
 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 78

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Estefania Ardila Gutiérrez
Programa académico	Administración de negocios internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Ascend Laboratories
NIT.	901290387-6
Dirección	AK 19 97 31 OF 303
Teléfono	3138648932
Dependencia o Área	Área comercial
Nombre Completo del Jefe del estudiante	Pankaj Ananda Sawant
Cargo	Jefe de País
Labor que desempeña el estudiante	Key Account manager (KAM)
Nombre del asesor de práctica	Daniela Valencia Muñoz
Fecha de inicio de la práctica	31/08/2023
Fecha de finalización de la práctica	10/11/2023

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 78

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Centro de práctica.

Nombre o razón social

Ascend Laboratories s.a.s.

Misión


Estamos comprometidos a mantener y permitir que las personas de todo el mundo lleven una vida más saludable, aumentando el acceso global a nuestras soluciones de atención médica de alta calidad.

Visión

Ascend está trabajando para convertirse en una de las 10 principales compañías farmacéuticas indias en Colombia, para el 2025 hacen también desea lograr este hito a través del crecimiento orgánico.

Objetivos institucionales

- Garantizar la calidad y la seguridad de los productos farmacéuticos fabricados y comercializados en Colombia, cumpliendo con las regulaciones y estándares locales e internacionales.
- Facilitar el acceso a medicamentos esenciales para la población colombiana, incluyendo la producción de medicamentos genéricos asequibles.
- Cumplir con todas las regulaciones gubernamentales y normativas de la industria farmacéutica en Colombia.


	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 3 de 78

- Lograr un crecimiento constante y sostenible en el mercado colombiano, generando rentabilidad para la empresa y sus accionistas.
- Lograr un crecimiento constante y sostenible en el mercado colombiano, generando rentabilidad para la empresa y sus accionistas.

Estudio organizacional del Centro de Práctica

Ascend Laboratories es una subsidiaria de Alkem Laboratories, una de las principales compañías farmacéuticas de India, establecida originalmente en 1973 lo que constituye una experiencia de más de 50 años en el sector farmacéutico. La compañía ofrece medicamentos bioequivalentes de alta calidad y costo efectivos que mejoran la salud y bienestar de los pacientes.

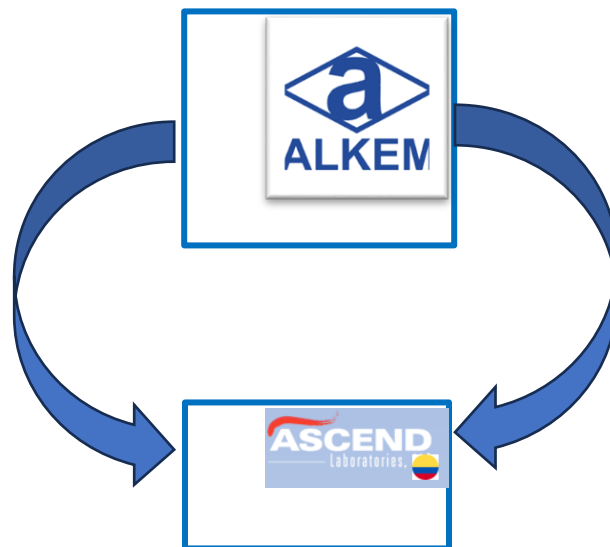
Alkem Laboratories Limited es una multinacional farmacéutica india con sede en Mumbai, que fabrica y vende genéricos farmacéuticos, formulaciones y nutracéuticos en la India y en todo el mundo. Actualmente cuenta con más de 15.000 empleados a nivel mundial. presencia global en más de 50 países, 20 plantas de producción en la India y 2 en Estados Unidos bajo la filial de Ascend Laboratories (adquiridas en 2012 y 2013), las instalaciones de investigación y desarrollo fueron creadas en ANDA en Taloja en 2003, cuentan con 600 Especialistas en Investigación y Desarrollo, centro de Bioequivalencia que cuenta con más de 120 camas y cumplen con normas GCP/GLP, ofertan un portafolio de más de 800 productos y presentan ventas de más de 4 Billones US. El medicamento antiinfeccioso Taxim de Alkem se convirtió en el primer medicamento antiinfeccioso de la industria farmacéutica india en superar los 1.000 millones de

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 78

ventas nacionales en India y en 2014, Clavam, otro medicamento de Alkem, superó los 2.000 millones de ventas nacionales en India.


En el continente americano tiene presencia en Estados Unidos con un portafolio de más 300 productos, en Chile participan con más de 120 productos y actualmente en Colombia ofertan 15 moléculas y tienen pendiente por aprobación por parte del Invima un aproximado de 12 moléculas. Su historia en Colombia inicia en el año 2012 donde concedían permiso de comercialización a otros laboratorios de algunas de sus moléculas, hasta el 2019 que se realiza el ingreso a Colombia bajo la razón social Ascend Laboratories s.a.s.

Figura 1. Jerarquía Organizacional.



1.1 Objetivo de la práctica empresarial.

Colaborar en el desarrollo de un análisis de mercado que permita identificar oportunidades y amenazas para la empresa en Colombia, incluyendo la evaluación de la demanda de

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 78


medicamentos, el comportamiento del consumidor y la competencia existente, generando estrategias efectivas para ingresar y expandirse en el mercado colombiano.

1.2 Funciones

- Mapping de clientes con el fin de establecer estrategias de ventas que permitan conseguir los objetivos propuestos.
- Codificación de nuevos clientes y establecimiento de estrategias de ventas.
- Análisis de oferta y demanda de portafolio en el mercado, con el fin de ejecutar oportunidades de ventas.
- Visitar clientes del canal Retail, EPS, OL e IPS en Medellín y otras ciudades según requerimiento.
- Promoción de portafolio de productos con personal médico especialista, farmacéuticos y encargados de la logística de abastecimiento, con el objeto de generar negocios para la empresa.
- Presentación de portafolio y oportunidades de negocio a fuerzas de ventas de aliados con el fin de generar demanda de portafolio.

1.3 Justificación de la práctica empresarial.

Colombia es un mercado farmacéutico diverso y en constante cambio, lo cual se constituye como una oportunidad de proponer estrategias que permitan implementar una herramienta de estudio de mercado que facilite al laboratorio comprender las particularidades del mercado colombiano en todos los grupos de interés, las dinámicas de precios y los desafíos regulatorios.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 78

La identificación de oportunidades específicas para el desarrollo y comercialización de medicamentos nuevos y existentes en el portafolio en Colombia, genera un impacto positivo para el sistema de salud en afecciones no satisfechas, tendencias emergentes en salud o áreas terapéuticas en crecimiento, generando oportunidades de expansión del mercado de medicamentos genéricos en Colombia, proporcionando información sólida para respaldar decisiones estratégicas, como la fijación de precios, la expansión geográfica, la inversión en marketing y ventas.

1.4 Equipo de trabajo.

Pankaj Ananda Sawant	Jefe de país
Luis Carlos Pérez Monroy	Jefe de Desarrollo Comercial


2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la propuesta

Desarrollo de plataforma estratégica para el análisis de mercado farmacéutico en Medellín para Ascend Laboratories SAS.

2.2 Planteamiento del problema.

El mercado farmacéutico en Colombia es un sector de vital importancia para la salud pública y la economía del país. La industria farmacéutica colombiana está en constante evolución, con un crecimiento sostenido en la demanda de productos farmacéuticos y una creciente competencia tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, la falta de una herramienta


	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 78

efectiva de análisis de mercado limita la capacidad para Ascend Laboratories tomar decisiones estratégicas informadas en las diferentes regiones del país y maximizar su participación en el mercado. A pesar del crecimiento continuo que ha presentado la compañía en Colombia los últimos años, existe una carencia significativa en términos de herramientas de análisis de mercado que brinden información precisa y actualizada para la toma de decisiones estratégicas integrales que permita a los comerciales acceder a datos relevantes sobre el mercado, como tendencias de demanda, comportamiento del consumidor, análisis de competencia y oportunidades de expansión.

La falta de acceso a información detallada sobre el mercado farmacéutico aumenta los riesgos asociados con inversiones en nuevos productos o la expansión de líneas de productos existentes, convirtiéndose en desventaja competitiva para la empresa frente a aquellas que sí las implementan, lo que puede llevar a una concentración del mercado y la exclusión de empresas más pequeñas o nuevas entrantes.

2.3 Justificación.

La creación de una herramienta de análisis de mercado farmacéutico para Ascend Laboratories en Medellín, es esencial para abordar problemas y desafíos en el mercado, por lo que la ejecución proporcionaría una visual más amplia para las inversiones, a su vez, permite que las decisiones sean soportadas mediante la información pública proporcionada por las autoridades regulatorias como fuente fidedigna de datos e información que permita tomar decisiones fundamentadas en el comportamiento actual del mercado. Adicionalmente, contribuiría al crecimiento sostenible y seguro de los proyectos de mercadeo en la compañía, beneficiando a los

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 78

consumidores finales a través de una mejoría en el acceso a las terapias y un impacto en los recursos del sistema de salud.

Por lo anterior, la creación de esta herramienta de análisis de mercado farmacéutico en Ascend Laboratories se presenta como una necesidad prioritaria para el área comercial y su desarrollo se justifica por la importancia de garantizar la competitividad, la seguridad y la calidad en el acceso al mercado farmacéutico colombiano.


2.4 Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una plataforma integral y efectiva de análisis de mercado que proporcione a Ascend Laboratories s.a.s., información precisa y actualizada sobre el mercado farmacéutico en Colombia, permitiendo la toma de decisiones estratégicas informadas y la identificación de oportunidades de crecimiento.

Objetivos Específicos

- Examinar de manera analítica el cumplimiento legal y el estado de los registros sanitarios de productos farmacéuticos del portafolio de Ascend Laboratories s.a.s. en comparación con los de la competencia, con el fin de identificar áreas de mejora y ventajas competitivas, proporcionando recomendaciones basadas en datos.
- Analizar los competidores en el mercado farmacéutico en Colombia, incluyendo la identificación de los principales actores, precios, sus productos y estrategias de comercialización.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 78

- Proponer estrategias basadas en los resultados obtenidos en la implementación de la herramienta de estudio de mercado farmacéutico, con el fin identificar comercialización y toma decisiones informadas sobre cómo competir de manera efectiva.

2.5 Diseño Metodológico.

Fuentes de información:

- Datos abiertos de Invima
- BD Código único de medicamentos vigentes: Información de los códigos únicos de medicamentos para los registros sanitarios vigentes.
- BD Precios Medicamentos: Información de precios promedio en transacciones evaluadas por el ministerio de salud.
- BD Clicsalud - Termómetro de Precios de Medicamentos: Indica los precios unitarios de las moléculas en el canal institucional y comercial


2.6 Cronograma de Actividades.

Archivo anexo diagrama de Gantt.

Presupuesto

Tabla 1. Presupuesto de intervención

PRESUPUESTO INTERVENCION	
Computador	COP 1.600.000
Celular	COP 890.000
Total	COP 2.490.00

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 78


3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1 MARCO DE REFERENCIA

Antecedentes

En las últimas décadas, Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en la industria farmacéutica, lo que ha llevado a un aumento en la competencia entre laboratorios de industria nacional y laboratorios de industria internacional, siendo para los últimos una ventaja competitiva la globalidad de la industria farmacéutica en términos de respaldo de calidad de importantes en entidades sanitarias a nivel mundial que brindan a los productos farmacéutico el uso seguro, adicional a la incorporación de tendencias en tecnología y calidad que impactan en términos de farmacoeconomía directamente el sistema de salud en Colombia.

Entre las barreras no arancelarias implementadas en Colombia para el ingreso de medicamentos importados en el país, se encuentra la regulación en la industria farmacéutica diseñada por el ministerio de Salud y vigilada en su ejecución por el instituto nacional de medicamentos y alimentos (INVIMA). Actualmente la aprobación de registros sanitarios pasa por una situación compleja donde la conformidad de dichos documentos tarda muchísimo más tiempo, con respecto a algunos países ubicados en la región, lo que conlleva a inoportunidad de acceso al mercado. Los laboratorios para diseñar y ejecutar sus planes estratégicos necesitan estar al tanto de las tendencias económicas del mercado para ajustar sus estrategias, lo que crea la necesidad de acceder a datos gubernamentales y análisis precisos para tomar decisiones basadas en datos.


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 78

El diseño de una herramienta que permita evaluar, recopilar, procesar y analizar grandes cantidades de información en tiempo real del mercado farmacéutico y a su vez, permita acceder a datos actualizados como volúmenes de ventas, precios de medicamentos, información sobre prescripciones médicas y tendencias de consumo, permite evaluar la competencia en la industria farmacéutica y analizar las estrategias de los competidores para poder diferenciarse, ganar cuota de participación y reconocimiento en el mercado.

El desarrollo de una plataforma estratégica para el análisis del mercado farmacéutico en Colombia se basa en la necesidad del equipo comercial del laboratorio en Medellín para acceder a datos precisos y análisis profundos para tomar decisiones estratégicas en un entorno altamente competitivo y regulado.

Marco teórico

La industria farmacéutica en Colombia es un sector importante de la economía con una presencia significativa de empresas nacionales e internacionales, ocupa el tercer lugar de participación en el comercio de productos farmacéuticos en América Latina y es un mercado interesante para la inversión extranjera debido al alto número de transacciones de importaciones de Medicamentos que se requieren para satisfacer la demanda de moléculas en el país. Actualmente las principales casas matrices multinacionales que investigan y desarrollan medicamentos innovadores ingresados al país bajo la denominación de medicamentos comerciales, presentan una alta participación en el consumo de medicamentos incluidos en el plan de beneficios de salud (PBS) en el canal institucional y debido a su reconocimiento en el mercado, también presentan un

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 12 de 78</p>

alto impacto en el canal comercial (Trade). Entre estas grandes compañías se encuentra Novartis, Roche, Pfizer, Astrazeneca, Biogen, Bayer, Sanofi, Abbott, Fresenius Medical Care, Merk Sharp & Dome, entre otros.

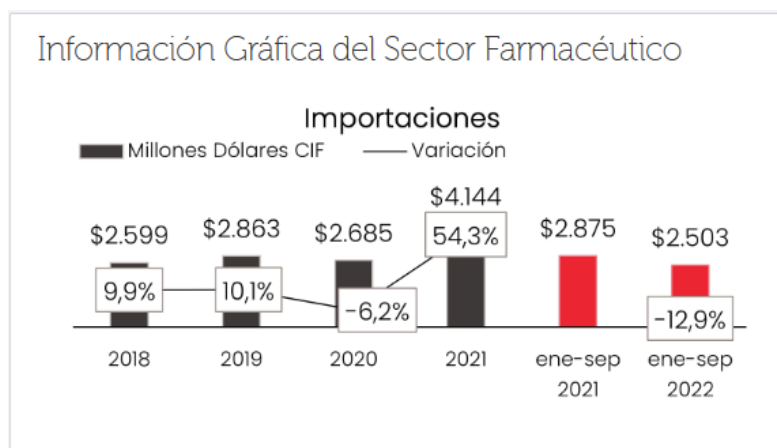
El mercado local en Colombia se dedica principalmente a la producción de medicamentos genéricos, cuyas patentes son adquiridas a las grandes multinacionales y registradas con los permisos sanitarios locales (registro Invima), con el fin de comercializar moléculas costo beneficiosas para la población que generen impactos económicos en el sistema de salud, sin embargo, podemos identificar que en el mercado de los medicamentos en Colombia, existen diversos actores que desempeñan un papel fundamental. Por un lado, se encuentran las empresas nacionales, que tienen un arraigo histórico en el país y un profundo conocimiento de las necesidades locales, a menudo, tienen una comprensión sólida de la dinámica del mercado colombiano y están comprometidas con la provisión de medicamentos asequibles y adecuados para la población. Por otro lado, las empresas internacionales también ejercen una influencia significativa en el mercado farmacéutico colombiano aprovechando su experiencia global y recursos, estas compañías pueden introducir una amplia gama de productos y tecnologías respaldadas por registros internacionales que hacen más competitivo el mercado. Sin embargo, las particularidades locales, como la diversidad en las condiciones de salud y las variaciones en la demanda, a menudo requieren un enfoque más personalizado para el sistema de atención médica colombiano.

