

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA
Y ADMINISTRACION
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



TESINA

**"ANALISIS DEL MERCADO FARMACEUTICO
EN MEXICO"**

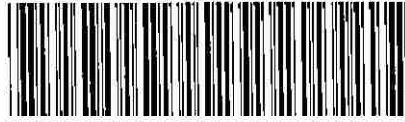
**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CON ESPECIALIDAD EN MERCADOTECNIA**

PRESENTA

Q.B.P. JORGE LUIS LEAL ALANIS

CD. UNIVERSITARIA

AGOSTO DEL 2002



1020148151



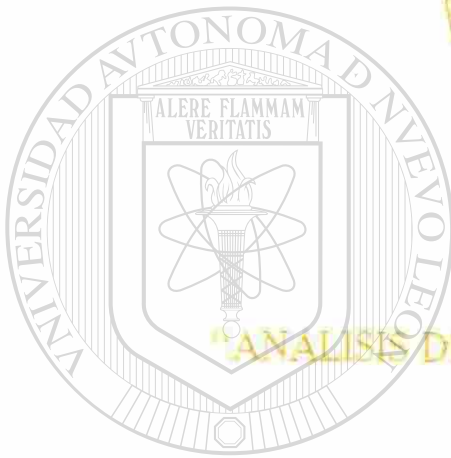
UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON
FACULTAD DE CONTADURIA PUBLICA
Y ADMINISTRACION
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



TESINA

UANL

"ANALISIS DEL MERCADO FARMACEUTICO
EN MEXICO"

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEÓN
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

®

PRESENTA

Q.B.P. JORGE LUIS LEAL ALANIS

CD. UNIVERSITARIA

AGOSTO DEL 2002



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

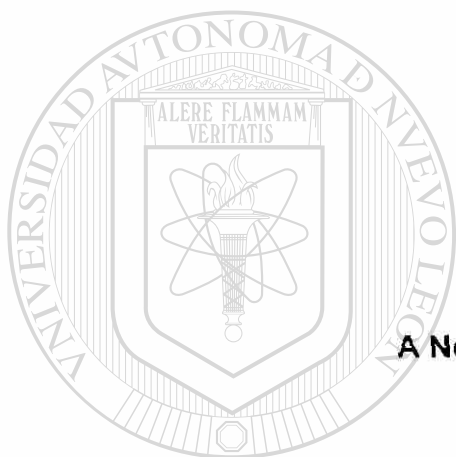
®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



**FONDO
TESIS**

DEDICATORIA



A Nelly, María Ilen y Jorge Luis
Por su invaluable amor

UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS



AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES:

Por encaminarme en la vida y en mi educación.

A MIS HERMANOS Y FAMILIARES:

Por su apoyo incondicional.

A MIS MAESTROS:

Por todas sus enseñanzas.

A MIS COMPAÑEROS:

Por compartirme gratos momentos.

A CESAR MEZA:

Por su amistad y apoyo.

AL MAESTRO MANUEL MENDOZA:

Por su dedicada dirección.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

INDICE

	Página
1 Introducción	2
2 Antecedentes	3
2.1 Historia de la Industria Farmacéutica	7
2.2 Regulaciones	8
2.3 Canales de Distribución	9
3 Hipótesis	11
4 Mercado de Medicamentos de Prescripción	12
4.1 Laboratorios Farmacéuticos de Investigación	13
4.2 Inversión y Comercialización	15
4.3 Crecimiento del Mercado	17
4.4 Fusiones y Adquisiciones	19
5 Mercado de Medicamentos Genéricos	20
5.1 Factores que influyen en el Mercado de Genéricos	21
5.2 Situación en México	23
6 Medicamentos Eticos Vs Medicamentos Genéricos	25
7 Conclusiones	27
8 Futuro del Mercado Farmacéutico en México.	28
9 Glosario	29
10 Bibliografía	30

INTRODUCCION

La presente tesina tiene como objetivo principal brindar al lector un panorama general del Mercado Farmacéutico actual en México por medio de información relevante que se ha dado en la Industria en los últimos años. También se plantea la hipótesis sobre el detrimento de las ventas del mercado privado de productos de Patente debido al surgimiento en el país de los medicamentos Genéricos de bajo precio.

En general existe poca información del dominio público con respecto a este tema, sin embargo con la presente investigación se logra llevar a cabo la resolución de la hipótesis planteada de acuerdo a los datos incluidos.

En el capítulo que habla sobre el Mercado de Medicamentos de Prescripción se hace un análisis de los principales Laboratorios Farmacéuticos de Investigación en el mundo, así como su desempeño en nuestro país en los renglones de ventas, participación de mercado, crecimiento y estrategias de desarrollo.

En el capítulo del Mercado de Medicamentos Genéricos se expone la situación actual de este segmento comparado con su desempeño en otros países. También se mencionan los factores que influyen directamente en las ventas de éstos productos y sus consumidores.

Posteriormente se presenta información relevante con respecto a la relación de ambos Mercados y se emiten las conclusiones finales. Por último se trata el tema de las perspectivas de la Industria Farmacéutica donde se destacan pronósticos favorables de crecimiento en ventas e inversiones para nuestro país.

ANTECEDENTES

La industria farmacéutica es un sector dedicado a la fabricación, preparación y venta de productos químicos medicinales para la prevención o tratamiento de las enfermedades. Algunas empresas del sector fabrican productos químicos farmacéuticos a granel (producción primaria), y todas ellas los preparan para su uso médico mediante métodos conocidos colectivamente como producción secundaria. Entre los procesos de producción secundaria, altamente automatizados, se encuentran la fabricación de fármacos dosificados, como pastillas, cápsulas o sobres para administración oral, soluciones para inyección, óvulos y supositorios.

