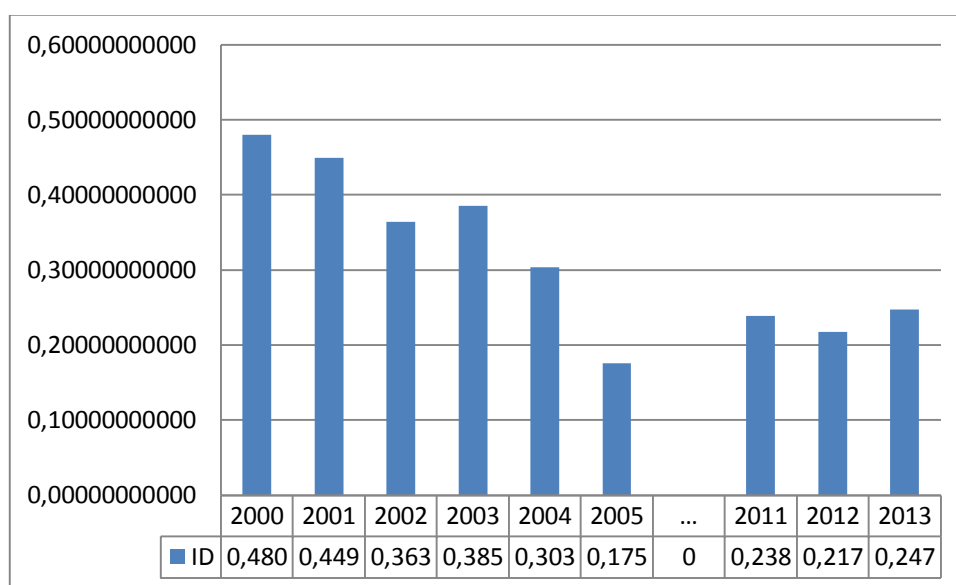
El Gráfico N° 4 – 13 muestra la evolución del ID en el mercado de laboratorios farmacéuticos. La probabilidad de dominancia ha sido cada vez más alta a lo largo del tiempo. Los últimos años ha sido mayor al 70% lo cual indica que las empresas grandes impiden e ingreso de empresas pequeñas. Esto puede ser debido a la gran inversión inicial como barrera de entrada o la existencia de fusiones o adquisiciones de

grandes empresas por empresas extranjeras. La fusión de empresas pequeñas puede ser una opción para competir contra las grandes.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ID, en el mercado de los laboratorios farmacéuticos si existe una probabilidad alta de dominancia por parte de las grandes empresas.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ID de las distribuidoras farmacéuticas.

Gráfico N°: 4 – 14 Evolución del Índice de Dominancia en la distribución (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

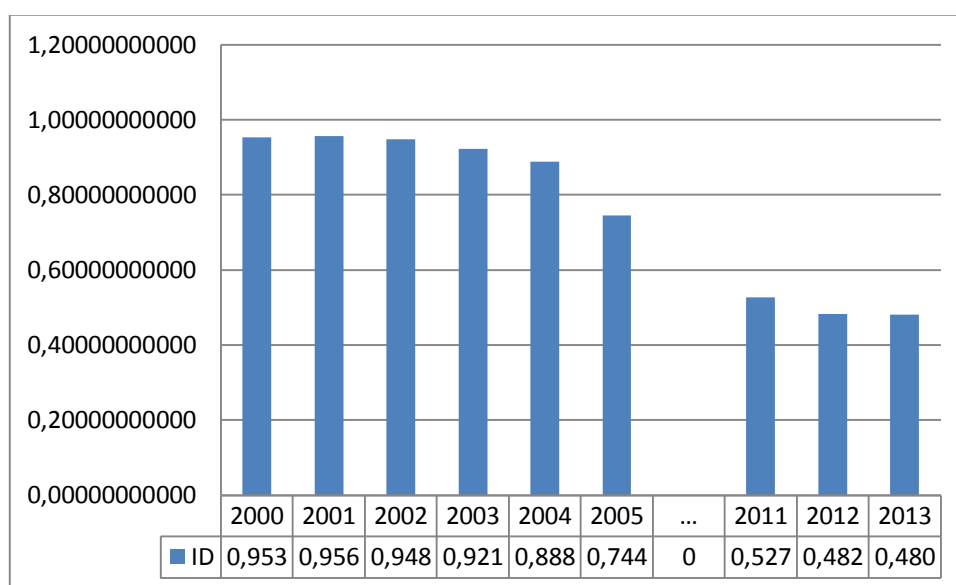
El Gráfico N° 4 – 14 muestra la evolución del ID en el mercado de distribuidoras farmacéuticas. Es contrario al anterior ID de laboratorios ya que la probabilidad de dominancia ha ido bajando a lo largo del tiempo. Los últimos años ha sido menor al

25% lo cual indica que es muy baja la probabilidad de dominancia. Esto puede ser debido a la gran cantidad de empresas que existen y que eligen la mejor estrategia para ir en la misma dirección en que va el mercado.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ID, en el mercado de las distribuidoras farmacéuticas es baja la probabilidad de dominancia por parte de las grandes empresas.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ID de las farmacias.

Gráfico N°: 4 – 15 Evolución del Índice de Dominancia en la comercialización (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 15 muestra la evolución del ID en el mercado de farmacias. Así como en la distribución, aquí la probabilidad de dominancia ha ido bajando a lo largo del tiempo. Los últimos años se ha ubicado entre el 50% lo cual indica que es moderada la

probabilidad de que grandes empresas eviten la entrada de nuevas empresas. Esto puede ser debido a la gran cantidad de cadenas de farmacias y franquicias que han crecido en el mercado.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ID, en el mercado de las farmacias es media la probabilidad de dominancia por parte de las grandes empresas.

4.1.2.4 ÍNDICE DE ENTROPÍA DE THEIL (ET).

Este índice muestra cómo está distribuida la renta en el mercado. Para el cálculo de este índice se usan las siguientes fórmulas:

$$ET = \sum_{i=1}^N q_i \times \ln\left(\frac{1}{q_i}\right)$$

$$ET_s = \frac{ET}{\ln(N)}$$

Según la Revista Politécnica, 2009, Vol. 30, el ETs debe cumplir ciertos parámetros que se detallan a continuación:

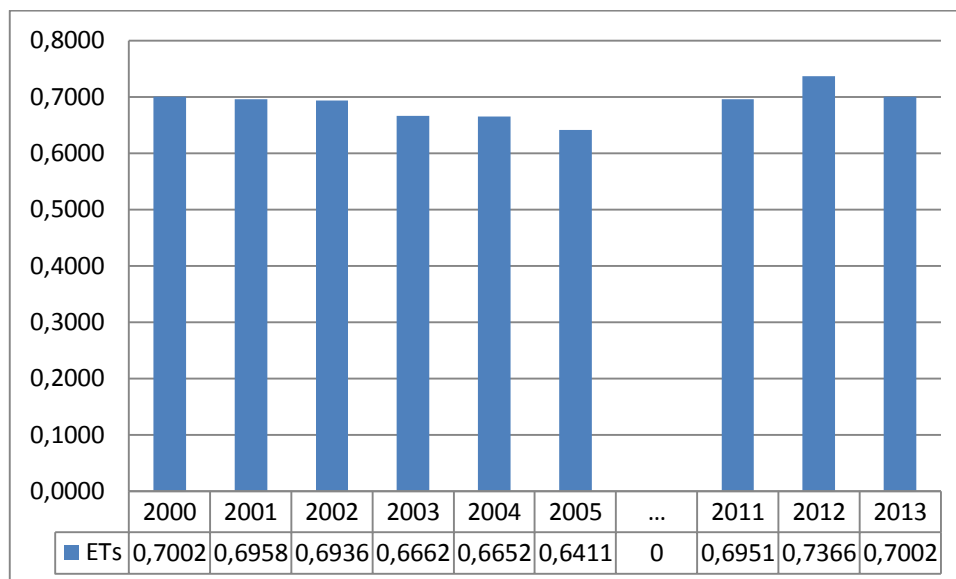
$0 < ETs < 50\%$ = Mercado altamente desigual;

$50\% \leq ETs < 70\%$ = Mercado moderadamente desigual;

$70\% \leq ETs < 1$ = Mercado igualmente distribuido o equitativo.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ETs de los laboratorios farmacéuticos.

Gráfico N°: 4 – 16 Evolución del Índice ETs en la producción (2000 -2005, 2011 – 2013).



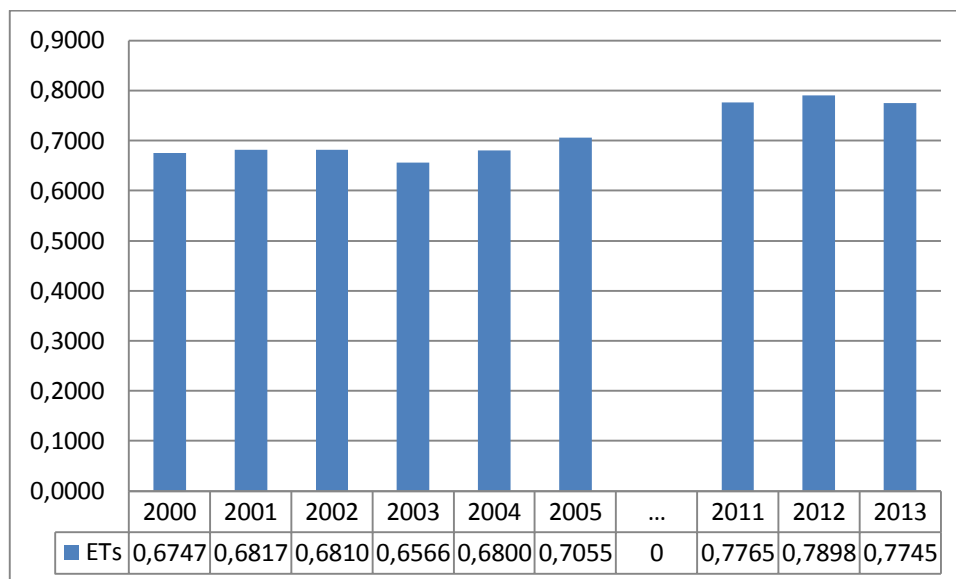
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 16 muestra al mercado de laboratorios farmacéuticos, como un mercado moderadamente desigual en ocasiones, y equitativo en su evolución en el tiempo.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ETs, el mercado de laboratorios farmacéuticos en la actualidad se encuentra igualmente distribuido.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ETs de las distribuidoras farmacéuticas.

Gráfico N°: 4 – 17 Evolución del Índice ET en la distribución (2000 -2005, 2011 – 2013).



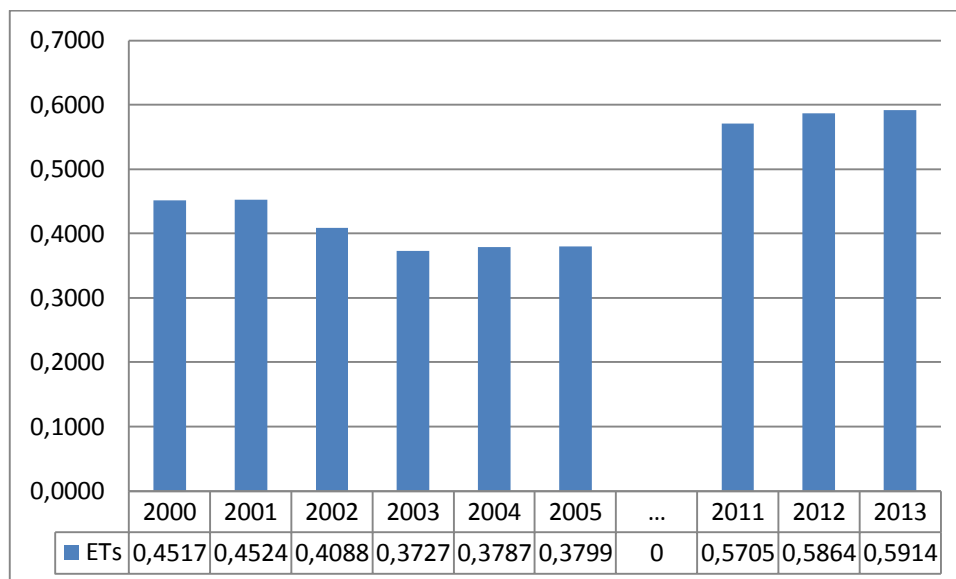
Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 17 muestra al mercado de distribuidoras farmacéuticas, como un mercado moderadamente desigual en ocasiones, y equitativo en su evolución en el tiempo.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ETs, el mercado de distribuidoras farmacéuticas en la actualidad se encuentra igualmente distribuido.

A continuación se presenta gráficamente la evolución del índice ETs de las farmacias.

Gráfico N°: 4 – 18 Evolución del Índice ET en la comercialización (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía / Ranking Empresarial de EKOS Negocios.

El Gráfico N° 4 – 18 muestra al mercado de farmacias, como un mercado altamente desigual en ocasiones, y moderadamente desigual en su evolución en el tiempo.

Siguiendo los parámetros de lectura del índice ETs, el mercado farmacias en la actualidad se encuentra moderadamente desigual.

4.2 INTEGRACIÓN VERTICAL Y HORIZONTAL.

4.2.1. INTEGRACIÓN VERTICAL.

Coase, en 1939, define a la empresa como el conjunto de procesos integrados para evitar incurrir en los costos de utilizar el mercado, (Tarziján, 2006). Es conveniente integrarse si es más beneficioso que no hacerlo.

En el caso de la industria farmacéutica si existen casos de integración vertical en lo que se refiere a producción con comercialización, y distribución con comercialización. Como por ejemplo:

- DIFARE (Distribuidor) que cuenta con sus cadenas de farmacias Pharmacy's, Cruz Azul y Comunitarias.
- Farmaenlace (Distribuidor) que cuenta con sus cadenas de farmacias Medicity, Farmacias Económicas.
- Quifatex (Productor) que cuenta con la red de farmacias Su Farmacia.

Puede existir la sospecha de que a causa de integraciones verticales se esté cometiendo conductas desleales, ya que los laboratorios o distribuidores pueden darles descuentos exagerados a las farmacias de su propiedad.

4.2.2. INTEGRACIÓN HORIZONTAL.

La fusión de una empresa con otras que realicen los mismos procesos, se refiere a una integración horizontal, (Tarziján, 2006).

En el sector de la industria farmacéutica es más común ver casos de fusiones y adquisiciones en el área de la producción, puesto que este tipo de empresas depende de las economías a escala para generar ganancia, haciéndola más propensas a las fusiones.

Esto puede darse a causa de que el sector de la producción no esté siendo completamente competitivo y haya empresas que necesitan de las fusiones para poder agrandar sus utilidades o simplemente permanecer en el mercado. Uno de estos casos es el de Sanofi, Laboratorios Kronos etc.

Sin embargo dentro del sector retail de la industria farmacéutica también han existido casos que han llamado la atención, como la adquisición de Farmacias Victorias y Su Medicas en el año 2010, por parte del Grupo Fybeca (GPF).

Esta adquisición llamo la atención dado que Farmacias Victorias era una de las primeras cadenas de farmacias, esto le permitió a GPF obtener una mayor participación de mercado frente a sus competidores.

4.3 BARRERAS A LA ENTRADA

Cuando un competidor nuevo quiere ingresar al mercado tiene que enfrentarse a ciertas barreras de entrada, las cuales pueden ser de tres tipos: naturales, legales, estratégicas.

A continuación se analizará cada una de ellas.

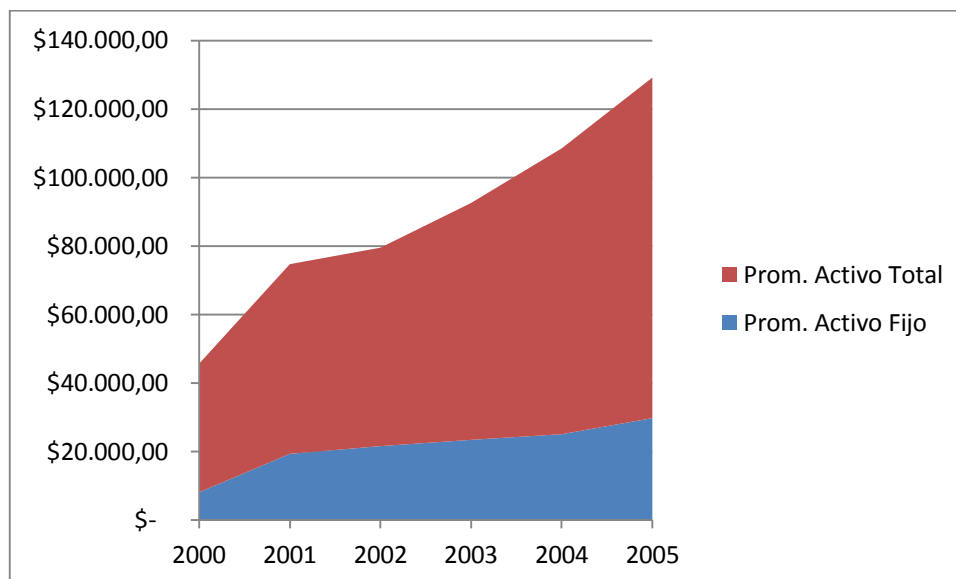
4.3.1 BARRERAS NATURALES.

En la industria farmacéutica, tanto para la producción, distribución y comercialización, es natural que se requiera la utilización de activos fijos para llevar a cabo una eficiente operación en el mercado. A continuación se aprecia la evolución en el tiempo de la inversión en activos fijos por parte de la industria, en sus tres sectores, y el porcentaje que éstos representan en sus activos totales.

Para cada uno de los sectores se escogió a 8 empresas que operaron durante el periodo del 2000 al 2012 y que sus ventas hayan sido bajas. Se tomó en cuenta la base de datos de la SuperCía de los años 2000 al 2005.

Por el lado de los laboratorios tenemos los siguientes resultados:

Gráfico N°: 4 – 19 Evolución de la inversión en AF en laboratorios (2000 -2005).



Fuente: SuperCía

Tabla N°: 4 – I Evolución de la inversión en AF en laboratorios (2000 -2005).

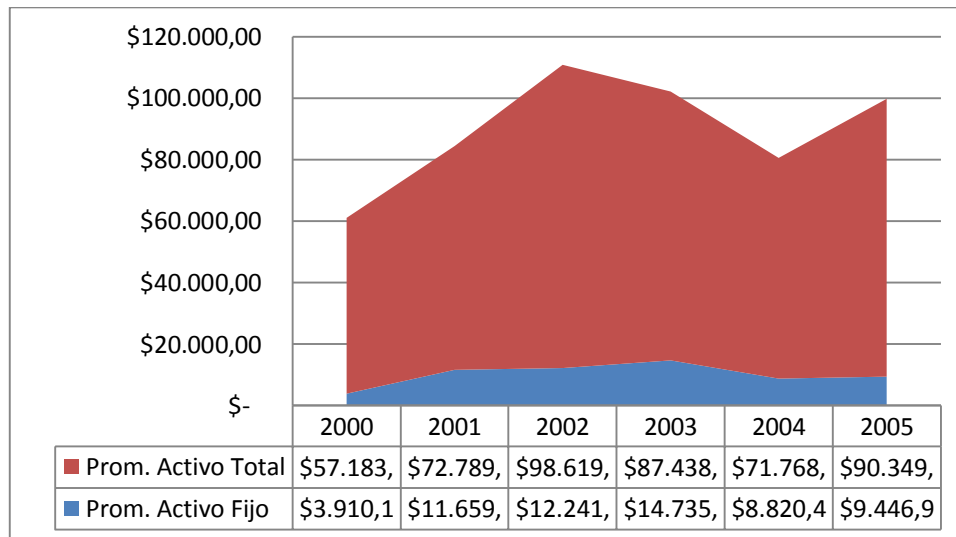
AÑO	PROMEDIO ACTIVO FIJO	PROMEDIO ACTIVO TOTAL	PORCENTAJE
2000	\$ 8,123.31	\$ 37,550.81	21.63%
2001	\$ 19,328.52	\$ 55,371.00	34.91%
2002	\$ 21,585.96	\$ 57,928.21	37.26%
2003	\$ 23,413.90	\$ 69,159.66	33.85%
2004	\$ 25,060.60	\$ 83,443.20	30.03%
2005	\$ 29,759.30	\$ 99,406.70	29.94%

Fuente: SuperCía

En el Gráfico N° 4 – 19, el área de color azul representa el promedio de activos fijos de los 8 laboratorios con ventas bajas y que se han mantenido en el tiempo, mientras que el área de color rojo representa el promedio de los activos totales de dichos laboratorios. Como se puede observar en la Tabla N° 4 – I, el activo fijo no ha sido tan representativo al comienzo y ha llegado hasta el 37.26% de los activos para luego disminuir a un 29.94%. A pesar que los activos de los laboratorios han crecido esto no se debe en gran parte a la inversión que se hace en activos fijos. Se podría concluir que la inversión en Activos Fijos es una barrera de entrada no tan alta para ingresar al mercado de laboratorios farmacéuticos.

Por el lado de las distribuidoras farmacéuticas tenemos los siguientes resultados:

Gráfico N°: 4 – 20 Evolución de la inversión en AF en distribuidoras (2000 -2005).



Fuente: SuperCía

Tabla N°: 4 – II Evolución de la inversión en AF en distribuidoras (2000 -2005).

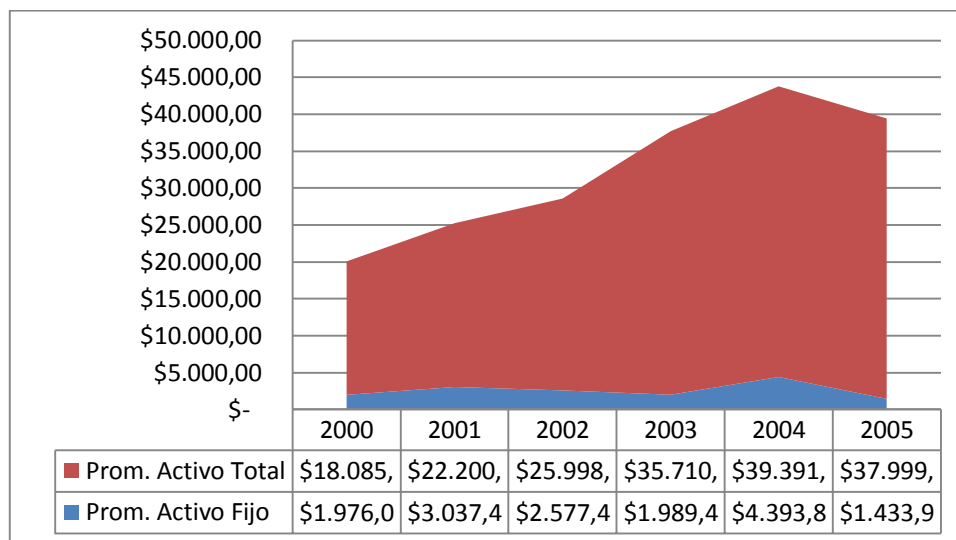
AÑO	PROMEDIO ACTIVO FIJO	PROMEDIO ACTIVO TOTAL	PORCENTAJE
2000	\$ 3,910.18	\$ 57,183.50	6.84%
2001	\$ 11,659.45	\$ 72,789.76	16.02%
2002	\$ 12,241.07	\$ 98,619.64	12.41%
2003	\$ 14,735.83	\$ 87,438.71	16.85%
2004	\$ 8,820.46	\$ 71,768.77	12.29%
2005	\$ 9,446.94	\$ 90,349.00	10.46%

Fuente: SuperCía

En el Gráfico N° 4 – 20, el área de color azul representa el promedio de activos fijos de las 8 distribuidoras farmacéuticas con ventas bajas y que se han mantenido en el tiempo, mientras que el área de color rojo representa el promedio de los activos totales de dichas distribuidoras. Como se puede observar en la Tabla N° 4 – II, el activo fijo no ha sido tan representativo a lo largo del tiempo ya que se ha mantenido por debajo del 20%. Se podría concluir que la inversión en Activos Fijos no es una barrera de entrada significativa para ingresar al mercado de distribuidoras farmacéuticas.

Por el lado de las farmacias tenemos los siguientes resultados:

Gráfico N°: 4 – 22 Evolución de la inversión en AF en farmacias (2000 -2005, 2011 – 2013).



Fuente: SuperCía

Tabla N°: 4 – III Evolución de la inversión en AF en farmacias (2000 -2005).

AÑO	PROMEDIO ACTIVO FIJO	PROMEDIO ACTIVO TOTAL	PORCENTAJE
2000	\$ 1,976.03	\$ 18,085.45	10.93%
2001	\$ 3,037.40	\$ 22,200.23	13.68%
2002	\$ 2,577.40	\$ 25,998.74	9.91%
2003	\$ 1,989.43	\$ 35,710.08	5.57%
2004	\$ 4,393.84	\$ 39,391.77	11.15%
2005	\$ 1,433.96	\$ 37,999.29	3.77%

Fuente: SuperCía

En el Gráfico N° 4 – 22, el área de color azul representa el promedio de activos fijos de las 8 farmacias con ventas bajas y que se han mantenido en el tiempo, mientras que el área de color rojo representa el promedio de los activos totales de dichas farmacias. Como se puede observar en la Tabla N° 4 – III, el activo fijo no ha sido tan representativo a lo largo del tiempo ya que se ha mantenido por debajo del 15%. Se podría concluir que la inversión en Activos Fijos no es una barrera de entrada significativa para ingresar al mercado de farmacias.

Cabe recalcar que la inversión en activos fijos no es el único tipo de barrera de entrada natural a la que se enfrentan las empresas que se apuestan a entrar al mercado. Existen otros tipos de barreras naturales que según las características del mercado se detallan a continuación:

a) Producción.

- La inversión para conseguir economías de escala en la fabricación: existen grandes laboratorios que poseen plantas, los cuales pueden producir grandes cantidades de medicamentos, lo cual disminuye el costo.
- La inversión de grandes cantidades de dinero en lo que se refiere a investigación y desarrollo.
- La inversión en publicidad para posicionarse en la mente del consumidor.
- Existen laboratorios que tienen muchos años en el Ecuador y han creado un sentimiento de fidelidad en el mercado.

- Existencia de acuerdos preferentes con los distribuidores.

b) Distribución.

- Inversión en grandes cantidades de medicamentos para su distribución, siendo los mayores compradores los más beneficiados.
- Acuerdos preferentes con laboratorios de prestigio en el mercado.
- Acuerdos preferentes para la importación de medicamentos.

c) Comercialización.

- Inversión en grandes cantidades de medicamentos para su distribución, siendo los mayores compradores los más beneficiados.
- Existencia de cadenas de farmacias especializadas que comercializan medicamentos y servicios de salud en una acogedora infraestructura.
- Cadenas de farmacias que han creado un sentimiento de fidelidad en el mercado.
- La inversión en publicidad para posicionarse en la mente del consumidor.
- Acuerdos preferentes con distribuidores y laboratorios.

4.3.2 BARRERAS LEGALES.

a) Producción.

- Todo laboratorio debe estar bajo la dirección técnica de químicos o bioquímicos farmacéuticos.
- Se debe cumplir las Buenas Prácticas de Manufactura.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento.
- Se debe cumplir con las disposiciones gubernamentales y municipales.
- Se debe cumplir lo estipulado en la Ley Orgánica de Salud.

b) Distribución.

- Todo distribuidor debe estar bajo la dirección técnica de un químico o bioquímico farmacéutico.
- Se debe cumplir con las buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento.
- Se debe cumplir con las disposiciones gubernamentales y municipales.
- Se debe cumplir lo estipulado en la Ley Orgánica de Salud.

c) Comercialización.