En Colombia, tanto las empresas nacionales como las internacionales desempeñan un papel fundamental en el mercado de medicamentos, cada una con sus ventajas y desafíos, una

combinación de ambas puede contribuir a satisfacer de manera más efectiva las necesidades de la población en términos de salud y bienestar. Entre las compañías de mano de obra local se encuentra laboratorios Genfar, La santé, tecnoquímicas, La francol, Laproff, the labs entre otros. Por otra parte, entre las compañías internacionales de importación de gericos en Colombia se encuentra Teva Pharmaceutical Industries, hetero labs, GSK (GlaxoSmithKline), Sandoz, entre otros.


"A septiembre de 2022, el PIB de la industria farmacéutica colombiana superó los \$10 billones de pesos, representando alrededor del 12% del PIB industrial. Cincuenta y una compañías del sector forman parte de las de mayores ingresos del país; sin embargo, el 67% de las ganancias generadas por la producción y venta de medicamentos son obtenidas por empresas extranjeras, a pesar de que las farmacéuticas nacionales cubren el 80% de la demanda local de medicamentos" (Einforma, noviembre de 2023).

Figura 2. Información gráfica del sector farmacéutico




Einforma. (2022). Gráfico de crecimiento del PIB en la industria farmacéutica colombiana

[Imagen]. Einforma. <https://www.einforma.co/informes-sectoriales/sector-farmacaceutico>

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 14 de 78

La comercialización de medicamentos en la industria farmacéutica está sujeta a diversas regulaciones gubernamentales direccionadas desde el Ministerio de salud y protección social, que en primera instancia busca garantizar la seguridad y eficacia de los productos farmacéuticos promoviendo el acceso a la población de medicamentos de calidad, en segunda instancia y para el caso de las importaciones de medicamentos en Colombia, se implementan barreras no arancelarias, como requerimientos Sanitarios para el ingreso de mercancía a Colombia. El Registro Sanitario es uno de estos requerimientos y es emitido por el Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA) y se constituye como un documento público que se expide luego de una serie de verificaciones técnico-legales para certificar el cumplimiento de requisitos establecidos en la normatividad vigente, los cuales, en este caso, facultan a una persona natural o jurídica para importar los medicamentos y considerar el uso terapéutico de un fármaco y de sus asociaciones como seguro, eficaz y acorde con un balance riesgo/beneficio favorable en circunstancias de empleo racional en el sistema de salud.

Por otro lado, este ente regulatorio a su vez gestiona el visto bueno para la comercialización de productos mediante una resolución emitida, que permite que los productos que ingresan al país puedan ser usados o distribuidos en el territorio nacional. Adicional a lo anterior los importadores de medicamentos deben certificar buenas prácticas de manufactura (BPM) mediante un documento expedido por el Invima, en el cual consta que el establecimiento fabricante cumple con las buenas prácticas vigentes, evaluando así, el cumplimiento de los principios básicos y prácticos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de medicamentos para consumo humano con el objeto de garantizar que los productos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 15 de 78</p>

en cada una de las operaciones mencionadas cumplan con las condiciones sanitarias adecuadas, de modo que se disminuyan los riesgos inherentes a la cadena de abastecimiento para el ingreso al país.

En cuanto a las barreras arancelarias, se debe tener presente la revisión del estatuto aduanero y normatividad vigente que establece la dirección de impuestos y aduanas (DIAN) para el pago de tributos, en el cual se realiza la identificación del código Arancelario correspondiente para importación de medicamentos y la estructura Arancelaria. En el decreto 1165 de 2019 en la sección VI se identifican los productos de las industrias químicas o de las industrias conexas, donde en el capítulo 30, incluye los productos farmacéuticos con la partida 3004 que identifica los Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.

En relación con el régimen de comercio, no existe acuerdo comercial ni tratado de libre comercio con India, por lo que se debe pagar arancel para importación de medicamentos por concepto de gravamen arancelario correspondiente a un 10% del valor FOB de las mercancías y a nivel tributario, el impuesto al valor agregado (IVA) por 0% ya que se trata de comercialización de medicamentos.

Conforme con las cifras y datos validados con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en Colombia en el año 2022 el gasto en salud fue de 1.640 US Dollar per capita, lo cual corresponde a la alta cobertura del sistema de salud que presenta el país actualmente, donde se evidencia con corte a septiembre del 2023, una cifra de afiliación de

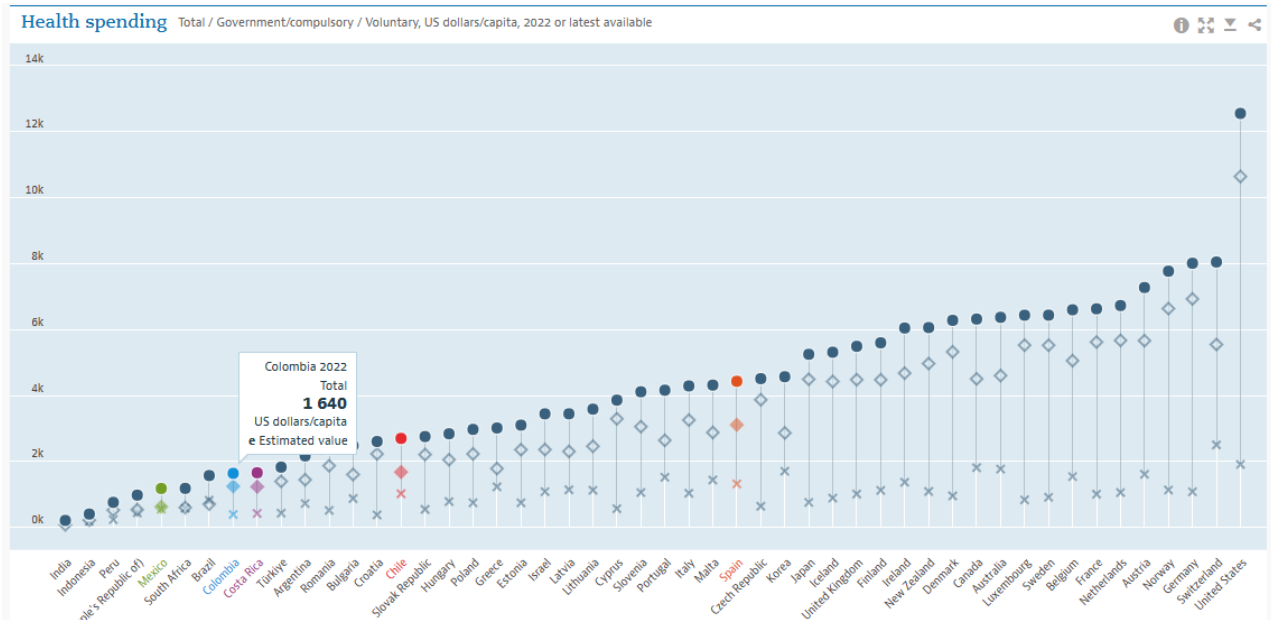
23.534.688 de pacientes en el régimen contributivo, 26.061.460 de pacientes afiliados en el régimen subsidiado y 2.213.147 de afiliaciones bajo regímenes especiales, lo que corresponde a una cobertura del 98,08% de la población.

Figura 3. Cifras de Afiliación en salud

	Nacional		
	diciembre de 2021	diciembre de 2022	septiembre de 2023
Contributivo	24.623.736	23.527.972	23.534.688
Subsidiado	23.968.577	25.672.278	26.061.460
Excepción & Especiales	2.238.629	2.222.664	2.213.147
Afiliados	50.830.942	51.422.914	51.809.295
Población DANE	51.328.449	51.881.908	52.289.357
Cobertura	99,03%	99,12%	99,08%

Tomado de Ministerio de salud y protección social (Septiembre 2023). Cifras de afiliación en salud con corte a septiembre 2022. Ministerio de salud. Páginas - Cifras de afiliación en salud (minsalud.gov.co)

Figura 4. Cifras Gasto en salud OCDE



Tomado de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (Noviembre 2023). Gasto en salud. OCDE. [Estadísticas - OCDE en español \(oecd.org\)](https://www.oecd.org/es/estadisticas/)

Las principales entidades prestadoras de servicios de salud (EPS), en Colombia desempeñan un papel fundamental en el consumo de medicamentos en el sistema de salud colombiano, pues su función principal es la de gestionar el acceso de los afiliados a los servicios de salud, incluyendo la provisión y cobertura de medicamentos ya que son responsables de adquirir y suministrar medicamentos a sus afiliados de acuerdo con las prescripciones médicas. Actualmente para la gestión de la cadena de suministro se establecen listados y formularios de medicamentos que determinan qué medicamentos están cubiertos por el plan de beneficios de salud (PBS), estos listados se basan en pautas nacionales y acuerdos con la Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud (ADRES).

Con la información proporcionada por el sistema de Información de Precios de Medicamentos (SISMED) las EPS negocian con los fabricantes y proveedores de medicamentos para obtener precios preferenciales, también pueden requerir autorizaciones previas para medicamentos de alto costo o aquellos que no estén en su formulario, lo que puede influir en el acceso de los pacientes.

A continuación, se relacionan las entidades prestadoras de servicios de salud (EPS) más relevantes en Colombia y su participación respectiva en las afiliaciones en Colombia:

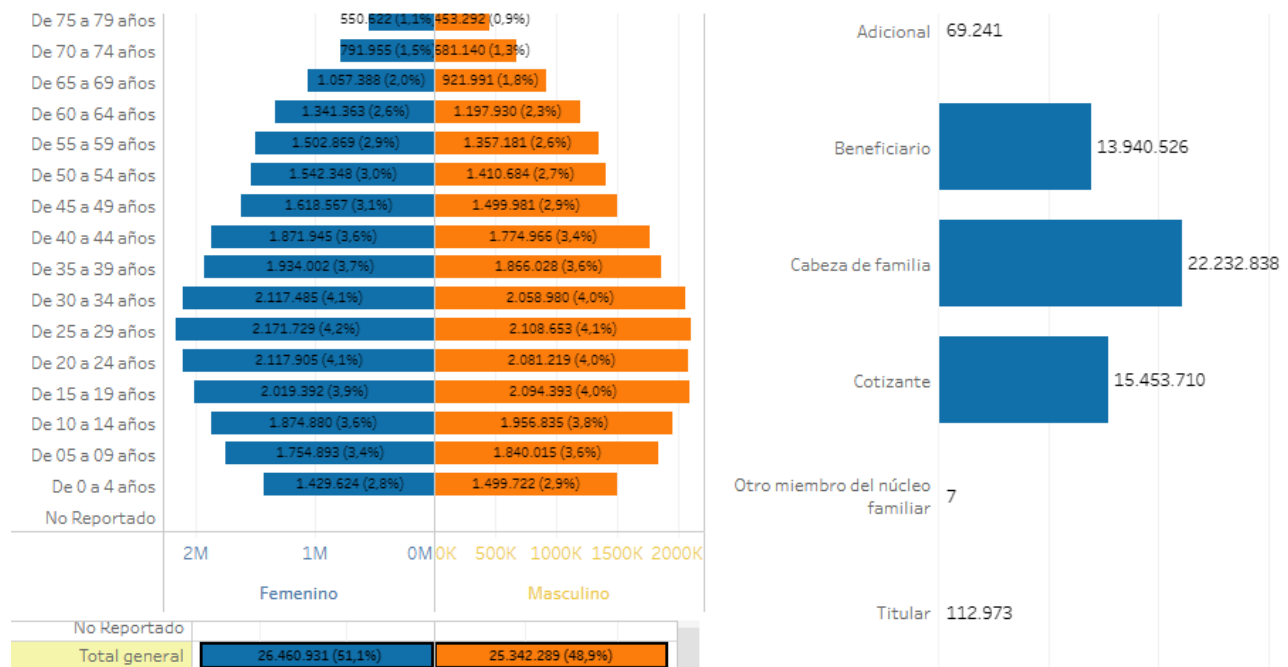
Figura 4. Cifras de Afiliación en salud por EPS

Departamento: Todo, Municipio: Todo				
Nombre Entidad	Régimen			Total Afiliados
	Contributivo	Subsidiado	Excepción & Especiales	
Nueva Eps	4.836.428 (20,55%)	5.898.688 (22,63%)		10.735.116 (20,72%)
EPS Sanitas	4.395.325 (18,68%)	1.409.280 (5,41%)		5.804.605 (11,20%)
EPS Sura	4.610.235 (19,59%)	778.414 (2,99%)		5.388.649 (10,40%)
Salud Total EPS	3.334.174 (14,17%)	1.405.100 (5,39%)		4.739.274 (9,15%)
Coosalud	332.649 (1,41%)	3.055.200 (11,72%)		3.387.849 (6,54%)
Famisanar EPS	2.163.262 (9,19%)	867.183 (3,33%)		3.030.445 (5,85%)
Mutual Ser Eps	306.632 (1,30%)	2.312.823 (8,87%)		2.619.455 (5,06%)
Régimen de Excepción			2.213.147 (100,00%)	2.213.147 (4,27%)
Compensar EPS	1.818.108 (7,73%)	359.777 (1,38%)		2.177.885 (4,20%)
Emissanar E.S.S	125.877 (0,53%)	1.701.373 (6,53%)		1.827.250 (3,53%)
Asmet Salud	76.125 (0,32%)	1.617.072 (6,20%)		1.693.197 (3,27%)
Savia Salud	136.077 (0,58%)	1.536.047 (5,89%)		1.672.124 (3,23%)
Cajacopi Atlántico	68.127 (0,29%)	1.447.297 (5,55%)		1.515.424 (2,93%)
Capital Salud	76.523 (0,33%)	1.088.100 (4,18%)		1.164.623 (2,25%)
S.O.S.	577.092 (2,45%)	171.927 (0,66%)		749.019 (1,45%)
A.I.C. Epsi	26.068 (0,11%)	542.478 (2,08%)		568.546 (1,10%)
Mallamas Epsi	22.730 (0,10%)	372.164 (1,43%)		394.894 (0,76%)
Comfenalco Valle	231.698 (0,98%)	60.982 (0,23%)		292.680 (0,56%)
Dusakawi Epsi	7.698 (0,03%)	274.599 (1,05%)		282.297 (0,54%)
Anas Wayuu Epsi	13.236 (0,06%)	261.189 (1,00%)		274.425 (0,53%)
Aliansalud Eps	235.542 (1,00%)	9.829 (0,04%)		245.371 (0,47%)
Comfaorient	18.689 (0,08%)	216.454 (0,83%)		235.143 (0,45%)
EPS Familiar de Colombia	8.892 (0,04%)	225.648 (0,87%)		234.540 (0,45%)

Tomado de Ministerio de salud y protección social (Septiembre 2023). Cifras de afiliación en salud con corte a septiembre 2022. Ministerio de salud. Páginas - Cifras de afiliación en salud (minsalud.gov.co)


En cuanto a la caracterización de los afiliados, con corte a Septiembre de 2023, el ministerio de Salud Colombiano, indica los criterios prevalentes de la población que tiene acceso en el sistema de salud:

Figura 5. Cifras de Afiliación de pacientes en salud por edad, genero y tipo de Afiliación



Tomado de Ministerio de salud y protección social (Septiembre 2023). Cifras de afiliación en salud con corte a septiembre 2022. Ministerio de salud. [Páginas - Cifras de afiliación en salud \(minsalud.gov.co\)](https://www.minsalud.gov.co/Paginas-Cifras-de-afiliacion-en-salud)


El análisis de mercado es una actividad esencial en la industria farmacéutica que proporciona información crucial para la toma de decisiones estratégicas y permite a las empresas farmacéuticas identificar oportunidades de negocio, como la demanda de medicamentos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 20 de 78</p>

específicos, terapias emergentes o necesidades de salud no satisfechas en la población colombiana. Esto ayuda a enfocar los recursos en el desarrollo y comercialización de productos que sean relevantes y rentables, con la información obtenida a través del análisis de mercado, las empresas farmacéuticas pueden tomar decisiones estratégicas informadas. Además, pueden determinar cuáles son los productos que deben lanzar, dónde deben centrar sus esfuerzos de marketing, cuáles son las tendencias de mercado que deben seguir, las diferencias en la demanda y las preferencias de mercado en diferentes regiones de Colombia. Esto es especialmente importante debido a las variaciones en la atención médica y las necesidades de los pacientes en todo el país.