Otros preparados pueden masticarse como los dulces o caramelos, tomarse oralmente (como los jarabes) o administrarse en forma de inhalaciones con aerosoles dosificados, de gotas para la nariz, oídos u ojos, o de cremas, pomadas y lociones aplicadas sobre la piel. Algunas empresas también fabrican anestésicos y medios de contraste utilizados para visualizar estructuras corporales mediante rayos X o resonancia magnética nuclear (RMN).

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

En la Industria Farmacéutica en el mundo se distinguen tres mercados importantes:

- Mercado de los productos éticos o de prescripción médica. Son productos patentados y comercializados por los grandes Laboratorios transnacionales en todo el mundo que representan el mayor porcentaje de las ventas para esta Industria.

- Mercado de los productos OTC (over-the-counter) que se exhiben al público en farmacias y que se venden sin receta médica. Estos medicamentos son anunciados en medios masivos como televisión, radio, revistas, etc.
- Mercado de los productos genéricos que son copias de marcas de productos éticos con patentes vencidas en el mercado. Estos medicamentos se venden a precios realmente muy bajos con respecto a las marcas originales.

En cuanto a la oferta de la planta fármaco-química, actualmente se producen más de 4 mil 200 medicamentos en nuestro país, y de acuerdo al rumbo de crecimiento que toma esta industria, se espera que esta cifra se incrementará sustancialmente en los próximos años. Por ejemplo, las ventas al mercado privado, que es el nicho más importante de comercialización para la industria, ascendieron a 7 mil millones de dólares en el 2001, en tanto que las realizadas al gobierno se ubicaron en mil millones de dólares y para 2002 la Canifarma espera cerrar con un crecimiento similar al del pasado año, que fue del 12.45 por ciento.

Principales laboratorios farmacéuticos en el mercado mexicano

ROCHE CO.
 AVENTIS PHARMA
 SCHERING PLOUGH CO.
 BRISTOL MYERS SQUIBB CO.
 GLAXO SMITHKLINE
 NOVARTIS CO.
 JOHNSON Y JOHNSON CO
 HOME PRODUCTS CO.
 ABBOTT LABORATORIES
 BOEHRINGER ING. PROMECO
 PHARMACIA & UPJOHN
 SENOSIAIN
 PFIZER CORP.
 SANOFI-SYNTHELABO
 BYK GULDEN
 SANFER CO.
 MERCK MEXICO
 LIOMONT
 LILLY
 BAYER

Muchas compañías farmacéuticas realizan tareas de investigación y desarrollo (I+D) con el fin de introducir nuevos tratamientos mejorados. En algunos países, cada etapa de las pruebas de nuevos fármacos con animales domésticos (de granja o de laboratorio) o con seres humanos, debe recibir la autorización de los organismos reguladores nacionales. Si se produce la aprobación final se concede la autorización para utilizarlos en condiciones determinadas. En otros países se puede obtener el permiso para distribuir un fármaco presentando la autorización del país de origen.

La mayoría de los países conceden patentes para los medicamentos o fármacos recientemente desarrollados o modificados, por periodos de unos 15 años a partir de la fecha de autorización. Las compañías asignan una marca registrada a sus innovaciones, que pasa a ser de su propiedad exclusiva. Además, los nuevos medicamentos reciben un nombre genérico oficial de propiedad pública. Una vez que expira la patente, cualquier empresa que cumpla las normas del organismo regulador puede fabricar y vender productos con el nombre genérico.

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

La mayor parte de las empresas farmacéuticas tienen carácter internacional y poseen filiales en muchos países. El sector, tecnológicamente muy avanzado, da empleo a muchos licenciados universitarios, como biólogos, bioquímicos, ingenieros, microbiólogos, farmacéuticos, farmacólogos, médicos, físicos y veterinarios, así como diplomados en enfermería. Estos profesionales trabajan en investigación y desarrollo (I+D), producción, control de calidad, mercadotecnia, representación médica (ventas), relaciones públicas o administración general. En 1999, las dos mayores empresas farmacéuticas del

mundo eran la suiza Nestlé y Bayer de Alemania. Entre ambas dan empleo a unas trescientos cincuenta mil personas en todo el mundo, de las que unos cincuenta mil tienen carrera universitaria.

Primeras 25 empresas Farmacéuticas con más empleados en el mundo y Estados Unidos en 1999.

RANK	COMPañIA	EMPLEADOS		EMPLEADOS	
		MUNDO	% INCR.	E.U.	% INCR.
1	NESTLE S.A. SWIZERLAND	225.808	2,1	N/d	n/d
2	BAYER GROUP	144.600	1,7	25.800	3,2
3	HOECHST GROUP	118.212	-20,1	40.670	-10,3
4	THE PROCTER & GAMBLE CO	106.000	2,9	37.000	-9,8
5	BASF GROUP	104.979	-0,6	15.202	16,5
6	EL DU PONT DE NEMOURS AND CO	97.899	-3,5	63.653	-5,2
7	JOHNSON & JOHNSON	90.500	1,3	42.900	12,9
8	NOVARTIS GROUP	87.239	-24,9	20.000	-49,4
9	AMERICAN HOME /MONSANTO	82.423	-6,1	N/d	n/d
10	3 M	75.639	1,8	39.442	0,1
11	AKZO NOBEL NV NETHERLANDS	68.900	-2,5	9.500	-14,4
12	RHÔNE-POULENC S.A.	68.400	-9,1	12.061	-11,1
13	SMITHKLINE BEECHAM PLC.	55.400	4,7	22.300	3,2
14	ABBOTT LABORATORIES	54.487	3,2	34.000	13,3
15	MERCK & CO. INC.	53.800	9,6	33.800	14,7
16	BRISTOL-MYERS SQUIBB CO.	53.600	4,7	25.000	12,9
17	GLAXO WELLCOME PLC.	52.501	-1,8	9.976	-3,9
18	ROCHE HOLDING LTD.	51.643	5,5	N/d	n/d
19	PFIZER INC.	49.000	4,3	20.700	6,6
20	BAXTER INTERNATIONAL INC.	41.000	10,8	15.500	10,7
21	WARNER-LAMBERT CO.	40.600	6,8	12.000	0,0
22	SOLVAY SA.	35.445	0,1	3.658	-6,8
23	ZENECA GROUP PLC	31.400	1,0	10.300	0,0
24	ELI LILLY AND CO.	31.100	6,5	16.035	11,4
25	PHARMACIA & UPJOHN INC.	30.000	-5,4	9.514	-0,1

Fuente: Farmabusiness.