- Toda farmacia debe estar bajo la responsabilidad técnica de un químico o bioquímico farmacéutico.
- Se debe mantener un stock suficiente.
- Se debe obtener el permiso de funcionamiento.
- Se debe cumplir con la distancia mínima entre farmacias.

- Se debe cumplir con las disposiciones gubernamentales y municipales.
- Se debe cumplir lo estipulado en la Ley Orgánica de Salud.

4.4 BARRERAS ESTRATÉGICAS.

4.4.1 DISTRIBUCIÓN: ESTRATEGIAS DE PROLIFERACIÓN DE FORMATOS Y DIFERENCIACIÓN DE PRECIOS.

a) Proliferación de Formatos (Producción).

Existen diferentes tipos de medicamentos, producidos en diferentes presentaciones y en grandes cantidades.

Estas diferentes presentaciones pueden ser las siguientes: pastillas, cápsulas, polvos, granulados, trociscos, de liberación prolongada, supositorios, óvulos (supositorios vaginales), ungüentos, crema, emplasto, linimentos, suspensión, soluciones, lociones, colirio, enemas, inhalaciones, jarabes, ampollas, tintura, mucílago o elixir.

También se puede dar el caso de que ciertas presentaciones se produzcan con diferentes sabores, como es el caso de las vitaminas y sueros orales.

b) Diferenciación de Precios.

La diferenciación de precios existe cuando se da la venta de un mismo producto o servicio a distintos precios. La causa de esta diferenciación es por su demanda.

Para el caso de la distribución, se ofrecen descuentos a los establecimientos afiliados o con acuerdos preferentes.

Para el caso de la comercialización, se ofrecen tipos de descuentos a los clientes afiliados. Para este caso describiremos los diferentes tipos de descuentos aplicados en la cadena de farmacias FYBECA.

Para acceder a este tipo de descuentos el cliente deberá afiliarse al establecimiento. Al cliente afiliado se le entregará una tarjeta Vital Card que es una tarjeta exclusiva de Farmacias Fybeca que otorga diferentes descuentos que se detallan a continuación:

- Precio FYBECA.- precio de descuento Fybeca en todos los productos y en todas las formas de pago.
- VITALpuntos: compras en cualquier forma de pago, acumulan VITALpuntos que se los puede canjear por fabulosas promociones.

- Promociones: promociones mensuales en productos de oferta publicados en la Guía de Compras.

SEMANA DE DESCUENTOS

 <p>25% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 1 al 17 de marzo.</p>	 <p>25% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 15 al 31 de marzo.</p>
 <p>30% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 1 al 31 de marzo.</p>	 <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 1 al 31 de marzo.</p>
 <p>30% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a bronceadores y protectores solares Nivea. Del 15 al 31 de marzo.</p>	 <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a la línea de desodorantes. Del 1 al 31 de marzo.</p>
 <p>35% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a barra hombre y mujer. Del 15 al 31 de marzo.</p>	 <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 9 al 15 de marzo.</p>
 <p>20% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 16 al 23 de marzo.</p>	 <p>25% DE DESCUENTO</p> <p>Aplica a toda la línea. Del 1 al 15 de marzo.</p>

- Servicio a Domicilio: precio diferenciado en pedidos a domicilio.

Aplica colectiva servicio a domicilio.

Fybca va donde tú estás.
Llámanos GRATIS desde tu celular



El cliente afiliado también tiene la opción de pertenecer a clubes que se detallan a continuación:

- Plan de Medicación Continua: Un Club diseñado para pacientes que toman medicamentos o productos en forma permanente. Descuentos y bonificaciones en medicamentos, revistas, material educativo, charlas y actividades, entre otros beneficios.



- Club BBitos: Un Club creado para padres y madres en etapa de gestación y con hijos de hasta 3 años. Ofrecen bonificaciones en pañales y toallas húmedas, descuentos especiales, charlas, actividades, revistas.



- Años Dorados: Los clientes VitalCard de 65 años o más, automáticamente pertenecen al Club Años Dorados. Los mejores beneficios: Servicio a domicilio, descuento adicional en medicinas, afiliación automática al Plan de Medicación Continua, salas de espera y caja preferencial.

4.4.2 DISTRIBUCIÓN: COMPROMISOS ESTRATÉGICOS Y CREDIBILIDAD.

- **Investigación y Desarrollo**

La Inversión en Investigación y Desarrollo para el descubrimiento de nuevos medicamentos para el tratamiento o cura del cáncer, SIDA, enfermedades terminales, nuevas enfermedades, etc.

- **Capacidad de Producción**

La intervención del Estado en promover el consumo de medicamentos genéricos ha generado un aumento de la capacidad de producción de los laboratorios nacionales.

La intervención del Estado en emitir licencias obligatorias sobre las patentes de medicamentos de marca, ha ayudado a la industria farmacéutica como incentivo para aumentar su capacidad de producción nacional, con la finalidad de disminuir las importaciones del sector.

- **Creación de Activos Específicos**

Para este caso tomamos como ejemplo DIRES del GRUPO DIFARE que se encarga de proporcionar tecnología y software especializados en administración de farmacias.

- **Fusiones y Adquisiciones**

Se han dado varias fusiones entre laboratorios farmacéuticos como es el caso de Sanofi Ecuador que es el resultado de la fusión de varias compañías.

En lo que respecta a farmacias, Farcomed es dueño de las marcas Fybeca y Sana Sana. Esta cadena adquirió en el 2010 a las farmacias Victoria y Su Médica, las cuales remodeló y reabrió con las marcas del grupo. Por su parte Difare posee a Pharmacy's y Cruz Azul y varias farmacias que trabajan como franquicias de las marcas Cruz Azul y Comunitarias.

- **Inversión en Publicidad y Promoción.**

Existen ciertos medicamentos que pueden ser publicitados, como son los medicamentos de venta libre. Los demás medicamentos se promocionan con la ayuda de visitadores médicos. Los laboratorios invierten altas cantidades de dinero en lo que es promoción de medicamentos mediante visita médica.

En lo que se refiere a farmacias, las grandes cadenas son las que invierten en publicidad.

4.4.3 ANÁLISIS DE RESTRICCIONES VERTICALES EN LA DISTRIBUCIÓN.

En un mercado donde existen muchos productores que utilizan a muchos distribuidores para la comercialización de sus productos, el uso de restricciones verticales podría tener como objetivo disminuir la competencia en el mercado y crear barreras de entrada a nuevos competidores.

En la industria farmacéutica ecuatoriana existe la sospecha de ciertas prácticas para disminuir la competencia. Estas prácticas se detallan a continuación:

- **Prescripción exclusiva.**

Los médicos forman parte de las principales causantes de la demanda de medicamentos.

Se puede dar el caso de que los laboratorios tengan acuerdos exclusivos con los médicos para que recomienden, a los pacientes, medicamentos de su línea de productos. Algunos de los beneficios que ofrecen a los médicos suelen ser la participación en talleres o seminarios, viajes, descuentos, etc.

- **Distribución exclusiva.**

Se puede dar el caso de que los laboratorios tengan acuerdos exclusivos con las distribuidoras, o que las distribuidoras tengan acuerdos exclusivos con las farmacias,

otorgándoles grandes descuentos por la compra de grandes cantidades de medicamentos.

- **Franquicias.**

Los distribuidores pueden alcanzar el nivel óptimo que el proveedor desea a través de un contrato de franquicia. Dicho contrato es entre dos partes, el franquiciador y el franquiciado, que en este caso es el proveedor y distribuidor respectivamente.

Con los pagos que el franquiciador recibe por la franquicia, éste puede financiar el desarrollo de su marca, expandir su negocio y alcanzar economías de escala y de ámbito.

El crecimiento mediante este tipo de restricción puede crear competencia entre franquiciados, pero disminuye la competencia fuera de la franquicia, ayudando a copar el mercado rápidamente y crear barreras de entrada.

Según una entrevista por Jonathan Machado, publicada en el Diario Hoy, el mercado farmacéutico en Ecuador es el segundo mercado con mayor número de franquicias.

4.4.4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA BASADO EN LA CLASIFICACIÓN DE SUSTITUTOS ESTRATÉGICOS Y COMPLEMENTOS ESTRATÉGICOS.

Este punto busca analizar la respuesta de la competencia ante una variable estratégica de decisión que se realiza.

En la siguiente tabla se establecen variables de decisión para el análisis, la clasificación de la variable, el efecto que tiene en la agresividad de la competencia y la explicación.

Tabla N°: 4 – IV Clasificación de Sustitutos y Complementos Estratégicos.

Variable	Clasificación	Explicación
Precio	Complemento Estratégico	Al ser un bien necesario, el precio del medicamento será fijado y revisado por el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos, tanto para producción, distribución y comercialización. En el caso de las cadenas de farmacias, estas ofrecen descuentos por ser cliente afiliado.
Publicidad	Complemento Estratégico	Los medicamentos de venta libre son los que pueden ser publicitados. Al existir cualquier cantidad de marcas y genéricos, ciertas ocasiones se da una guerra publicitaria.
Servicios Adicionales	Complemento Estratégico	Las cadenas de farmacias empiezan a brindar servicios médicos para los clientes afiliados.
I+D	Complemento Estratégico	Los laboratorios invierten en Investigación y Desarrollo por no quedarse atrás de lo que hace la competencia. Lo mismo es en el caso de las patentes.

Fuente: Elaborado por los autores

4.5 ANÁLISIS RATIOS FINANCIEROS

Analizar el comportamiento de una industria según Tarziján, nos ayuda a determinar como la conducta y la estructura de las empresas influyen en el desempeño de la misma.

Al adentrarnos en la industria farmacéutica y para la realización del Enfoque Estructura Conducta (ECR) Resultados es necesario analizar las tres partes que la constituyen en el Ecuador, desde la creación de medicinas por parte de laboratorios, la distribución y finalmente la comercialización.

Para esto se realizó un análisis económico financiero tomando en cuenta los ratios financieros de liquidez, solvencia y rentabilidad, con el fin de determinar el comportamiento y la relación de las empresas entre laboratorios, distribuidoras y farmacias.

El cálculo de estos ratios fue obtenido de una base de datos de la Superintendencia de Compañías, donde se hallaban datos desde los años 2000 al 2005 de laboratorios, distribuidoras y farmacias. Para los cálculos de los años 2011 y 2012 se utilizó un ranking de empresas de la revista económica “EKOS” donde solo se incluían grandes y medianas empresas.

Hay que recalcar que para el periodo del 2006 al 2010 lastimosamente no se encontraron datos que nos sirvan para el análisis de la evolución de estos sectores, por lo cual los resultados que arroje el estudio estarán sesgados a la falta de esa información.

Para validez del estudio se separó las empresas en tres grupos grandes, medianas y pequeñas según las ventas de acuerdo a la estratificación de empresas en el Ecuador por el Ministerio de Industrias y Productividad, además se depuro las empresas que presentaban perdidas en sus balances y empresas cuyos ratios no presentaban valores comúnmente aceptados y para mayor efectividad ;en el estudio también se excluyó a las microempresas ya que la mayoría de ellas presentaban ratios con valores de cero y lejanos a la realidad.

Tabla N°: 4 – V Estratificación de las Empresas Ecuador

Criterios de estratificación*	Artesanos y Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Gran empresa
Activos (en US\$)	Hasta 100.000	De 100.001 a 750.000	De 750.001 hasta 4'000.000	De 4'000.001 en adelante
Ventas anuales (en US\$)	Hasta 100.000	100.001 – 1'000.000	1'001.000 – 5'000.000	De 5'000.001 en adelante
Personal Directo	1 a 9	10 a 49	50 a 159	160 en adelante

Fuente: Ministerio de la Industria y Productividad 20013

Los índices que se tomaron en cuenta para el análisis financiero fueron los de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad según la Superintendencia de Compañías de los cuales se tomó un promedio por sector y tipo de empresas.

Los ratios financieros que se analizaron fueron los siguientes:

Tabla N°: 4- VI Conceptos Ratios Financieros

Liquidez	
Liquidez Corriente	Este ratio es la principal medida de liquidez, muestra qué proporción de deudas de corto plazo son cubiertas por elementos del activo, cuya conversión en dinero corresponde aproximadamente al vencimiento de las deudas.
Prueba Ácida	Es uno de los indicadores de liquidez frecuentemente usados como indicador de la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, sin tocar los inventarios
Solvencia	
Endeudamiento Patrimonial	Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. Esta razón de dependencia entre propietarios y acreedores, sirve también para indicar la capacidad de créditos y saber si los propietarios o los acreedores son los que financian mayormente a la empresa, mostrando el origen de los fondos que ésta utiliza, ya sean propios o ajenos e indicando si el capital o el patrimonio son o no suficientes.
Endeudamiento del Activo Fijo	El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.
Apalancamiento	Es el endeudamiento de la empresa. Se suele considerar sólo la deuda con coste. Se mide como porcentaje sobre el total activo o total recursos propios, lo que da una idea del riesgo de la compañía por financiación. A partir de un apalancamiento del 70% sobre total activo, puede considerarse como peligroso.
Gestion	
Rotación de Activo Fijo	La rotación de activos es uno de los indicadores financieros que le dicen a la empresa que tan eficiente está siendo con la administración y gestión de sus activos.
Período Medio de Cobranza	Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa. En la práctica, su comportamiento puede afectar la liquidez de la empresa ante la posibilidad de un período bastante largo entre el momento que la empresa factura sus ventas y el momento en que recibe el pago de las mismas.
Rentabilidad	
Rent. Neta del Activo	Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.
Margen Operacional	El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.
Rent. Neta de Ventas	Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.
Rent. Financiera	Esta razón mide el beneficio neto (deducidos los gastos financieros, impuestos y participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo.

Elaborado por: Autores

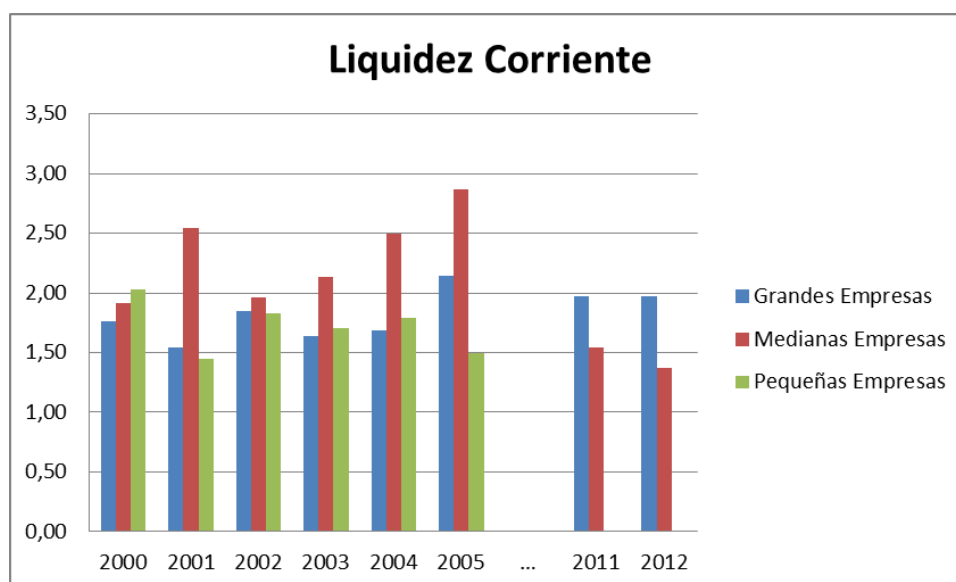
4.5.1 ANÁLISIS HORIZONTAL

4.5.1.1 ANÁLISIS FINANCIERO PRODUCCIÓN.

4.5.1.1.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Liquidez Corriente

Gráfico N°: 4 – 23 Liquidez Corriente



Fuente: Superintendencia de Compañías

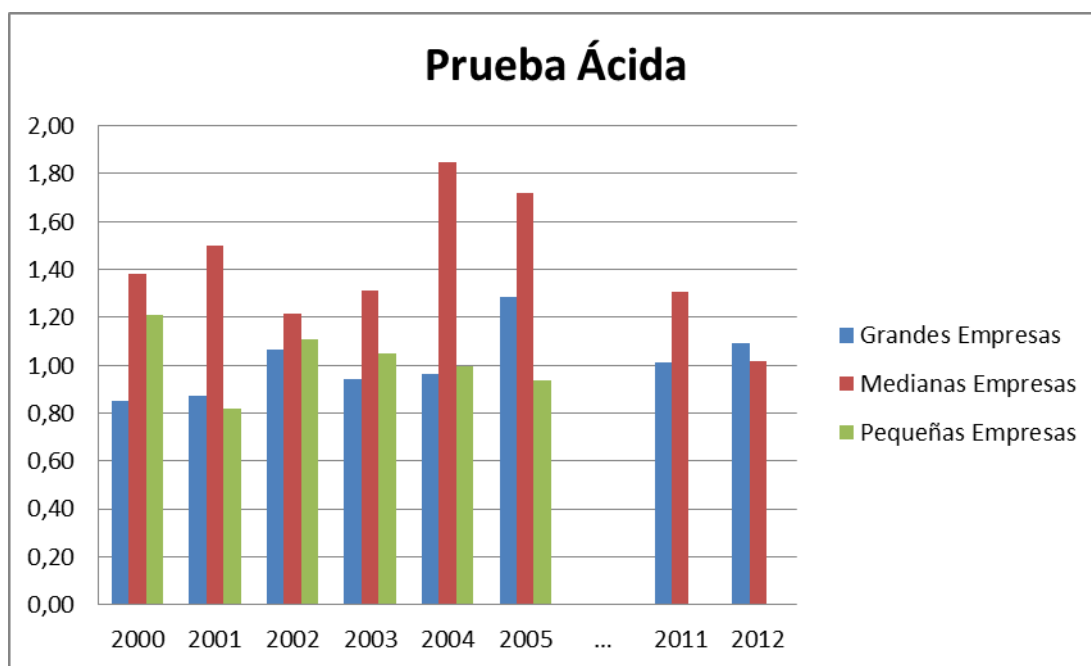
Con respecto a la liquidez corriente en el caso de la producción se puede observar en el Gráfico N° 4 - 23 que la mayoría de estas empresas de este sector son capaces de cubrir sus deudas a corto plazo, pero sin embargo vemos desde el año 2000 al 2005 que las grandes y pequeñas empresas son las más efectivas al momento de manejar sus activos corrientes, ya que en la mayoría de los años han llevado un ratio más cercano a uno lo que indica que no caen en exceso de liquidez.

Para el análisis de las grandes y medianas empresas del año 2011 y 2012 vemos que ahora las medianas empresas son más efectivas a la hora de manejar sus deudas a corto plazo no incurriendo en exceso de liquidez.

Estos resultados pueden darse ya que por lo general las empresas productoras necesitan de grandes inversiones de capital para funcionar lo cual hace que sean más efectivas a la hora de cubrir sus deudas a corto plazo.

Prueba Ácida

Gráfico N°: 4 – 24 Prueba Ácida



Fuente: Superintendencia de Compañías

La prueba ácida realizada para el sector de la producción en el mercado de las medicinas muestra que la industria productora es efectiva a la hora de cubrir sus

deudas corrientes a partir de sus inventarios, esto puede darse debido a que estas empresas mantienen un buen manejo de sus inventarios, tratando de mantenerlos al mínimo posible.

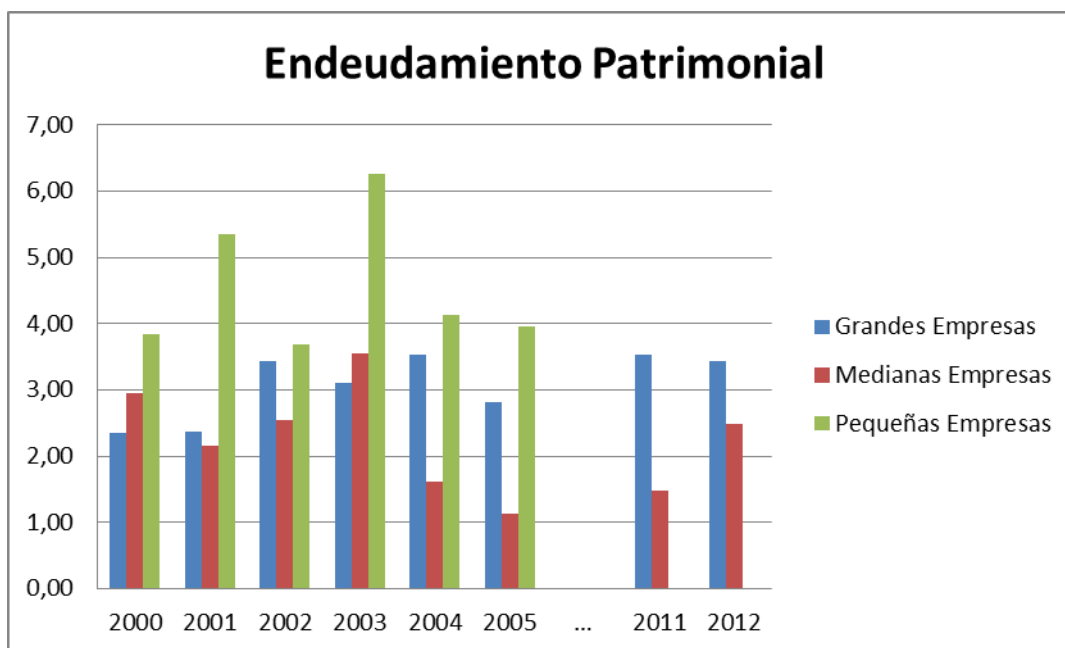
El Gráfico N° 4 - 24 arroja como resultado en los periodos del 2000 al 2005 que las medianas empresas del sector son las que contienen mayor capacidad para cubrir sus obligaciones corrientes, seguida de las pequeñas empresas. Las grandes empresas muestran valores menores, esto puede ser resultado de que las grandes empresas tienen más capacidad de producción por lo tanto tienen cantidades de inventarios mayores que el resto de la industria.

Para los años 2011 y 2012 se puede observar que esta relación se ha mantenido ya que QUIFATEX S.A ha liderado los primeros puestos durante los periodos del 2000 al 2012.

4.5.1.1.2 INDICADORES DE SOLVENCIA

Endeudamiento Patrimonial

Gráfico N°: 4 – 25 Endeudamiento Patrimonial



Fuente: Superintendencia de Compañías

El gráfico N° 4 - 25 muestra la evolución de los laboratorios productores de medicinas en el Ecuador desde el años 2000 al 2012. El ratio de endeudamiento patrimonial indica de donde están proviniendo la financiación de la empresa, si es de sus propios medio o por parte de los acreedores.

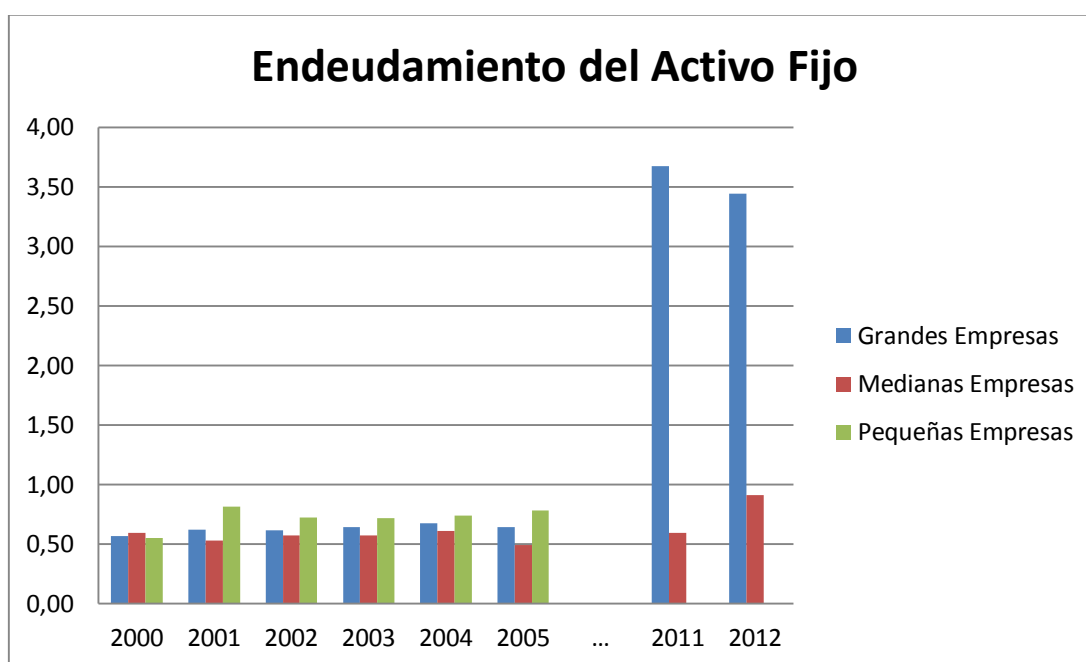
Los resultados del Gráfico N° 4 - 25 nos indica que las empresas pequeñas son las que más dependen de la financiación por partes de sus acreedores haciendo que su capacidad de créditos se reduzca, por otra las grandes y medianas empresas muestran valores similares a través del tiempo, lo cual hace que haya una relación inversa entre

las empresas y sus valores, ya que entre más grande sean las empresas habrá una menor dependencia de los acreedores.

Para los años 2011 y 2012 vemos que los valores se han mantenido de igual forma por debajo de los valores de las pequeñas empresas hasta el 2005, lo que nos puede hacer pensar que la tendencia de los valores se mantenga distribuida de la misma manera.

Endeudamiento del Activo Fijo

Gráfico N°: 4 – 26 Endeudamiento del Activo Fijo



Fuente: Superintendencia de Compañías

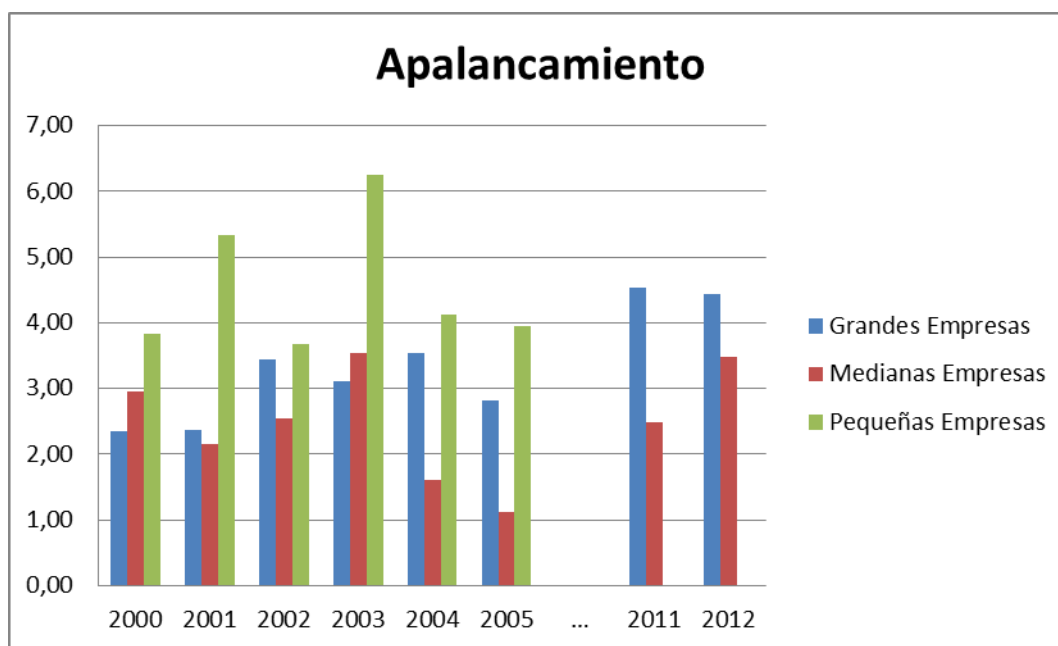
Según el Gráfico N°4 - 26 durante los periodos del 2000 al 2005 se ha mantenido una relación estrecha en estos valores, lo cual indica que en estos años la industria de los laboratorios fue altamente competitiva, dado que las empresas del sector contaban con las mismas capacidades para adquirir activos fijos

Con respecto a los últimos años 2011 y 2012 claramente se observa que ha habido un incremento exorbitante en los valores por parte de las grandes empresas lo cual representaría una enorme desventaja ante los demás productores del sector.