El mercado farmacéutico colombiano es altamente competitivo, por lo que este tipo de análisis ayuda a las empresas a comprender a sus competidores, evaluar su posición en el mercado y permite realizar evaluación en relación con los precios, promociones y lanzamientos de nuevos productos, desarrollar estrategias para diferenciarse, lo que es esencial para mantener y aumentar la participación en el mercado. La información interpretada adecuadamente permite generar análisis del mercado, una gestión más efectiva de los inventarios y la cadena de suministro, adicionalmente las empresas pueden anticipar la demanda de productos y asegurarse de que los medicamentos estén disponibles cuando sean necesarios.

Los métodos de análisis tradicionales en la industria farmacéutica colombiana han implementado diversos recursos como la realización de encuestas a médicos, farmacéuticos y otros profesionales de la salud para recopilar información sobre sus preferencias en cuanto a medicamentos, tratamientos y marcas específicas, posteriormente, las respuestas de los profesionales de la salud pueden ayudar a las empresas farmacéuticas a comprender la percepción


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 78

de sus productos en el mercado. Por otro lado, también se implementan una serie de seguimiento de las prescripciones médicas generadas en farmacias y hospitales para identificar qué medicamentos se recetan con mayor frecuencia y en qué condiciones médicas, lo que proporciona información sobre la demanda real de productos farmacéuticos. El análisis de datos de ventas, es otra estrategia de análisis frecuentemente implementada y permite que las empresas farmacéuticas evalúen sus propios datos de ventas y generen análisis en torno a la demanda productos que se venden mejor en el mercado colombiano, incluyendo el seguimiento de las tendencias de ventas a lo largo del tiempo y la identificación de picos y valles en la demanda.

El análisis de mercado farmacéutico tradicional en Colombia, enfrenta varios retos y limitaciones que pueden dificultar su efectividad, como lo son la recopilación de datos precisos y actualizados, debido a la falta de sistemas de registro centralizados y estandarizados lo que puede dar lugar a lagunas en la información y a una toma de decisiones basada en datos incompletos. Por otro lado, el sistema de salud en Colombia es principalmente mixto, con una combinación de aseguradoras públicas y privadas, lo que puede llevar a una fragmentación en la información sobre prescripciones y ventas, lo que dificulta la obtención de una imagen completa del mercado.

Marco conceptual

El siguiente marco conceptual ofrece una visión panorámica de los conceptos clave de la industria farmacéutica, por tratarse de conceptos específicos en el área se pretende generar contexto desde la investigación y desarrollo de medicamentos por parte de los fabricantes hasta los criterios de comercialización y regulación, así como su impacto en la salud pública y la economía global con una comprensión más profunda de su papel en nuestra sociedad.


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 22 de 78

Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud (ADRES): Entidad colombiana encargada de la administración de los recursos financieros del Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS), el cual brinda atención médica y seguridad social en Colombia que garantiza el acceso a servicios de salud para la población. Acerca de ADRES. (n.d.). Wwww.adres.gov.co. <https://www.adres.gov.co/nuestra-entidad/acerca-de-adres/que-es-la-adres>

Análisis de mercado farmacéutico: Proceso de evaluación que se realiza en el sector farmacéutico para comprender mejor el entorno, las tendencias y las oportunidades en el mercado de medicamentos y productos relacionados. Hacer un estudio de mercado para una farmacia. (s/f). Modelos de Plan de Negocios. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://modelosdeplandenegocios.com/blogs/news/farmacia-estudio-mercado>.

Canal Institucional: Proceso a través del cual los medicamentos son fabricados, adquiridos, distribuidos y suministrados en el sistema de salud mediante negociaciones por volúmenes demandados por el sistema de salud en Colombia y cuyo gasto se encuentra cubierto en el plan de beneficios, en el cual se incluyen los medicamentos esenciales para las patologías de mayor demanda en la población. Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). Regulación en el mercado farmacéutico colombiano. *Revista de Ciencias sociales*, 16(2), 197-209.

Canal comercial: Medio de comercialización de medicamentos desde los fabricantes hasta los puntos de venta para ser finalmente adquirido por los pacientes. Vásquez Velásquez, J., Gómez

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 23 de 78


Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). Regulación en el mercado farmacéutico colombiano. *Revista de Ciencias sociales*, 16(2), 197-209.

Costo-efectividad (ACE): Herramienta utilizada en la farmacoeconomía y en la toma de decisiones en el ámbito de la salud para evaluar la relación entre los costos y los efectos o resultados de diferentes intervenciones médicas o terapias. Yepes, R. A. C. (1997). Análisis de costo-efectividad: una herramienta para la toma de decisiones de política del sector salud. *CES Medicina*, 11(2).

Dirección de impuestos y aduanas (DIAN): Entidad del Gobierno de Colombia encargada de la administración, recaudación y control de los impuestos nacionales, así como de la gestión aduanera y el comercio exterior en el país. Sánchez, M. A. R. (2023, julio 17). Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Portaltributario.com. <https://portaltributario.co/glosario/dian-direccion-de-impuestos-y-aduanas-nacionales>.

Distribuidores Mayoristas: Adquieren medicamentos directamente de los fabricantes o importadores y los distribuyen a nivel nacional a farmacias, hospitales, clínicas y otros establecimientos de atención médica con el fin de comercializar productos farmacéuticos en el sistema. Meza Fonnegra, C. M. (2018). Buenas Prácticas en entregas de Medicamentos de Salud Humana a Distribuidores Mayoristas.

Entidades Promotoras de Salud (EPS): Organizaciones encargadas de administrar y financiar servicios de salud en Colombia, forman parte del Sistema de Seguridad Social en Salud de Colombia y desempeñan un papel fundamental en la atención médica y la gestión de los servicios de salud para la población afiliada. Entidades Promotoras de salud –EPS– conforme a la

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 24 de 78


Ley 100 de 1993. (2016, octubre 10). Actualícese |; Actualícese. <https://actualicese.com/entidades-promotoras-de-salud-eps-conforme-a-la-ley-100-de-1993/>

Farmacoeconomía: Disciplina interdisciplinaria que combina conceptos y métodos de la economía y la farmacología para evaluar el uso de medicamentos y tratamientos de manera eficiente y efectiva en términos de costo y beneficio, su objetivo principal es proporcionar datos y análisis que ayuden a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos en el ámbito de la salud, particularmente en relación con los medicamentos y terapias médicas. Herrera, M. C. (2012). La farmacoeconomía: una disciplina de necesaria aplicación para incrementar la eficiencia del sistema sanitario cubano. *PharmacoEconomics Spanish Research Articles*, 9, 45-51.

Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA): Entidad gubernamental de Colombia encargada de la regulación, control y vigilancia de los productos relacionados con la salud, la alimentación y la cosmética en el país. ¿Qué es el INVIMA y por qué es tan importante su labor en nuestro día a día? (2022, abril 11). Canal Institucional. <https://www.canalinstitucional.tv/invima-que-es-hace-para-que-sirve-funciones>

Importadores Autorizados: Actores del sistema que adquieren medicamentos del extranjero y los importan a Colombia, luego distribuyen estos medicamentos a distribuidores mayoristas, hospitales, clínicas y otros puntos de venta. Westreicher, G. (2020, julio 22). Importador. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/importador.html>

Medicamento comercial: Productos farmacéuticos desarrollados y comercializados por una empresa farmacéutica específica bajo un nombre de marca o una marca registrada, se distinguen por el hecho de que la empresa que los desarrolla tiene la exclusividad de producirlos


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 25 de 78

y venderlos durante un período de tiempo determinado, generalmente bajo una patente. Palermo, A. (2018, junio 18). Diferencia entre Medicamento Genérico y Comercial. Diferencias.info. <https://diferencias.info/diferencia-entre-medicamento-generico-y-comercial/>

Medicamento genérico: Productos farmacéuticos que contienen el mismo principio activo (ingrediente activo) que un medicamento de marca, pero generalmente se comercializan bajo su denominación genérica o nombre común en lugar de una marca registrada, están diseñados para ser equivalentes en términos de calidad, eficacia y seguridad al medicamento de marca correspondiente. Palermo, A. (2018, junio 18). Diferencia entre Medicamento Genérico y Comercial. Diferencias.info. <https://diferencias.info/diferencia-entre-medicamento-generico-y-comercial/>

Ministerio de salud y protección social: Organismo gubernamental de Colombia responsable de la formulación, implementación y supervisión de las políticas y programas relacionados con la salud y la protección social en el país. de Colombia, M. de S. y. P. S. (s/f). Páginas - Objetivos y funciones. Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Paginas/institucional-objetivos-funciones.aspx>

Plan de beneficios de salud (PBS): Conjunto de servicios y coberturas de atención médica que una entidad de salud, como una compañía de seguros de salud, una Entidad Promotora de Salud (EPS) en Colombia o un sistema de salud gubernamental, ofrece a sus afiliados o beneficiarios, son esenciales para definir qué servicios médicos y tratamientos están disponibles para los asegurados y en qué condiciones. Colombia, M. de S. y. P. S. (s/f-b). Plan de Beneficios

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 26 de 78

en Salud. Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.minsalud.gov.co/salud/POS/paginas/plan-obligatorio-de-salud-pos.aspx>


Registro Invima: Proceso fundamental para la comercialización y distribución de productos farmacéuticos en Colombia con el objetivo de garantizar la seguridad, calidad y eficacia de los productos que se ponen a disposición en el mercado colombiano. INVIMA: ¿Qué es y cómo solicitar el registro sanitario? (2018, septiembre 8). Govco. <https://govco.co/invima/>

Sistema de Información en Salud (Sismed): Sistema de información en salud que recopila, almacena y gestiona datos relacionados con pacientes, atención médica, historias clínicas, estadísticas de salud, y otros aspectos relacionados con el sector de la salud. Pages - SISMED - sistema de información de precios de medicamentos. (s/f). Gov.Co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.sispro.gov.co/central-prestadores-de-servicios/Pages/SISMED-Sistema-de-Informacion-de-Precios-de-Medicamentos.aspx>

Marco legal

La comercialización de medicamentos en Colombia está regulada por un marco legal específico que garantiza la seguridad, calidad y eficacia de los productos farmacéuticos, así como su acceso a la población:

Ley 9 de 1979: Establece el régimen sanitario colombiano y establece los principios generales para garantizar la seguridad de los medicamentos y otros productos relacionados con la salud. Además, crea el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) para la regulación y control de estos productos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 27 de 78

Resolución 1403 de 2007: Establece las condiciones mínimas que deben cumplir los establecimientos que comercializan, distribuyen y dispensan medicamentos en Colombia. Define requisitos de almacenamiento, buenas prácticas de dispensación y otros aspectos relacionados con la cadena de suministro de medicamentos.

Decreto 677 de 1995: Regula la publicidad de medicamentos en Colombia y establece requisitos y restricciones para la promoción de medicamentos, asegurando que la información proporcionada sea precisa y no induzca a error.


Resolución 90708 de 2015: Establece las reglas para el registro sanitario de medicamentos en Colombia y define los procedimientos y requisitos para obtener la aprobación para la comercialización de nuevos medicamentos en el país.

Decreto 1510 de 2013: Regula la expedición de registros sanitarios para medicamentos de uso humano y define los procedimientos para la inscripción y renovación de productos farmacéuticos.

Circular 16 de 2023 (09 AGO 2023): Regulación de Precios de Medicamentos en Colombia para controlar los precios de los medicamentos y garantizar que sean asequibles, la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos y Dispositivos Médicos establece políticas de precios y controla los aumentos de precios.

Resolución 2003 de 2014: Regula la habilitación de establecimientos farmacéuticos y establece requisitos para su funcionamiento.

Decreto 1165 de 2019: Se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas para la importación de productos a Colombia.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 28 de 78

Política de Medicamentos Genéricos: Colombia promueve el uso de medicamentos genéricos como una forma de reducir los costos de atención médica. Las regulaciones garantizan que los medicamentos genéricos cumplan con los mismos estándares de calidad y eficacia que los medicamentos de marca.

Normas GMP (Buenas Prácticas de Manufactura): Las buenas prácticas de manufactura son reguladas para garantizar la calidad y seguridad de los medicamentos producidos en Colombia.

3.2 Desarrollo y logro de objetivos

Para el desarrollo de los objetivos se implementaron las bases de datos públicos del gobierno, se realizó depuración de datos y construcción de base con la información relevante para el análisis complementario en Power BI.

Acceso a Herramienta en power BI: https://app.powerbi.com/links/BvCjh3uBLp?ctid=0054aae8-e4a5-44ec-bd89-be492be94e57&pbi_source=linkShare&bookmarkGuid=db95dd06-fd12-464f-a2cf-eba1ff34bf3b

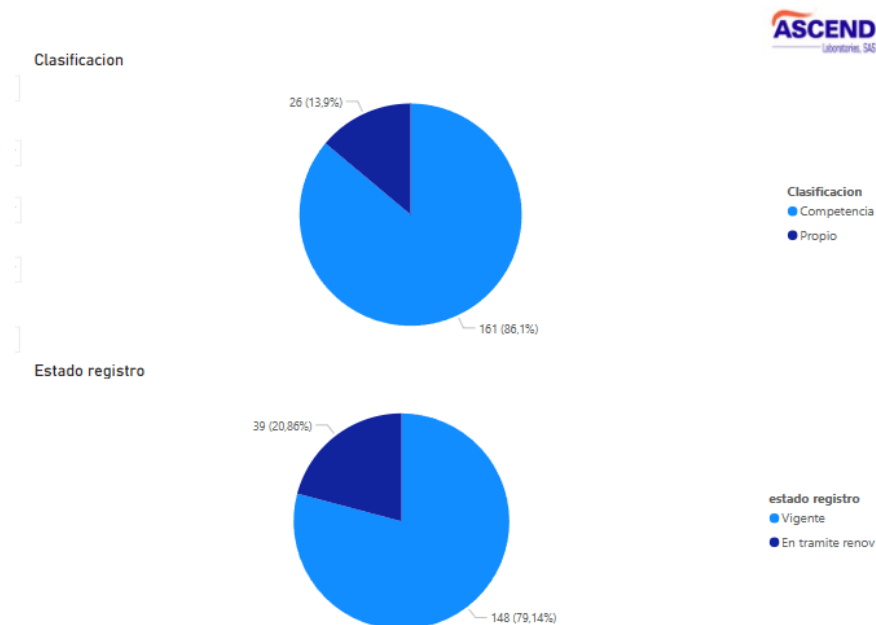
A continuación, se presentan los resultados obtenidos en el desarrollo de los objetivos propuestos, donde estos se tradujeron en mejoras características del mercado en cada producto en términos de eficiencia, la calidad y la rentabilidad

Objetivo 1

- Examinar de manera analítica el cumplimiento legal y el estado de los registros sanitarios de productos farmacéuticos del portafolio de Ascend Laboratories s.a.s. en comparación con los

de la competencia, con el fin de identificar áreas de mejora y ventajas competitivas, proporcionando recomendaciones basadas en datos.

Figura 6. Clasificación de productos en relación al estado del registro sanitario.