N/d: no disponible

Historia de la industria farmacéutica

La industria farmacéutica surgió a partir de una serie de actividades diversas relacionadas con la obtención de sustancias utilizadas en medicina. Principalmente en Europa Y Estados Unidos a principios del siglo XIX, los boticarios, químicos o los propietarios de herbolarios obtenían partes secas de diversas plantas, recogidas localmente o en otros continentes. Estas últimas se compraban a los especieros, que fundamentalmente importaban especias, pero como negocio secundario también comerciaban con productos utilizados con fines medicinales, entre ellos el opio de Persia o la ipecacuana y la corteza de quina de Sudamérica. Los productos químicos sencillos y los minerales se adquirían a comerciantes de aceites, gomas y encurtidos.

Los boticarios y químicos fabricaban diversos preparados con estas sustancias, como extractos, tinturas, mezclas, lociones, pomadas o píldoras.

Algunos profesionales confeccionaban mayor cantidad de preparados de la que necesitaban para su propio uso y los vendían a granel a sus colegas.

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

Algunas medicinas, como las preparadas a partir de la quina, de la belladona, de la digital, del cornezuelo del centeno (*Claviceps purpurea*) o del opio (látex seco de la adormidera *Papaver somniferum*), eran realmente útiles, pero su actividad presentaba variaciones considerables. En 1820 el químico francés Joseph Pelletier preparó el alcaloide activo de la corteza de quina y lo llamó quinina. Después de ese logro aisló varios alcaloides más, entre ellos la atropina (obtenida de la belladona) o la estricnina (obtenida de la nuez vómica).

Su trabajo y el de otros investigadores hizo posible normalizar varias medicinas y extraer de forma comercial sus principios activos. Una de las primeras empresas que extrajo alcaloides puros en cantidades comerciales fue la farmacia de T. H. Smith Ltd en Edimburgo, Escocia. Pronto los detalles de las pruebas químicas fueron difundidos en las farmacopeas, lo que obligó a los fabricantes a establecer sus propios laboratorios.

De esta manera pronto fueron cada vez más los laboratorios farmacéuticos que comenzaron sus actividades en todo el mundo. En México, actualmente existen alrededor de 400 negocios en este giro de acuerdo a datos de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial de los cuales la CANIFARMA (Camara Nacional de la Industria Farmacéutica) agrupa a 217 Laboratorios.

Regulaciones

El sector Farmacéutico es una de las ramas industriales con más regulaciones gubernamentales en México y el Mundo, por tener influencia directa en la salud humana. En Estados Unidos existe un gran aparato gubernamental dedicado a regular las actividades de esta industria, nos referimos a la Food and Drug Administration(FDA) que también es tomado como referencia por un gran número de países sobre todo los subdesarrollados. Aspectos como patentes, calidad, seguridad, sanidad, pureza, etc son analizados y evaluados por esta oficina del gobierno de Estados Unidos.

En México, si bien es tomado como referencia el marco establecido por la FDA, contamos con las actividades de la Secretaria de Salud la cual regula parámetros como calidad, sanidad, patentes, promoción y manufactura.

Así mismo, también existe un Código de Ética en la Industria donde se observa el desempeño de las diferentes empresas Farmacéuticas en el área de competencia comercial.

Canales de Distribución

El mercado Farmacéutico mexicano cuenta con canales de distribución exclusivos debido a las características particulares de los diversos productos comercializados con el fin de que éstos lleguen al consumidor a tiempo. Este canal esta compuesto de dos niveles como sigue:



La mayoría de los Laboratorios en México hacen llegar sus productos a clientes como clínicas, hospitales, sanatorios y clientes finales por este canal de distribución a través de mayoristas como son:

- De alcance nacional como Nadro, Casa Saba y Marzam.

- De alcance regional como Almacén de Drogas (en Monterrey), Medimex, Medipack (en Chihuahua), Farmacias de Guadalajara (en Jalisco), Mediplus, Rama Farmacéutica (en el D.F.), etc.

Los mayoristas compran toda la gama de productos a los laboratorios y se encargan de llevar a cabo la distribución a cada uno de los detallistas, en este caso las farmacias que venden directamente al consumidor final:

- Farmacias pequeñas privadas.
- Farmacias de cadena como Farmacias Benavides, Farmacias El Fénix, Farmacias Soriana, Farmacias Gigante, etc.

En México existen poco más de 20 mil farmacias que dan empleo directo a cerca de 100 mil personas de acuerdo con estadísticas de la Asociación Nacional de Farmacias de México (ANAFARMEX). Estos negocios están acostumbrados a manejar niveles bajos de inventario ya que los mayoristas tienen un corto tiempo de entrega de la mercancía solicitada, generalmente el período de respuesta es en el mismo día o al siguiente. De esta manera se asegura que el cliente siempre encuentre el producto deseado o espere como máximo un día para obtenerlo.

Por otro lado, algunos Laboratorios utilizan canales de distribución de un nivel o de nivel cero vendiendo directamente a farmacias o a consumidores respectivamente a través de sus representantes de ventas.