Para explicar este punto se tomara como ejemplo a la empresa QUIFATEX S.A., ya que es una de las pocas empresas sino la única que en este periodo ha logrado casi duplicar sus ventas con respecto al periodo del 2000 al 2005, esto podría explicar porque ese aumento en la capacidad de compra de activos fijos en las grandes empresas.

Apalancamiento

Gráfico N°: 4 – 27 Apalancamiento



Fuente: Superintendencia de Compañías

Este indicador financiero tiene una relación estrecha con el endeudamiento patrimonial, debido a que nos indica el número de activos que han conseguido las empresas por

cada dólar del patrimonio, por lo que para su cálculo se toma en cuenta los activos totales vs el patrimonio.

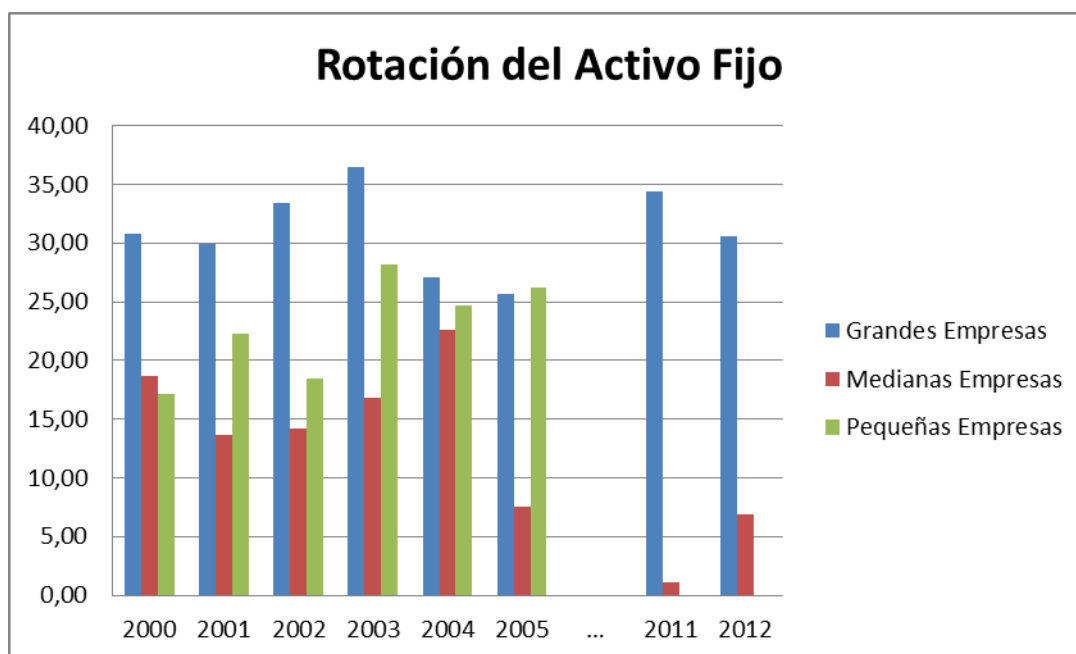
Los resultados según el gráfico N° 4 - 27 para el periodo 2000-2005 están dentro de los esperados ya que de igual manera que el endeudamiento patrimonial las pequeñas empresas fueron las que presentaron mayor resultado mostrando que las grandes y medianas empresas son más independientes de sus acreedores.

Para el periodo 2011-2012 vemos que las medianas empresas en general son las que mejor utilizan los recursos propios, por lo tanto sus valores se ajustan más a los del mercado.

4.5.1.1.3 INDICADORES DE GESTIÓN

Rotación del Activo Fijo

Gráfico N°: 4 – 28 Rotación del Activo Fijo



Fuente: Superintendencia de Compañías

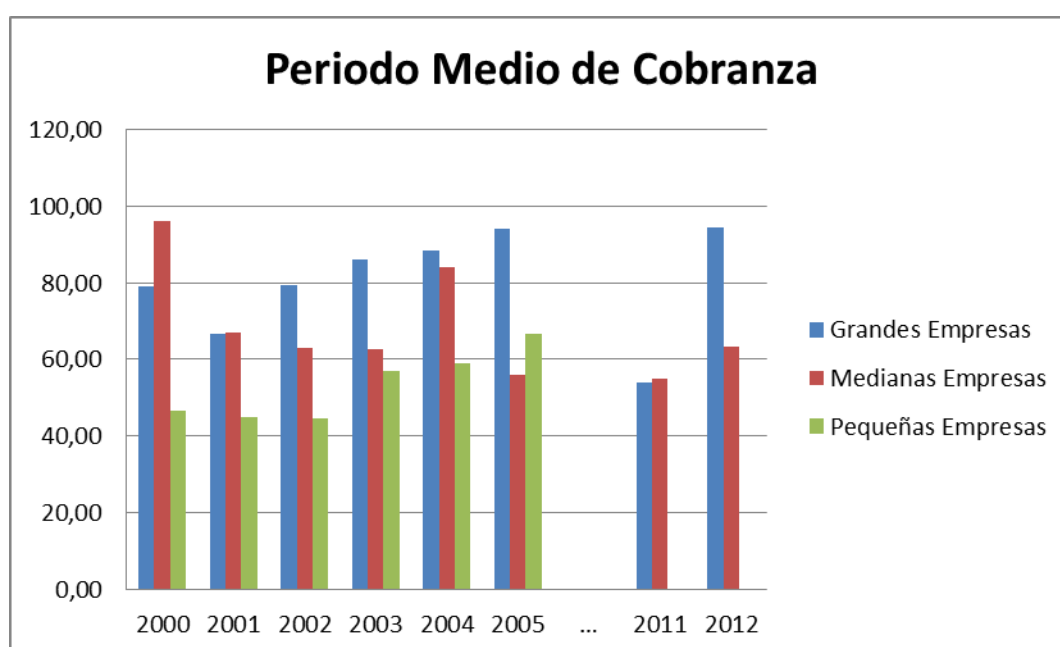
Este indicador nos muestra que tan efectiva son las empresas generando ventas con menos inversión en mercadería. El Gráfico N° 4 - 28 nos muestra en el periodo del 2000-2005 las grandes empresas son las que más rápido recuperan sus inversiones en activos, sin embargo las demás empresas dentro del sector también tienen un buen manejo sobre sus inversiones en activos fijos. Esto muestra que el sector de los laboratorios es un sector con bastante liquidez.

Para los años 2011-2012 las empresas grandes continúan con un valor por encima de las demás empresas lo que podría indicar que la tendencia se ha mantenido durante los periodos del 2006-2010 que están fuera del estudio por falta de información.

Para ver el sector en general sacamos un promedio de las grandes empresas para todos estos periodos, donde podemos ver que estas empresas tienen periodos más cortos de cobranza con tan solo 144 días, este valor está muy por encima de las medianas y pequeñas empresas, lo que podría ser una desventaja para el sector.

Periodo Medio de Cobranza

Gráfico N°: 4 – 29 Periodo Medio de Cobranza



Fuente: Superintendencia de Compañías

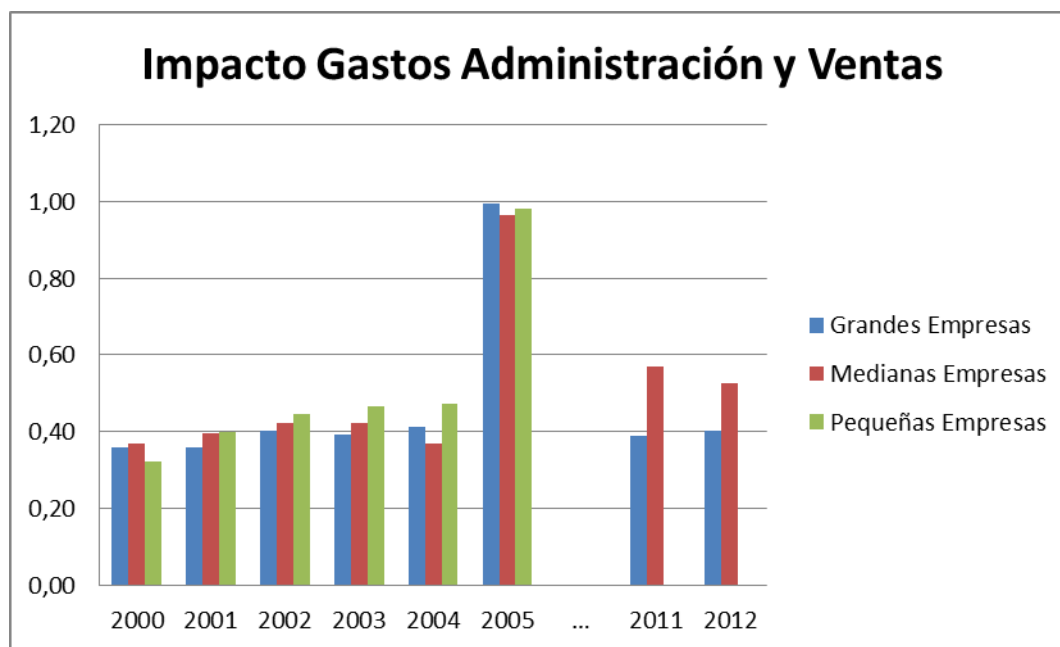
La razón por la cual se calcula este ratio es para saber qué tan efectivas están siendo las empresas al momento de recuperar las cuentas y documentos por cobrar al corto plazo, puesto que entre mayor sea el número de días que la empresa se tomen en recuperar estos valores, se reflejaría una mala gestión de las empresas.

Para los periodos del 2000-2005 el gráfico N° 4 - 29 muestra como resultado que las empresas pequeñas son más efectivas al momento de recuperar el dinero de sus

ventas. Esto es normal ya que las grandes empresas por lo general tienen la capacidad de ofrecer más crédito a sus clientes debido a sus economías de escalas.

Impacto Gastos Administración y Ventas

Gráfico N°: 4 – 30 Impacto Gastos Administrativos y Ventas



Fuente: Superintendencia de Compañías

El impacto gastos administración y ventas trata de decirnos que tan endeudada se encuentra una empresa, valores superiores al 10% son considerados fuera de lo normal puesto que interferirían con los márgenes operacionales de las empresas, esta situación se da porque al tener fuertes gastos de administración y de ventas determinan un bajo margen operacional haciendo que se disminuye la utilidad de la empresas

El Grafico N° 4 - 30 arroja resultados dentro del rango normal exceptuando el año 2005 donde hubo un incremento de valores en todas las empresas del sector, sin embargo estos resultados no influyen en el desenvolvimiento del sector.

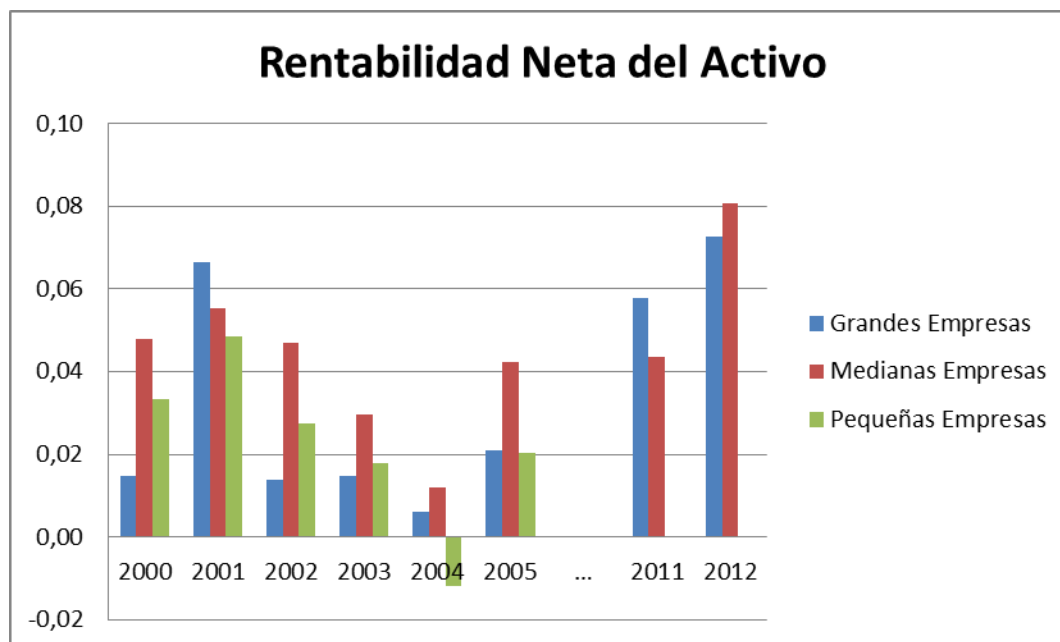
Este movimiento pudo darse por motivo de un litigio legal entre laboratorios durante abril del 2005. Laboratorio Glaxosmithkline del Ecuador demandó a varios laboratorios alegando que unos de sus productos (ceforexima axetilo y cefurexima sódica) estaban siendo producidos sin haber expirado la patente todavía.

Lo cual hizo que se tome como medida cautelar retirar las medicinas en circulación, haciendo que algunos laboratorios incurran en mayores gastos administrativos.

4.5.1.1.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Rentabilidad Neta del Activo

Gráfico N°: 4 – 31 Rentabilidad del Activo



Fuente: Superintendencia de Compañías

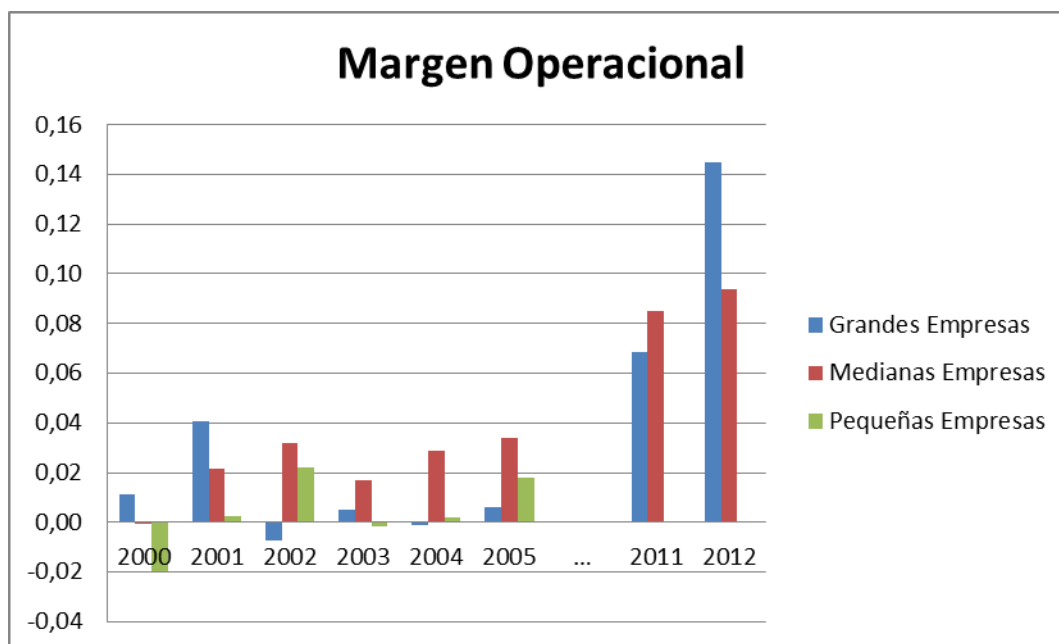
El gráfico N° 4 - 31 muestra que tanto aprovechan sus activos las empresas para generar utilidad. Podemos observar que para el periodo de 2000-2005 las empresas medianas fueron las que mayor rentabilidad producía a través de sus activos.

Por otra parte las grandes empresas demostraron ineficiencia ya que los valores varían de un año a otro siendo el 2001 uno de los cuales sobresalió.

Para los años 2011 y 2012 las medianas empresas siguieron la misma tendencia de los periodos anteriores, pero esta vez las grandes empresas presentaron una mejora en la utilización de sus activos para generar utilidades, transformando este sector en uno más competitivo.

Margen Operacional

Gráfico N°: 4 – 32 Margen Operacional



Fuente: Superintendencia de Compañías

Este indicador nos muestra que tan lucrativo ha sido el negocio para las empresas sin importar la manera en que hayan sido financiadas.

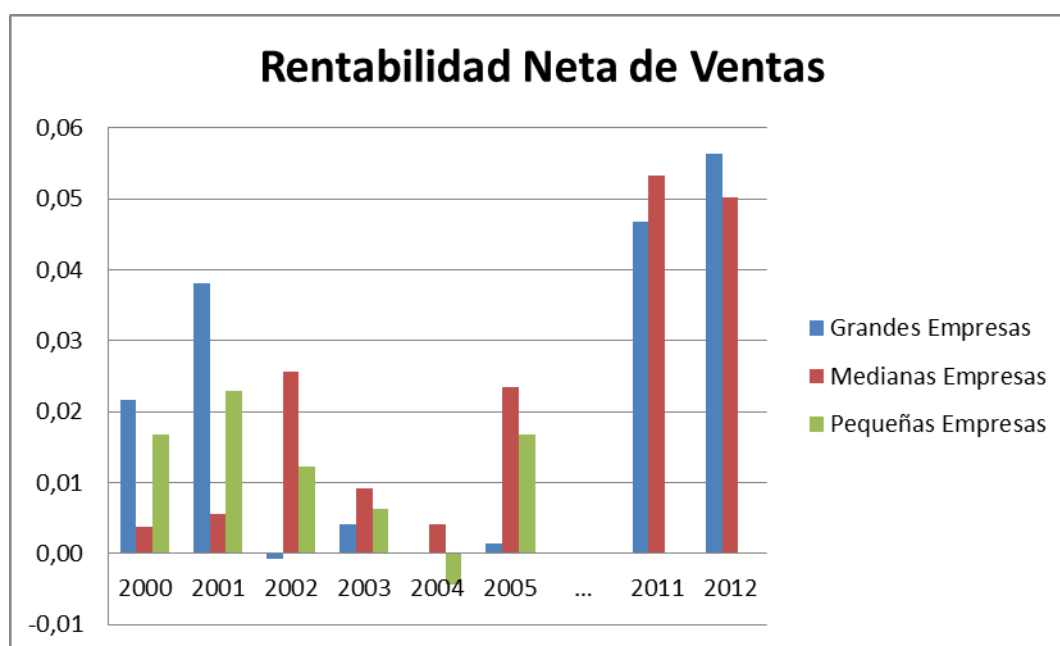
El periodo del 2000-2005 según el Gráfico N° 4 – 32 ha mostrado una evolución equitativa en las ganancias de las empresas, lo que puede provenir de un sector competitivo.

Pero ya para los años 2011 y 2012 muestra un elevado porcentaje de crecimiento dejando de ser un sector lucrativo proporcional, a un sector donde pocas empresas presentan ganancias muy por encima de las demás.

Esto ser resultado de que las grandes empresas cuentan con mayores cantidades de dinero para invertir, creando economías a escalas y dejando atrás a las pequeñas empresas

Rentabilidad Neta Ventas

Gráfico N°: 4 – 33 Rentabilidad Neta de Ventas



Fuente: Superintendencia de Compañías

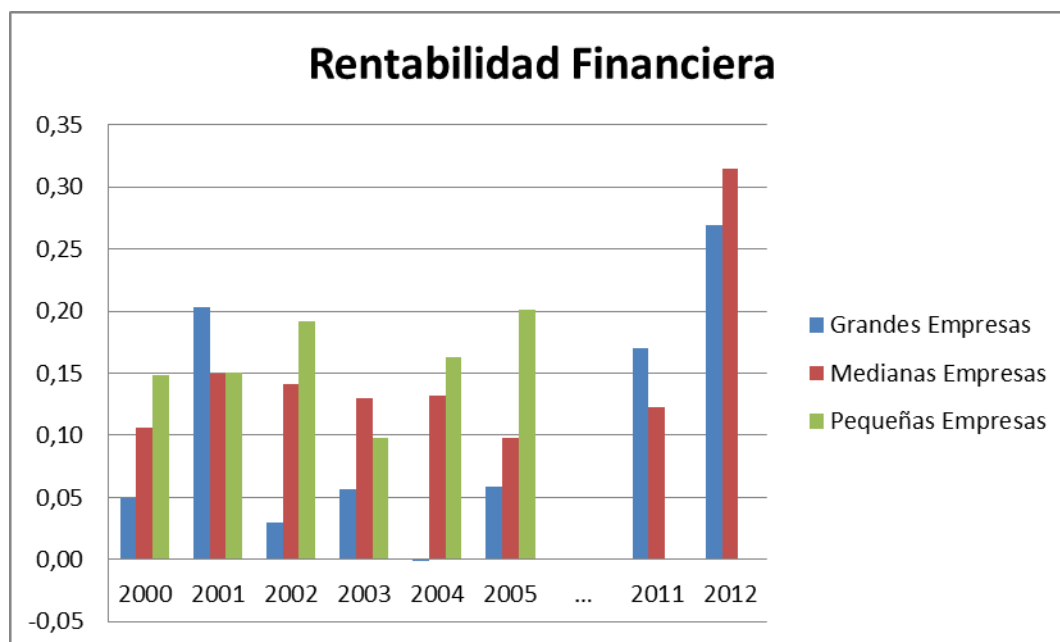
Los resultados arrojados por el Gráfico N° 4- 33 de los periodos 2000-2005 van de acorde a lo esperado, ya que para el análisis de este ratio se debe tomar en consideración si los datos presentes van acorde con los márgenes operacionales.

Sin duda las grandes empresas y medianas empresas para los años 2011-2012 han elevado sus ventas, puede que provenga de las inversiones que se han venido realizando en la industria puesto que el país hoy en día está buscando que los

laboratorios aumenten su capacidad de producción para disminuir las importaciones de medicamentos.

Rentabilidad Financiera

Gráfico N°: 4 – 34 Rentabilidad Financiera



Fuente: Superintendencia de Compañías

Para el análisis de la rentabilidad financiera debemos tomar en cuenta el margen operacional y la rentabilidad neta, para una mayor efectividad.

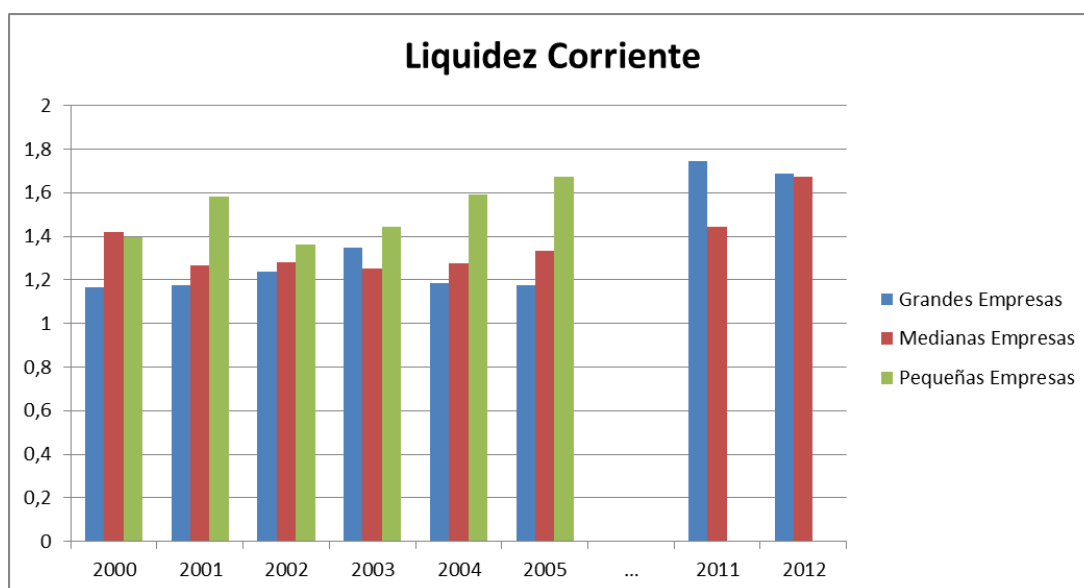
El Gráfico N° 4 - 34 da como resultado que las medianas y grandes empresas obtienen mayores utilidades por sus propias inversiones. Pero en general todo el sector muestra valores elevados lo que indica que es un sector que se va desarrollando y creciendo en el tiempo, creando mayores utilidades.

4.5.1.2 ANÁLISIS FINANCIERO DISTRIBUCIÓN

4.5.1.2.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Liquidez Corriente

Gráfico N°: 4 – 35 Liquidez Corriente



Fuente: Superintendencia de Compañías

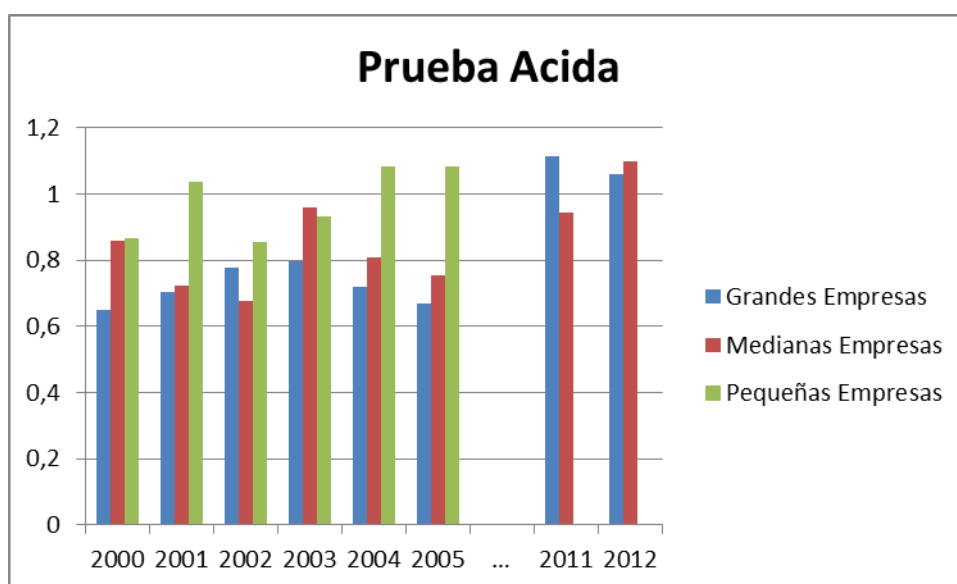
En el sector de la distribución de medicinas el Gráfico N° 4 - 35 se puede observar claramente que estamos hablando de un sector con buen manejo de liquidez ya que todas las empresas presentan valores mayores a 1.

Pero para el periodo 2000-2005 vemos que las grandes empresas son más eficientes manejando sus obligaciones al corto plazo, por lo que no caen en exceso de liquidez.

Para el año 2011-2012 vemos un aumento en valores de las grandes empresas pero nada fuera de lo normal, debido a que la tendencia pudo verse afectado por el crecimiento de las empresas a través de los años.