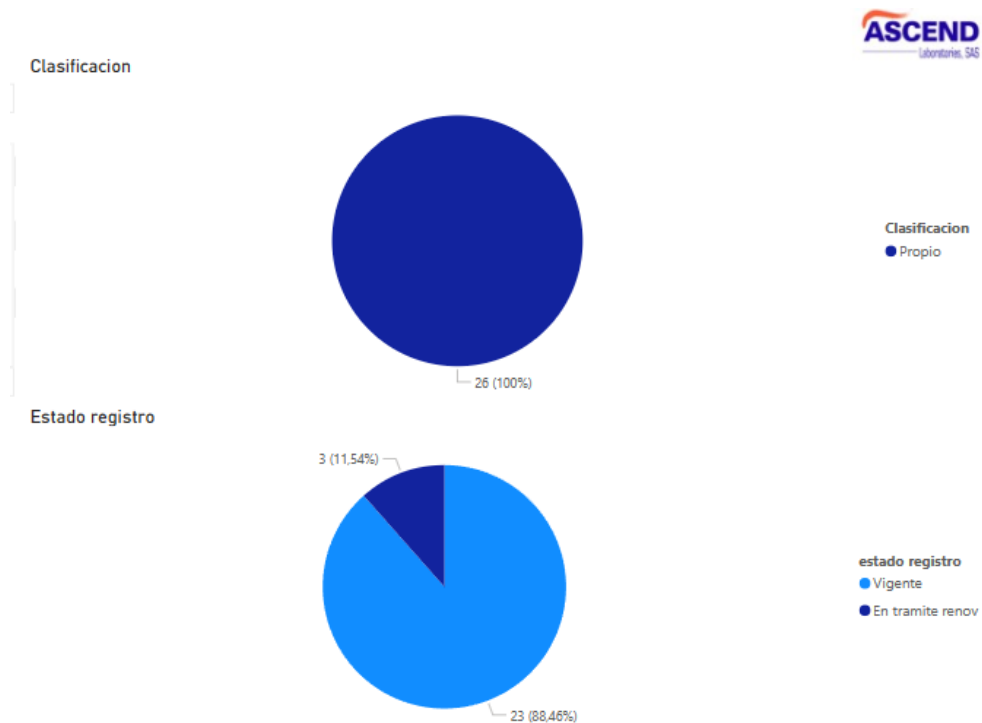



1. El análisis del cumplimiento legal y el estado de los registros sanitarios de productos farmacéuticos es fundamental para garantizar la seguridad y eficacia de estos productos en el mercado, se ha identificado que Ascend Laboratories S.A.S. posee 26 productos de su propiedad, mientras que 161 productos pertenecen a la competencia. Esta comparación permite identificar posibles áreas de mejora en el cumplimiento legal de Ascend Laboratories y también destacar sus ventajas competitivas como el respaldo internacional de entes reguladores internacionales importantes a nivel internacional como como la USFDA- Estados Unidos, MHRA - Reino Unido, MCC - Sudáfrica, TGA - Australia, ANVISA - Brasil, la OMS - Ginebra, HC - Salud Canadá, PPB - Kenia, NDA - Uganda,

MOH - Sudán, INVIMA - Colombia, TFDA - Tanzania, Zimbabue y otros países de África, Asia y la CEI., lo que puede ser crucial en un mercado farmacéutico altamente regulado y competitivo.

El análisis detallado de estos datos puede llevar a la identificación de oportunidades para mejorar el cumplimiento legal y optimizar la gestión de registros sanitarios, lo que a su vez podría traducirse en una posición más sólida en el mercado y una mayor confianza del consumidor en los productos farmacéuticos de Ascend Laboratories en comparación con los de la competencia.

Figura 7. Estado de registro sanitario de productos propios




 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 31 de 78

2. El análisis del cumplimiento legal y el estado de los registros sanitarios de productos farmacéuticos registrados en Colombia por Ascend Laboratories refleja un panorama mixto. Si bien el 88.46% de los productos están actualmente vigentes, es alentador ver que la mayoría de los productos cumplen con los requisitos regulatorios. Sin embargo, el 11.54% de los productos en trámite de renovación plantea preocupaciones, ya que esto podría indicar posibles desafíos en la gestión de registros sanitarios o retrasos en el proceso de renovación. Es esencial abordar eficazmente estos casos pendientes para evitar interrupciones en la comercialización de productos y mantener un cumplimiento legal sólido.

Para Ascend Laboratories, es fundamental mantener un enfoque proactivo en la gestión de registros sanitarios y trabajar estrechamente con las autoridades reguladoras para garantizar que todos los productos estén en cumplimiento legal. Esto podría incluir la revisión de los procedimientos internos de seguimiento y renovación de registros, además el monitoreo continuo de los registros y la identificación temprana de aquellos que requieran renovación es clave para garantizar una operación fluida en el mercado farmacéutico colombiano.

Objetivo 2

- Analizar los competidores en el mercado farmacéutico en Colombia, incluyendo la identificación de los principales actores, precios, sus productos y estrategias de comercialización.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 32 de 78</p>

1. Se revisan los precios de los productos propios en referencia a los valores promedio percibidos en el mercado a través del termómetro de precios de medicamentos en el canal institucional y comercial, con respecto a la competencia:

En el análisis de los precios de los productos propios de Ascend Laboratories en Colombia es esencial para entender la posición competitiva de la empresa, en los casos en los que los precios de los productos de Ascend Laboratories están significativamente por encima de los valores promedio del mercado, podría enfrentar desafíos en la atracción de clientes, especialmente en el canal comercial donde los consumidores tienden a buscar opciones más asequibles. Por otro lado, en los productos que se ofrecen a precios más bajos que el promedio del mercado, la empresa podría ganar una ventaja competitiva al atraer a consumidores que buscan opciones de menor costo.

Por lo anterior, es prevalente que Ascend Laboratories lleve a cabo un análisis exhaustivo de precios para equilibrar la competitividad y la rentabilidad en el mercado farmacéutico colombiano, esto puede implicar ajustar estratégicamente los precios de sus productos para mantenerse en línea con las expectativas del mercado y la calidad de sus productos, al mismo tiempo que buscar oportunidades para mejorar su participación en el mercado.


Tabla 2. Comparativo precios productos propios y precios promedio competencia.

descripcion atc	Competencia	Propio
AMOXICILINA Y BETA-LACTAMASA INHIBIDOR	\$2.561,41	\$2.860,00
AZATIOPRINA	\$532,33	\$1.467,00
CEFUROXIMA	\$2.406,13	\$2.178,50
CINACALCET	\$8.941,40	\$9.165,00
DABIGATRAN ETEXILATO	\$3.356,00	\$4.894,00
DULOXETINA	\$956,77	\$925,00
FEXOFENADINA	\$3.381,98	\$2.175,00
LOSARTAN	\$1.229,27	\$375,75
MICOFENOLICO ACIDO		\$1.000.000,00
MICOFENOLICO ACIDO	\$2.877,25	\$1.217,00
OLMERSARTAN MEDOXOMIL Y DIURETICOS	\$1.431,80	\$1.530,00
TACROLIMUS	\$9.811,75	\$2.000,00
TICAGRELOR	\$1.701,20	\$1.871,00

descripcion atc	Comercial	Institucional
AMOXICILINA Y BETA-LACTAMASA INHIBIDOR	\$2.951,23	\$1.816,33
AZATIOPRINA		\$766,00
CEFUROXIMA	\$2.413,50	\$2.281,25
CINACALCET		\$9.005,29
DABIGATRAN ETEXILATO		\$4.125,00
DULOXETINA	\$975,13	\$926,71
FEXOFENADINA	\$4.846,91	\$1.697,59
LOSARTAN	\$1.737,24	\$643,94
MICOFENOLICO ACIDO		\$1.000.000,00
MICOFENOLICO ACIDO		\$2.545,20
OLMERSARTAN MEDOXOMIL Y DIURETICOS	\$2.233,33	\$879,75
TACROLIMUS		\$7.207,83
TICAGRELOR		\$1.749,71

2. Se analizan los criterios de precio y competencia en el portafolio ofertado por Ascend

Laboratories en las diferentes líneas de grupos farmacológicos:

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 34 de 78

Portafolio Inmunosupresores

1. Inmukem 200 mg / ml Suspensión frasco x 175 ml

Único en Colombia 



Figura 8. Competencia producto Inmukem Suspensión

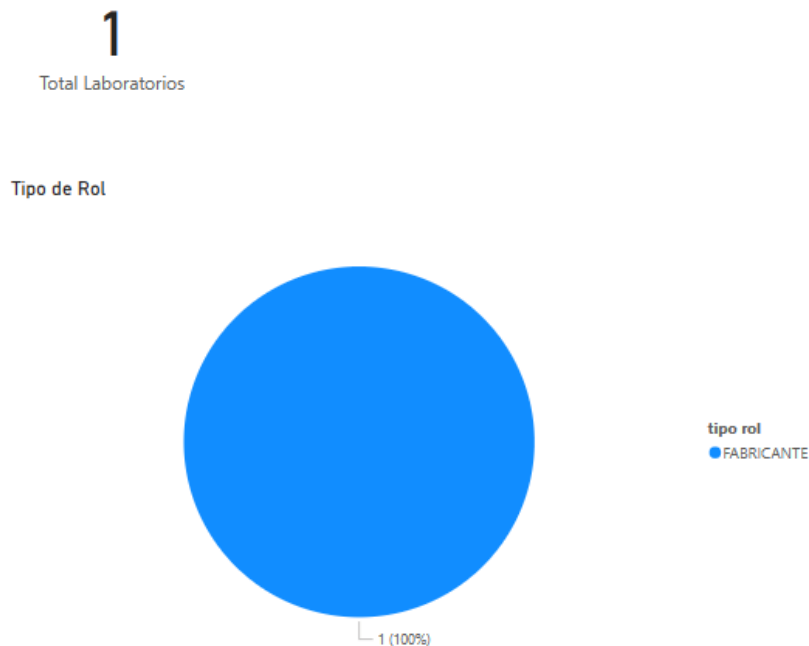
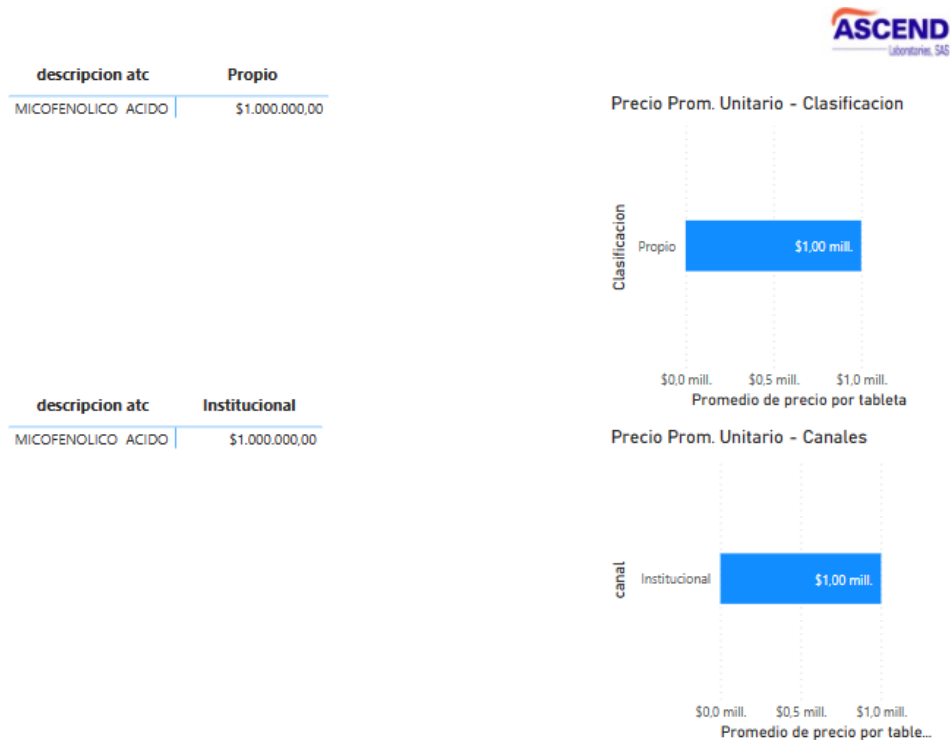


Figura 9. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución.



Análisis

El producto en el mercado cuenta con ventajas únicas, debido a su posición sin competidores en el canal institucional y no tener productos comparables en el mercado, Ascend Laboratories tiene la ventaja de establecer un precio que refleje el valor y la calidad de su producto sin la presión de la competencia directa. Sin embargo, es esencial que la empresa sea cuidadosa al fijar el precio para garantizar que sea percibido como justo y competitivo para las instituciones de salud y otras entidades que podrían adquirirlo, un precio demasiado alto podría disuadir a los posibles compradores. Ascend Laboratories debe considerar cuidadosamente su estrategia de precios, teniendo en cuenta


factores como los costos de producción, la demanda del mercado y la percepción de valor del producto, desde un enfoque equilibrado que refleje la calidad y la eficacia del producto podría ayudar a la empresa a establecerse como líder en su categoría y maximizar su rentabilidad.

2. Azatioprina 50 mg (AZAKEM)



Figura 10. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución.



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 37 de 78

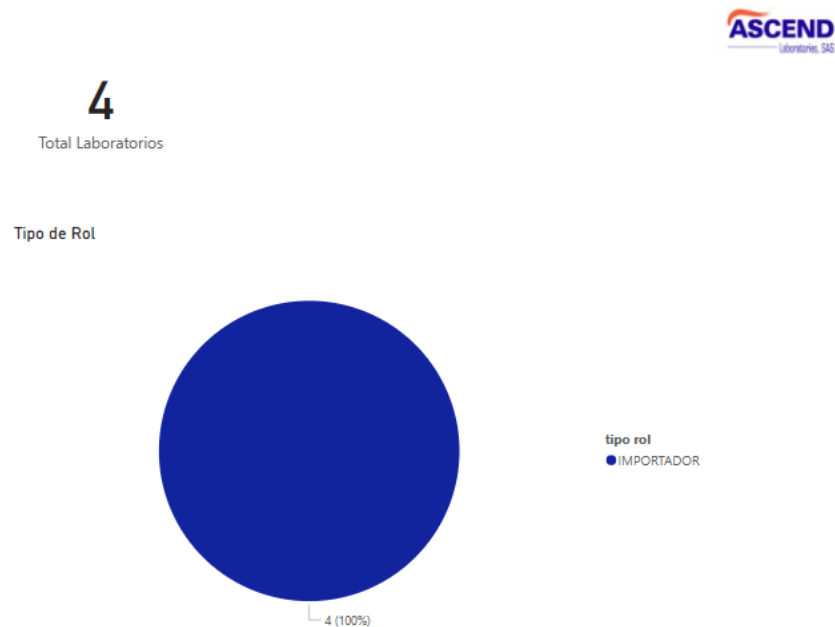
Competidores

Figura 11. Análisis Competidores

titular


ALKEM LABORATORIES LTD
ASPEN LABS S.A. DEC.V. MEXICO
CLINICOS Y HOSPITALARIOS DE COLOMBIA S.A
RPG LIFE SCIENCES LIMITED

Figura 12. Competencia producto.



Análisis

En mercado farmacéutico colombiano, la azatioprina 50 mg se encuentra en una reñida competencia con sus rivales, entre los que se destacan RTG, Clínicos y Hospitalarios. No obstante, es Aspen quien ostenta la ventaja en el segmento de productos farmacéuticos y para competir de manera efectiva en este escenario, Ascend Laboratories debe diseñar estrategias de comercialización que le permitan ganar cuota de mercado y

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 38 de 78</p>

mejorar su posición en la mente de los consumidores. Una posible estrategia podría consistir en destacar los aspectos diferenciales del producto en comparación con el de Aspen, como la bioequivalencia en términos de eficacia o la biodisponibilidad del medicamento, así como precios competitivos que pueden ser atractivos para las eps y operadores logísticos.

Es importante invertir en actividades de marketing y promoción para aumentar la visibilidad de la marca Azakem, esencial para ganar la confianza de los profesionales de la salud y los consumidores. En última instancia, la clave para competir de manera efectiva con Aspen y otros competidores es ofrecer un producto de alta calidad respaldado por una estrategia de comercialización sólida que resalte sus ventajas y mejore su percepción en el mercado farmacéutico colombiano.

3. Micofenolato 500 mg (MYCOKEM)



Figura 13. Análisis competencia.