HIPOTESIS

En el mercado mexicano la venta de medicamentos genéricos de bajo precio repercute en un fuerte impacto negativo en la venta privada de medicamentos de patente de las grandes compañías farmacéuticas.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

®

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

MERCADO DE MEDICAMENTOS DE PRESCRIPCIÓN

Este mercado es el más importante en valores para la industria farmacéutica y en donde participan las marcas de mayor venta en la actualidad tanto en México como en el mundo. Se estiman ventas alrededor del mundo por 317 mil millones de dólares anuales. Su crecimiento ha sido acelerado, notándose un dramático ascenso en el término del siglo. En estos tiempos de cambio, la industria, y en particular las compañías más grandes, están compitiendo por mantener sus posiciones en el ámbito que plantea el moderno Mercado Farmacéutico.

Mercado Mundial por Regiones 1998-2001

REGION	VENTAS 1998	VENTAS 2001	INCR. (%) 1998-2001
NORTE AMERICA	118,4	164,0	9,8%
EUROPA	79,3	99,6	5,8%
JAPON	40,2	48,8	4,9%
LATINOAMERICA	23,2	32,0	8,4%
SUDESTE ASIATICO Y CHINA	13,2	20,1	11,0%
CHINA	5,6	9,0	12,4%
EUROPA DEL ESTE	5,3	7,4	8,6%
ORIENTE MEDIO	7,0	10,5	10,6%
AFRICA	4,7	5,3	3,3%
SUBCONTINENTE INDIO	5,2	7,2	8,6%
AUSTRALASIA	3,7	5,3	9,8%
CIS	2,7	3,2	6,7%

Ventas en miles de millones de dolares USA.
Fuente: IMS HEALT

Dicho crecimiento acelerado se ha dado, entre otros aspectos, como consecuencia de la necesidad de desarrollar nuevos productos, debido al creciente número de población envejecida, la cual está demandando medicamentos para combatir enfermedades degenerativas como la artritis, alzheimer, enfermedades cardiovasculares y cáncer, entre otras.

Principales clases Terapéuticas y sus ventas en el Mundo

CATEGORIA	VENTAS 1998	VENTAS 1999	CRECIMIENTO
CARDIOVASCULAR	35,505	36,007	6
METABOLISMO	29,575	28,970	2
SIST. NERVIOSO	24,740	26,933	12
ANTIINFECCIOSOS	19,242	18,970	3
RESPIRATORIO	16,813	16,858	4
GENITOURINARIO	9,164	9,859	11
MUSCULOESQUELETICO	9,312	9,052	-3
DERMATOLOGIA	7,315	7,274	-1

Ventas en miles de Millones de Dólares por Clase
Fuente: IMS HEALT

Laboratorios Farmacéuticos

De acuerdo con datos de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, existen alrededor de 400 empresas en México que integran la industria

farmacéutica, de las cuales 9% son grandes organizaciones, 19% medianas, 35% pequeñas y el 37% restante son microempresas.

La Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica (CANIFARMA) cuenta con 217 laboratorios registrados, de los cuales el 69% se dedican a la fabricación de medicamentos para el uso humano, mientras que el resto se dedica a los productos veterinarios y a productos auxiliares para la salud.

Ranking de Participación de Mercado de los primeros 20 Laboratorios Farmacéuticos en México en el año 2001.

	LABORATORIO	VENTA EN MILLONES DE USD	PARTICIPACION
1	ROCHE CO.	650.4	8.37
2	AVENTIS PHARMA	464.7	5.98
3	SCHERING PLOUGH CO.	459.2	5.91
4	BRISTOL MYERS SQUIBB CO.	340.4	4.38
5	GLAXO - WELLCOME	331.8	4.27
6	NOVARTIS CO.	308.5	3.97
7	JOHNSON Y JOHNSON CO	268.9	3.46
8	HOME PRODUCTS CO.	247.9	3.19
9	SMITHKLINE BEECHAM	245.6	3.16
10	BOEHRINGER ING. PROMECO	244.0	3.14
11	PHARMACIA & UPJOHN	228.5	2.94
12	SENOSIAIN	206.7	2.66
13	PFIZER CORP.	195.0	2.51
14	SANOFI-SYNTHELABO	188.8	2.43
15	BYK GULDEN	169.4	2.18
16	SANFER CO.	164.7	2.12
17	MERCK MEXICO	154.6	1.99
18	LIOMONT	150.7	1.94
19	LILLY	149.2	1.92
20	BAYER	133.7	1.72
	TOTAL	7770.6	

Fuente: Interdata

En nuestro país las empresas líderes en el mercado farmacéutico son subsidiarias de corporaciones mundialmente reconocidas, sin embargo, ninguna de estas subsidiarias alcanza una participación superior al 9% del mercado, ya que la competencia es cada vez mayor influyendo en esto el precio y la marca. La oferta de los productos de la industria farmacéutica está dirigida al sector privado y al sector público. El sector privado está conformado básicamente por los mayoristas, las Farmacias independientes, hospitales, sanatorios y consultorios, mientras que el sector público está integrado por dependencias que pertenecen al Sistema Nacional de Salud, como lo es el IMSS, ISSSTE y el DIF, entre otros.

En materia de comercio internacional, las exportaciones de la industria farmacéutica ha tenido un crecimiento sostenido durante los últimos diez años a una tasa promedio del 14.5%. En México, la industria farmacéutica ha registrado un avance importante, de tal forma que actualmente ocupa el 15o lugar a nivel internacional en la fabricación de medicamentos.