Prueba Ácida

Gráfico N°: 4 – 36 Prueba Ácida



Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico N°4 - 36 se observa que sector de en general el sector cuenta con la capacidad de pagar sus obligaciones a corto plazo y a su vez mantener un buen manejo de inventarios.

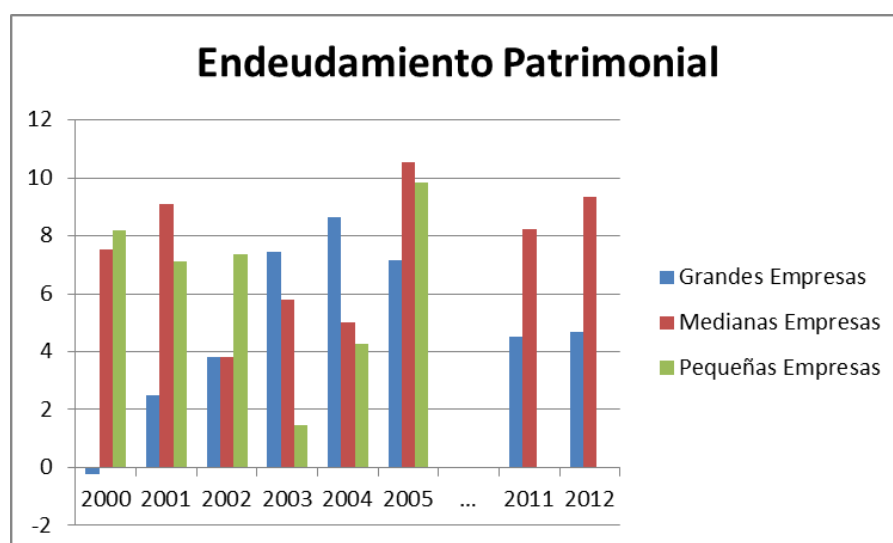
Para el periodo del 2000-2005 se observa que pequeñas empresas son las que cuentan con mayor capacidad para cumplir con sus obligaciones al corto plazo dado que poseen un menor inventario.

En los años 2011-2012 han mejorado las grandes y medianas empresas con respecto a sus valores, ya que se acercan más a uno significando una mejora en el cumplimiento de sus obligaciones a corto plazo.

4.5.1.2.2 INDICADORES DE SOLVENCIA

Endeudamiento Patrimonial

Gráfico N°: 4 – 37 Endeudamiento Patrimonial



Fuente: Superintendencia de Compañías

Este indicador nos muestra cómo está siendo realmente financiada la empresa si por fondos propios o de sus acreedores, por lo que valores menores a uno muestran un financiamiento en su mayoría propio y viceversa.

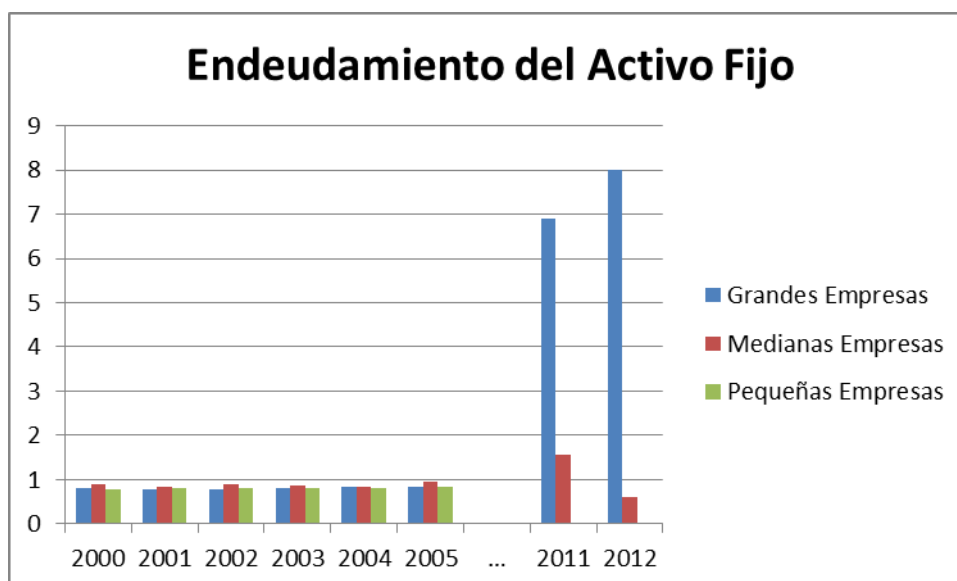
Según el Gráfico N°4 - 37 muestra la evolución de las empresas distribuidoras en el sector farmacéutico durante el periodo 2000-2012, para el periodo dentro del 2000 al 2005 vemos que las grandes empresas que se financian en su mayoría con capital

propio lo que es ideal, ya que valores altos en este indicador comprometen la situación de empresa haciendo que se reduzca la capacidad de créditos.

Para los periodos 2011-2012 las medianas empresas son las que muestran mayor problema a la hora de financiarse, esto se puede dar por una razón, las empresas medianas necesitan más inversión para aumentar su capacidad productiva.

Endeudamiento del Activo Fijo

Gráfico N°: 4 – 38 Endeudamiento del Activo Fijo



Fuente: Superintendencia de Compañías

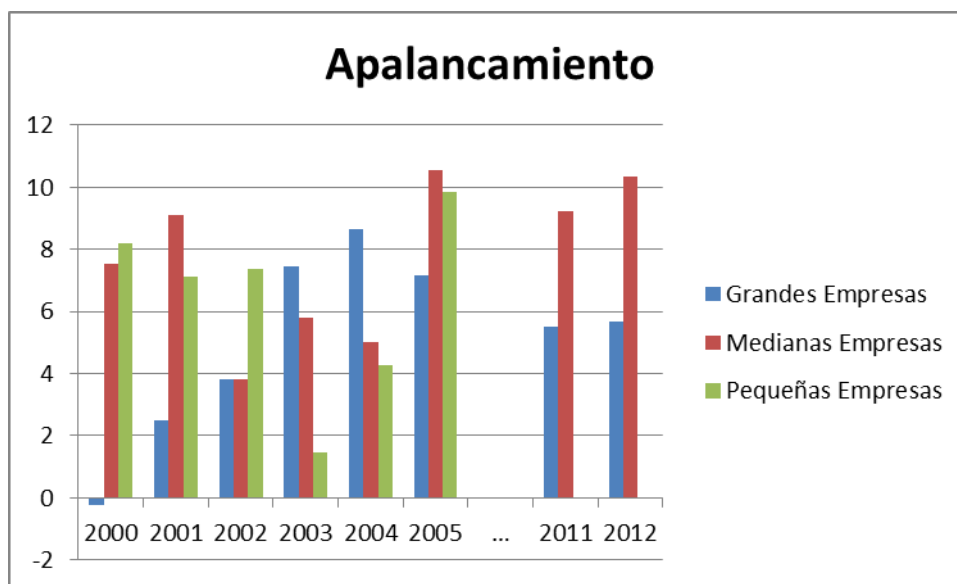
De acuerdo al gráfico N° 4 – 38 durante el periodo del 2000-2005 las empresas de este sector mostraban valores similares en su capacidad de invertir en activos fijo, pero según los años 2011 y 2012 las grandes empresas muestran un significativo aumento.

Esto puede ser origen de que las grandes empresas durante estos últimos periodos hayan hecho una significativa inversión en lo que es activos fijos, con la finalidad de

aumentar sus capacidades de producción para satisfacer la demanda local de medicinas.

Apalancamiento

Gráfico N°: 4 – 39 Endeudamiento del Activo Fijo



Fuente: Superintendencia de Compañías

El Gráfico N° 4 - 39 muestra la evolución de cuanto han sido capaces las empresas invirtiendo en activos en la compañía por parte de su patrimonio. Este indicador muestra una relación inversa al endeudamiento patrimonial, ya que en este entre mayores sean los valores significara que las inversiones han provenido de capital propio.

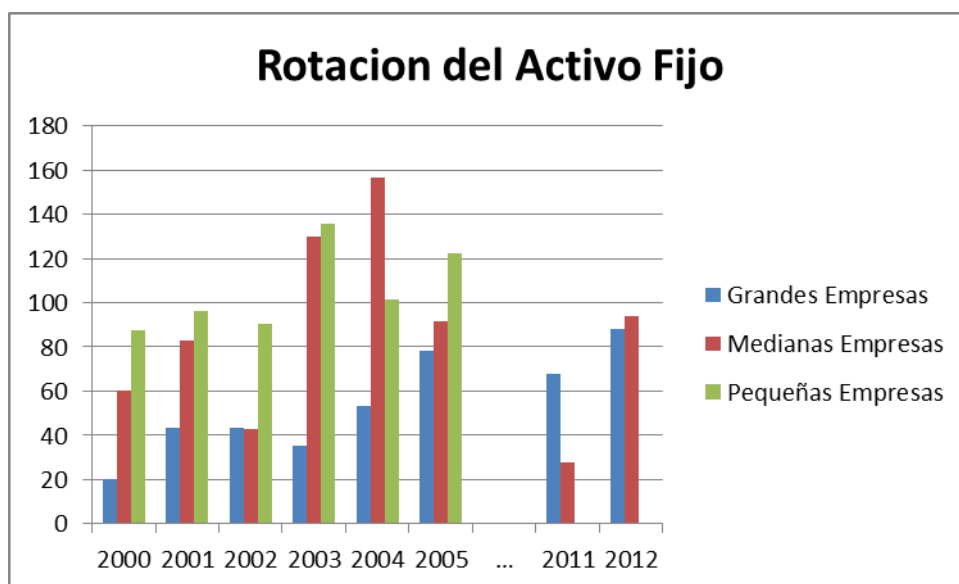
Para los periodos del 2000-2005 se puede observar que el sector muestra valores superiores a uno, a diferencia del endeudamiento patrimonial donde arrojo que la mayoría de empresas grandes se financiaban con capital propio, en este indicar se

prueba lo contrario esto significa que pudo haber una mala administración de fondos por parte de las grandes empresas.

4.5.1.2.3 INDICADORES DE GESTIÓN

Rotación del Activo Fijo

Gráfico N°: 4 – 40 Rotación del Activo Fijo



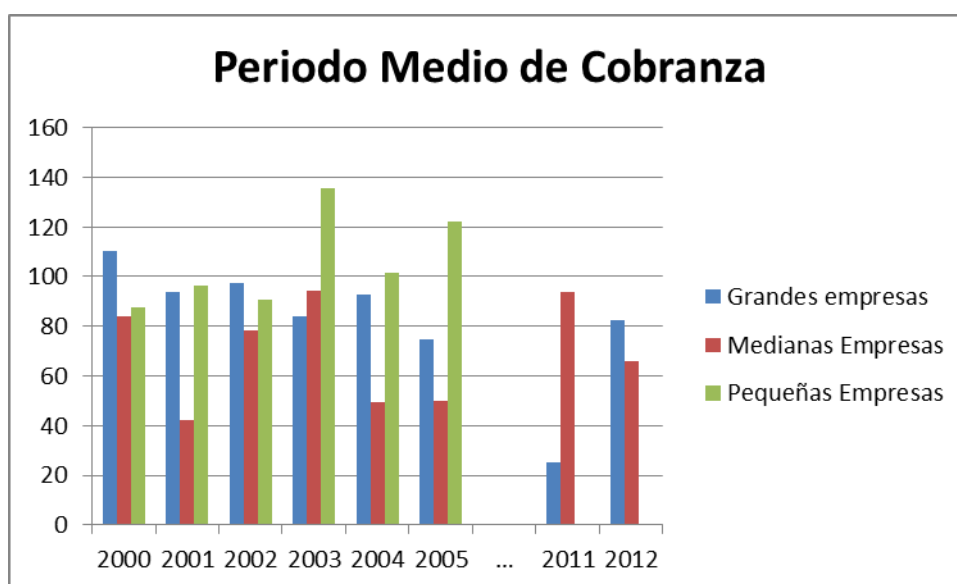
Fuente: Superintendencia de Compañías

A diferencia del sector de la producción donde según el gráfico N° 4 – 40 mostro que las grandes empresas eran las más efectivas al momento de generar ventas con una menor inversión en mercadería. En el gráfico N° 4 - 40 se observa que las grandes empresas no están aprovechando las inversiones realizadas en activos fijos, especialmente para el periodo del 2000-2005

Para el periodo del 2011-2012 son preocupantes estos valores, ya que en el ratio de endeudamiento del activo fijo vemos que en estos respectivos periodos las grandes empresas han hecho una significativa inversión en activos fijos.

Periodo Medio de Cobranza

Gráfico N°: 4 – 41 Periodo Medio de Cobranza



Fuente: Superintendencia de Compañías

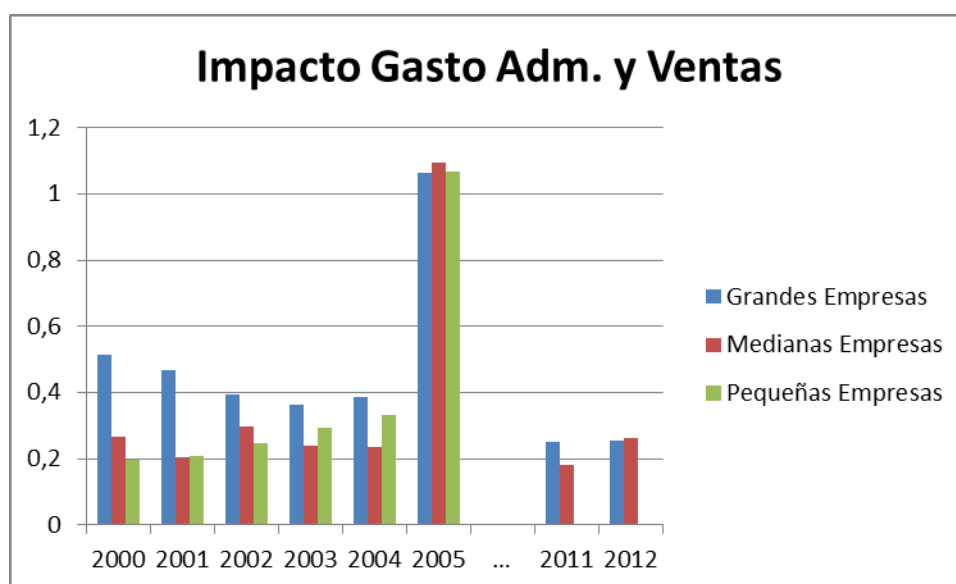
El sector de la distribución según el gráfico N° 4 - 41 muestra en general un periodo corto de cobranza, lo que significa que las empresas están en capacidad de cumplir con sus obligaciones, ya que cuentan con buenos niveles de liquidez.

Sacando un promedio de todos estos periodos juntos nos da como resultado que las grandes empresas son las que un mayor promedio medio de cobranza tiene, en segundo las medianas empresas y por ultimo las pequeñas empresas.

Estos parámetros están dentro de lo normal, puesto que se esperaría que si las empresas tienen un mayor tamaño, tengan más capacidad para ofrecer créditos a sus clientes.

Impacto Gastos Administrativos y Ventas.

Gráfico N°: 4 – 42 Gastos Administrativos y Ventas



Fuente: Superintendencia de Compañías

En el gráfico N° 4 - 42 nos muestra que tan endeudadas se encuentran durante los periodos del 2000-2005 se observa que las grandes empresas son las que un mayor endeudamiento presenta, lo cual es negativo ya que grandes gastos administrativos y de ventas, interfieren con el margen operacional de las empresas.

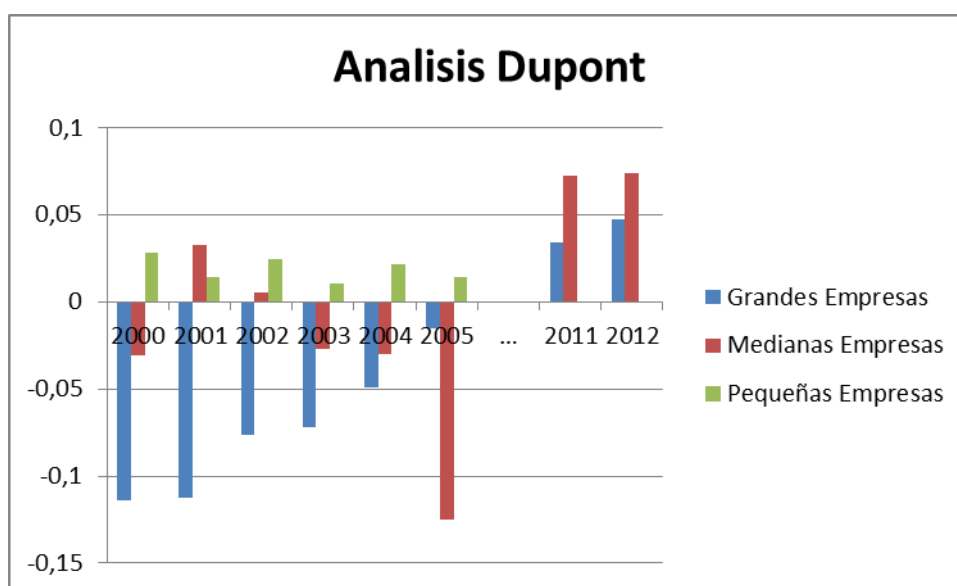
En el año 2005 se observa un crecimiento en todas las empresas, la única razón que se encontró para este incremento fue un litigio legal que hubo entre laboratorios acerca de la patente en dos sustancias (cefurexima axetilo y cefurexima sódica).

Ya para los años 2011-2012 los valores volvieron a encasillarse dentro de los valores de periodos pasados.

4.5.1.2.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Rentabilidad Neta del Activo (Análisis Dupont)

Gráfico N°: 4 – 43 Rentabilidad Neta del Activo



Fuente: Superintendencia de Compañías

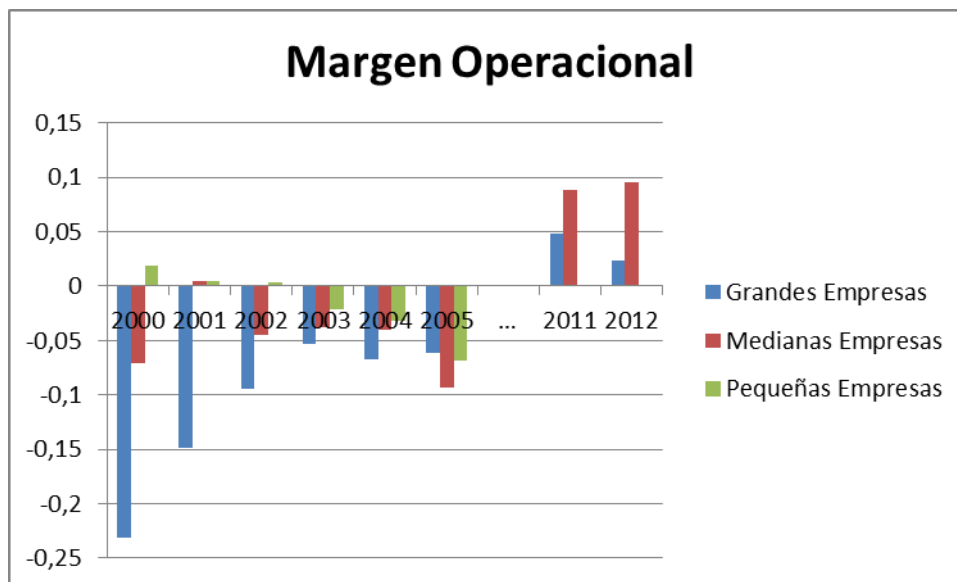
El gráfico N° 4 - 43 nos muestra que durante el periodo 2000-2005 una ineficiencia en la utilización de activos para generar ganancias por parte de las grandes empresas, esto concuerda con lo obtenido en el indicador de los Gastos Administrativos y de ventas.

Puesto que los gastos administrativos que presentaron las grandes empresas fueron mayores al resto del sector.

En los años 2011-2012 se observa una recuperación en estos valores, esto significaría que ahora las grandes y medianas empresas están más estables en el sector.

Margen operacional

Gráfico N°: 4 – 44 Margen Operacional



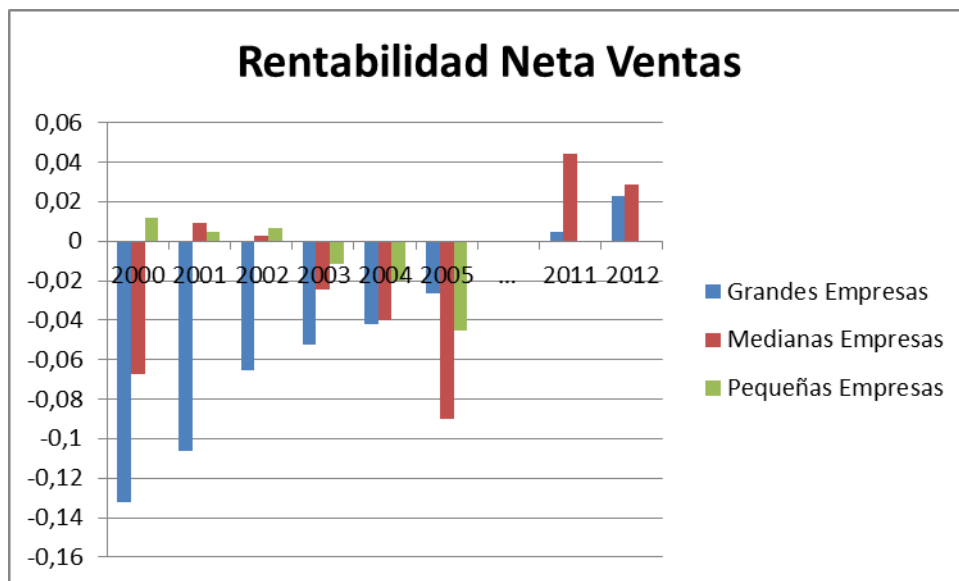
Fuente: Superintendencia de Compañías

Para el periodo 2000-2005 el Gráfico N°4- 44 nos muestra que el sector en general no fue lucrativo especialmente para las grandes empresas, esto puede darse ya que las empresas distribuidoras no tienen una gran capacidad productiva, ya que están limitadas solo a las importaciones, haciendo que este tipo de empresas estén sujetas a los vaivenes de la economía.

Ya para los años 2011 y 2012 estas empresas muestran una enorme mejora en el sector, claramente resultado de que ahora grupos como DIFARE S.A. y otros también forman parte de la distribución cosa que en el periodo 2000-2005 no lo hacían.

Rentabilidad Neta Ventas

Gráfico N°: 4 – 45 Rentabilidad Neta Ventas



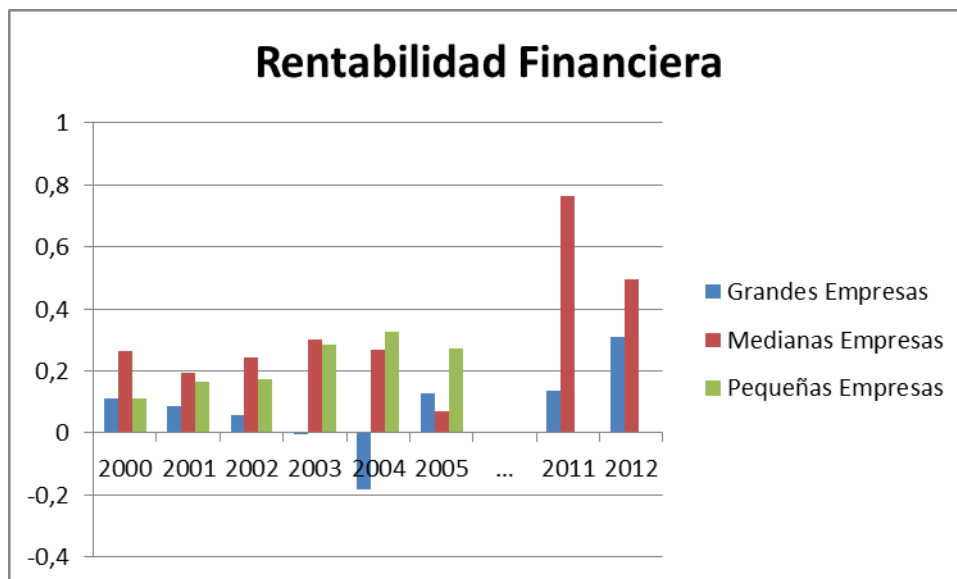
Fuente: Superintendencia de Compañías

Como los indicadores anteriores el gráfico N° 4 – 45 nos indica que ha existido un mal control sobre los costos operativos de las grandes y medianas empresas durante el periodo 2000-2005. Sin duda mostrando una ineficiencia en la administración de las empresas.

Como se mencionó en el punto anterior estas empresas están sujetas a los vaivenes de la economía, ya que ellas no producen ningún tipo de medicina para su distribución por lo que están incentivadas a tener mayores gastos en la administración y ventas.

Rentabilidad Financiera

Gráfico N°: 4 – 46 Rentabilidad Financiera



Fuente: Superintendencia de Compañías

A diferencia de los indicadores anteriores el Gráfico N° 4 – 46 nos muestra en los periodos del 2000-2005 que el sector ha generado un beneficio neto en su mayoría por inversiones de los acreedores ya que sus valores son relativamente bajos.

En el 2011-2012 se observa que las medianas empresas han mejorado en la administración, haciendo que los beneficios provengan en su mayoría de los propietarios de las empresas.

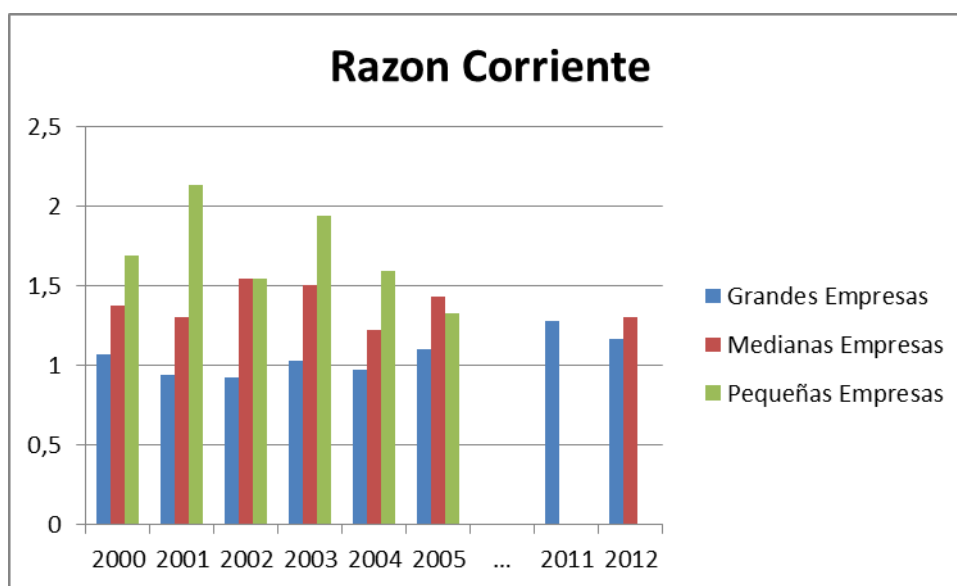
4.5.1.3 ANÁLISIS FINANCIERO COMERCIALIZACIÓN

Para el análisis de la comercialización cabe recalcar que lastimosamente no se cuenta con información de medianas empresas en el año 2011

4.5.1.3.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Razón Corriente

Gráfico N°: 4 – 47 Liquidez Corriente



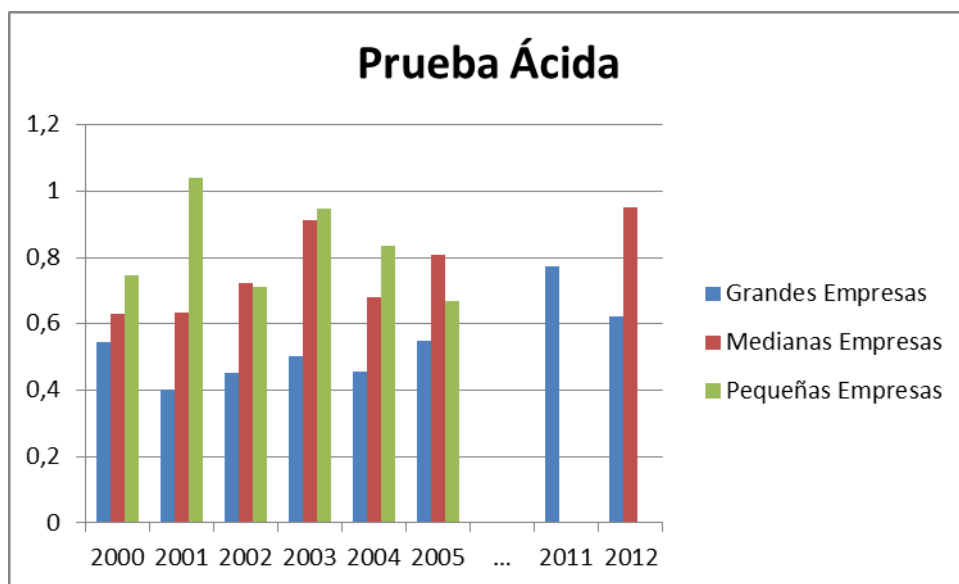
Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico N° 4 - 47 se observa que la comercialización de medicamentos es un sector con un alto grado de liquidez. Durante los periodos del 2000-2005 da como resultado que las grandes empresas son las que mejor manejan sus obligaciones a corto plazo, ya que su valor está cercano a uno esto se traduce a que estas empresa con incurren en excesos de liquidez.