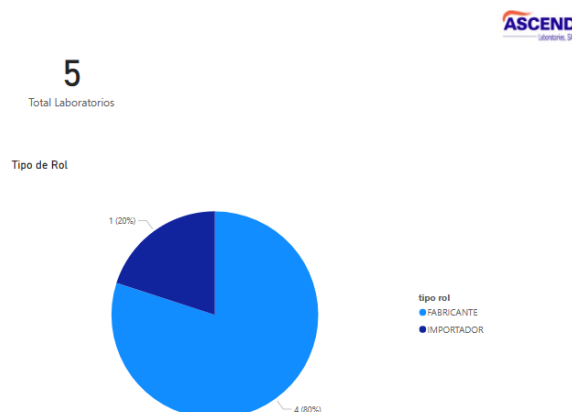


Figura 14. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución.



Competidores


Figura 15. Análisis de competidores

titular

ALKEM LABORATORIES LTD
 F. HOFFMANN-LA ROCHE LTD. BASILEA - SUIZA
 HB HUMAN BIOSCIENCE S.A.S.
 MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
 SANDOZ GMBH

Análisis

En el mercado farmacéutico colombiano, el micofenolato 500mg se encuentra ante un desafiante escenario de competencia con rivales destacados, entre los que sobresale Roche en el segmento de productos farmacéuticos, especialmente en la categoría del producto, incluso en diferentes concentraciones. Para competir de manera efectiva con

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 40 de 78</p>

Roche, se pueden implementar estrategias de comercialización que permitan ganar terreno y diferenciarse en el mercado. Una estrategia clave puede centrarse en destacar las ventajas del producto en términos de seguridad y eficacia, continuar ofreciendo precios competitivos y educación de los médicos sobre los beneficios del producto, organizando seminarios o proporcionando información técnica detallada. Por otro lado, para competir efectivamente con Roche y otros competidores, se debe desarrollar una estrategia de comercialización sólida que genere mayor reconocimiento a través del aumento de las prescripciones y los aspectos de calidad con respecto a los demás productos ofertados en el mercado farmacéutico.

4. Tacrolimus 1 mg y 5 mg (PREJOTAC)



Figura 16. Análisis competencia.

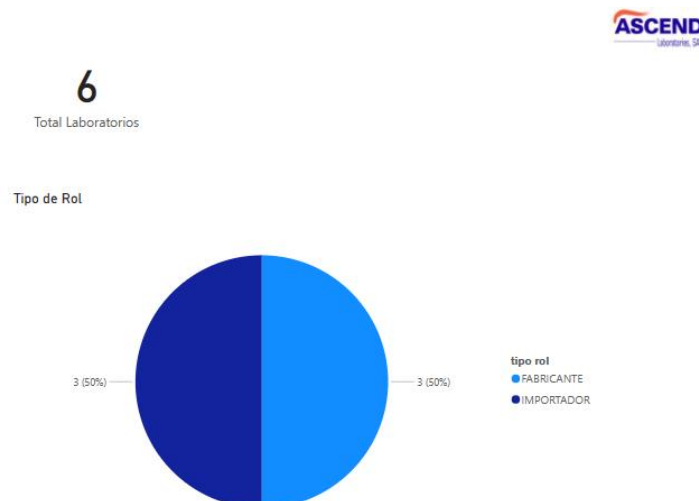
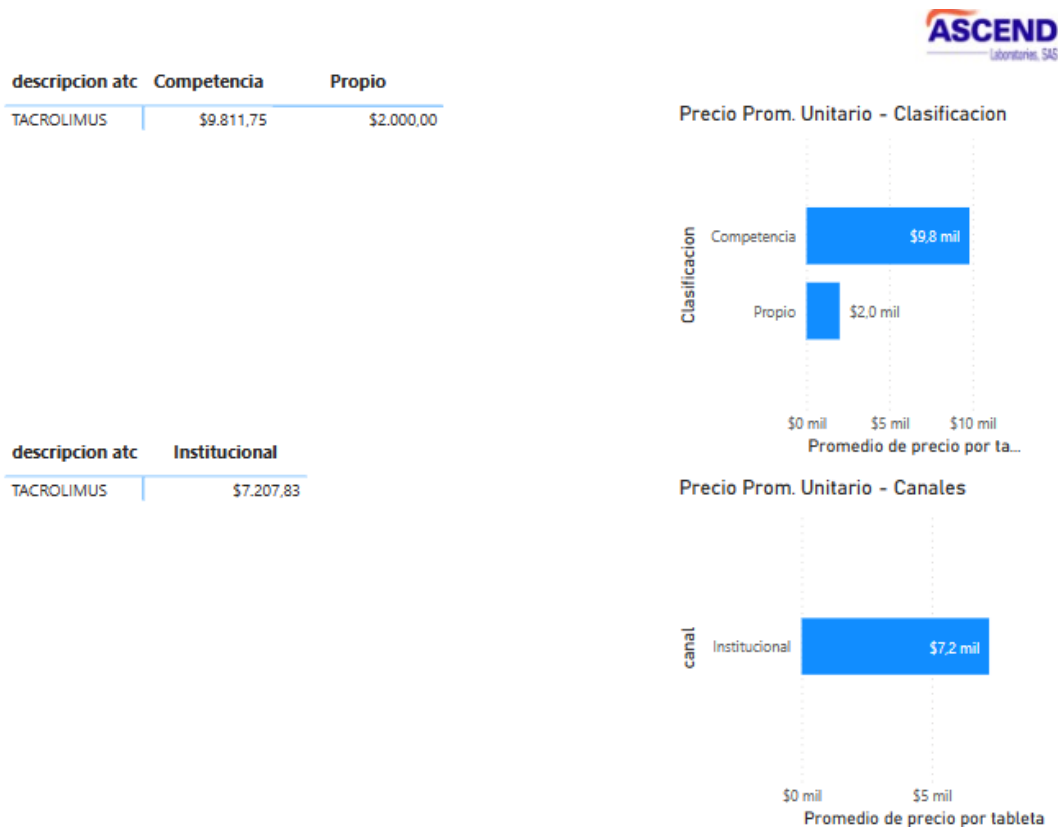


Figura 17. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución.



Competidores


Figura 18. Análisis de competidores

titular

ALKEM LABORATORIES LTD
 ASTELLAS PHARMA US. INC
 SANDOZ GMBH

Análisis

El producto Tacrolimus 1 mg, presenta actualmente 2 competidores en el cual Astellas lidera gracias a su ventaja en términos de precios competitivos. Los laboratorios Sandoz y Ascend Laboratories, aunque son actores conocidos en el mercado, enfrentan el

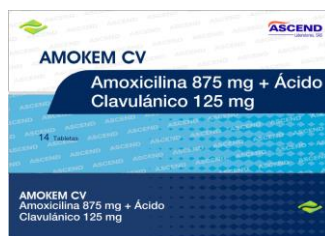
 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 42 de 78</p>

desafío de competir con Astellas, el cual cuenta con un alto reconocimiento en el mercado, unas estrategias enfocadas en rebates y descuentos por alta demanda de productos. Para ganar una posición sólida en este mercado, se deben desarrollar estrategias de comercialización efectivas que permitan competir en un entorno donde el precio es un factor determinante. Una estrategia posible puede centrarse en la diferenciar el producto y la calidad, las moléculas se encuentran incluidas en el Orange book de la FDA, lo que brinda un respaldo en términos de eficacia, seguridad y administración del medicamento. También, es pertinente considerar ofertas especiales, descuentos o programas de fidelización para atraer a operadores farmacéuticos importantes y clientes del sistema como las eps, a su vez, manteniendo precios competitivos en la medida de lo posible.

La inversión en actividades de promoción y educación dirigidas a profesionales de la salud y pacientes podría ser clave para mejorar la percepción de sus productos en el mercado, por lo que la evaluación de alianzas estratégicas con hospitales, clínicas y médicos a través de fuerza de visita médica, puede ser una vía efectiva para expandir su presencia.

Portafolio Antibióticos

1. Amoxicilina 875 mg + Clavulanato de Potasio 125 mg (AMOKEM CV)



Competidores

Figura 19. Análisis de competidores

titular

ASCEND LABORATORIES SAS
AUROBINDO PHARMA LIMITED
BIOQUIFAR PHARMACEUTICA S.A.
EUROFARMA COLOMBIA S.A.S
FAES FARMA COLOMBIA S.A.S.
IPCA LABORATORIES LIMITED SUCURSAL COLOMBIA
LABORATORIOS BAGO DE COLOMBIA S.A.S.
LABORATORIOS LA SANTE S.A.
LABORATORIOS SIEGFRIED S.A.S.
MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
SANDOZ GMBH
SMITHKLINE BEECHAM CORPORATION
VEROS HEALTH S.A.S.

Canal Comercial

Figura 20. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución.



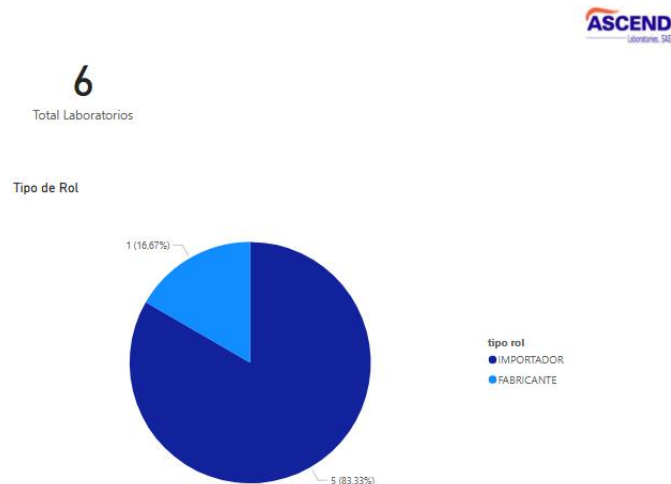
Canal institucional


Figura 21. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competencia Canal comercial

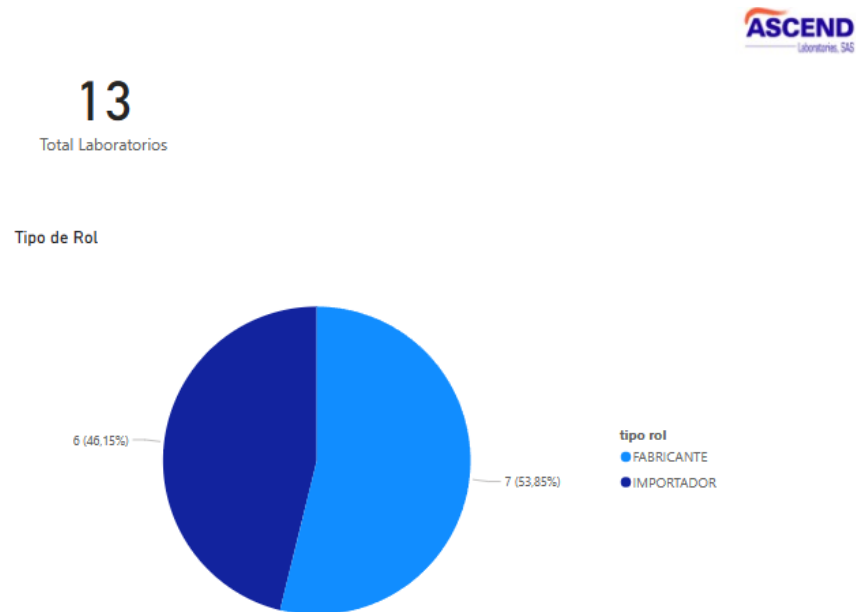
Figura 22. Análisis competencia.



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 45 de 78

Competencia Canal institucional

Figura 23. Análisis competencia.



Análisis

El medicamento Amoken producido por el laboratorio Ascend, se enfrenta a una competencia significativa en el mercado farmacéutico colombiano, tanto en el canal institucional como en el comercial. Entre los competidores clave se encuentran Glaxo Smith Kline, Sandoz, La Sante y Siegfried, siendo Glaxo Smith Kline el líder destacado en términos de participación de mercado y reconocimiento de marca, la presencia de este en Colombia le otorga una ventaja competitiva importante, respaldada por una amplia cartera de productos farmacéuticos y una sólida reputación en la industria.

Para competir con éxito en este entorno, Ascend debe centrarse en estrategias que resalten las características diferenciales de Amoken, como la promoción de la eficacia y


seguridad del medicamento, la oferta de precios competitivos o acuerdos personalizados para clientes institucionales. Además, debe invertir en actividades de marketing y promoción para aumentar la visibilidad de Amoken en el mercado comercial (Trade) y construir una sólida reputación a lo largo del tiempo, al aprovechar su conocimiento del mercado local y adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes, criterios como el desabastecimiento y agotamiento de moléculas en la región, puede competir de manera efectiva en un entorno altamente competitivo y desafiante en Colombia.

2. Cefuroxima Axetil 500 mg (CEFUROXIMA)



Figura 24. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 47 de 78

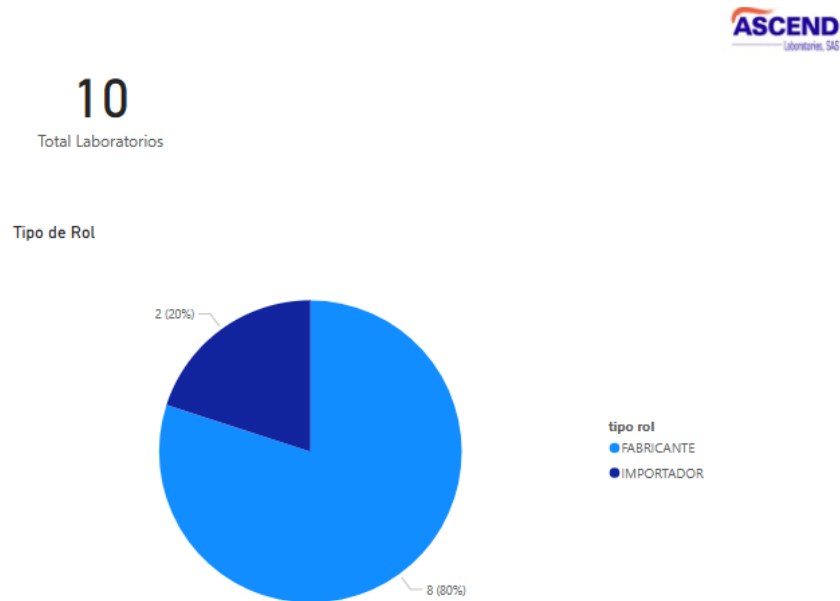
Competidores

Figura 25. Análisis de competidores

titular


ALKEM LABORATORIES LTD
GENFAR S.A.
LABORATORIOS LA SANTE S.A.
LABORATORIOS MK S.A.S.
SANDOZ GMBH

Figura 26. Análisis competencia.



Análisis


En el contexto de la comercialización del medicamento Cefuroxima Axetil 500 mg, las empresas Ascend Laboratories, Genfar y Sandoz compiten en el mercado farmacéutico colombiano, en el cual se destaca que Sandoz ostenta una ventaja competitiva en términos de precios más asequibles en comparación con sus competidores, Ascend y Genfar. Esta

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 48 de 78</p>

ventaja de precios puede ser un factor determinante para los prestadores de la salud y centros logísticos de distribución a la hora de elegir un producto.

La empresa Sandoz, al ofrecer una opción más económica sin comprometer la calidad y eficacia del medicamento, tiene la oportunidad de atraer a un segmento significativo del mercado y ganar cuota de mercado en esta categoría. Las estrategias de comercialización deben centrarse en resaltar las cualidades diferenciales de las moléculas de Ascend Laboratories, como la calidad, la eficacia o el servicio al cliente, para competir efectivamente en un mercado donde el precio es el factor competitivo importante.

Portafolio Antiparatiroides

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 49 de 78

1. Cinacalcet 30 mg (CETCAL 30) y Cinacalcet 60 mg (CETCAL 60)



Competidores

Figura 27. Análisis de competidores

titular

ALKEM LABORATORIES LTD
 AMGEN EUROPE B.V.
 LABORATORIOS LEGRAND S.A.
 VESALIUS PHARMA S.A.S.