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

Inversión y Comercialización

Lo anterior ha originado mayores esfuerzos de comercialización por parte de la industria farmacéutica, situación que ha repercutido en un incremento en los costos de comercialización por parte de las empresas, ya que los departamentos de ventas deben explotar un producto durante el periodo de vida de la patente. En materia de investigación y desarrollo, la industria farmacéutica lleva acabo inversiones considerables en este rubro, siguiendo muy de cerca a

la industria aeroespacial, y quedando por delante de la industria de la computación y la electrónica. Los gastos en investigación y desarrollo en la industria farmacéutica son muy elevados, llegan a representar entre el 12% y 15% de la producción, en términos generales. Cada nuevo producto cuesta alrededor de 50 millones de Dólares en investigación hasta salir al mercado y ser consumido. Otra de las inversiones más importantes en la industria farmacéutica es la inversión en bienes de capital (planta y equipo), la cual puede llegar a requerir entre 4% y el 6% de la producción.

10 Principales Laboratorios en Gastos de Inversión en Investigación y Desarrollo

Posición	Laboratorio	Gastos I+D 1999	% Crec. Vs '97
1	Johnson & Johnson	2,140	12
2	Novartis	2,040	19
3	Pfizer	1,928	14
4	Glaxo	1,882	-1
5	American Home/Monsanto	1,824	20
6	Roche/Syntex	1,760	18
7	Merck	1,683	13
8	Eli Lilly	1,383	16
9	Smithkline B.	1,379	10
10	Aventis	1,329	3

Fuente: Farmabusiness

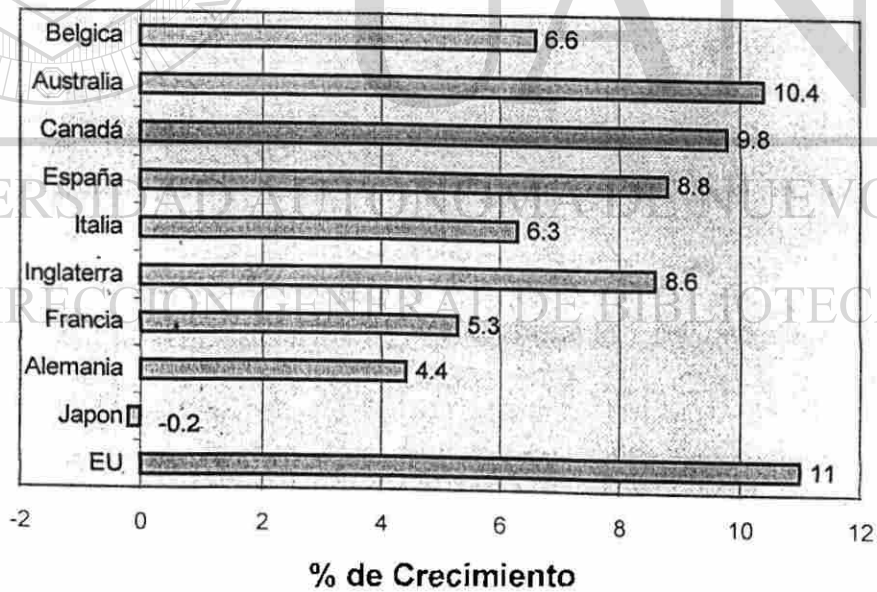
Asimismo, el surgimiento de nuevos virus como el SIDA, requieren nuevas terapias, necesitando de una mayor atención las causas y curaciones de enfermedades genéticas. En consecuencia, la consolidación de la industria va en dirección ascendente, aunado al riesgo de un estancamiento en los niveles

de crecimiento. Este estancamiento se ha predicho como resultado de un gran número de medicamentos que están por alcanzar el fin de la protección de patente. Un estudio reciente del Wall Street Journal señala que 40 medicamentos con ventas de 16 mil millones de dólares anuales están a punto de perder la patente para finales del año 2002.

Crecimiento del mercado

De acuerdo con datos y pronósticos de agencias dedicadas a observar este mercado a nivel global, se espera un amplio crecimiento en el periodo del 2000 al 2004. Las ventas farmacéuticas de 10 países combinadas experimentarán un crecimiento promedio anual de 7.4% a precio actual.

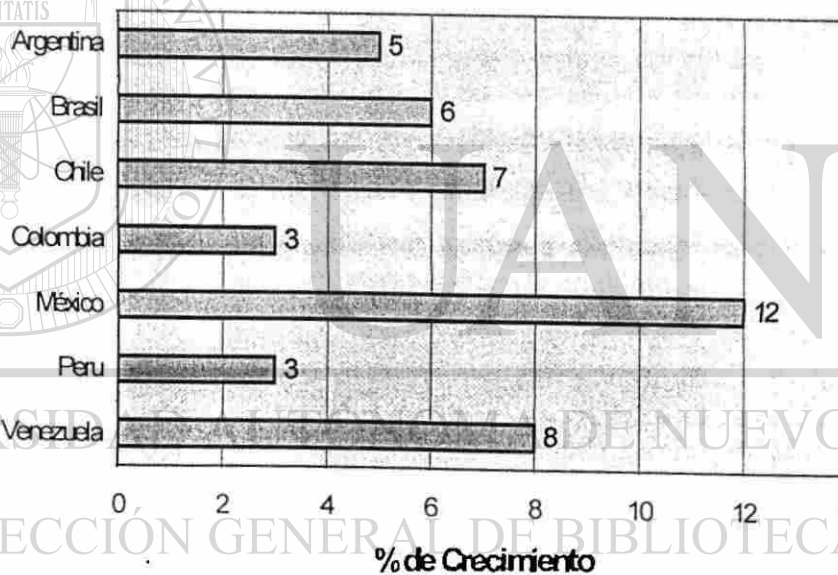
Crecimiento del Mercado 2000-2004



Fuente: IMS HEALT.