Para los últimos periodos 2011-2012 se observa que la tendencia se ha mantenido constante.

Prueba Ácida

Gráfico N°: 4 – 48 Prueba Ácida



Fuente: Superintendencia de Compañías

La prueba ácida nos ayuda a ver si las empresas son capaces de cumplir con sus obligaciones a corto plazo sin tocar sus inventarios.

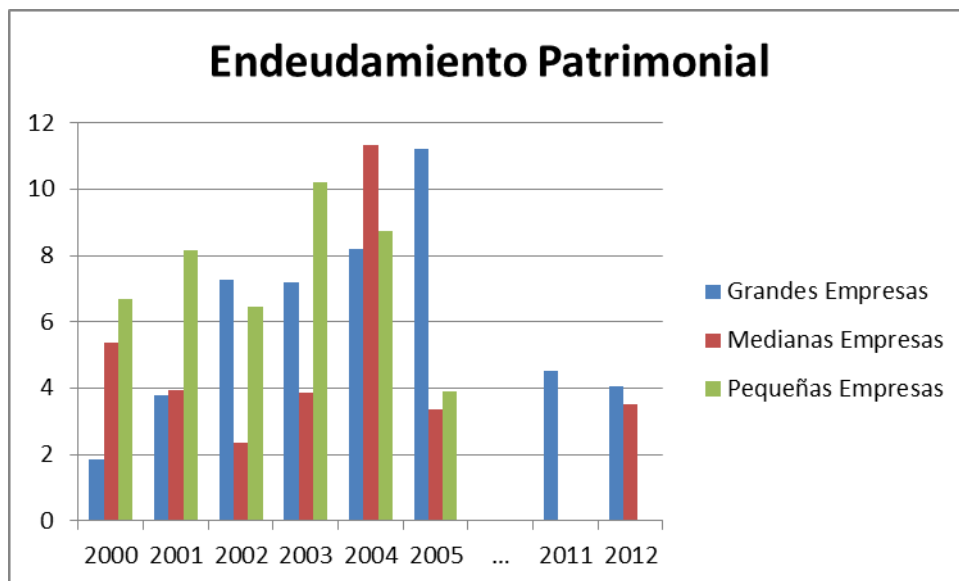
Según el Gráfico N° 4 - 48 las empresas del sector son capaces de cumplir con sus obligaciones al corto plazo, para el periodo 2000-2005 las medianas y pequeñas empresas son las que tuvieron valores más cercanos a uno, dado que estas empresas poseen un menor inventario.

En los años 2011-2012 el Gráfico N° 4 - 48 muestra un pequeño de aumento en valores de las grandes empresas, esto deriva en que las empresas grandes están teniendo un mejor manejo de inventarios.

4.5.1.3.2 INDICADORES DE SOLVENCIA

Endeudamiento Patrimonial

Gráfico N°: 4 – 49 Endeudamiento Patrimonial



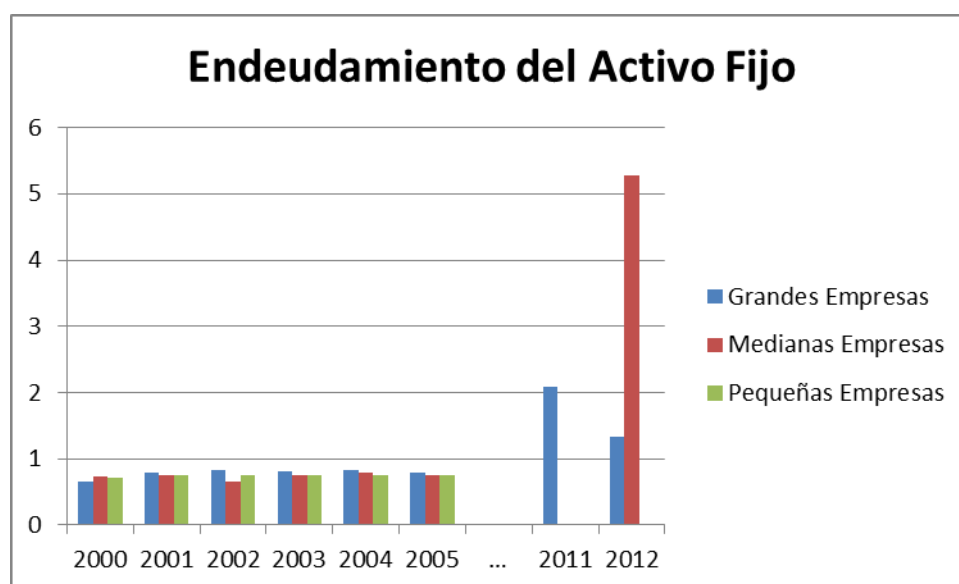
Fuente: Superintendencia de Compañías

A diferencia de los sectores anteriores el Gráfico N°4 - 49 nos muestra que el sector de la comercialización ha sido financiado en su mayoría por fondo de acreedores, esto se ve reflejado en sus cuentas que presentan altos montos de crédito. Sacando un promedio las empresas medianas son las que más financiamiento propio tienen.

Para periodo del 2011-2012 las grandes empresas han mejorado sus niveles de endeudamiento convirtiéndose en empresas más autónomas no dependiente de acreedores.

Endeudamiento del Activo Fijo

Gráfico N°: 4 – 50 Endeudamiento del Activo Fijo



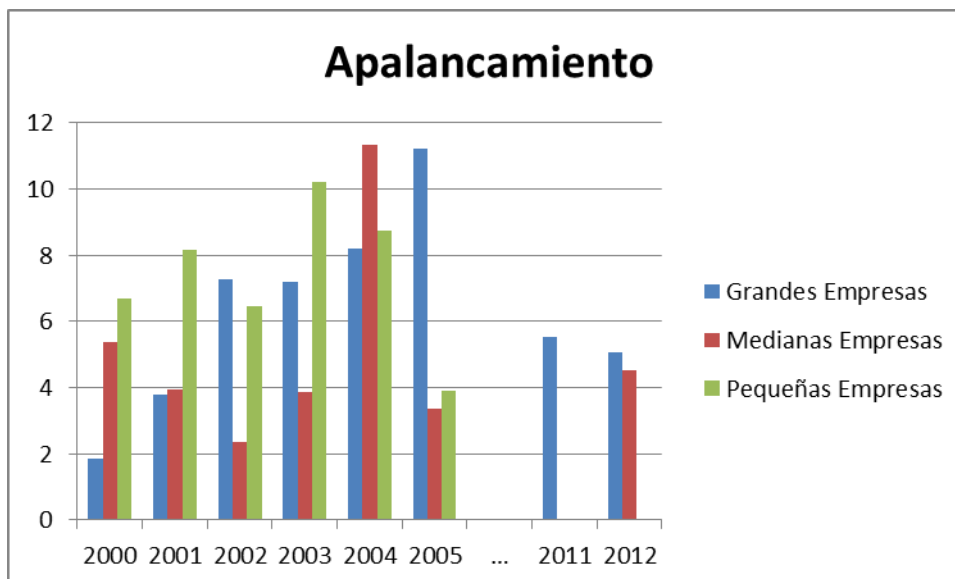
Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico N° 4 – 50 se puede observar que la comercialización durante los periodos 2000-2005 fue un sector con los mismos niveles de inversión en activos fijos, para el sector significa que todas las empresas han tenido la capacidad de invertir en activos fijos para su funcionamiento.

Para los últimos periodos los del 2011-2012 al analizarlos vemos que las grandes y medianas empresas han tenido un aumento significativo, pudiendo invertir más en activos fijos que en periodos anteriores.

Apalancamiento

Gráfico N°: 4 – 51 Apalancamiento



Fuente: Superintendencia de Compañías

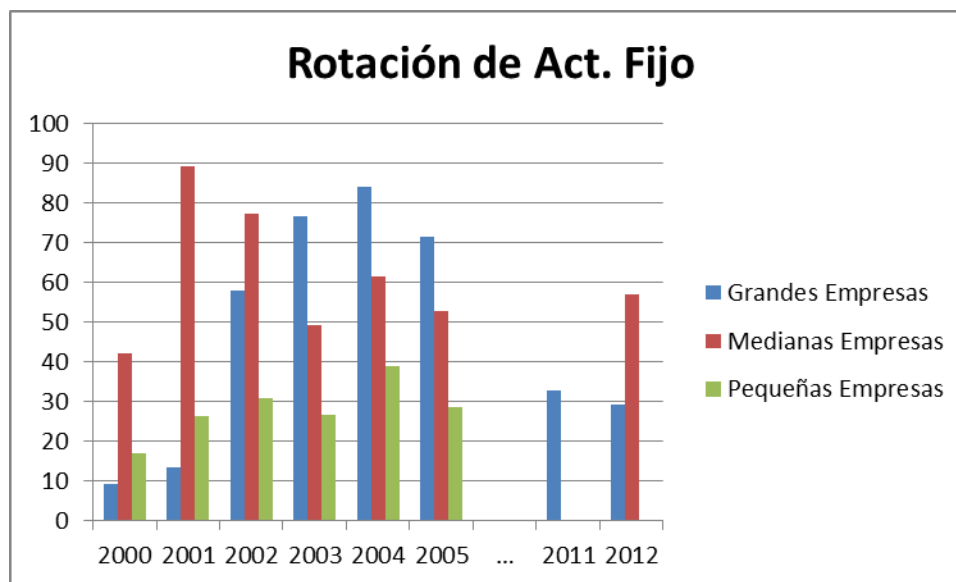
Este indicador funcional de igual manera que el endeudamiento patrimonial, diciéndonos de donde han provenido mayormente las inversiones.

El Gráfico N° 4 - 51 nos muestra la evolución de este sector desde el periodo 2000-2005 donde podemos observar que los datos presentados anteriormente en el endeudamiento patrimonial concuerdan con el apalancamiento, ya que presenta resultado similares donde las grandes empresas son las que en promedio tienen más inversión de fondos propios que de acreedores.

4.5.1.3.3 INDICADORES DE GESTIÓN

Rotación de Activos Fijos

Gráfico N°: 4 – 52 Rotación del Activo Fijo



Fuente: Superintendencia de Compañías

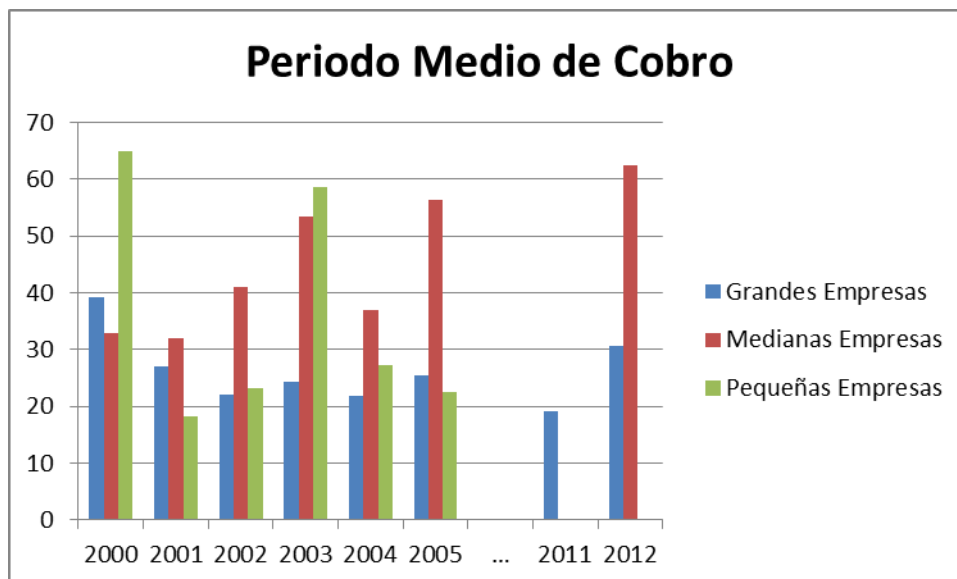
En el Gráfico N° 4 - 52 durante los periodos del 2000-2005 nos muestra que las grandes y medianas empresas son las que más ganancias tienen en ventas, sin invertir grandes sumas de dinero en inventarios.

Las medianas empresas son las que reflejan un mayor valor de rotación de inventarios, probablemente porque estas empresas tienen inventarios más pequeñas que las grandes.

En los últimos años se puede observar que las medianas empresas continúan con una mayor rotación de inventarios manteniendo la tendencia de periodos anteriores.

Periodo Medio de Cobranza

Gráfico N°: 4 – 53 Periodo Medio de Cobro



Fuente: Superintendencia de Compañías

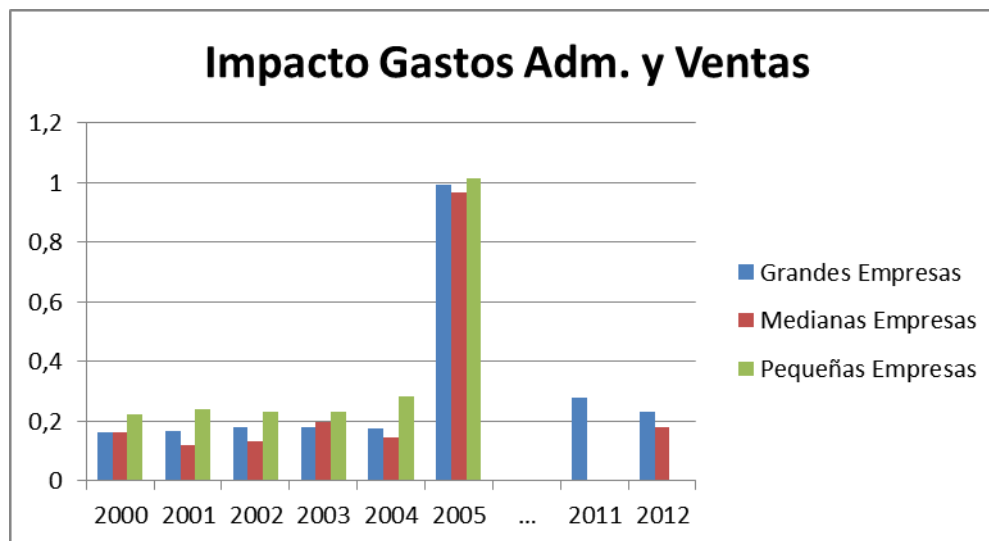
Este indicador nos muestra el grado de liquidez de las empresas a la hora de cobrar las cuentas al corto plazo, periodos altos de cobranza hacen que las empresas incurran en falta de liquidez.

Según el Gráfico N° 4 - 53 las medianas y pequeñas empresas muestran periodos más largo de cobranza esto se ve reflejado en las cuentas por cobrar y documentos por cobrar, puesto que presentaron valores mayores al de las grandes empresas.

El que las grandes empresas tengan periodos cortos de cobranza ayudan a que tengan más liquidez en las cuentas, esto es indicio de una buena gestión por parte de estas empresas.

Impacto Gastos Administración y Ventas

Gráfico N°: 4 – 54 Impacto Gastos Administrativos y Ventas



Fuente: Superintendencia de Compañías

El Impacto Gastos Administrativos Ventas disminuye las expectativas de crecimiento de una empresa por lo cual su cálculo es de mucha importancia.

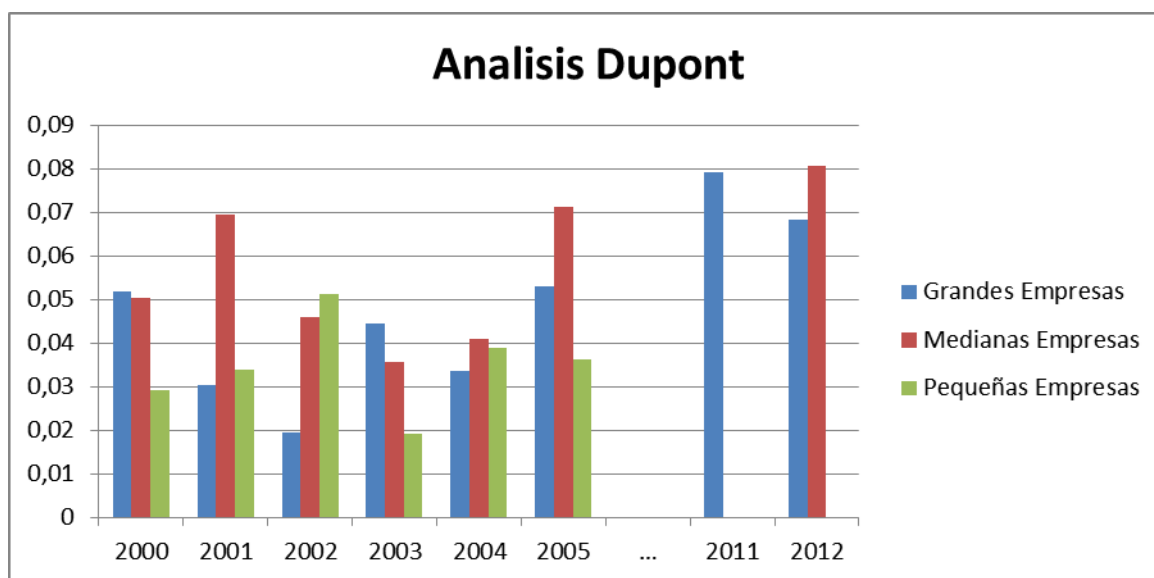
En el Gráfico N° 4 - 54 se observa la evolución de este indicador para los periodos del 2000-2005, años 2011 grandes empresas y 2012 grandes y medianas empresas. En el primer periodo se muestra como resultado valores menores a uno, lo que indicaría que las empresas han sido eficientes a la hora de administrar los gastos de ventas y administración.

Solo en el año 2005 los valores de este indicador estuvieron cercanos a uno, pudiendo ser motivo de un fuerte impacto en la industria farmacéutica en leyes y regulaciones como se lo menciono anteriormente.

4.5.1.3.4 INDICADORES DE RENTABILIDAD

Rentabilidad Neta del Activo (Análisis Dupont)

Gráfico N°: 4 – 55 Rentabilidad Neta del Activo



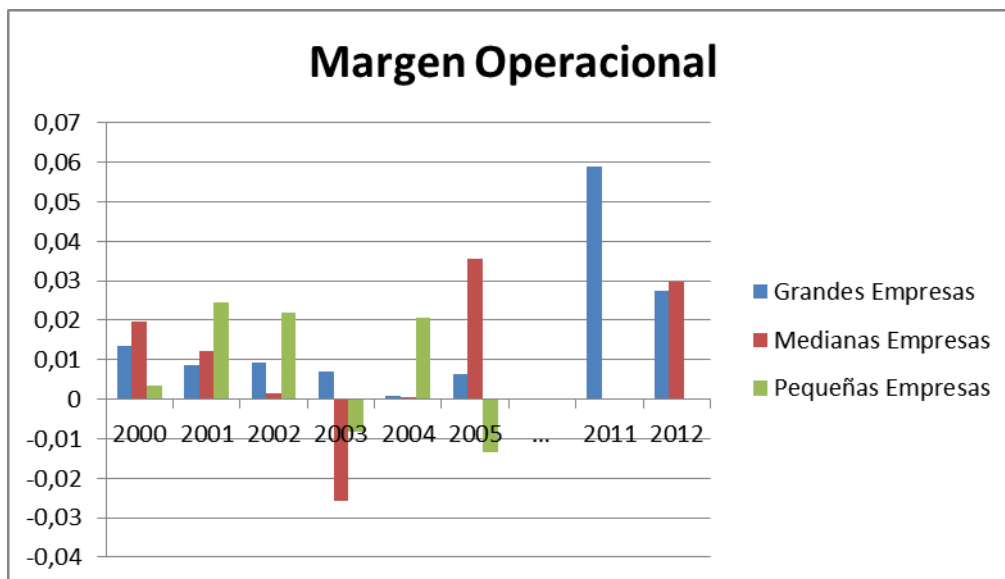
Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico N° 4 - 55 se analizó la evolución del sector comercial de los medicamentos en la utilización de sus activos para generar ganancias. Donde en el periodo 2000-2005 se observa que los niveles de eficiencia en el manejo de los activos, no han sido consistentes a lo largo del tiempo. Sin embargo en el indicador no se encuentran valores por debajo de cero, significando que las empresas del sector tienen un buen uso del mismo.

En los últimos años se ha podido observar que estos valores van a la par y aumentando, esto debido a que en Ecuador se ve un gran esfuerzo por parte de los grandes grupos en fomentar y crear nuevos formatos de farmacias.

Margen operacional

Gráfico N°: 4 – 56 Margen Operacional



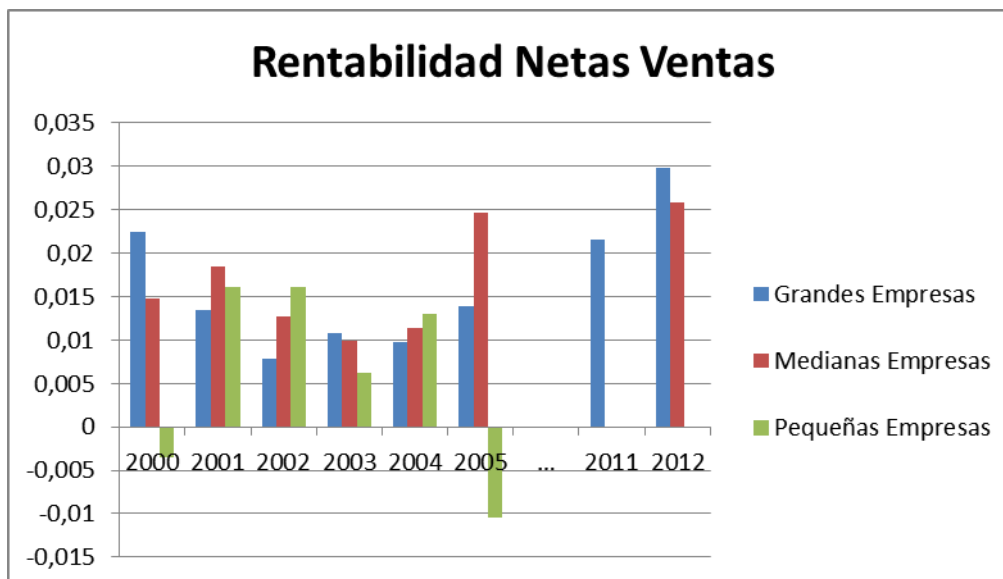
Fuente: Superintendencia de Compañías

El Gráfico N° 4 - 56 muestra que tan lucrativo ha sido el sector de la comercialización para estos periodos independientemente de cómo se hayan financiado las empresas. Para los periodos del 2000-2005 solo las medianas y pequeñas empresas en los años 2003 y 2004 presentan valores negativos, debido a que incurrieron en gastos mayores no deducibles de impuestos.

En el 2011 y 2012 grandes y medianas empresas presentan un aumento significativo sobre este indicador lo cual se traduce en una mejora en el manejo de gastos de las empresas, probablemente debido a la implementación de tecnología en los locales farmacéuticos.

Rentabilidad Neta Ventas

Gráfico N°: 4 – 57 Rentabilidad Neta Ventas



Fuente: Superintendencia de Compañías

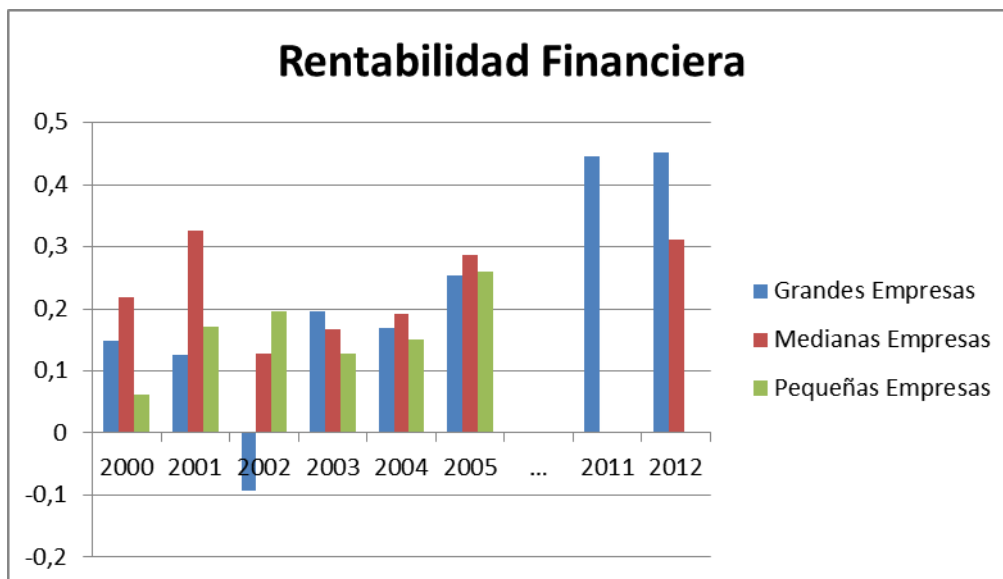
En el Gráfico N° 4 - 57 se muestra la evolución de la comercialización de productos farmacéuticos con respecto a las ventas.

Para el periodo 2000-2005 obteniendo un promedio se tiene que las grandes y medianas empresas generan más utilidad en ventas, con suficiente capacidad para cubrir sus costos operativos. Solo las pequeñas empresas mostraron valores negativos en los indicadores de Margen Operacional y este respectivamente por lo que si se toma en cuenta.

Según el Gráfico N° 4 - 57 en los años 2011-2011 las medianas empresas y las grandes son las que siguen con mayores rentabilidades en sus ventas.