Figura 28. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución

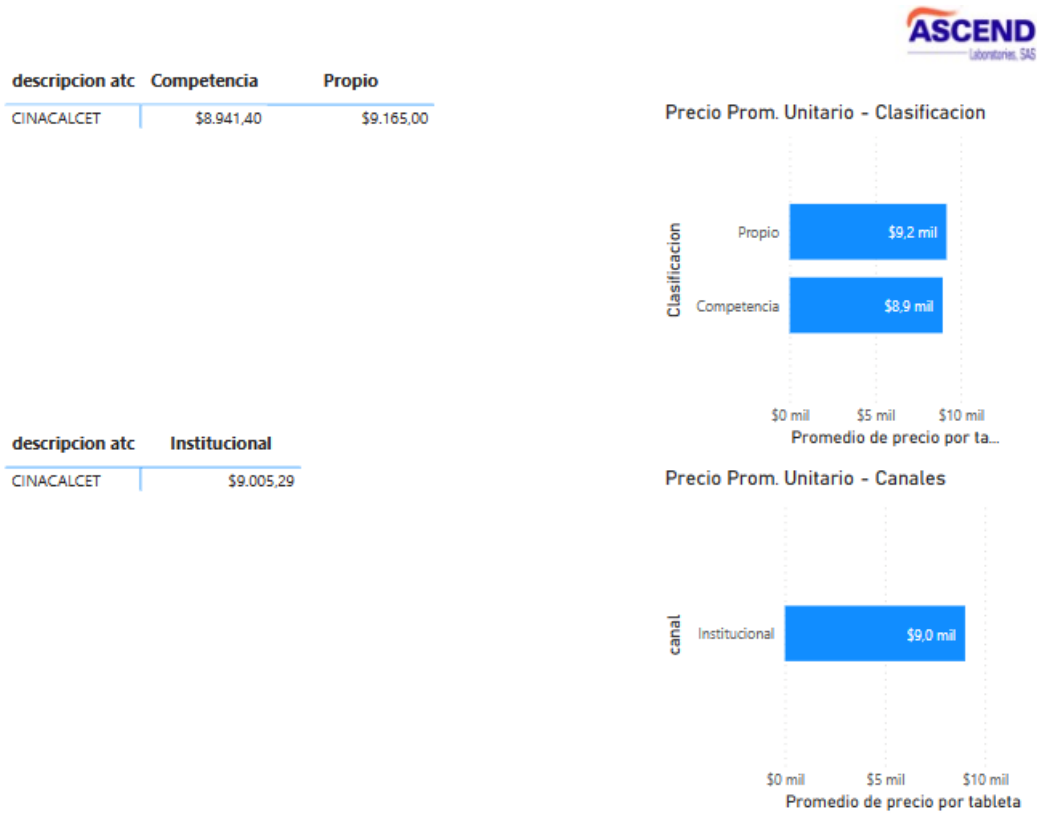
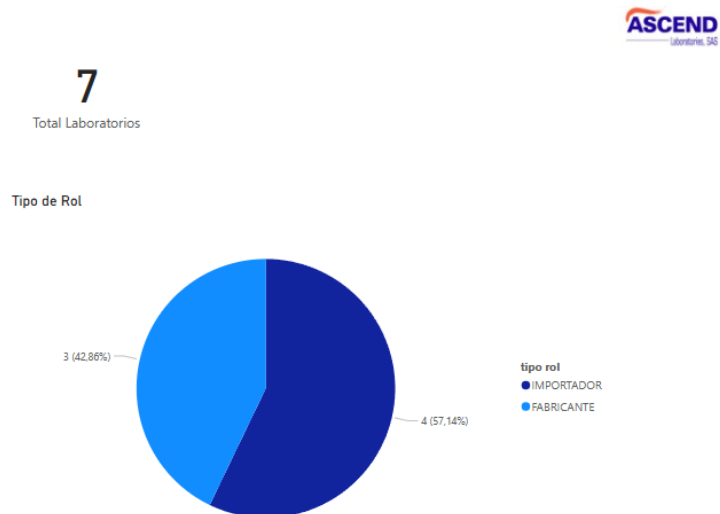



Figura 29. Análisis competencia.



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 51 de 78</p>

Análisis

Dentro del mercado farmacéutico colombiano, la competencia en torno al medicamento Cinacalcet 30 mg se intensifica con la presencia de empresas como Ascend Laboratories, Vesalius, y Legrand. No obstante, es la empresa Amgen la que se destaca por ofrecer el precio más atractivo en este segmento y esta ventaja en términos de costos puede ser un factor decisivo para ganar la preferencia tanto de profesionales de la salud como de los pacientes. Amgen al proporcionar una opción más asequible sin comprometer la calidad y la eficacia del medicamento, está bien posicionada para captar una parte sustancial del mercado en esta categoría, por lo tanto, las estrategias de comercialización de Ascend Laboratories deben enfocarse en resaltar las características únicas de sus productos como los respaldos internacionales de calidad, seguridad y la eficacia en términos de bioequivalencia, con el fin de competir en un mercado en el que la trayectoria, reconocimiento y precio juega un papel fundamental en la demanda del producto o su elección.

Portafolio Antitrombóticos

1. Dabigatran 150 mg (DABITROM 150)



Figura 30. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competidores

Figura 31. Análisis de competidores

titular
ALKEM LABORATORIES LTD
BOEHRINGER INGELHEIM INTERNATIONAL GMBH


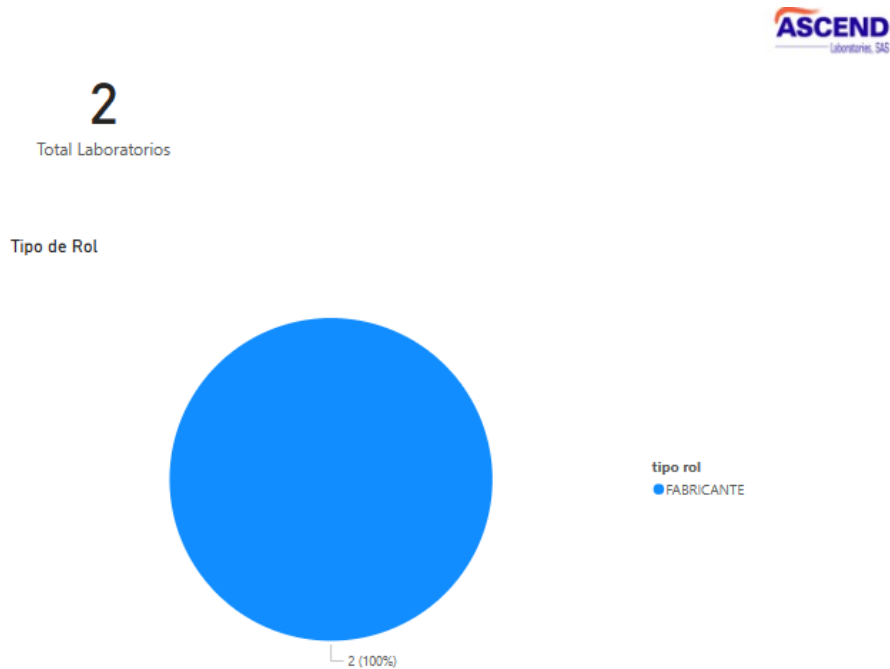
 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 53 de 78

Figura 32. Análisis competencia.



Análisis

El Dabigatran 150 mg comercializado como DABITROM 150 por Ascend Laboratories, es objeto de una intensa competencia entre empresas como Boehringer Ingelheim, por lo que se destaca la ventaja competitiva de este en cuanto a la oferta de precio más competitivo en este segmento. Esta ventaja en términos de costos puede resultar decisiva para atraer a profesionales de la salud y pacientes, al proporcionar una opción más económica sin comprometer la calidad ni la eficacia del medicamento, adicional a que se encuentra en una posición sólida para ganar una cuota de mercado significativa en esta categoría.


Las estrategias de comercialización de Ascend Laboratories deben centrarse en destacar las características únicas de su producto, como la calidad y la versatilidad de la presentación, la seguridad y la eficacia.

2. Ticagrelor 60 mg (TICAGREL 60) y Ticagrelor 90 mg (TICAGREL 90)



Figura 33. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 55 de 78

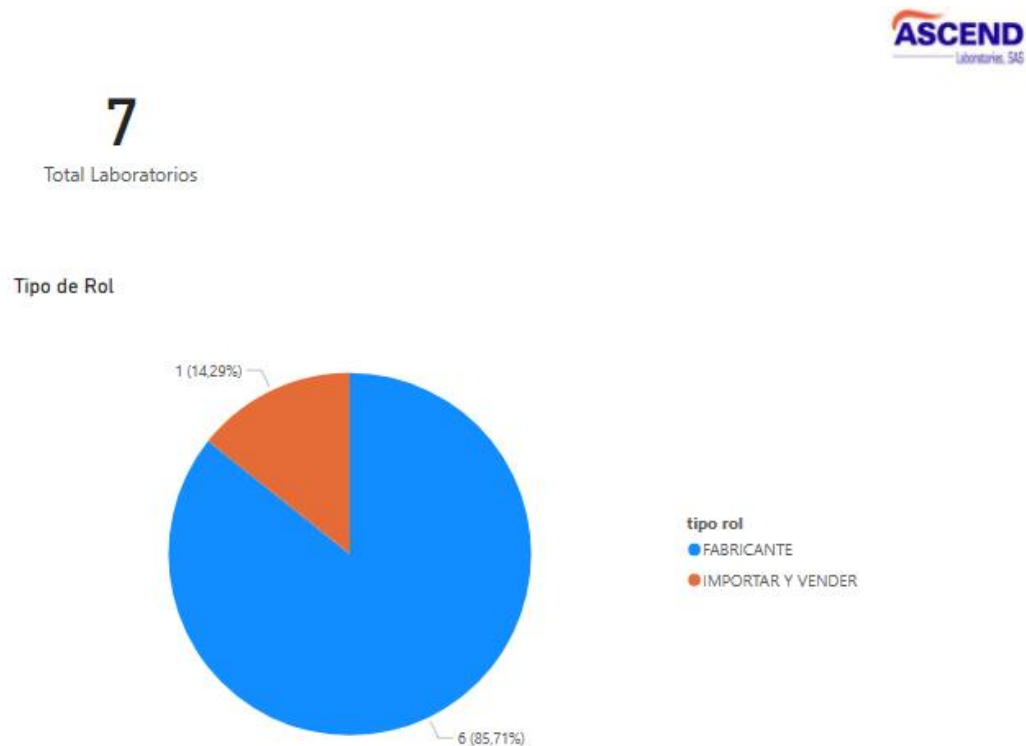
Competidores

Figura 34. Análisis de competidores

titular


ALKEM LABORATORIES LTD
ASTRAZENECA COLOMBIA S.A.S
MSN LABORATORIES PRIVATE LIMITED
THE LABS S.A.S.

Figura 35. Análisis competencia



Análisis

Dentro del mercado farmacéutico colombiano, los medicamentos Ticagrelor 60 mg (TICAGREL 60) y Ticagrelor 90 mg (TICAGREL 90) son objeto de una competencia intensa entre empresas como Ascend Laboratories, AstraZeneca, MSN Labs y The Labs.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 56 de 78</p>

En esta disputa, es notable que AstraZeneca destaque por ofrecer precios más competitivos en ambas variantes de dosis y esto en términos de costos puede ser un factor determinante a la hora de atraer a prestadores, profesionales de la salud y pacientes que buscan opciones asequibles y eficaces. Las estrategias de comercialización de Ascend Laboratories deben centrarse en las características únicas de los productos, en términos de seguridad y competitividad en la seguridad y eficacia, que permita al mercado obtener un producto diferencial.

Portafolio Cardiovascular

1. Hidroclorotiazida 12.5 mg+ Olmesartan 40 mg (OLTAZ 40)



Competidores

Figura 36. Análisis de competidores

titular

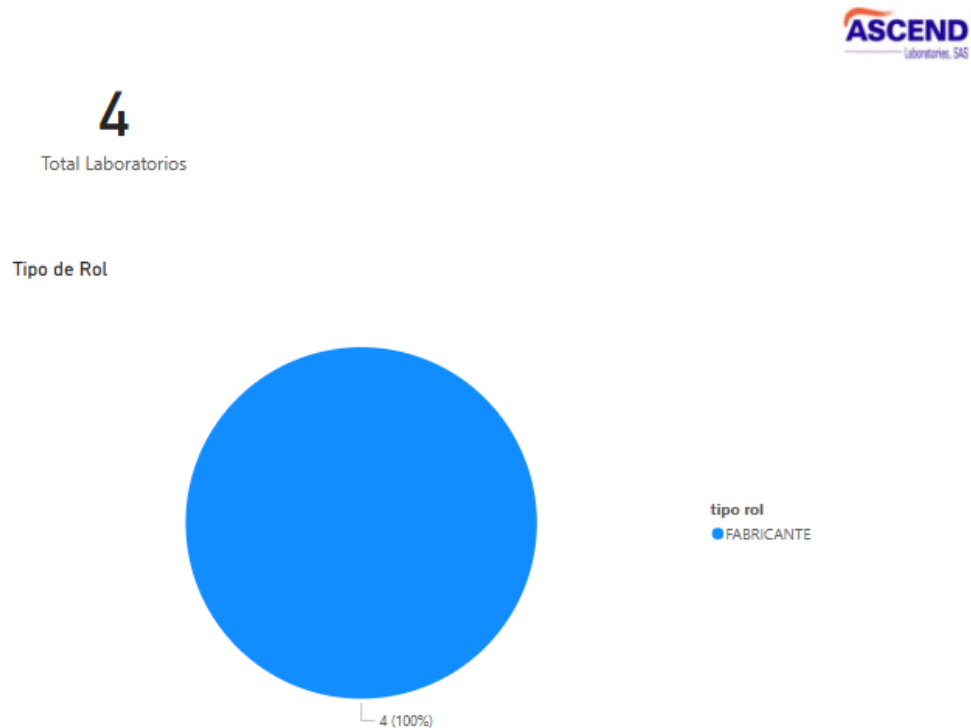
ALKEM LABORATORIES LTD
BIOQUIFAR PHARMACEUTICA S.A.
HETERO LABS LIMITED
PFIZER S.A.S.