Un crecimiento similar se espera en el mercado Latinoamericano Farmacéutico y en donde México es señalado como el país de mayores expectativas de crecimiento con alrededor de 12% en el mismo período 2000-2004. Actualmente Brasil es el país con mayor participación de ventas en la región Latinoamérica con 31.2%, sin embargo, de acuerdo a los pronósticos se espera que México tome el liderato en el año 2003 con 31.7% del mercado.

**Crecimiento del Mercado Latinoamericano
2000-2004**



Fuente: IMS HEALT

De acuerdo a la compañía consultora IMS HEALT este pronóstico de crecimiento se debe a las buenas expectativas en la economía mexicana con respecto a los otros países latinos. Así también es importante mencionar que nuestro país como parte del TLC tiene mayores posibilidades de crecimiento, aunado a las buenas expectativas del nuevo gobierno mexicano expandiendo la cobertura de los servicios de salud a una gran parte de la población.

Fusiones y Adquisiciones

En los últimos diez años la industria farmacéutica ha experimentado una gran cantidad de fusiones y adquisiciones entre los Laboratorios con la finalidad de ser más competitivos y complementar las diferentes actividades como:

1. Investigación y desarrollo
2. Comercialización
3. Cobertura territorial
4. Areas terapéuticas.

Algunos ejemplos son Roche-Syntex, Astra-Zeneca, Hoesch Marrion Roussel para formar la actual Aventis, Glaxo-Smithkline , Pharmacia-Up John que recientemente fue adquirida en 60 mil millones de Dólares por Laboratorios Pfizer.

MERCADO DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

El mercado de los medicamentos genéricos en el mundo ha ido evolucionando a un ritmo de 10 a 12% anual, a partir de 1987 año en que se inició su venta. En 1999 el volumen total de ventas global se situó en los 18 mil millones de Dólares cantidad nada despreciable y representando aproximadamente el 5% del mercado total de productos farmacéuticos.

Ventas de Medicamentos Genéricos en el Mundo en 1999 (Millones USD)



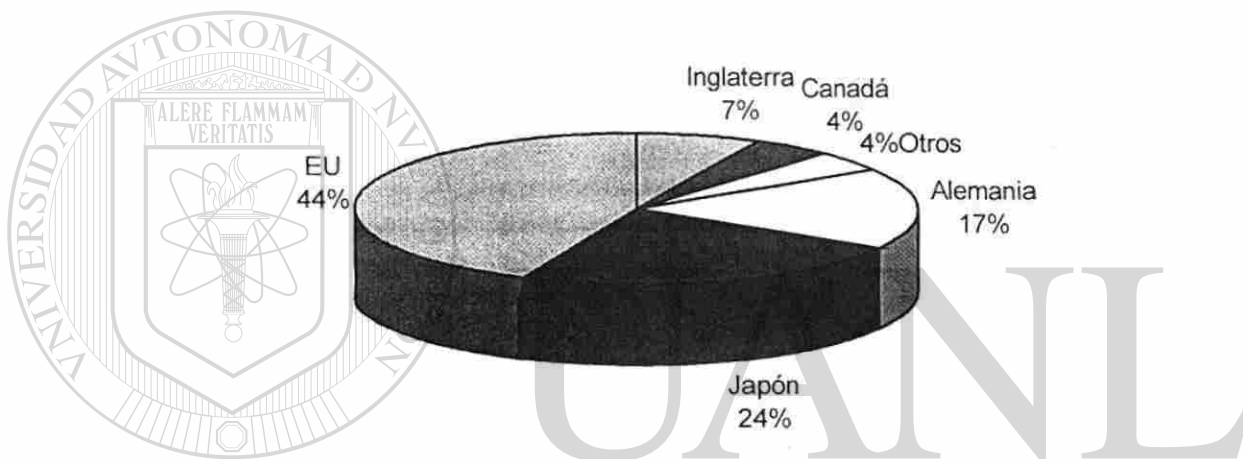
Fuente: OTC review

La distribución del mercado de los medicamentos genéricos en el mundo es muy desigual, entre Estados Unidos, Japón y Alemania representan el 80% del mercado con alrededor de \$14 mil millones de US Dólares. Esto demuestra la gran penetración que han tenido estos productos en dichos países y no así en el resto del mundo.

Factores que influyen en el Mercado de Genéricos

La diferente penetración y desarrollo de los genéricos en los distintos países se debe a diversos factores específicos de cada uno de ellos. En general, depende fundamentalmente de aspectos relativos a la demanda o políticas sanitarias y los relativos a la oferta de los mismos medicamentos.

Distribución del Mercado de Genéricos en 1999



Fuente: OTC Review

Así, el mercado de los genéricos es muy sensible a las decisiones políticas del país, a la fijación de precios de referencia, formas de distribución. Por otro lado la penetración depende también de ellos mismos, ya que es un mercado que puede verse influenciado por la cantidad de productos Genéricos comercializados y por la imagen de calidad que éstos reflejen a sus prescriptores, distribuidores y a los propios consumidores.

Se sabe que, en parte, el éxito obtenido por estos medicamentos en Estados Unidos se debe a los siguientes factores:

- Presiones de organizaciones no gubernamentales, las cuales promueven la prescripción de los mismos
- Por la posibilidad de sustituir medicamentos de la receta médica escrita en nombre genérico.
- Por la buena imagen de que gozan los medicamentos genéricos en este país en la actualidad a pesar de su mal comienzo.

Una característica de gran importancia que se observa en los países donde se ha logrado buena penetración de los medicamentos genéricos es una muy marcada diferencia de precios que hace que los consumidores tomen la determinación de comprarlos a pesar de su percepción favorable de calidad y eficacia a los medicamentos Eticos.