Rentabilidad Financiera

Gráfico N°: 4 – 58 Rentabilidad Financiera



Fuente: Superintendencia de Compañías

En el Gráfico N° 4 - 58 se muestra la evolución de las empresas comercializadoras de fármacos durante el periodo 2000-2005 vemos que el sector en general presenta valores positivos, representado un sector lucrativo para la inversión.

El dato del 2004 donde las grandes arrojan valores negativos es causa de que FARVICTORIA S.A. en su ratio de rentabilidad da como resultado un valor negativo excesivo a los resultados del mercado lo cual podría presentar sesgo en la información.

Para el periodo 2011-2012 los valores del indicador se incrementaron considerablemente, probablemente a causa de que las empresas FARCOMED S.A. y ECONOFARM S.A. presentaron ventas mayores a las demás empresas, casi duplicando las ventas del periodo 2000-2005.

En este punto llama la atención de que estas dos empresas pertenecen al mismo grupo económico.

4.5.2 ANÁLISIS VERTICAL

Para el desarrollo de esta parte del estudio, se consideró a las tres empresas con mayores ventas en el año 2012, para los sectores de producción, distribución y comercialización según código CIIU, de los cuales se analizarán los indicadores financieros de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad.

4.5.2.1 PRODUCCIÓN.

QUIFATEX S.A.

QUIFATEX S.A. es una empresa internacional que además de dedicarse a la fabricación de productos farmacéuticos, se encarga también de la importación, comercialización y representación de diferentes marcas en la industria ecuatoriana.

En Ecuador es una de las empresas líderes, con una participación de mercado con más del 40%. Esto se ve reflejado en las ventas de la misma, las cuales superan a las demás empresas de manera exorbitante mostrando claramente una ventaja sobre el resto de empresas del sector.

EN LA TABLA N° 4 - VII a continuación se presenta los Indicadores financieros de la empresa para el año 2012 para su respectivo análisis.

Tabla N°: 4 - VII Indicadores Financieros QUIFATEX S.A.

		INDICADORES	AÑO 2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	1,4635
		PRUEBA ÁCIDA	0,8766
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	3,2581
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	3,7323
		APALANCAMIENTO	4,2581
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	35,3798
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	86,9989
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	97,3182
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,2233
		RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,0422
	RENTABILIDAD	MARGEN OPERACIONAL	0,0401
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,0422
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,4003

Fuente: Superintendencia de Compañías

Análisis de Liquidez

Con respecto a la liquidez corriente Quifatex esta apta para cubrir sus pasivos corrientes, contando con un buen manejo de sus activos corrientes, aprovechando cada uno de ellos y no incurriendo en excesos de liquidez, puesto que una empresa con valores altos de liquidez representa que hay recursos en las empresas que no están generando liquidez.

La prueba acida tiene como resultado un valor por debajo de lo ideal, esto puede ser causa de que Quifatex depende mucho de sus inventarios para generar rentabilidad,

debido a que la empresa se dedica mucho más a la comercialización de medicamentos que a la fabricación de los mismos.

Quifatex posee valores de liquidez que van de acuerdo al sector, muestra un buen manejo de sus deudas a corto plazo y de sus inventarios.

Análisis de Solvencia

Los indicadores de solvencia de Quifatex muestran que la empresa tiene una participación alta de sus acreedores, por lo cual para Quifatex la obtención de fondos mediante préstamos son poco probables. Esto puede suceder también porque a la empresa no le interesaría financiarse mediante préstamos, ya que tales fondos costarían más.

Con respecto al endeudamiento del activo fijo es representado por el 3,73 del patrimonio lo que indica que entre mayor sea este valor los activos podrían poder ser financiados por el patrimonio sin la necesidad de ser financiado por los acreedores.

Por otra parte el apalancamiento de la empresa indica que la mayor parte de los riesgos son asumidos por los acreedores, lo que representaría que Quifatex obtiene grandes utilidades con un factor de riesgo mayor, pero no es razón para preocuparse dado que si hay un buen manejo de las deudas a largo plazo se pueden obtener altas utilidades.

Análisis de Gestión

Estas razones provienen de los estados de pérdidas y ganancias de la empresa y tienen una relación directa con las ventas.

En la gestión de la empresa Quifatex es una de las mejores en el manejo de sus carteras, tanto que el valor de la rotación de activos da como resultado 35.37 lo cual indicaría que las inversiones en activos fijos están siendo aprovechadas al máximo, este valor va de acorde a la inversión que esta empresa hace en tecnología y por lo cual ha llegado a ser una de las más grandes del Ecuador.

El indicador de impacto en los gastos administrativos nos muestra un valor del 0.22 lo que representa que de las ventas totales de la empresa el 22% está siendo dirigido a los gastos. Tomando en cuenta que Quifatex presenta ventas fuera de lo normal en el sector con un valor que alcanza los \$305.819.558,00 en el año 2012. Sin duda Quifatex maneja con eficiencia sus gastos en totalidad.

Análisis de Rentabilidad

Con el análisis de rentabilidad buscamos saber que tan eficiente ha sido Quifatex en el manejo de activos encomendados a ella.

En esta parte entre más altos sean los ratios que presente la empresa indicaran una mayor rentabilidad y buen manejo de la misma.

Quifatex en la mayoría de sus ratios de rentabilidad presenta valores de 0,04 mostrando una continuidad en los mismos, por lo que hace que el análisis sea más acertado y no haya sesgos con los otros ratios ya presentados.

La rentabilidad que presenta esta empresa es una de las más altas del sector situándola en el primer lugar, con una rentabilidad financiera del 40%, haciéndola atractiva para nuevos inversionistas, mas ahora cuando el Gobierno está buscando aumentar la capacidad productiva de los laboratorios para ir disminuyendo paulatinamente las importaciones en medicinas.

NOVARTIS ECUADOR S.A.

Novartis es una empresa multinacional con sede en muchos países, siendo considerada una de las empresas más grandes del mundo. Novartis en Ecuador se dedica en mayor parte a la importación de sus productos, teniendo una participación de mercado alrededor del 10% según GRAFICO 4.1 convirtiéndose en el segundo laboratorio más grande en el país. Sin embargo no está cerca de su competidor Quifatex.

En Ecuador no hay mucha información acerca de la gestiones que realiza Novartis en país, pero si se puede inferir que es una empresa enfocada a la fabricación de medicinas oncológicas y a la comercialización de las mismas.

Tabla N°: 4 - VIII Indicadores Financieros NOVARTIS ECUADOR S.A.

		INDICADORES	AÑO 2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	1,1083
		PRUEBA ÁCIDA	0,5764
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	8,0591
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	10,1090
		APALANCAMIENTO	9,0591
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	179,2511
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	86,6888
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	115,2635
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,3385
	RENTABILIDAD	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,0185
		MARGEN OPERACIONAL	0,0221
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,0185
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,3276

Fuente: Superintendencia de Compañías

Análisis de Liquidez

La liquidez corriente que posee Novartis va de acuerdo a los valores que posee el sector de los laboratorios, mostrando que es capaz de cubrir sus obligaciones a corto plazo. Lo que no concuerda con el ratio de prueba acida ya que se tiene como resultado un valor de bajo de lo normalmente aceptable.

Esto puede ser causa de que Novartis depende mucho de los inventarios que pose para cubrir sus deudas, ya que es un empresa enfocada más a la importación de sus productos. Sin embargo que estos valores sean bajos no quiere decir que sea algo 100% negativo, debido a que puede que el sector se comporte en general de esa manera.

Análisis de Solvencia

Novartis muestra que es una empresa solvente en el mercado con ratios que determinan sus capacidades de pago a sus compromisos financieros al largo plazo.

Sin duda es resultado de que Novartis es una empresa multinacional la cual según sus ratios, depende mucho de sus acreedores para administrar sus fondo, lo que es mejor dado que el porcentaje de retribución exigido por sus acreedores es menor al exigido por los dueños.

Un valor que llama la atención dentro de los ratios de solvencia es el valor del ratio de endeudamiento del activo fijo poseyendo un valor de 10,10 lo que muestra que la empresa no necesita de deudas de otro tipo para invertir en sus activos fijos.

En general Novartis se considera una de las empresas más solventes en el mundo y líder en investigación y desarrollo por lo cual los valores de estos ratios son mucho mayores al de las demás empresas en el sector de laboratorios en Ecuador.

Análisis de Gestión

En Ecuador Novartis muestra un manejo más allá de lo eficiente en lo referente al manejos de sus activo, con una rotación de activos fijos 179,25, esto representa que la empresa depende mucho de sus activos fijos para generar ganancia, lo cual va acorde al sector de los laboratorios, ya que en gran parte ellos dependen de sus activos para generar ganancias.

En lo respectivo a los periodos promedios de cobranza y pago están dentro de un rango aceptable, con un periodo medio de pago mayor al de cobranza por lo que la empresa tiene más capacidad para la reinversión de capitales.

En sus gastos administrativos observa que no hay un buen manejo, dado que tomando en cuenta el margen operacional de la empresa se observa que presenta un valor menor al de los gastos administrativos, por lo cual la empresa no estaría en capacidad de cubrir todos sus gastos financieros.

Análisis de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad que pose Novartis van acorde a los valores que presentan las empresas en el sector, pero considerando que Novartis es una de las empresas líderes en producción de fármacos e investigación y desarrollo a nivel mundial, se espera que los valores de estos indicadores reflejen una buena posición en el mercado por parte de sus acreedores.

Esto se ve reflejado en la rentabilidad financiera de la empresa, que muestra un valor del 0,32, que significaría un resultado atractivo para nuevos inversionistas a pesar de que tenga pequeños problemas a la hora de manejar sus gastos financieros.

ACROMAX LABORATORIO QUIMICO FARMACEUTICO SA

Acromax es un laboratorio que pertenece al consorcio multinacional Megapharma de origen centroamericano, produce medicamentos para la exportación y para consumo dentro del país.

Tabla N°: 4- IX Indicadores Financieros Acromax

		INDICADORES	AÑO 2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	1,2855
		PRUEBA ÁCIDA	0,2797
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	4,0136
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	1,0944
		APALANCAMIENTO	5,0136
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	3,9438
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	65,7444
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	387,7891
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,1791
	RENTABILIDAD	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,0347
		MARGEN OPERACIONAL	0,0475
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,0347
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,1251

Fuente: Superintendencia de Compañías

Análisis de Liquidez

Acromax muestra que cuenta con la capacidad para poder cubrir sus cuentas a corto plazo, sin caer en exceso de liquidez, teniendo por cada dólar que debe 1,28 dólares para respaldar la deuda.

Sin embargo a la hora de ver los resultados de la prueba acida, al igual que las demás grandes empresas del sector muestran un valor por debajo de lo conveniente, pero el tener un valor bajo no quiere decir que sea negativo, dado según la exigencia de liquidez en el sector, está cerca de sus competidores.

Como ya se dijo anteriormente este es un efecto que se da en las grandes empresas del sector por lo cual es necesario enfocarse en la rotación de activos de las empresas, para determinar si están siendo eficientes o no con sus deudas a corto plazo.

Análisis de Solvencia

Acromax maneja un endeudamiento patrimonial relativamente alto, indicando que la mayor parte de sus fondos provienen de acreedores, lo cual se ve reflejado en el apalancamiento también, dado que al tener un apalancamiento bajo puede estar indicando que la empresa prefiere obtener fondos de acreedores en vez de adquirir deudas con su propio capital.

En su endeudamiento del activo fijo tiene un valor bajo de acorde a la industria de los laboratorios con resultado de 1,09, diciéndonos que de cada dólar invertido en activo fijo tiene 1,09 dólares en patrimonio para solventarlo lo cual está dentro de un rango aceptable en general, pero con respecto a sus dos más grandes competidores eta muy por debajo de los valores que ellos poseen.

Esto sería una desventaja para Acromax ya que mostraría no tener la misma capacidad para invertir en activos fijos.

Análisis de Gestión

La rotación de activos de Acromax se encuentra en un nivel poco aceptable acorde a sus dos grandes competidora, ya que poseyendo un valor 3,94 indica que por cada dólar invertido en activo fijo la empresa genera \$3,94 dólares en ventas.

Esto reflejaría que la empresa no está aprovechando al máximo sus activos fijos lo cual ya ha sido manifestado antes por sus administradores, alegando que ellos utilizan solo un 60% de la capacidad de sus plantas, por lo que buscan más apoyo en el sector para así disminuir las importaciones en medicamentos y poder utilizar toda la capacidad de sus plantas, lo que significaría productos más baratos para el consumidor final.

Con respecto a sus periodos medios de cobranza y de pago se observa una gran diferencia entre los valores con un periodo medio de pago mayor demostrando una eficiencia en la gestión de sus carteras.

Lo mismo sucede con el impacto de gastos administrativos y de ventas teniendo un valor de 0,17 lo cual representa un buen manejo de los gastos financieros de la empresa, ya que mientras más bajo sea este valor habrá más utilidades

Análisis de Rentabilidad

Acromax muestra indicadores de rentabilidad convenientes para los inversionistas, estos valores van de la mano con los de sus dos grandes competidoras, exceptuando la rentabilidad financiera.

Que presenta una disminución de tres puntos con respecto a Quifatex y a dos puntos con respecto a Novartis.

Aun así es una empresa buena para la inversión dado que mantiene un manejo adecuado de sus gastos financieros, demostrando que puede ofrecer grandes incentivos a los inversionistas si se siguen manejando de la misma manera.

4.5.2.2 DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ECUATORIANA (DIFARE) S.A.

DIFARE S.A. es una empresa netamente Ecuatoriana dedicada a brindar varios servicios dentro de lo que es la industria farmacéutica en el país.

DIFARE cuenta con varios convenios con laboratorios internacionales y nacionales para la distribución de los medicamentos entre los cuales se encuentran Novartis, Bayer, Merck Sharp & Dohme y Pfizer.

Además DIFARE fue el primer grupo en promover las cadenas de franquicias en Ecuador contando hoy en día con 960 locales, entre sus cadenas más conocidas se encuentran Pharmacies, Cruz Azul y Farmacias Comunitarias.

DIFARE también se dedica a la creación de software dentro del sector retail esto para brindar estandarizado y más ágil.

Sin duda todo esto contribuya a que Difare dentro de su grupo económico sea una de las empresas Líderes en Ecuador en todos los ámbitos que participa del mercado.

ECUAFARMACIAS & ASOCIADOS S.A.

Ecuafarmacias según este estudio es la segunda mayor empresa en el sector de la distribución de acorde a sus ventas.

Esta es una empresa perteneciente al grupo DIFARE por lo cual para un mayor efecto del estudio se las analizo como un solo grupo.

Tabla N°: 4-X Indicadores Financieros DIFARE y ECUAFARMACIAS

		INDICADORES	DIFARE 2012	ECUAFARMACIAS 2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	1,2401	0,8181
		PRUEBA ÁCIDA	0,7720	0,1983
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	4,8366	2,8309
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	1,2520	0,6881
		APALANCAMIENTO	5,8366	3,8309
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	20,6669	11,9041
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	64,4671	7,1298
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	72,6564	56,9445
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,1118	0,1901
	RENTABILIDAD	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,0400	0,0228
		MARGEN OPERACIONAL	0,0376	0,0265
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,0400	0,0228
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,6604	0,3939

Fuente: Superintendencia de Compañías

Análisis de Liquidez

DIFARE muestra ratios de liquidez dentro de lo aceptable con una liquidez corriente de 1.24 indica que esta en toda la capacidad para cubrir sus deudas a corto plazo, sin necesidad de caer en exceso de liquidez demostrando un buen manejo de sus activos.

Por el contrario su prueba acida no cuenta con un valor cercano a 1,1 que es lo ideal en este indicador, pero esto puede darse por dos razones, la primera puede que sea origen propio de las exigencias de liquidez del sector y la segunda puede que sea causa de que DIFARE depende mucho de sus inventarios para generar ganancias.

ECUAFARMACIAS por su parte presenta valores menores en estos indicadores con respecto a DIFARE, con una liquidez corriente menor a 1 se podría inferir que al ser una empresa de menor tamaño obtiene la mayoría de sus fondos por capital propio.

Esto significaría que tiene un mayor nivel de deudas a corto plazo, lo cual se verá reflejado en los indicadores de solvencia.

A su vez la prueba acida arrojo como resultado un valor por debajo, lo cual como se explicó anteriormente puede ser origen del sector de la distribución.

Análisis de Solvencia

DIFARE al ser una empresa que cotiza en bolsa obtiene una mayor cantidad de fondos vía acreedores, esto se ve reflejado en su endeudamiento patrimonial con un valor de 4,83, para la empresa significaría que obtener patrimonio vía deuda sería más costoso que hacerlo por vía acreedores.

El endeudamiento que posee DIFARE con respecto a sus activos fijos es sustentable vía patrimonio, ya que por cada dólar invertido en activos fijos DIFARE posee \$1,25 dólares para solventarlos.

El apalancamiento que posee DIFARE va acorde a lo que se muestran en el endeudamiento patrimonial, ya que posee un mayor grado de inversión vía acreedores que no es limitada a diferencia si lo hiciera con capital propio. Además empresas con valores altos de apalancamiento tienen capacidad de generar más utilidades, claro que esto conlleva un riesgo mayor en épocas de recesión. Sin embargo el sector farmacéutico siempre se encuentra con altas tasas de crecimiento lo que asegura que es un sector solvente.

Como era de esperar para ECUAFARMACIAS los indicadores de solvencia muestran que la empresa obtiene fondos en su mayoría a través de deudas lo que en cierto modo disminuye las utilidades de la empresa debido a que este tipo de fondos generan intereses para la empresa.

ECUAFARMACIAS también muestra que no tiene la misma capacidad que DIFARE a la hora de solventar sus activos fijos, puesto que presenta un valor de 0,68, lo que es bajo con respecto al sector.

Análisis de Gestión

DIFARE tiene un buen manejo de activos fijos de los cuales genera grandes ganancias, este valor nos indica de que por cada dólar que se invierte en activo fijo DIFARE

genera \$20,66 dólares de ganancia en sus ventas, lo cual es sin reflejar la capacidad de gestión de la empresa.

Entre sus periodos medios de cobranza y de pago no muestra gran diferencia entre los valores, pero aun así mantiene un periodo de pago mayor al de cobro, que es de igual a un eficiente manejo de sus carteras.

En sus gastos financieros también demuestran un gran manejo de los gastos con respecto a sus ventas teniendo un valor de 0,11. Este valor tiene que ser confirmado con el margen operacional, puesto que este indicador también refleja el manejo de los gastos en la empresa.

Por otro lado ECUAFARMACIAS muestra una mejor gestión por parte de la gerencia, se puede inferir que es resultado del tamaño de la empresa, dado que cuando una empresa es pequeña es más fácil llevar un control de los gastos y de sus carteras vencidas.

Además aun teniendo un menor tamaño ECUAFARMACIAS es capaz de generar ganancias a través de sus activos fijos esto lo indica el ratio de rotación de activo fijo con un valor de \$11,90 dólares en ganancias generadas por activos fijos...

Análisis de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad de la empresa indican cuan atractiva es brindar recursos a ella para los inversionistas.

Difare muestra valores de acuerdo al sector en que se desenvuelve ya que sus competidores muestran valores similares a los de DIFARE en sus rentabilidades.

Uno de los indicadores más importantes es la rentabilidad neta del activo, dado que mediante este indicador los inversionistas ven como la gerencia ha manejado los activos de la empresa.

El margen operacional de DIFARE concuerda con el gasto de administración y de ventas, obteniendo valores bajos esto demuestra que en realidad habido un buen manejo de los gastos por parte de la gerencia.

Finalmente el indicador más importante es el de rentabilidad financiera DIFARE cuenta con un valor de 0,66 lo que la hace la empresa líder en el sector mostrando una rentabilidad atractiva para la inversión.

Con respecto a ECUAFARMACIAS en sus indicadores de rentabilidad no muestran mucha diferencia a los de DIFARE haciéndola también una empresa atractiva para la inversión, esto se puede ver reflejado en sus ventas lográndose posicionar en segundo lugar.

La rentabilidad financiera que presenta ECUAFARMACIAS es alta con un valor de 0,39, por esta razón aunque su financiamiento provenga más de capital propio en vez de acreedores no es de preocuparse.

Puesto que la empresa muestra una estructura sólida de liquidez y de solvencia y una buena gestión por parte de la gerencia.

LETERAGO DEL ECUADOR S.A

LETERAGO es una empresa nacida en República Dominicana alrededor de los años 60, desde ese entonces hasta ahora ha logrado expandirse por todo Centroamérica, convirtiéndose en una empresa líder en la región.

En Ecuador LETERAGO se dedica netamente a la importación y distribución de medicamentos convirtiéndose en la tercera empresa con mayores ventas dentro del país.

Tabla N°: 4-XI Indicadores Financieros LETERAGO DEL ECUADOR S.A.

		INDICADORES	2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	1,2607
		PRUEBA ÁCIDA	0,6437
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	3,8566
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	7,6714
		APALANCAMIENTO	4,8566
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	69,4937
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	75,5355
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	147,7852
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,1715
		RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,0084
	RENTABILIDAD	MARGEN OPERACIONAL	0,0089
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,0084
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,0765

Fuente: Superintendencia de Compañías

Análisis de Liquidez

LETERAGO muestra un buen manejo de sus deudas al corto plazo con un indicador de liquidez corriente mayor a 1, este indicador solo no dice mucho puesto que toma en consideración todos los activos de la empresa para la solventar sus deudas del corto plazo.

Por esta razón nos enfocamos en la prueba acida la cual también está por debajo de lo ideal que es 1,1. Sin embargo muestra una relación con el sector que se desenvuelve, observando este indicador en sus principales competidores se da cuenta que los niveles de exigencia de liquidez son iguales para todas las empresas.

Análisis de Solvencia

LETERAGO al ser una empresa multinacional con representantes en varios países, obtiene la mayoría de sus fondos vía acreedores, esto se ve reflejado en los indicadores de solvencia tales como el endeudamiento patrimonial el cual nos da un valor de 3,85, indicándonos que para esta empresa es mucho más costoso incurrir en deudas con el propio capital.

Un valor que llama la atención dentro de los indicadores de solvencia es el endeudamiento del activo fijo, es el más alto dentro de sus dos principales competidoras. Infiriendo podemos decir que esto se debe a que LETERAGO es una empresa relativamente joven con respecto a sus competidoras, esto hace que necesite de mayor inversión en sus activos fijos, los cuales por el resultado mostrado en su

endeudamiento es sostenible vía patrimonio, puesto que por cada dólar invertido en activos fijos la empresa posee \$7,67 dólares para solventarlos.

Análisis de Gestión

La eficiencia de LETERAGO en la rotación de sus activos fijos es una de las más altas en el sector, lo que se traduce en que por cada dólar invertido en activos fijos la empresa obtiene \$69,46 dólares de ganancias en sus ventas.

Este efecto puede provenir a causa de que LETERAGO es una empresa que importa directamente los productos de sus laboratorios ubicados en otros países, lo que hace que tenga una mejor gestión de los mismos. A diferencia de DIFARE que tiene hacer pedidos a diferentes laboratorios para tener mercadería en stock.

Los periodos medios de cobranza y de pago que posee LETERAGO también demuestran un eficiente manejo por parte de la gerencia, dado que la diferencia entre los periodos de cobros y de pagos es bastante alta, permitiéndole a la empresa tener más liquidez.

Finalmente sus gastos administrativos están dentro de la tendencia del sector, mostrando un correcto manejo de sus gastos financieros.

Análisis de Rentabilidad

LETERAGO a diferencia de sus competidoras muestra valores más bajos en los indicadores de rentabilidad.

El más preocupante es la rentabilidad del activo neto, puesto que en el indicador de rotación del activo fijo se observa que LETERAGO obtendría grandes ganancias a través de sus activos, lo que en la realidad no se podría estar dando, ya que con un valor tan bajo en la rentabilidad del activo se podría inferir que la empresa no está provechando al 100% sus activos.

La rentabilidad de la empresa también muestra valores más bajos que la competencia, como se mencionó anteriormente esto puede ser causa de que LETERAGO es una empresa joven en comparación a sus competidoras por lo cual está haciendo más inversión que luego se verá reflejado en sus estados financieros.

4.5.2.3 COMERCIALIZACIÓN

FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS SA (FARCOMED)

FARCOMED es una empresa Ecuatoriana cuyos orígenes datan desde 1930, entre las principales marcas comerciales de la empresa se encuentran las farmacias Fybeca y Sana Sana.

Sin embargo también participa de otras áreas del sector farmacéutico, como en la logística y distribución a través de PROVEFARMA, en la administración de beneficios farmacéuticos con ABEFARM y por último también participa del sector retail con su cadena OKIDOKI que ofrece productos de conveniencia.

Es por esto que a partir del 2010 creo su propio holding llamado Corporación Grupo Fybeca (GPF), el cual ha ayudado a que esta empresa se posicione como líder en el sector del retail farmacéutico.

ECONOFARM S.A.

Es una empresa responsable de la administración de las farmacias Sana Sana, la cual se dedica a la venta al por menor de productos farmacéuticos

Esta empresa está dentro de lo que es el holding GPF por lo cual para un mejor análisis se las tomara a las dos como una sola, puesto que las dos empresas ocupan los primeros lugares en el sector retail farmacéutico con respecto a las ventas.

Tabla N°: 4-XII Indicadores Financieros FARCAMED y ECONOFARM

		INDICADORES	FARCAMED 2012	ECONOFARM 2012
INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS	LIQUIDEZ	LIQUIDEZ CORRIENTE	0,91860713	1,120336515
		PRUEBA ÁCIDA	0,400909905	0,428746474
	SOLVENCIA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	2,150080509	3,60357557
		ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	0,93934178	2,566313338
		APALANCAMIENTO	3,150080509	4,60357557
	GESTION	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	6,04936309	43,77166083
		PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	20,35741029	17,444114
		PERÍODO MEDIO DE PAGO	65,14139345	65,61640129
		IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	0,229092698	0,173259281
	RENTABILIDAD	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	0,070052789	0,037570257
		MARGEN OPERACIONAL	0,057284467	0,035897848
		RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	0,070052789	0,037570257
		RENTABILIDAD FINANCIERA	0,451140109	0,640807384

Fuente: Superintendencia de Compañías

FARCAMED muestra en su liquidez corriente un valor por debajo de lo esperado, por lo cual se podría significar que tiene problemas a la hora de cubrir sus deudas a corto plazo, esto puede ser causa de que sus pasivos corrientes son mayores a los activos corriente. A este resultado no se le puede tomar mucha atención por si solo, ya que el ratio liquidez corriente toma en cuenta todos sus activos.

Observando el resultado de la prueba acida se puede obtener una visión más clara, Farcomed necesita de sus inventarios para poder cubrir sus deudas a corto plazo, esto es aceptable ya que en el sector de la comercialización se depende mucho de los inventarios para generar ganancias.

Por otro lado ECONOFARM muestra un nivel mayor de liquidez corriente, se puede inferir que esto es resultado de que las farmacias Sana Sana, están dirigidas a otro

estrato social el cual es clase media y baja, por estas razones la empresa cuenta con un mayor número de locales alrededor del país lo que le brindaría una liquidez mayor.

La prueba ácida va acorde a los resultados del sector ya que los niveles de exigencia de liquidez prácticamente son los mismos.

Análisis de Solvencia

El holding del cual son partes estas empresas (GPF), cotiza en la bolsa del Ecuador por lo cual los niveles de fondos obtenidos por acreedores es bastante alto, esto se ve reflejado en las dos empresas con endeudamientos patrimoniales mayores a dos, esto significaría que para las dos empresas resulta más costoso obtener fondos a través de deuda.