Figura 37. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competencia canal institucional

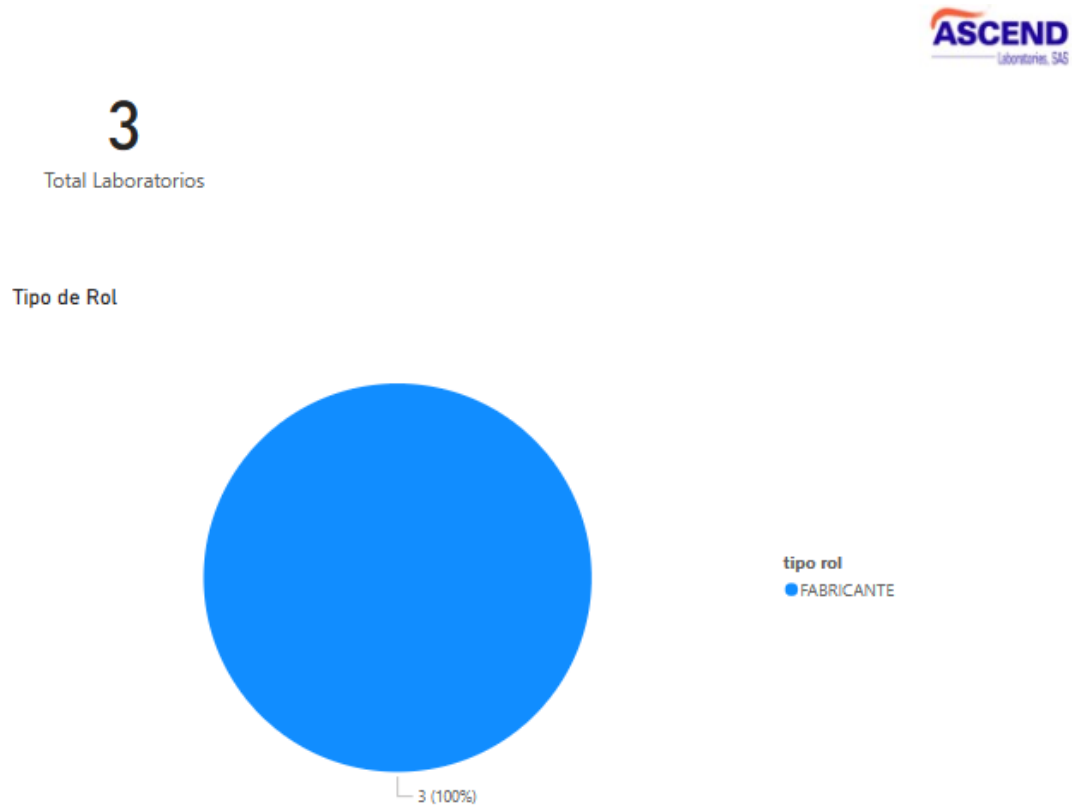
Figura 38. Análisis competencia



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 58 de 78


Competencia Canal Comercial

Figura 39. Análisis competencia



Análisis

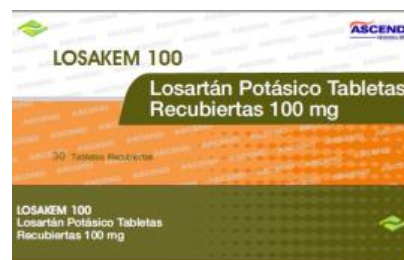
En el mercado farmacéutico en Colombia, el medicamento Hidroclorotiazida 12.5 mg + Olmesartan 40 mg bajo la marca OLTAZ 40, se encuentra reñida entre Ascend Laboratories, Hetero Labs, Pfizer y Bioquifar. Entre estos, Bioquifar sobresale al ofrecer el precio más atractivo entre los competidores, se encuentra en una posición sólida para capturar una porción significativa del mercado en esta categoría y destaca su compromiso con la accesibilidad en el costo que impacta la atención médica. Esta ventaja en términos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 59 de 78</p>

de costos puede ser un factor definitivo en la preferencia en el mercado institucional y comercial, donde se buscan soluciones efectivas y económica para el tratamiento de la hipertensión.

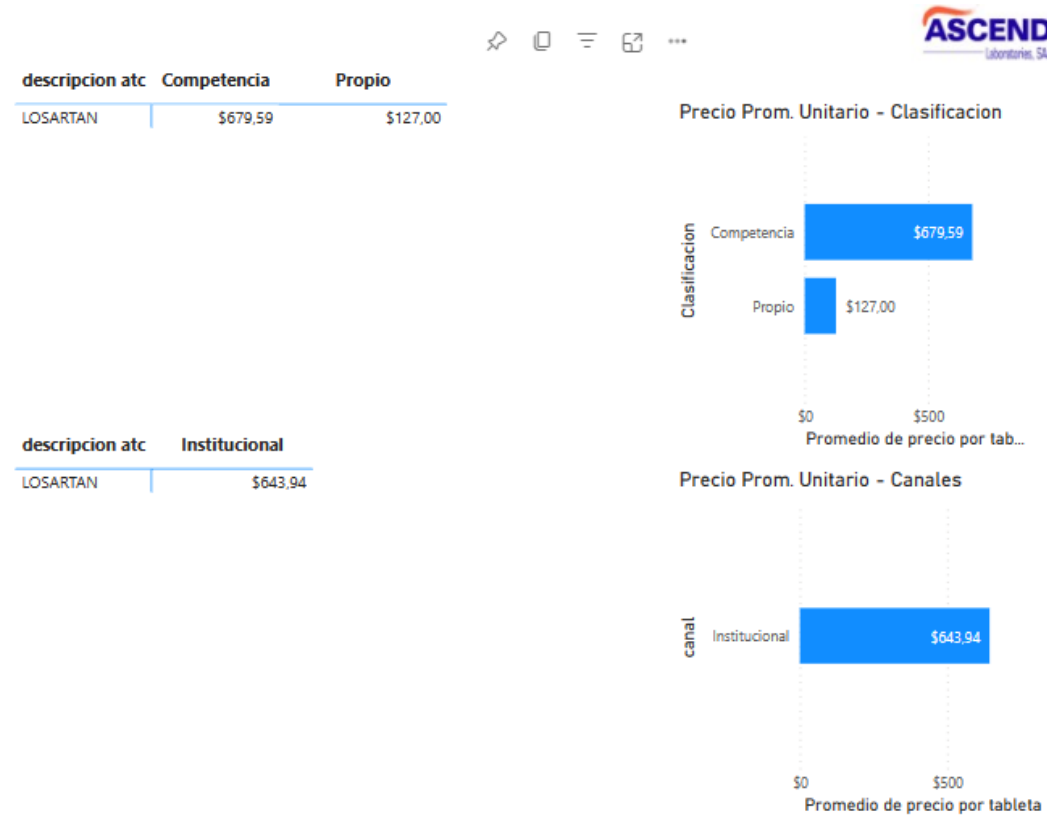
Las estrategias de comercialización de Ascend Laboratories pueden centrarse en resaltar la trayectoria del producto en el mercado mundial y el impacto en los mercados donde Alkem Laboratories tiene presencia. Adicionalmente, es importante destacar las ventajas en términos de bioequivalencia, la calidad referenciada con certificaciones sanitarias internacionales, estudios de eficacia y seguridad, brinda la confiabilidad de la marca, lo que permite manejar barreras de competencia con la marcar de manera efectiva. La competencia en este segmento farmacéutico puede continuar presentándose intensa, pues la accesibilidad es un factor clave en ambos canales de comercialización que influirán en la elección de los actores del sistema que buscan de tratamientos eficaces y asequibles para la hipertensión.

2. Losartan 50 mg y 100 mg (LOSAKEM 50 y LOSAKEM 100)



Canal institucional

Figura 40. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competidores Canal institucional

Figura 41. Análisis de competidores

titular

ALKEM LABORATORIES LTD	LABORATORIOS LA SANTE S.A.
AMERICAN GENERICS S.A.S.	LABORATORIOS MINTLAB S.A.S.
ANGLOPHARMA S.A.	LABORATORIOS MK S.A.S.
BIOQUIFAR PHARMACEUTICA S.A.	LABORATORIOS RICHMOND COLOMBIA S.A.S.
C.I. FARMACAPSULAS S.A.S. - PLANTA NO. 2	MEDISEG LABORATORIOS S.A.S.
CLARIPACK S.A.	MEMPHIS PRODUCTS S.A.
GENFAR S.A.	NOVAMED S.A.S.
GRIMANN S.A. DE C.V.	ORGANON LLC
HETERO LABS LIMITED	PROCAPS S.A.
LABORATORIO PROFESIONAL FARMACEUTICO S.A.S. -	TECNOQUIMICAS S.A.
LABORATORIOS LAPROFF S.A.S.	
LABORATORIOS BEST S.A.	
LABORATORIOS BUSSIÉ S.A.	
LABORATORIOS ECAR S.A.	

Canal Comercial

Figura 42. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competidores Canal Comercial

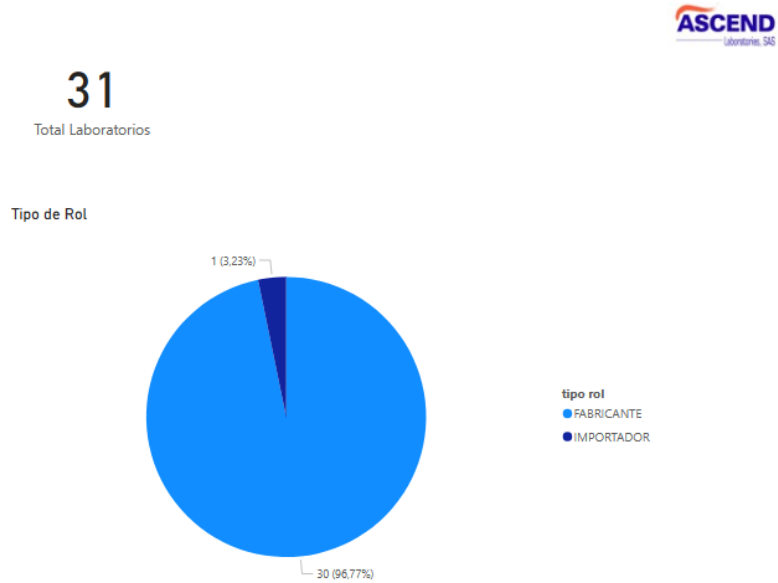
Figura 43. Análisis de competidores

titular
ALKEM LABORATORIES LTD
AMERICAN GENERICS S.A.S.
ANZG LTDA
BIOQUIFAR PHARMACEUTICA S.A.
COOPERATIVA NACIONAL DE DROGUISTAS DETALLISTAS - COOPIDROGAS
EUROFARMA COLOMBIA S.A.S
GENFAR S.A.
GRIMANN S.A. DE C.V.
LABORATORIO PROFESIONAL FARMACEUTICO S.A.S. - LABORATORIOS LAPROFF S.A.S.
LABORATORIOS BEST S.A.
LABORATORIOS BUSSIÉ S.A.
LABORATORIOS ECAR S.A.
LABORATORIOS LA SANTE S.A.
LABORATORIOS MK S.A.S.
LABORATORIOS RICHMOND COLOMBIA S.A.S.
MEMPHIS PRODUCTS S.A.
NOVAMED S.A.S.
ORGANON LLC
SANDOZ GMBH
TECNOQUIMICAS S.A.



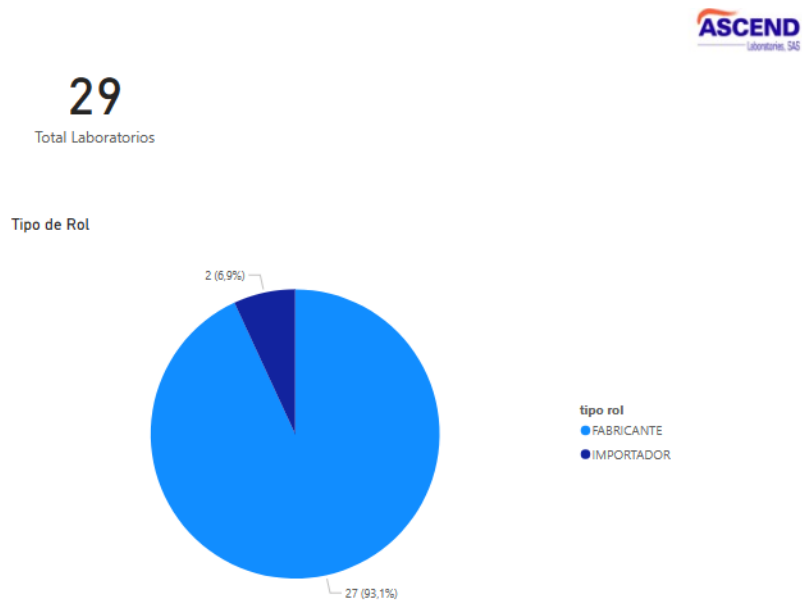
Competencia canal Institucional


Figura 44. Análisis competencia



Competencia Canal Comercial

Figura 45. Análisis competencia



	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 63 de 78

Análisis

El medicamento Losartan (Losakem) se encuentra en un mercado farmacéutico altamente competitivo, con numerosas empresas compitiendo por su comercialización, sin embargo, en él se ha determinado que no es posible establecer con certeza cuál de estas empresas ofrece el mejor precio en el mercado y esto se debe a la dinámica cambiante de los precios en la industria farmacéutica que puede variar en función de diversos factores, como acuerdos comerciales, volumen de compra, regulaciones gubernamentales y otros elementos del mercado. En este contexto, los pacientes y empresas prestadoras de servicios de salud que buscan adquirir Losakem, en los canales de comercialización respectivos, deben ser conscientes de que la elección de la empresa proveedora no solo debe basarse en el precio, sino también en la calidad, la seguridad y la reputación de la marca.

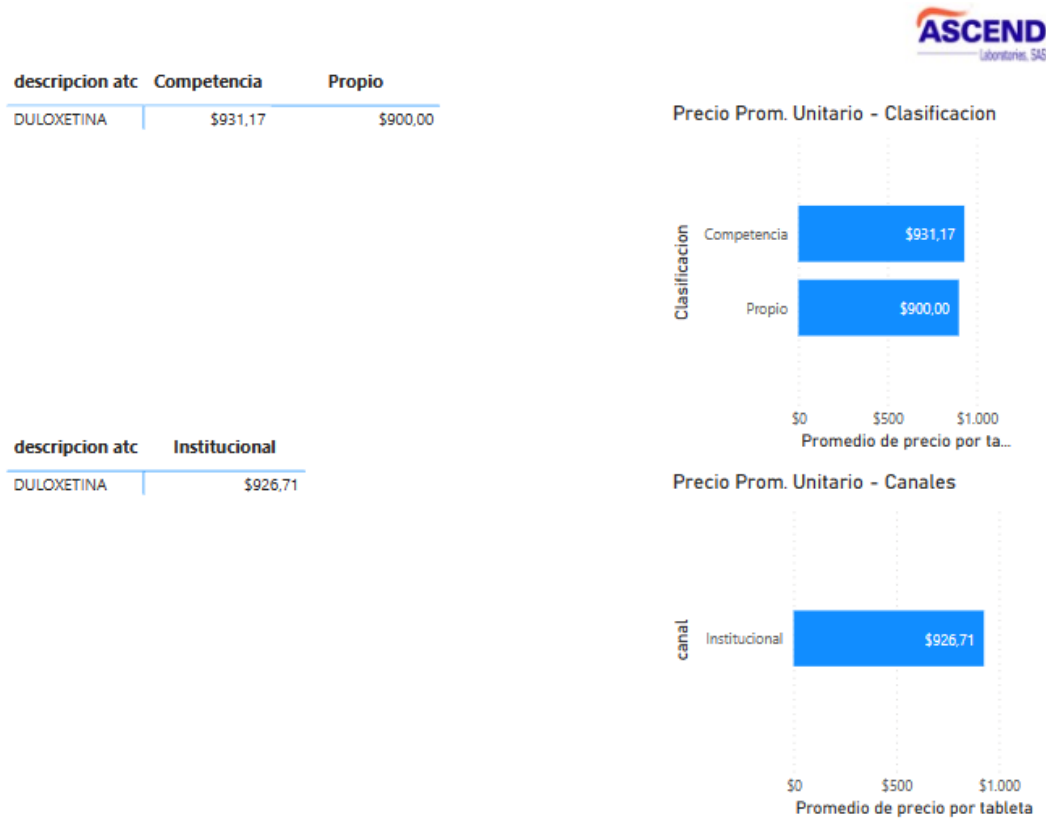
Portafolio Antidepresivos

1. Duloxetina 30 mg (DULOKEM 30)



Canal Institucional

Figura 46. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competidores Canal Institucional

Figura 47. Análisis de competidores

titular

- ALKEM LABORATORIES LTD
- AUROBINDO PHARMA LIMITED
- ELI LILLY AND COMPANY
- HETERO LABS LIMITED
- LABORATORIOS BUSSIÉ S.A.
- MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
- TECNOQUIMICAS S.A.

Canal Comercial

Figura 48. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución




Competidores Canal Comercial

Figura 49. Análisis de competidores

titular

- ALKEM LABORATORIES LTD
- AUROBINDO PHARMA LIMITED
- ELI LILLY AND COMPANY
- HETERO LABS LIMITED
- LABORATORIOS BUSSIÉ S.A.
- LABORATORIOS MK S.A.S.
- MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
- TECNOQUIMICAS S.A.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 66 de 78</p>

Análisis

La Duloxetina 30 mg (DULOKEM 30) es ofrecido por varias empresas competidoras, entre las cuales Hetero Labs se destaca por ofrecer el precio más bajo. Esta ventaja en términos de costos puede ser un factor clave para atraer mercado que busca una opción asequible y efectiva para el tratamiento de trastornos como la depresión y la ansiedad. La empresa Hetero Labs se encuentra en una posición sólida para ganar una porción significativa del mercado en esta categoría donde se evidencia una estrategia de accesibilidad en los tratamientos médicos.