**Comparativo de Precios
de Medicamentos Genéricos Vs. Medicamentos de Patente**

PRINCIPIO ACTIVO	GENERICOS	PRECIO	DE PATENTE	PRECIO
NAPROXENO	ACTIQUIM	\$95.50	NAXEN	\$120.00
KETOROLACO	ROLODIQUIM	\$89.50	DOLAC	\$141.00
DICLOFENACO	METRACIM	\$97.00	VOLTAREN	\$162.00
METAMIZOL	MIDELIN	\$15.50	NEOMELUBRINA	\$24.00
CEFALEXINA	CÉFALVER	\$109.00	KEFLEX	\$170.00
DICLOFENACO INY.	DOLFLAM	\$29.10	ARTRENAC	\$38.00
GENTAMICINA	GENREX	\$95.00	GARAMICINA	\$220.00
SALBUTAMOL	SALBUTALAN	\$131.20	VENTOLIN	\$189.00
BETAMETASONA	GELMICIN	\$62.00	QUADRIDERM	\$109.00
AMPICILINA	DEAMCILINA	\$82.00	PENTREXIL	\$104.00

Fuente: Productos de patente lista de precios Casa Saba – Julio 2002
Productos Genéricos investigación de campo

En una pequeña investigación de mercado, en farmacia se pueden observar diferencias de precios desde 20% hasta 80% con un promedio de 55% entre medicamentos genéricos y de patente de acuerdo a la tabla anterior. Aquí

los medicamentos genéricos son productos de los llamados de "impulso" es decir, de recomendación del farmacéutico a sus clientes y donde logra un margen de ganancia hasta de 60%.

Situación en México

En México se estima que los medicamentos genéricos tienen una participación de apenas 1% del mercado total privado de productos Farmacéuticos lo que representaría una venta total de alrededor 80 millones de Dólares.

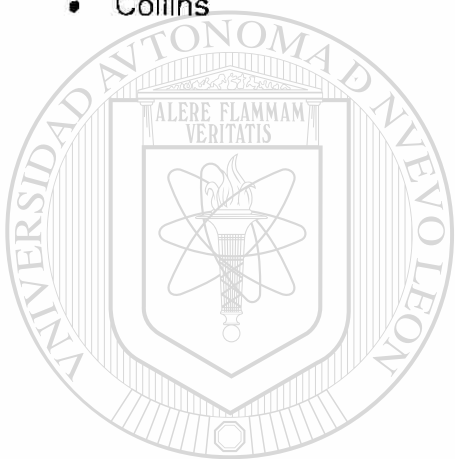
De acuerdo a la Secretaría de Salud un "genérico" es un medicamento que por haber vencido su patente que le daba exclusividad para fabricarlo a un laboratorio, puede ser elaborado por diferentes compañías farmacéuticas y la sustancia activa (sal) que contiene es exactamente igual a la del medicamento original en cuanto a potencia terapéutica y es idéntica en perfiles de disolución y biodisponibilidad.

El Consejo de Salubridad General emite un Catálogo de Medicamentos Genéricos Intercambiables que contiene un listado de 149 genéricos; es decir 149 sustancias activas, que vienen en 332 presentaciones elaboradas por 63 firmas farmacéuticas; en su mayoría pequeños laboratorios nacionales. Así mismo, este Catálogo contiene información de cómo se debe elaborar la receta médica especificando el nombre de la sustancia activa y no el de una marca en especial.

Algunos de los laboratorios que elaboran medicamentos genéricos en México son:

- Laboratorios Humana
- Suifarma

- Farmacias Benavides
- Laboratorios Kendrick
- Romsa
- Productos Farmacéuticos.
- Keyerson
- Laboratorios Fustery
- Química y farmacia
- Maver
- Rayere
- Collins



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

MEDICAMENTOS ÉTICOS Vs. MEDICAMENTOS GENÉRICOS

En nuestro país la lucha por mejores ventas de productos genéricos y de productos éticos de patente se ha manejado intensamente en los medios de publicidad.

Como hemos visto, la estrategia de posicionamiento de los medicamentos genéricos se basa fundamentalmente en precios bajos para poder competir con las grandes compañías de productos éticos que cuentan con distintas estrategias de diferenciación en servicio, calidad y tecnología y de enfoque en los segmentos de mercado donde tiene mayor experiencia de investigación y promoción.

En México los medicamentos genéricos no gozan de buena imagen ante el consumidor por diversas irregularidades detectadas en la calidad de los mismos, situación que ha sido utilizada y explotada por los grandes laboratorios productores de medicamentos éticos.

Los laboratorios productores de los genéricos no tienen la experiencia de manufactura, calidad y comercialización que poseen los laboratorios de investigación. A esto se debe aunar los bloqueos comerciales y de canales de distribución que se han practicado en su perjuicio. Una de las acciones más relevantes que han llevado a cabo los genéricos es asociarse comercialmente con cadenas de supermercados y farmacias como Grupo Aurrera.

De acuerdo a toda esta información que hemos revisado en este capítulo, podemos ver que aparentemente los medicamentos genéricos han encontrado un nuevo nicho de mercado en México: el mercado de consumidores de bajos recursos económicos que compran productos genéricos como última opción y de no ser así no consumirían ningún otro medicamento.

Cuando este tipo de consumidores es asegurado y no cuentan con dinero para adquirir genéricos prefieren utilizar el servicio médico institucional de mala calidad del IMSS donde su medicamento resulta gratuito.

Así también, podemos afirmar que la Hipótesis planteada no resulta verdadera ya que como hemos visto en el mercado privado la penetración de los productos genéricos ha sido muy escasa llegando únicamente al 1% de participación en un mercado en crecimiento y encontrando solo un nicho de consumidores de escasos recursos que tenían pocas posibilidades de adquirir productos de patente.