Con respecto a los niveles de endeudamiento del activo fijo se observa que ECONOFARM tiene un valor mucho mayor al de FARCOMED, esto viene dado a que ECONOFARM ha buscado copar el mercado a través de adquisición de nuevas farmacias u otorgando la franquicia, lo cual demanda una alta inversión en activos.

La relación que estas dos empresas tienen referente al apalancamiento es similar, esto porque las dos buscan obtener un financiamiento vía acreedores en vez de utilizar capital propio, lo cual le brinda utilidades más altas.

Análisis de Gestión

Observando los valores de rotación del activo fijo en ambas empresas, destaca la eficiencia que tiene ECONOFARM, como ya se mencionó anteriormente esta empresa cuenta con un mayor número de locales alrededor del país, lo cual causaría que tenga una rotación superior de activos que FARCOMED.

Dentro de los periodos medios de cobro y pago ambas empresas presentan un buen manejo por parte de la gerencia a la hora de recuperar sus carteras.

Lo mismo se puede observar en el impacto de los gastos administrativos y de ventas ambas empresas tienen un buen manejo de sus gastos financieros lo que daría como resultado mayores utilidades para las mismas.

Análisis de Rentabilidad

Los indicadores de rentabilidad de FARCOMED muestran valores más altos que los de ECONOFARM, por ejemplo la rentabilidad neta del activo muestra que FARCOMED está aprovechando de mejor manera los activos de la empresa para generar ganancias.

En el margen operacional como también se observó en el impacto gasto administrativo ventas ambas empresas tienen un buen manejo de sus gastos financieros lo cual también se ve reflejado en este indicador.

Con respecto a sus rentabilidades financieras ECONOFARM es quien supera en este indicador, haciendo la más atractiva para la inversión esto debido al auge y acogida que han tenido estas cadenas de farmacias alrededor del país

4.6 MODELO ECONOMETRICO

Según el estudio realizado por Michael Gort (1976), demuestra una correlación existente entre la concentración de las industrias y los beneficios percibidos por las empresas integrantes de la misma. Lo cual puede atribuirse a las barreras a la entrada, ya que en industrias altamente concentradas los costos de salirse de la industria también son altos.

Para el cálculo de la correlación existente de forma directa, Gort expuso que en el modelo se introduzcan variables que contengan características propias de las empresas, de tal manera que el modelo pueda explicar las utilidades que tienen las empresas a través de variables que recojan la estructura del mercado y otras que expliquen la estructura del mismo. Las cuales se explican dentro de la siguiente ecuación.

$$\pi_i = \beta_0 + \beta_1 C_i + \beta_2 PA_i + \beta_3 ID_i + \beta_4 IG_i + \mu_i$$

Dónde:

π_i	Utilidad de la Empresa
C_i	Cuota de Mercado de la Empresa
PA_i	Prueba Ácida
ID_i	Indice Dupont
IG_i	Impacto Gastos Administrativos ventas
u_i	Error

Fuente: Elaborado por los autores

En el modelo de Gort tenemos que tomar en cuenta que no se pueden descartar los errores de medición, auto regresión, auto correlación, simultaneidad y variables omitidas, puesto que surgen en modelos como este que toma en cuenta este tipo de relaciones para variables que medirán la cuota de mercado.

Para corregir este problema se utilizara un estimador de variables instrumentales, junto con otras variables que están correlacionadas con las variables explicativas pero no con el término error (con la cual habría correlación con la variable dependiente).

Otra manera de corregir estos problemas es con los datos históricos de estas variables, para observar si son consistentes en el histórico y así poder emplear sus rezagos como instrumentos.

Para efectos de este estudio el modelo de Gort solo será corrido como ejercicio académico en el presente estudio, ya que solo se contó con una base de datos del 2011-2012 tanto en la producción, distribución y comercialización, lo cual afecta al análisis de los datos históricos. Esto debido a la falta de información disponible.

Para consideración de los datos de ventas, indicadores de liquidez, solvencia, gestión y rentabilidad, se tomó como base datos de la producción, distribución y comercialización agrupados según código CIUU C2100.01, G4649.22 y G4772.01 respectivamente.

La aplicación del modelo fue hecho en el programa STATA, donde se empleó el comando “robust” para contrarrestar posibles violaciones de los supuestos clásicos, ya que esto implica el incumplimiento de una de las hipótesis básicas sobre las que se asienta el modelo de regresión lineal. Cosa que de esta manera nos aseguramos que los datos sean heterogéneos.

Empleado estos sujetos se obtiene que:

Tabla N°: 4-XIII Resultado Modelo Econométrico Producción

Linear regression		Number of obs = 25				
		F(4, 20) = 2.47				
		Prob > F = 0.0777				
		R-squared = 0.2341				
		Root MSE = 2.5e+06				
utilidades	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
cuota	-5.45e+07	6.64e+07	-0.82	0.421	-1.93e+08	8.39e+07
prueba_Ãcida	-1021160	772761.6	-1.32	0.201	-2633112	590792.3
rentabilidad_neta_del_activo	9550831	3991677	2.39	0.027	1224339	1.79e+07
impacto_gastos_administraciÃn_y	-7788694	5923791	-1.31	0.203	-2.01e+07	4568118
_cons	5955836	4943070	1.20	0.242	-4355227	1.63e+07

Fuente: Elaborado por los autores

Para efectos del modelo observamos en la producción que la bondad de ajuste del mismo no es significativamente estadística, puesto que los valores F y R2 arrojaron resultados fuera de los ideales, sin embargo se tomó en consideración el modelo solo como ejercicio académico, ya que puede contener errores.

Dentro de los que es la producción el único dato que mostro significancia al correr el modelo fue la rentabilidad neta del activo, se puede decir que esto es resultado de que los laboratorios dependen mucho de sus activos, al ser economías a escala.

Pero no se puede afirmar esta situación dado que los datos presentados por el sector empresarial muestran problemas en la información.

Tabla Nº: 4-XIV Resultado Modelo Econométrico Distribución

Linear regression		Number of obs = 83				
		F(4, 78) = 2.72				
		Prob > F = 0.0355				
		R-squared = 0.1676				
		Root MSE = 1.8e+06				
utilidades	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
cuota	5.09e+07	1.87e+07	2.73	0.008	1.37e+07	8.81e+07
prueba_Ãcida	25321.21	47533.63	0.53	0.596	-69310.98	119953.4
rentabilidad_neta_del_activo	1481058	1116994	1.33	0.189	-742705.6	3704821
impacto_gastos_administraciÃn_y	-52949.88	1151623	-0.05	0.963	-2345656	2239756
_cons	298936.7	568164.8	0.53	0.600	-832192.6	1430066

Fuente: Elaborado por los autores

Lamentablemente en el sector de la distribución no pudimos encontrar valor alguno que muestre algo de significancia para el estudio puesto que los valores F y R2, no muestran una bondad de ajuste buena.

Pareciera que la cuota del mercado mostraría un efecto positivo, que representaría que a mayor cuota de mercado haya mejores rentabilidades, pero como se mencionó antes se muestra un sesgo en la información, ya que la prueba F y R2 están lejos de los valores ideales.

Tabla N°: 4-XV Resultado Modelo Econométrico Comercialización

Linear regression		Number of obs = 20				
		F(4, 15) = 0.44				
		Prob > F = 0.7748				
		R-squared = 0.1353				
		Root MSE = 4.6e+06				
utilidad	Coef.	Robust Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
cuota	-9.92e+07	8.68e+07	-1.14	0.271	-2.84e+08	8.59e+07
prueba_Ãcida	-2220645	1894721	-1.17	0.259	-6259147	1817858
rentabilidad_neta_del_activo	5408183	9069743	0.60	0.560	-1.39e+07	2.47e+07
impacto_gastos_administraciÃn_y	7417222	5740831	1.29	0.216	-4819071	1.97e+07
_cons	2457434	1978298	1.24	0.233	-1759207	6674076

Fuente: Elaborado por los autores

Como se explicó anteriormente en el estudio la comercialización dentro de la industria farmacéutica es uno de los sectores que presenta mayor concentración, por lo tanto uno de los más importantes a recalcar.

Pero debido a la falta de información disponible los datos no son suficientes para analizar el sector de la manera deseada, dado que no se encuentran con datos históricos que ayudarían a resolver los problemas de endogeneidad.

Sin embargo en este sentido se recomienda el estimador de Variables Instrumentales, ya que una estimación por el modelo de Mínimos Cuadrados probablemente arrojaría información errónea en sus resultados.

CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Concluido el desarrollo del estudio “Organización Industrial y Competencia estratégica en el Mercado Farmacéutico del Ecuador”, y habiendo analizado varios factores como la participación de mercado, índices de concentración, integración vertical, etc. Para distintos grupos de empresas durante los periodos 2000-2012, tomado en cuenta los sectores de la producción, distribución y comercialización se obtuvieron los siguientes resultados.

Para Ecuador el mercado de los medicamentos es uno de los más relevantes en el país y de mayor crecimiento, el cual solo en el 2012 movió alrededor \$ 1090,060 mil millones, en este sector se puede observar claramente, aun pequeño grupos de empresas los cuales lideran las participaciones de mercado tanto en la producción, distribución y comercialización.

Por lo cual en base al análisis existe la preocupación de que se esté hablando de una industria altamente concentrada y en donde se estén desarrollando estrategias que crearían barreras a la entrada que afecten al consumir final de medicamentos.

En la producción sin duda es un sector en el cual para ingresar se necesitan grandes cantidades de inversión en activos a causa de sus economías a escalas. En el Ecuador según los datos obtenidos en el presente estudio se obtuvo que el sector

de la producción esta moderadamente concentrado y con altas probabilidades de convertirse en un sector concentrado a futuro.

Sin embargo observando la manera que actúa el sector de la producción en la praxis, se podría inferir que ya se está hablando de un sector altamente concentrado, ya que la multinacional QUIFATEX S.A. está situada en la actualidad como el laboratorio N° 1 en ventas del país con una participación de mercado alrededor del 40% y con ventas de \$305.819.558,00 en el año 2012.

Estos valores están alejados de la realidad del sector, porque observando al laboratorio NOVARTIS en Ecuador, el cual es el segundo laboratorio con mayor participación de mercado y ventas al año 2012, claramente se observa una desventaja frente a la empresa líder en el sector.

Puesto que solo cuenta con el 10% de participación en los últimos años y logrando alcanzar ventas solo de \$67.878.967,00 en el año 2012 un valor muy por debajo de su principal competidora.

Claro está que por la falta de información en el estudio puede que haya sesgos en el mismo, por lo que no se puede afirmar que QUIFATEX está incurriendo en prácticas anticompetitivas, ya que los valores que presenta la empresa en sus ventas pueden ser resultado de grandes cantidades de inversiones y de un manejo eficiente de las mismas. Por lo tanto para tener una mejor visión de lo que está sucediendo en el sector es necesario estudiar la situación de la empresa a fondo.

En la comercialización de productos farmacéuticos, se observa que es un sector mucho más competitivo, en el cual es más fácil para las empresas entrar y salir del mercado así mismo mantenerse.

Según datos arrojados por el estudio el sector de la comercialización es un sector pocamente concentrado, sin embargo en este sector encontramos la existencia de varios grupos o holdings, los cual participan de la distribución.

Esto hizo que para mayor efecto del estudio a la hora de calcular la participación y realizar los análisis verticales, se las tome a las empresas como una sola, siguiendo esta metodología se obtuvieron estos resultados.

Como ya se menciona anteriormente en el estudio el sector de la distribución esta poco concentrado, aun así hay un grupo de empresas que destaca, y es el perteneciente al grupo holding DIFARE.

Este es un grupo netamente ecuatoriano que ha venido creciendo los últimos años, logrando así una participación del 25% del mercado, alcanzando ventas record en la distribución durante el año 2012 llegando al valor de \$ 331.312.137,00, sin duda es un valor que deja atrás a sus competidores uno de los cuales es LETERAGO que alcanza apenas el 10% de participación en el mercado durante los tres últimos años, posicionándose en el lugar N°2 según este estudio.

Estos valores van acordes a los presentados en el análisis vertical de la empresa, puesto que DIFARE ha tenido un buen desempeño dentro del sector en los últimos años.

Sin embargo también puede ser origen de acuerdos comerciales con prestigiosos laboratorios tanto nacionales como internacionales, como los que tiene DIFARE, dado a que esto ayudaría a que DIFARE obtenga un beneficio mayor que el resto de empresas participantes del mercado.

Esto se ve reflejado en el análisis horizontal y vertical realizado en el estudio, los cuales ayudan a medir el enfoque de estructura, conducta y resultado.

En el sector de la comercialización de productos farmacéuticos en base a los resultados obtenidos en el estudio y al análisis de los mismos, se obtuvo que el sector retail esté altamente concentrado, en el Grupo Fybeca (GPF) el cual posee dentro de sus cadenas de farmacias a Fybeca y Sana Sana.

De esta manera obtiene casi el 80% de la participación de mercado en los tres últimos años y logrando sumar ventas entre las dos compañías por un valor de \$507.175.837,00 en el 2012.

Esto lo ha logrado gracias a su estrategia de proliferación de farmacias, por medio de la cual ha logrado obtener un número

Sin duda se observa la necesidad de reformar el sistema de comercialización de medicamentos en el Ecuador con el fin de que estos no hagan desaparecer por completo la competencia del mercado, algo que ya se ha venido presentado en los últimos años ya que muchas farmacias independientes han desaparecido totalmente o han pasado a formar parte de estas cadenas de farmacias.

Finalmente analizando los tres sectores de la industria farmacéutica en Ecuador se observa que si no se llega a un mejor control por parte de las autoridades en materia de leyes de competencia en un futuro se podría estar hablando de una industria con altos problemas de concentración.

5.2 RECOMENDACIONES

Como es de conocimiento público en Ecuador no ha existido una ley clara la cual legisle la competencia en los mercados del sector salud entre otros, recién en el 2012 se aprobó por vez primera la “Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado” con la finalidad de poder regular este y varios sectores más.

A causa de esta falta de leyes en este ámbito y de una entidad que las regule, hoy en día se cuenta con un legado de un mercado concentrado con niveles más allá de lo saludables, en ciertos grupos económicos en el Ecuador, tanto en los sectores de la producción, distribución y comercialización.

Esto implicaría que de cierta manera haya abusos en el poder de mercado por partes de estas empresas en todos los rincones del país. Como se mencionó anteriormente en el estudio, el sector farmacéutico es uno de los más relevantes para el desarrollo de la sociedad, en el país ha venido manteniendo tasas de crecimiento elevadas en los últimos años.

Lo cual ha creado que ciertas empresas o grupos crezcan de manera incontrolable, haciendo que hoy en día las intervenciones en el sector sean más difíciles de justificar en todas las gestiones del sector y casi imposible que vuelvan a su estado inicial.

Finalmente para efecto del estudio se propone los siguientes puntos para una mejora en la competencia del sector y que se beneficie al consumidor final con medicinas a precios adecuados.

- En los laboratorios del país uno de los principales problemas que se presenta, es la fijación de precios referentes a los medicamentos, puesto que al estar el mercado concentrado en la mayoría de laboratorios multinacionales ocurre el siguiente inconveniente. Los laboratorios multinacionales dentro del país importan gran parte de sus medicamentos de sus filiales en el exterior, esto hace que al momento de ingresar al país, no se cuente con una clara visión de cuanto le cuesta producir estos medicamentos a estos laboratorios por lo cual tampoco se tiene una valoración adecuada de los mismos, si bien para ingresar en el país estos medicamentos es necesario que se presenten documentos notariados que verifiquen el costo de la mercadería, pareciera que en la realidad estos valores no son del todo ciertos. Puesto que al fijarse los precios referentes sobre el cual deberían ser comercializados estos medicamentos en el país obtienen una valoración x, la cual a la hora de ser comercializados en el mercado no se respeta y por esto son comercializados a valores menores.

Esto crea una dificultad para los laboratorios Ecuatorianos, ya que ellos tienen que cumplir con muchos más gastos en impuestos, estándares etc. Impidiéndoles competir con los mismos precios de los laboratorios multinacionales.

Ya que actualmente se maneja una fijación de precios basadas en costos y gastos reales, en este estudio se recomienda para que haya un mejor control de precios los siguientes métodos.

- Fijación de precios menores para medicamentos repetidos

- Fijación por volumen de venta

Además en países más desarrollados se han aplicado medidas de racionalización y contención del gasto farmacéutico por un lado y de control de precios por otro.

Estos modelos de fijación de precios parten del análisis farmacológico que evalúa las ventajas terapéuticas del medicamento; la evaluación económica que compara el costo del tratamiento con el de otros productos alternativos; el análisis económico de la contribución del proveedor a la economía nacional;

O el precio del mismo producto en otros países

Pero para la aplicación de estos modelos es necesario que haya un estudio previo para observar cómo se adaptan estos modelos a la realidad del país si es capaz de adoptarlos.

- En la distribución a simple vista no hay mayores problemas, puesto que por ahora es un mercado poco concentrado, sin embargo una de las quejas presentes en el sector es a los grandes grupos comerciales, los cuales reconocen tener varias alianzas con laboratorios, además de tener sus propias cadenas de farmacias, lo cual para las demás distribuidoras presenta una desventaja ya que están llegando directamente al consumidor final.

Ellos alegan que esto solo beneficia al consumidor, dado que les permiten brindar un mejor servicio y mejores precios, además mencionan que si compiten también con otros grupos y por eso no están incurriendo en prácticas monopólicas.

Pero como ya se mencionó anteriormente esto es legado del sector jurídico, ya que antes no se contaba con leyes a favor de la protección de la competencia.

Por estas razones se recomienda que bajo el Artículo 3 de la reciente creada “Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado”, se haga una investigación a fondo para determinar si este tipo de conductas se están dando en la realidad y determinar qué efectos tiene sobre el sector.

Otra recomendación que surge debido a que la mayoría de medicamentos distribuidos son importados de otros países, es que haya una cooperación específica con las autoridades de los países de los cuales se están importando mayor cantidad de medicamentos, esto podría ayudar a que la fijación de precios por parte de las distribuidoras sea más equitativa y favorezca a la entrada de nuevas empresas en este sector.

Otro problema que se está presentando en el sector de las distribuidoras es la integración vertical, dada que las principales distribuidoras cuentan con grandes cadenas de farmacias también, por lo cual podría haber un problema de ejercicio de poder de mercado, haciendo que los costos de estas cadenas de farmacias se más bajos que los del mercado en si.

- La comercialización dentro del mercado farmacéutico es uno de los sectores más preocupantes, esto se ve reflejado en los datos obtenidos en el presente estudio, el cual muestra que es un sector altamente concentrado.

El gran problema del sector retail es la proliferación de formatos de farmacias por parte de los grandes grupos del sector, los cuales han llegado a obtener alrededor del 80% de participación de mercado según este estudio, dado que muchos de estos formatos son pertenecientes a los mismos grupos comerciales.

Esta creación de cadenas de farmacias ha ocasionado que un gran número de farmacias independientes hayan cerrado o pasado a formar parte de estos grupos en los últimos años, puesto que ellas no pueden sobrevivir con los precios que las demás farmacias imponen en el mercado.

El hecho de que hoy en día el sector retail se encuentre altamente concentrado, hace necesario que se investigue si es posible regularlo, puesto que en otros países como Chile al momento que quisieron regular mercados que habían alcanzado niveles altos de concentración, debido a la falta de leyes que esclarezcan una libre competencia.

Provoco que el Estado incurriera en altos costos en materia de regulación y control y se encontraron con un escenario peor con el que ya contaban, ya que estas empresas buscaron fusionarse, para de esta manera captar todo el mercado.

Como ejemplo tenemos que antes existía una ley de distancia mínima entre farmacias en el Ecuador, la cual fue abolida a partir de los noventas, volver a proponer leyes como esta en sector sería imposible, puesto que hoy en día en cada rincón del país se observa hasta 3 farmacias en una sola cuadra y principalmente de las grandes cadenas farmacéuticas.

Sin embargo el mayor problema que se presenta en la región es la proliferación de formatos de cadenas de farmacias, por lo cual se recomienda la creación de un mecanismo de control adecuado para la autorización de fusiones y adquisiciones de farmacias con el fin de mantener estos mercados abiertos a nuevos competidores.

REFERENCIAS

Cevallos, L. H. (2009). Análisis del Mercado del Sector Comercio al Por Mayor y al Por Menor, Código CIU Sección G, bajo un enfoque de concentración económica en el caso ecuatoriano durante el periodo 2000-2008. Revista Politécnica, 192-200.

Ministerio de Salud Pública. (2013). Reglamento Para la Fijación, Revisión y Control de los Precios de Medicamentos de Uso Humano, de http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/REGLAMENTO_777__REGISTRO_OFICIAL1.pdf

Diario Hoy. (4 de Enero de 2001). Llegan cadenas farmacéuticas, de Explored: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/llegan-cadenas-farmaceuticas-117603.html>

Superintendencia de Compañías. Portal de Información, de <http://www.supercias.gob.ec/portalinformacion/portal/index.php>

EKOS, C. (2012). EKOS, El Portal de Negocios, de Ranking Empresarial 2011, Sector Industrial, de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>

EKOS, C. (2013). EKOS, El Portal de Negocios, de Ranking Empresarial 2012, Sector Industrial, de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>

EKOS, C. (2013). EKOS, El Portal de Negocios, de Ranking Empresarial 2013, Sector Industrial, de <http://www.ekosnegocios.com/empresas/RankingEcuador.aspx>

Centro de Investigaciones Económicas de la Pequeña y Mediana Empresa. (2011). Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES, de <http://www.flacso.org.ec/portal/pnTemp/PageMaster/s6vbaqytnbmqj5yec4c57yz83byz62.pdf>

Superintendencia de Control y Poder de Mercado. (2013). Indicadores de Diagnóstico Sectorial de la Competencia, de <http://www.scpm.gob.ec/indicadores-de-diagnostico-sectorial-de-la-competencia/>

Superintendencia de Control y Poder de Mercado. (2013). Talleres Internacionales, 9no Seminario Internacional y IV Tecnología y Regulación del Mercado Sector Farmacéutico, de <http://www.scpm.gob.ec/descargas-9no-seminario-internacional-iv-de-tecnologia-y-regulacion-mercado-de-farmacos-en-el-ecuador/>

Superintendencia de Poder y Control de Mercados. (13 de Octubre de 2011). Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder del Mercado. Ecuador.

Tarziján, R. P. (2006). Organización Industrial para la Estrategia Empresarial. Buenos Aires: Pearson Education.

ANEXOS

Anexo N°: 1 Preguntas de las Entrevistas

Preguntas a Médicos

- ¿Recomienda medicina natural a sus pacientes?
- Según su opinión ¿La medicina natural puede sustituir a la medicina convencional? ¿Por qué?

Preguntas a Personas

- ¿Qué opinión tiene usted acerca de la medicina natural?
- Cree usted que la medicina natural posee alguna desventaja ante la medicina tradicional. Si o no y ¿Por qué?
- Al momento de contraer una enfermedad ¿Cuáles piensa usted que son los motivos que hacen elegir a las personas entre usar medicina natural en vez de medicina tradicional?
- Si usted tuviese la oportunidad de elegir entre medicina natural y medicina tradicional para sanar una enfermedad. ¿Cuál elegiría? Y ¿Por qué?
- Cree usted que utilizando medicina natural se puede obtener los mismos resultados que utilizando medicina tradicional. Si o no y ¿Por qué?

Anexo N°: 2 Participaciones de Mercado Laboratorios, Distribuidoras y Comercialización

EMPRESA	2011	2012	2013	CUOTA 2011	CUOTA 2012	CUOTA 2013
QUIFATEX	\$ 256,808,307.00	\$ 305,819,558.00	\$ 330,842,094.00	40.97%	38.31%	41.38%
NOVARTIS	\$ 58,391,202.00	\$ 67,878,967.00	\$ 69,893,663.00	9.32%	8.50%	8.74%
ACROMAX	\$ 28,489,500.00	\$ 43,109,566.00	\$ 67,525,496.00	4.55%	5.40%	8.45%
LIFE	\$ 41,320,092.00	\$ 36,635,419.00	\$ 48,999,564.00	6.59%	4.59%	6.13%
TECNANDINA	\$ 40,631,976.00	\$ 37,657,761.00	\$ 35,025,679.00	6.48%	4.72%	4.38%
SIEGFRIED	\$ 17,300,637.00	\$ 21,000,625.00	\$ 28,613,015.00	2.76%	2.63%	3.58%
PROPHAR		\$ 18,045,482.00	\$ 20,907,068.00	0.00%	2.26%	2.62%
NEFROCONTROL	\$ 14,352,756.00	\$ 16,912,841.00	\$ 18,269,023.00	2.29%	2.12%	2.29%
CARVAGU	\$ 7,740,048.00	\$ 10,906,852.00	\$ 15,547,377.00	1.23%	1.37%	1.94%
FARMAYALA	\$ 11,064,970.00	\$ 13,794,284.00	\$ 13,899,345.00	1.77%	1.73%	1.74%
KRONOS	\$ 9,617,433.00	\$ 8,552,398.00	\$ 13,406,322.00	1.53%	1.07%	1.68%
ROCNAF	\$ 11,033,471.00	\$ 12,292,858.00	\$ 13,135,573.00	1.76%	1.54%	1.64%
OTROS	\$ 130,078,403.00	\$ 205,737,788.00	\$ 123,392,622.00	20.75%	25.77%	15.43%
	\$ 626,828,795.00	\$ 798,344,399.00	\$ 799,456,841.00			

EMPRESA	2011	2012	2013	CUOTA 2011	CUOTA 2012	CUOTA 2013
DIFARE	\$ 300,185,237.00	\$ 331,312,137.00	\$ 396,924,435.00	15.06%	14.40%	16.27%
LETERAGO	\$ 136,753,782.00	\$ 174,972,385.00	\$ 232,013,432.00	6.86%	7.61%	9.51%
ECUAFARMACIAS	\$ 144,509,413.00	\$ 175,863,700.00	\$ 170,362,467.00	7.25%	7.65%	6.98%
ECUAQUIMICA	\$ 141,807,931.00	\$ 153,276,458.00	\$ 165,043,921.00	7.11%	6.66%	6.77%
FARMAENLACE	\$ 94,549,195.00	\$ 122,084,865.00	\$ 145,508,449.00	4.74%	5.31%	5.97%
ROCHE	\$ 68,697,283.00	\$ 90,123,238.00	\$ 117,789,791.00	3.45%	3.92%	4.83%
BAYER	\$ 97,792,683.00	\$ 109,948,603.00	\$ 106,454,777.00	4.91%	4.78%	4.36%
PFIZER	\$ 66,113,632.00	\$ 79,592,162.00	\$ 80,789,913.00	3.32%	3.46%	3.31%
ABBOTT	\$ 55,292,174.00	\$ 62,338,692.00	\$ 71,773,197.00	2.77%	2.71%	2.94%
GLAXOSMITHKLINE	\$ 39,591,805.00	\$ 43,022,824.00	\$ 45,822,853.00	1.99%	1.87%	1.88%
MERCK	\$ 52,231,493.00	\$ 52,052,033.00	\$ 45,022,392.00	2.62%	2.26%	1.85%
SCHERING PLOUGH	\$ 39,790,313.00	\$ 42,094,876.00	\$ 43,055,528.00	2.00%	1.83%	1.77%
OTROS	\$ 755,887,715.00	\$ 863,307,520.00	\$ 818,507,795.00	37.92%	37.54%	33.56%
	\$ 1,993,202,656.00	\$ 2,299,989,493.00	\$ 2,439,068,950.00			