No obstante, los pacientes y profesionales de la salud deben considerar no solo el precio, sino también la calidad y la seguridad del producto en aspectos diferenciales como la presentación del medicamento en dosis más personalidades. Las diferentes empresas que ofrecen Duloxetina pueden tener variaciones en términos de formulación, envase y otros aspectos que pueden influir en la elección de los consumidores.

Portafolio antihistamínico

1. Fexofenadina 120 mg y 180 mg FEXY 120 MG y FEXY 180 MG



Canal Institucional

Figura 50. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



Competidores canal Institucional

Figura 51. Análisis de competidores

titular
ALKEM LABORATORIES LTD
FARMA DE COLOMBIA S.A.S.
GLOBAL INTERNATIONAL MEDICINE S.A.S. GIMED S.A.S.
HETERO LABS LIMITED
LABORATORIO FRANCO COLOMBIANO - LAFRANCOL S.A.S.
LABORATORIOS ECAR S.A.
LABORATORIOS LA SANTE S.A.
LABORATORIOS MK S.A.S.
MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
NOVAMED S.A.S.
OPELLA HEALTHCARE COLOMBIA S.A.S.
PROCAPS S.A.
TECNOQUIMICAS S.A.

Canal Comercial

Figura 52. Análisis precio propio y competencia en canal de distribución



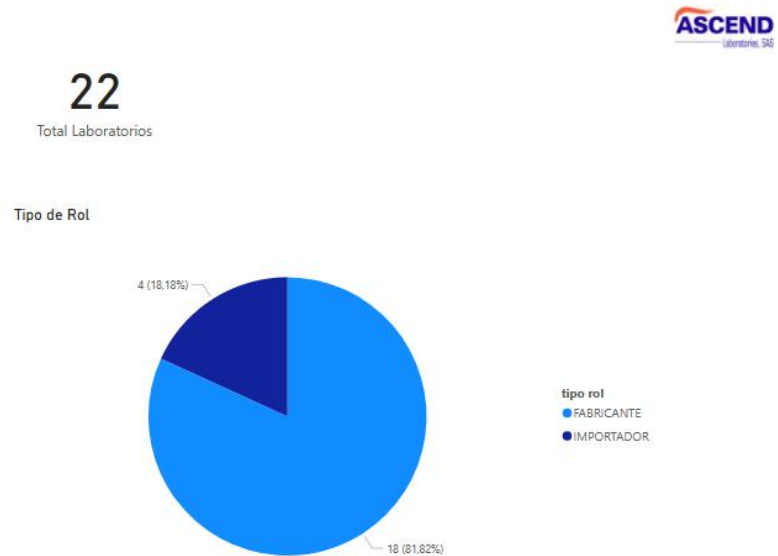
Competidores Canal Comercial

Figura 53. Análisis de competidores

titular
ALKEM LABORATORIES LTD
AMERICAN GENERICS S.A.S.
FARMA DE COLOMBIA S.A.S.
HETERO LABS LIMITED
LABORATORIO FRANCO COLOMBIANO - LAFRANCOL S.A.S.
LABORATORIOS ECAR S.A.
LABORATORIOS LA SANTE S.A.
LABORATORIOS MK S.A.S.
MEGALABS COLOMBIA S.A.S.
OPELLA HEALTHCARE COLOMBIA S.A.S.
PROCAPS S.A.
TECNOQUIMICAS S.A.

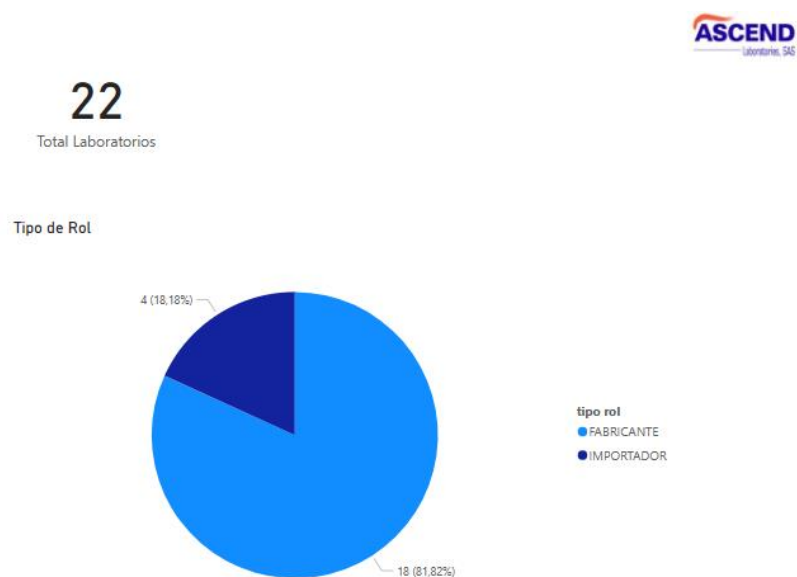
Competencia Canal Institucional


Figura 54. Análisis competencia



Competencia Canal Comercial

Figura 54. Análisis competencia



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 70 de 78


Análisis

El medicamento Fexy 120 y Fexy 180, producidos por el laboratorio Ascend, se encuentran en un mercado farmacéutico colombiano altamente competitivo, tanto en el canal institucional como en el comercial. La competencia es liderada por American Generics, que ostenta una posición dominante en el mercado, su cartera de productos y experiencia en el mercado, plantea un desafío significativo para Ascend en la lucha por ganar cuota de mercado. Además, otros competidores importantes incluyen Farma de Colombia, Heterolabs y Megalabs.

Para enfrentar esta competencia, Ascend deberá desarrollar estrategias sólidas que resalten las ventajas de Fexy 120 y Fexy 180 en términos competitivos de precios y acuerdos personalizados alcanzables que generen expectativas en los clientes institucionales y comerciales. Es pertinente evaluar la inversión en estrategias de marketing y promoción apoyada por visita médica, que incentive la demanda en el comercial y aumente la visibilidad de los productos, siendo un medio para construir una reputación sólida en el mercado.


Objetivo 3

- Proponer estrategias basadas en los resultados obtenidos en la implementación de la herramienta de estudio de mercado farmacéutico, con el fin identificar comercialización y toma decisiones informadas sobre cómo competir de manera efectiva.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 71 de 78

En la revisión realizada, se esbozan a continuación, una serie de estrategias basadas en datos consistentes del estudio de mercado farmacéutico en Colombia, estas pueden ser útiles en el momento de competir efectivamente en el canal institucional y comercial, tomando decisiones informadas y aprovechando las oportunidades identificadas en el análisis:


1. La implementación de estrategias de segmentación de mercado precisa, permite utilizar los datos públicos proporcionados por el ministerio de salud en el estudio de mercado farmacéutico para identificar segmentos específicos en Colombia que presenten oportunidades de crecimiento. La identificación de áreas geográficas, grupos demográficos, perfiles epidemiológicos del portafolio ofertado y el tipos de instituciones que manejan dichas patologías, pueden permitir establecer una demanda de medicamentos genéricos un reconocimiento en el país de los genéricos producidos en la India.
2. Basándose en la información recopilada en el estudio de mercado, adaptar y desarrollar las presentaciones de algunos productos genéricos que se ajusten a las necesidades de prescripción y demanda del mercado permite generar preferencias en el mercado colombiano, a su vez, el desarrollo de productos adaptados puede incluir formulaciones específicas en volúmenes acordes a la dispensación.
3. Utilizar los datos del estudio de mercado para establecer estrategias de precios que sean competitivas en comparación con otros actores del mercado, puede generar una estrategia de precios competitivos que incluya la identificación de oportunidades para generar ofertas o paquetes de valor que atraigan a compradores institucionales y comerciales.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 72 de 78

4. Basándose en las relaciones y asociaciones identificadas en el estudio de mercado, buscar oportunidades de colaboración con actores locales, como distribuidores, operadores logísticos, empresas prestadoras de servicios de salud u hospitales. Estas alianzas pueden ayudar a ganar acceso y confianza en el mercado colombiano.
5. Para el desarrollo de estrategias efectivas de marketing y promoción dirigidas a segmentos específicos del mercado, como el canal institucional y comercial, es prevalente incluir la promoción de la calidad, la eficacia y la asequibilidad de los medicamentos genéricos de la India a través de canales y mensajes adecuados que permitan brindar reconocimiento del portafolio en el mercado.

4. CONCLUSIONES.

1. Se evidenció que el cumplimiento legal en relación con los registros sanitarios, en comparación con los de la competencia, ha permitido identificar áreas de mejora y ventajas competitivas en las que Ascend Laboratories tiene una base sólida en términos de cumplimiento legal y registros sanitarios, lo que proporciona una ventaja competitiva en términos de calidad y seguridad de sus productos. Las recomendaciones basadas en datos se centran en la optimización de procesos internos y la agilización de trámites regulatorios para mantener y mejorar aún más su posición en el mercado.
2. El análisis de los competidores para el portafolio de Ascend Laboratories en el mercado farmacéutico en Colombia, incluyó la identificación de los principales actores, sus precios, productos y estrategias de comercialización, que ha permitido comprender que compañías


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 73 de 78

como American Generics lidera el mercado, pero existen oportunidades para competidores como Ascend Laboratories, Farma de Colombia, Heterolabs y Megalabs, entre otros. La competencia se caracteriza por una variedad de estrategias de precios y marketing, por lo que el enfoque debe estar direccionado en diferenciarse a través de la calidad de los productos con los respaldos de calidad, estrategias de marketing y alianzas estratégicas locales para competir efectivamente.

3. Las estrategias basadas en resultados permiten la implementación de alternativas para el estudio del mercado, puesto que, con el diseño de herramientas de estudio de mercado farmacéutico, se pueden obtener datos valiosos para la propuesta de estrategias de comercialización y toma de decisiones informadas. Estas estrategias se centran en la segmentación de mercado, desarrollo de productos adaptados, estrategias de precios competitivos, alianzas estratégicas locales, estrategias de marketing y promoción efectivas. Los resultados clave analizados indicaron que un laboratorio de medicamentos genéricos de la India debe aprovechar estas estrategias para competir de manera efectiva en el canal institucional y comercial en Colombia y capitalizar las oportunidades identificadas en el análisis.

5. RECOMENDACIONES.

El desarrollo de una herramienta de estudio de mercado basada en las bases de datos públicas del gobierno permite generar diversas ideas y propuestas que pueden implementarse para el desarrollo de estrategias que permiten mejorar la eficacia en la


 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 74 de 78</p>

generación de mercados. La integración de datos en tiempo real puede incorporar la capacidad de acceso a datos en tiempo real, lo que permitiría una toma de decisiones más dinámica y precisa, ya que los datos se actualizarían continuamente.

Por otro lado, el análisis de tendencias y pronósticos agrega capacidades de análisis predictivo que permite anticipar tendencias futuras y tomar medidas proactivas en lugar de reactivas. La visualización de datos avanzada mejora las capacidades de estudio de datos que faciliten la interpretación y comunicación de resultados a través de gráficos interactivos y herramientas de visualización. Como recomendación, se sugiere gestionar e integrar fuentes de datos adicionales, que permita considerar la posibilidad de integrar datos de fuentes comerciales o privadas para enriquecer aún más la información disponible.

En cuanto a la continuidad y el apoyo futuro para el trabajo desarrollado por un Key Account Manager (KAM) en Colombia para un laboratorio de la India, los resultados se ven reflejados de forma tangible, cuando se demuestran resultados positivos en términos de ventas, cuota de mercado o mejoras en la relación con clientes en Colombia, es fundamental continuar respaldando su trabajo para mantener y expandir estos logros.

El desarrollo de relaciones sólidas con clientes y socios comerciales en el mercado colombiano, pueden ser aprovechadas en el futuro para impulsar el crecimiento y la expansión del mercado. El entendimiento del mercado local permite que el KAM que desarrolla un profundo conocimiento del mercado farmacéutico, permite la toma de decisiones informadas y el diseño de estrategias efectivas, manteniendo las ventajas

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 75 de 78

competitivas y continuar apoyando al laboratorio de la India mantener y fortalecer un mercado competitivo como el colombiano.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acerca de ADRES. (s/f). Gov.co. Recuperado el 7 de noviembre de 2023, de <https://www.adres.gov.co/nuestra-entidad/acerca-de-adres/que-es-la-adres>.

(S/f). Linkedin.com. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://es.linkedin.com/pulse/herramientas-de-medici%C3%B3n-en-la-industria-medicamentos>. (s/f). la plataforma de datos abiertos del gobierno colombiano.


Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.datos.gov.co/Salud-y-Proteccion-Social/medicamentos/dnax-f5cb>

Perspectivas de la industria farmacéutica en Colombia. (2022, abril 11). Solunion Colombia. <https://www.solunion.co/blog/perspectivas-de-la-industria-farmacautica-en-colombia/>

ANDI - inicio. (s/f). Com.Co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.andi.com.co/>

(S/f). Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de https://consultaregistro.invima.gov.co/Consultas/consultas/consreg_encabcum.jsp

Supersalud. (s/f). Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.supersalud.gov.co/es-co/nuestra-entidad/cifras-y-estadisticas>

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 76 de 78

Sánchez, M. A. R. (2023, julio 17). Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Portaltributario.com. <https://portaltributario.co/glosario/dian-direccion-de-impuestos-y-aduanas-nacionales>

Entidades Promotoras de salud –EPS– conforme a la Ley 100 de 1993. (2016, octubre 10). Actualícese |; Actualícese. <https://actualicese.com/entidades-promotoras-de-salud-eps-conforme-a-la-ley-100-de-1993/>


¿Qué es el INVIMA y por qué es tan importante su labor en nuestro día a día? (2022, abril 11). Canal Institucional. <https://www.canalinstitucional.tv/invima-que-es-hace-para-que-sirve-funciones>

Westreicher, G. (2020, julio 22). Importador. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/importador.html>

Palermo, A. (2018, junio 18). Diferencia entre Medicamento Genérico y Comercial. Diferencias.info. <https://diferencias.info/diferencia-entre-medicamento-generico-y-comercial/>

de Colombia, M. de S. y. P. S. (s/f). *Páginas - Objetivos y funciones*. Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://minsalud.gov.co/Ministerio/Institucional/Paginas/institucional-objetivos-funciones.aspx>

Colombia, M. de S. y. P. S. (s/f-b). Plan de Beneficios en Salud. Gov.co. Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.minsalud.gov.co/salud/POS/paginas/plan-obligatorio-de-salud-pos.aspx>

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 77 de 78

INVIMA: ¿Qué es y cómo solicitar el registro sanitario? (2018, septiembre 8). Govco.

<https://govco.co/invima/>

Pages - SISMED - sistema de información de precios de medicamentos. (s/f). Gov.Co.

Recuperado el 8 de noviembre de 2023, de <https://www.sispro.gov.co/central-prestadores-de-servicios/Pages/SISMED-Sistema-de-Informacion-de-Precios-de-Medicamentos.aspx>

Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Acosta, S. (2010). Regulación en el mercado farmacéutico colombiano. *Revista de Ciencias sociales*, 16(2), 197–209.


Yepes, R. A. C. (1997). Análisis de costo-efectividad: una herramienta para la toma de decisiones de política del sector salud. *CES Medicina*, 11(2).

Meza Fonnegra, C. M. (2018). Buenas Prácticas en entregas de Medicamentos de Salud Humana a Distribuidores Mayoristas.

Herrera, M. C. (2012). La farmacoeconomía: una disciplina de necesaria aplicación para incrementar la eficiencia del sistema sanitario cubano. *PharmacoEconomics Spanish Research Articles*, 9, 45-51.

Firma del estudiante: Estefanía Ardica

Firma del asesor _____

Firma del jefe en el Centro de Práctica: 



INSTITUCIÓN
UNIVERSITARIA
DE ENVISADO

Ciencia, educación y desarrollo
Vigilada Mineducación

INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL

Código: F-DO-0025

Versión: 01

Página 78 de 78