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

CONCLUSIONES

El mercado farmacéutico se ha caracterizado por ser de gran competitividad entre los diferentes productores y/o comercializadores. Los medicamentos genéricos no están excluidos de esta competencia en la que no han logrado los mejores resultados por lo que su penetración en el mercado Mexicano no ha rebasado más del 1% de participación en el sector privado. La mercadotecnia y promoción directa con los médicos prescriptores es uno de los factores de éxito de los grandes laboratorios farmacéuticos. De esta forma podemos afirmar que a pesar de su presencia en el mercado farmacéutico no han menoscabado las ventas de los productos éticos de las grandes empresas como se suponía y que se ha observado en otros países sobre todo en Estados Unidos, Alemania y Japón donde alcanzan participaciones hasta de 10% del mercado total.

Gran parte de la poca penetración que presentan los medicamentos genéricos en México se debe a los siguientes factores:

1. Mala imagen de calidad ante los consumidores.
2. Falta de una fuerza de ventas como la tienen los Laboratorios transnacionales de productos Éticos.
3. Bloqueos comerciales y de canales de distribución.
4. No existe una enorme diferencia de precios como se observa en mercados de países desarrollados.
5. Carencia de una regulación sólida en materia de Genéricos por parte del Gobierno.

FUTURO DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN MEXICO

El sustancial crecimiento que experimenta el mercado farmacéutico y que según los pronósticos continuará en los próximos años muestra que los consumidores y los profesionales de la salud continúan apreciando el valor de los medicamentos éticos como una forma conveniente y efectiva de tratamiento a sus enfermedades. Así, aunque sus ventas son cada vez mayores, el panorama para los medicamentos Genéricos es de un crecimiento lento y paulatino hasta que alguno de los factores antes mencionados cambie radicalmente sobre todo en el aspecto Político. Cabe mencionar que en los próximos años vencerán algunas patentes de productos de gran volumen de ventas en el mercado mundial y podrían comercializarse en formas genéricas.

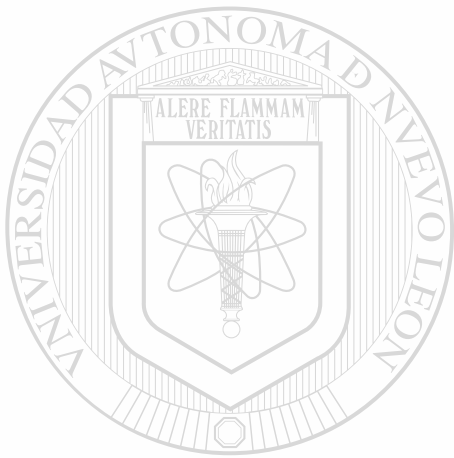
En cuanto al pronóstico del crecimiento del mercado total en México podemos mencionar que como beneficio se incrementa el nivel de inversión y el nivel de empleo en el país al mismo tiempo que se hace más atractivo para nuevos proyectos farmacéuticos de producción y exportación.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

BIBLIOGRAFIA

1. Rosenstein, Emilio. Diccionario de Especialidades Farmaceuticas. 45 Edicion Ediciones PLM. México. 1999.
 2. Kotler, Philip. Dirección de la Mercadotecnia. 8a. Edición. Prentice Hall. México 1996
 3. Hennessey, Jannet. Global Marketing Strategies. 4a. Edición. Houghton Mifflin México 1998.
 4. Revista Expansión. Volumen XXIX. No. 720. Página 21. México 1997
 5. Virtual Library Pharmacy <http://www.pharmacy.org/>
 6. British Medical Journal <http://www.bmj.com/bmj/>
 7. Base General de Datos de Medicamentos <http://www.rxlist.com/>
 8. Base General de Datos de Medicamentos <http://www.rxlist.com/>
 9. Informed Drug Guide <http://www.infomed.org/100drugs/>
 10. Farma.com <http://www.farma.com/>
-
11. Revista El Medicamento <http://www.elmedicamento.com/>
 12. Pharmaceutical Information Network <http://pharminfo.com/>
 13. U. S. Food and Drug Administration <http://www.fda.gov>
 14. American Association of Pharmaceutical <http://www.aaps.org/>
 15. Revista Profesional de Marketing Farmacéutico <http://www.readysoft.es>
 16. International Pharmaceutical Abstracts <http://www.ab.umd.edu/hsl/ipa.html>



UANL

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN



DIRECCIÓN GENERAL DE BIBLIOTECAS

taller de encuadernación

ENCUADERNACIONES PROFESIONALES

Tacuba N°1645 Ote. entre Félix U. Gómez y Héroes del 47

Tel. 83-44-65-25

GLOSARIO

Medicamentos genéricos: Productos a base de sales con patentes ya vencidas que puede comercializar cualquier laboratorio.

OTC: En inglés "over the counter" o medicamentos que se exhiben al público en una farmacia y se venden sin receta.

Medicamentos éticos: Producto vendido sólo con receta médica cuyo principio activo es exclusivo del laboratorio investigador.

Clase Terapéutica: Segmentos del mercado farmacéutico de acuerdo al tipo de enfermedades.

Principio Activo o Sal: Es la sustancia que realmente hace el efecto curativo en un medicamento. Ej. Marca=Clarityne, Sal=Loratadina.

I+D: Siglas de Investigación y Desarrollo departamento estratégico para el futuro de los laboratorios farmacéuticos.

FDA: Siglas de Food and Drug Administration.

Medicamentos de Prescripción: Medicamentos del mercado ético, sólo se deben de vender con receta médica.

Terapias: Se refiere a curación o tratamiento.

TLC: Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Potencia Terapéutica: Se refiere al grado de curación de un medicamento y es un parámetro de su calidad.

Biodisponibilidad: Grado en que un Principio Activo puede ser absorbido por el cuerpo humano y distribuido a todo el organismo.