EMPRESA	2011	2012	2013	CUOTA 2011	CUOTA 2012	CUOTA 2013
ECONOFARM	\$ 193,361,580.00	\$ 244,463,120.00	\$ 293,420,549.00	29.38%	32.52%	34.54%
FARCOMED	\$ 265,415,491.00	\$ 268,692,882.00	\$ 281,480,425.00	40.32%	35.75%	33.13%
FARMASERVICIO	\$ 27,679,741.00	\$ 35,175,476.00	\$ 33,302,193.00	4.21%	4.68%	3.92%
FARVICTORIA	\$ 18,457,530.00	\$ 21,766,065.00	\$ 24,176,881.00	2.80%	2.90%	2.85%
DATEOTON	\$ 9,788,076.00	\$ 12,539,592.00	\$ 17,653,540.00	1.49%	1.67%	2.08%
COFARVE	\$ 11,722,641.00	\$ 13,878,068.00	\$ 15,664,999.00	1.78%	1.85%	1.84%
PROVEFARMA	\$ 8,856,200.00	\$ 10,574,296.00	\$ 13,101,360.00	1.35%	1.41%	1.54%
SANTAMARTHA	\$ 5,919,576.00	\$ 5,792,507.00	\$ 11,372,771.00	0.90%	0.77%	1.34%
FARMAMIA	\$ 3,941,150.00	\$ 5,859,274.00	\$ 9,136,860.00	0.60%	0.78%	1.08%
TADEC	\$ 7,521,666.00	\$ 7,976,421.00	\$ 8,563,506.00	1.14%	1.06%	1.01%
NUTRIFORT	\$ 3,861,784.00	\$ 5,756,789.00	\$ 8,179,786.00	0.59%	0.77%	0.96%
NEDERAGRO	\$ 4,926,981.00	\$ 6,024,921.00	\$ 8,169,769.00	0.75%	0.80%	0.96%
OTROS	\$ 96,785,729.00	\$ 113,176,665.00	\$ 125,306,021.00	14.70%	15.06%	14.75%
	\$ 658,238,145.00	\$ 751,676,076.00	\$ 849,528,660.00			

Anexo N°: 3 Índices Concentraciones de Mercado Laboratorios

Índices de Concentración Para Cada Año						
Año	N	C4	HHI	ID	ET	ETs
2000	92	46.1361	752.5220	0.28586245157	3.16617768	0.7002
2001	90	45.7102	758.7354	0.28655198242	3.13089335	0.6958
2002	107	43.7647	690.5529	0.27155969426	3.24088935	0.6936
2003	100	47.4164	825.5809	0.29923032720	3.06791661	0.6662
2004	102	49.2549	872.0824	0.34796992542	3.07670354	0.6652
2005	100	51.6108	979.4453	0.37635127397	2.95227499	0.6411
...		...	N/A	N/A	N/A	N/A
2011	32	63.3589	1937.0107	0.75417139978	2.40894514	0.6951
2012	33	57.5972	1696.09	0.75133035681	2.575355	0.7366
2013	31	46.1361	1969.68	0.75933570000	2.40455743	0.7002

Anexo N°: 4 Índices Concentraciones de Mercado Distribuidoras

Índices de Concentración Para Cada Año						
Año	N	C4	HHI	ID	ET	ETs
2000	97	48.2934	933.6312	0.48023083809	3.08671	0.6747
2001	100	44.6770	861.0476	0.44918472550	3.13954423	0.6817
2002	101	45.7592	806.9022	0.36355218336	3.14292574	0.6810
2003	95	48.9468	928.0533	0.38568841932	2.9900715	0.6566
2004	100	45.7288	781.6953	0.30381860798	3.13131249	0.6800
2005	91	41.2695	648.0370	0.17556660307	3.18228371	0.7055
...	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2011	107	36.2861	503.864179	0.23847773117	3.62849248	0.7765
2012	100	36.3230	496.555956	0.21755942494	3.63717874	0.7898
2013	87	39.5374	586.757389	0.24761853517	3.45865548	0.7745

Anexo N°: 5 Índices Concentraciones de Mercado Comercialización

Índices de Concentración Para Cada Año						
Año	N	C4	HHI	ID	ET	ETs
2000	60	73.8108	3960.9309	0.95377248940	1.84955064	0.4517
2001	64	74.1418	3950.2788	0.95615284209	1.88127754	0.4524
2002	61	80.2016	4305.9971	0.94847465626	1.68050471	0.4088
2003	63	84.7925	4417.7358	0.92199612687	1.54421772	0.3727
2004	59	85.0419	4242.3825	0.88842516460	1.54422636	0.3787
2005	47	88.8261	3899.3523	0.74481975838	1.46270901	0.3799
...	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
2011	39	76.7069	2534.7768	0.52738632588	2.08987927	0.5705
2012	39	75.8435	2387.11567	0.48295045004	2.14819604	0.5864
2013	40	74.4389	2339.23362	0.48040025145	2.18178599	0.5914

Anexo N°: 6 Activos Fijos y Totales de Pequeñas Empresas Laboratorios, Distribuidoras y Comercializadoras

Empresa	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Total Activo Fijo Neto	Total Activo	Total Activo Fijo Neto	Total Activo	Total Activo Fijo Neto	Total Activo	Total Activo Fijo Neto	Total Activo	Total Activo Fijo Neto	Total Activo	Total Activo Fijo Neto	Total Activo
CASA INDUSTRIAL FARMACEUTICA SA CIPSA	9,131.92	56,295.12	41,683.63	102,552.26	35,173.35	72,949.91	49,991.08	119,413.49	44,849.88	82,340.28	63,488.50	134,150.87
ELECTROQUIMICA S.A.	20,788.64	52,061.15	25,480.71	85,542.15	50,092.13	83,590.96	39,022.62	66,099.37	38,590.42	88,741.10	62,808.60	123,064.10
INDUSTRIAL QUIMICO-FARMACEUTICA INQUIFAR CA	4,089.95	7,314.49	2,791.85	12,385.70	2,894.25	13,137.90	8,925.93	14,171.82	8,925.93	14,852.34	7,215.11	32,452.53
INMOBILIARIA CACHORRASA S. A.	1,301.00	3,505.27	1,193.60	3,386.64	1,092.20	4,321.37	987.79	5,006.16	883.38	5,023.94	778.96	6,135.81
ISPORKAT S.A.	9,909.26	57,803.92	18,040.99	59,751.22	16,373.36	85,551.92	12,327.17	97,752.00	21,640.19	137,806.76	17,454.66	134,568.23
LABORATORIOS PARACELSO C LTDA	13,132.31	61,713.65	35,029.06	76,688.12	39,194.75	94,233.56	54,027.15	127,699.62	57,631.49	207,129.47	64,143.79	233,159.11
LABOTERAPIA CIA LTDA	907.88	8,619.85	705.09	8,544.43	502.30	9,573.53	299.51	12,971.53	96.72	12,448.87	142.99	13,575.86
LIRA LABORATORIOS INDUSTRIALES REPRESENTACIONES Y AGENCIAS SA	5,725.56	53,093.06	29,703.25	94,117.49	27,365.32	100,066.55	21,729.98	110,163.28	27,866.78	119,202.84	22,041.76	118,147.09

Empresa	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Total Activo Fijo Ne	Total Activo	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti
AGENCIAS Y DISTRIBUCIONES FARMASAA S.A.	1,657.99	38,581.74	19,720.64	61,479.22	15,384.44	61,727.70	10,763.61	60,883.97	6,228.71	66,072.13	2,657.92	81,961.30
BONNARD S.A.	9,189.72	10,875.02	6,705.11	19,178.25	6,975.11	14,599.50	4,774.55	21,373.32	5,137.12	15,474.80	5,137.12	37,711.31
COMERCIALIZADORA VASQUEZ ESPINOZA CIA. LTDA.	2,548.70	84,363.80	1,936.53	91,425.93	1,371.57	96,379.59	806.61	113,126.73			486.03	115,504.77
ECUATORIANA DE INSUMOS Y GENERICOS ECUAGENERICA CIA. LTDA.	1,087.68	135,007.28	16,379.66	162,143.26	14,534.53	269,976.21	10,718.89	145,549.22	2,067.83	84,922.72	1,512.59	71,151.73
FARMAGRUP S.A.	983.68	4,944.14	915.28	6,481.27	875.20	6,865.91	835.12	7,169.60	795.04	9,063.45	324.94	9,089.13
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS S.A. P	1,387.87	54,816.54	1,317.00	75,991.90	1,246.13	103,066.00	1,175.26	95,402.55	1,104.39	105,404.38	23,435.56	117,416.47
MEDILABOR S.A.	2,656.07	48,581.60	5,310.66	69,503.42	7,865.18	136,263.73	42,990.91	159,764.61	4,413.10	135,332.93	3,703.15	221,347.70
RAMIREZ ROJAS CIA. LTDA.	11,769.75	80,297.89	40,990.73	96,114.79	49,676.43	100,078.44	45,821.72	96,239.68	41,997.03	86,110.36	38,318.20	68,609.59

Empresa	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
	Total Activo Fijo Ne	Total Activo	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti	Total Activo Fijo Ne	Total Acti
BIOSYSTEM S.A.	1,732.10	4,132.15	365.10	2,853.47	109.79	7,040.46	280.06	65,886.49	22,884.64	109,182.18	221.71	67,579.61
BOTICA PASTEUR C LTDA	529.00	54,610.45	470.23	39,459.64	2,308.94	44,332.03	2,049.36	56,230.64	1,812.26	63,546.63	1,879.20	77,238.93
CEMEDIN CIA. LTDA.	4,860.41	14,905.14	4,300.00	17,320.25	3,440.00	12,760.48	3,010.00	14,827.50	2,580.00	23,816.56	2,150.00	20,439.07
EL DROGUISTA SA	1,634.38	14,552.54	14,272.63	45,839.05	12,030.15	46,331.83	9,172.08	67,660.70	5,083.20	49,561.85	5,083.20	77,746.79
FARMACIA AMERICANA CORDOVA E HIJOS FARMACOR	334.71	19,731.02	298.54	23,008.32	262.36	29,427.78	226.19	16,993.14	1,966.80	20,322.90	1,708.14	17,979.97
FARMACIA AMERICANA NO 2 AMERIDOS CIA. LTDA.	911.26	23,081.89	793.38	28,525.26	675.68	38,244.01	558.09	40,425.78	440.49	39,544.18	348.72	34,845.62
RIPATI S.A.	172.90	1,130.34	152.66	987.03	132.48	843.78	112.30	700.54	112.30	700.54	0.00	0.00
TECNOFARMA DIVITAL S.A.	5,633.50	12,540.06	3,646.64	19,608.79	1,659.78	29,009.52	507.34	22,955.84	271.06	8,459.28	80.72	8,164.32

Anexo N°: 7 Base de Datos Depurada Utilizada para el Análisis Vertical y Horizontal (Producción, Distribución y Comercialización), Grandes, Medianas y Pequeñas empresas.

		INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS												
		LIQUIDEZ		SOLVENCIA			GESTION				RENTABILIDAD			
		LIQUIDEZ CORRIENTE	PRUEBA ÁCIDA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	APALANCAMIENTO	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	PERÍODO MEDIO DE PAGO	IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	MARGEN OPERACIONAL	RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	RENTABILIDAD FINANCIERA
G R A N D E S	2000	1.90	0.99	2.64	0.78	2.64	26.77	81.04	#DIV/0!	0.43	-0.10	-0.08	-0.07	0.02
	2001	1.63	0.90	2.09	0.70	2.09	29.31	69.18	#DIV/0!	0.37	0.02	0.01	0.01	0.13
	2002	1.71	0.97	3.68	0.73	3.68	30.82	82.42	#DIV/0!	0.42	-0.01	-0.03	-0.02	-0.03
	2003	1.50	0.86	2.75	0.77	2.75	33.42	86.62	#DIV/0!	0.40	-0.03	-0.02	-0.02	0.00
	2004	1.87	1.10	4.29	0.69	4.29	26.64	91.95	#DIV/0!	0.43	-0.03	-0.03	-0.02	-0.21
2005	2.18	1.30	2.69	0.63	2.69	25.23	93.18	#DIV/0!	1.00	0.01	0.00	-0.01	0.03	
2011	1.97	1.01	3.54	0.67	4.54	34.44	53.95	316.09	0.39	0.06	0.07	0.05	0.17	
2012	1.97	1.09	3.43	0.44	4.43	30.56	94.34	334.66	0.40	0.07	0.14	0.06	0.27	
M E D I A N A S	2000	1.92	1.38	2.94	0.59	2.94	18.69	103.45	#DIV/0!	0.37	0.05	-0.02	0.01	0.11
	2001	2.46	1.45	6.15	0.55	6.15	14.76	67.40	#DIV/0!	0.40	0.04	0.02	0.00	-0.53
	2002	1.88	1.16	2.50	0.57	2.50	13.53	67.93	#DIV/0!	0.46	0.04	0.00	-0.01	0.12
	2003	2.04	1.25	3.49	0.58	3.49	16.01	65.35	#DIV/0!	0.48	0.02	-0.03	-0.04	0.10
	2004	2.35	1.74	1.75	0.62	1.75	21.36	84.93	#DIV/0!	0.41	0.00	0.00	-0.02	0.09
2005	2.59	1.71	1.70	0.61	1.70	8.24	52.88	#DIV/0!	1.02	0.02	-0.02	-0.02	0.03	
2011	1.54	1.31	1.48	0.59	2.48	1.14	54.97	224.87	0.57	0.04	0.09	0.05	0.12	
2012	1.37	1.02	2.48	0.91	3.48	6.83	63.20	262.35	0.53	0.08	0.09	0.05	0.31	
P E Q U E Ñ A S	2000	2.91	1.37	4.73	0.56	4.73	15.80	44.25	#DIV/0!	0.38	0.03	-0.06	0.01	0.04
	2001	1.43	0.84	4.93	0.77	4.93	21.22	47.18	#DIV/0!	0.46	0.05	-0.08	0.02	0.02
	2002	1.75	1.06	6.17	0.79	6.17	24.26	46.69	#DIV/0!	0.42	-0.01	0.01	-0.01	0.21
	2003	1.69	1.04	6.06	0.72	6.06	28.17	69.19	#DIV/0!	0.45	0.02	-0.01	0.01	0.11
	2004	1.75	1.02	7.43	0.77	7.43	29.45	61.55	#DIV/0!	0.43	-0.02	0.00	0.00	0.17
2005	1.60	1.11	4.74	0.75	4.74	41.84	73.33	#DIV/0!	1.01	0.05	-0.01	-0.02	0.26	
2011	2.27	1.47	1.21	0.56	1.21	13.86	39.80	#DIV/0!	0.48	-0.03	-0.02	-0.06	0.04	
2012	2.48	1.77	2.90	0.62	2.90	46.85	98.72	#DIV/0!	0.55	0.04	0.00	0.02	0.10	
M I C R O	2000	3.27	2.40	4.65	0.59	4.65	30.25	128.16	#DIV/0!	0.56	0.02	0.07	0.04	-0.45
	2001	4.30	3.40	21.73	0.64	21.73	17.96	133.75	#DIV/0!	0.63	0.00	0.07	-0.06	-0.28
	2002	3.07	2.15	3.59	0.63	3.59	41.15	345.37	#DIV/0!	0.49	0.04	0.08	0.07	0.21
	2003	4.33	3.38	5.79	0.54	5.79	39.12	95.04	#DIV/0!	1.00	0.03	0.00	-0.02	0.02

		INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS												
		LIQUIDEZ		SOLVENCIA			GESTION				RENTABILIDAD			
		LIQUIDEZ CORRIENTE	PRUEBA ÁCIDA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	APALANCAMIENTO	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	PERÍODO MEDIO DE PAGO	IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	MARGEN OPERACIONAL	RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	RENTABILIDAD FINANCIERA
G R A N D E S	2000	1.16746339	0.6483907	-0.24598968	0.80061333	-0.24598968	20.1216852	110.524165	#DIV/0!	0.51447901	-0.11406715	-0.23097109	-0.13213781	0.10975667
	2001	1.16057738	0.71430025	9.24748731	0.78189626	9.24748731	44.018104	95.552325	#DIV/0!	0.4401683	-0.10471894	-0.13863485	-0.09851202	0.0650112
	2002	1.17632705	0.70342357	11.2063481	0.79330527	11.2063481	42.3656939	89.2612634	#DIV/0!	0.40734887	-0.08293746	-0.10652719	-0.07012734	-0.48290078
	2003	2.35580247	1.46296288	11.4046211	0.82594035	11.4046211	40.2053388	91.3304752	#DIV/0!	0.37874805	-0.07256264	-0.05644246	-0.05330635	-0.39328091
	2004	1.18610777	0.71998466	8.64096686	0.82796043	8.64096686	53.3128368	92.713518	#DIV/0!	0.38533811	-0.04918324	-0.06703623	-0.0420775	-0.18044646
2005	1.17476372	0.6678479	7.17173114	0.84440238	7.17173114	78.3525341	74.4686635	#DIV/0!	1.0620356	-0.01541519	-0.0620356	-0.02652493	0.12841529	
2011	1.84117083	1.23087304	4.05978002	11.60426	5.05978002	79.3741143	28.3969139	126.535827	0.26846271	0.05559152	0.04535616	0.00641729	0.19068984	
2012	1.81480064	1.21772312	4.35683017	11.1538259	5.35683017	92.7066977	82.7304954	136.51051	0.25646643	0.0751779	0.02638776	0.02531123	0.3202289	
M E D I A N A S	2000	1.36751396	0.84023609	12.3205272	0.89464034	12.3205272	60.1268846	90.5485618	#DIV/0!	0.27865733	-0.16331109	-0.13139731	-0.12801751	0.14348616
	2001	1.26474157	0.7210839	9.091269	0.84173642	9.091269	83.1444339	42.0113943	#DIV/0!	0.20584174	0.03254187	0.00459148	0.00938313	0.19357901
	2002	1.27867346	0.67740785	3.81936376	0.87971689	3.81936376	43.1249065	78.5090249	#DIV/0!	0.29823082	0.00560779	-0.04471612	0.00265555	0.24277331
	2003	1.2518047	0.95703958	5.80257886	0.85812115	5.80257886	129.715272	94.2361552	#DIV/0!	0.24092449	-0.02692677	-0.03764509	-0.02461053	0.30272327
	2004	1.27684169	0.80625964	5.0117	0.83758859	5.0117	156.330804	49.2725065	#DIV/0!	0.23464038	-0.03011923	-0.04046723	-0.04009551	0.26958549
2005	1.23730691	0.68418402	2.10517209	0.97607208	2.10517209	87.5233387	44.1373378	#DIV/0!	1.08824003	-0.11518445	-0.08824003	-0.08034185	0.07394607	
2011	1.44363333	0.94366667	8.2148	1.57016667	9.2148	27.9573333	93.8162667	256.324033	0.18116667	0.07213333	0.08786667	0.04393333	0.76173333	
2012	1.74982339	1.20422915	7.16372315	1.93939433	8.16372315	93.9308214	69.1989881	#DIV/0!	0.26313434	0.06100692	0.07760322	0.01432514	1.10054305	
P E Q U E Ñ A S	2000	1.3788584	0.85216992	8.97252163	0.8039659	8.97252163	86.1200021	69.368631	#DIV/0!	0.19139824	0.02103291	0.01725944	0.01093517	0.41675261
	2001	2.0362	1.4263	8.8120	0.7941	8.8120	93.8390	57.1299	#DIV/0!	0.2068	0.0227	0.0016	0.0050	(0.1303)
	2002	2.08648451	1.38923744	10.4348593	0.8443893	10.4348593	174.677858	53.1778669	#DIV/0!	0.22723626	0.00494073	0.00121766	0.0024854	-0.12701372
	2003	2.22167728	1.20166657	6.08040077	0.81628504	6.08040077	126.23715	65.3628391	#DIV/0!	0.2996681	0.00518182	-0.02936683	-0.01908445	-0.36800453
	2004	1.48160594	0.97603522	10.4565842	0.8218258	10.4565842	124.446231	42.4804906	#DIV/0!	0.33737596	-0.07835571	-0.04064275	-0.03116015	-0.87342069
2005	1.63371949	1.06580998	6.61791413	0.83238147	6.61791413	121.249216	95.4295841	#DIV/0!	1.14556304	-0.01190918	-0.14556304	-0.07913514	1.00664711	
M I C R O	2000	2.80654094	1.91750959	12.246296	0.63410297	12.246296	27.758947	185.373134	#DIV/0!	0.48080642	0.0253265	-0.06951558	-0.0385517	0.15898418
	2001	1.6650568	1.04040802	8.54494551	0.60750359	8.54494551	37.4372118	213.693033	#DIV/0!	0.33416275	-0.05078605	-0.00614628	-0.05395064	0.05875834
	2002	3.13924594	2.44675192	4.93862548	0.65220332	4.93862548	19.84768	433.085818	#DIV/0!	0.98789411	0.02628073	-0.49445614	-0.4940802	0.1243922
	2003	2.47817724	1.49196647	7.93001878	0.76518062	7.93001878	29.6330456	381.608058	#DIV/0!	1.03025806	-0.08338922	-0.61150405	-0.62129624	0.16548958
	2004	4.14218114	2.37023389	4.65338262	0.70174954	4.65338262	45.2723938	290.023598	#DIV/0!	0.39380326	-0.10470034	0.01637915	-0.0085005	0.37731516
2005	2.40884301	1.0458304	9.57981426	0.86265625	9.57981426	156.73401	260.091456	#DIV/0!	1.03901047	0.01426343	-0.03901047	0.03301595	-0.50126637	

		INDICADORES ECONÓMICO - FINANCIEROS												
		LIQUIDEZ		SOLVENCIA			GESTION				RENTABILIDAD			
		LIQUIDEZ CORRIENTE	PRUEBA ÁCIDA	ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	APALANCAMIENTO	ROTACIÓN DE ACTIVO FIJO	PERÍODO MEDIO DE COBRANZA	PERÍODO MEDIO DE PAGO	IMPACTO GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO	MARGEN OPERACIONAL	RENTABILIDAD NETA DE VENTAS	RENTABILIDAD FINANCIERA
G R A N D E S	2000	1.07119648	0.54460183	1.86880491	0.65142279	1.86880491	9.15456147	39.2908787	#DIV/0!	0.16037841	0.05188964	0.01334758	0.022494	0.14886125
	2001	0.93834264	0.40019638	3.76976742	0.78669402	3.76976742	13.5146396	27.1451607	#DIV/0!	0.16384608	0.03024142	0.00874069	0.01343647	0.12625794
	2002	0.9267122	0.45035148	7.25280332	0.83478879	7.25280332	57.8383528	22.0443749	#DIV/0!	0.18010875	0.01943863	0.0090986	0.0078797	-0.09362616
	2003	1.03262573	0.50271739	7.20117774	0.81409501	7.20117774	76.6872343	24.2204408	#DIV/0!	0.17815528	0.04452605	0.00700695	0.01083907	0.19507724
	2004	0.97188524	0.45500617	8.18074565	0.83696991	8.18074565	84.038866	21.888013	#DIV/0!	0.17329741	0.03364507	0.00083273	0.00968623	0.16918678
	2005	1.10355294	0.54805404	11.2073243	0.78264122	11.2073243	71.5136806	25.4426336	#DIV/0!	0.99377132	0.05316187	0.00622868	0.01388763	0.25458956
...														
2011	1.28051752	0.77329904	4.52604888	2.09434369	5.52604888	32.6825612	19.1806195	64.8789124	0.27989031	0.07933903	0.05886029	0.02148334	0.44519554	
2012	1.1593907	0.57381174	3.71660051	1.221746	4.63326718	26.8104114	28.2615861	77.5269452	0.2193394	0.06280039	0.02552047	0.02734246	0.44691717	
M E D I A N A S	2000	1.39097028	0.63413103	4.90535798	0.71432949	4.90535798	114.630907	29.6986097	#DIV/0!	0.14653641	0.07790196	0.01934051	0.015366	0.29205711
	2001	1.26201194	0.634457	11.243349	0.77503318	11.243349	83.8393444	34.1607976	#DIV/0!	0.12053005	0.06390736	0.01122708	0.01689978	0.3425259
	2002	1.42007554	0.64031363	1.95255702	0.7034353	1.95255702	67.7740648	36.2159299	#DIV/0!	0.14228756	0.03861444	0.00056292	0.01069191	0.17050603
	2003	1.62931103	0.84500992	1.24252013	0.74291513	1.24252013	205.939631	40.2786375	#DIV/0!	0.18663522	0.03289716	-0.01560257	0.00819119	0.32864421
	2004	1.38819552	0.69618286	16.6889707	0.77033947	16.6889707	206.783811	36.9508135	#DIV/0!	0.14258125	0.04550733	0.0046938	0.01142075	0.28293793
	2005	1.46206831	0.98821279	6.91219769	0.76968132	6.91219769	134.918624	56.3155088	#DIV/0!	0.96750373	0.08545321	0.03249627	0.02254286	0.41833062
...														
2012	1.3792408	0.82697659	3.62643447	10.4289264	4.50143447	0	40.4621516	95.2753426	0.13423463	0.02801697	0.01600807	0.00985942	2.96731729	
Q U E Ñ A S	2000	2.32569382	0.95286317	14.5597847	0.73743513	14.5597847	384.922366	46.9607753	#DIV/0!	0.19281794	0.06209336	-0.00020569	0.00126874	0.07152988
	2001	3.01188306	1.2313396	21.3103056	0.74598638	21.3103056	1784.44645	18.6146879	#DIV/0!	0.20579694	0.04349521	0.02553552	0.01707049	0.1105517
	2002	1.89988032	0.71227955	7.81389719	0.75303558	7.81389719	130.793443	17.029405	#DIV/0!	0.21799035	0.02272241	0.00936237	0.00411223	0.22375112
	2003	1.68006951	0.7957634	20.0082594	0.80933771	20.0082594	171.345245	58.698435	#DIV/0!	0.21499633	-0.01046294	-0.0067465	0.00182176	-1.2285322
	2004	2.11471746	1.41172306	13.7231459	0.75376532	13.7231459	142.135998	25.4565596	#DIV/0!	0.30223988	0.02892841	0.013047	0.00625632	-0.2873262
	2005	1.50248547	0.63614471	15.6772612	0.77373038	15.6772612	237.560468	21.777694	#DIV/0!	1.00044827	0.0372629	-0.00044827	-0.00184945	0.39923724
M I C R O	2000	1.60012247	0.57027789	9.22916102	0.80274676	9.22916102	374.622543	28.9634324	#DIV/0!	0.25031179	-0.03124236	-0.01149321	0.00410529	0.34669329
	2001	1.24996886	0.31507167	6.94994009	0.92681867	6.94994009	79.4822976	8.12565463	#DIV/0!	0.24270446	-0.04402906	-0.00984016	-0.01170427	0.06232727
	2002	1.61806365	0.81596327	4.2249708	0.79535179	4.2249708	32.6868254	29.0734676	#DIV/0!	0.48391346	-0.13208429	-0.15091448	-0.15533832	0.13146278
	2003	1.28313939	0.39171569	4.82537429	1.31905825	4.82537429	95.6646818	6.22124244	#DIV/0!	0.60956287	-2.91793769	-0.68694803	-0.8977012	0.61366738
	2004	4.47074281	3.64741785	5.04286858	2.06832453	5.04286858	52.498199	40.1891295	#DIV/0!	0.37490399	-0.70082264	-0.13915263	-0.10879508	0.18947354
	2005	2.92282135	2.12690743	1.71254732	1.27061128	1.71254732	47.495428	15.792929	#DIV/0!	1.50825888	-0.15894043	-0.50825888	-0.50866258	-0.25328737