

**CAPACIDAD PRODUCTIVA EN LAS PYMES DEL SUBSECTOR
FARMACÉUTICO UBICADAS EN LA ZONA CENTRO OCCIDENTE DEL
DEPARTAMENTO DE RISARALDA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD
INVERSIONISTA**

AUTORES:

VALERIA RAMÍREZ VARGAS

ANLLY JULIETH ORTIZ CASTRO

JORGE MARIO OCAMPO VELASCO

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
PEREIRA, COLOMBIA**

2016

**CAPACIDAD PRODUCTIVA EN LAS PYMES DEL SUBSECTOR
FARMACÉUTICO UBICADAS EN LA ZONA CENTRO OCCIDENTE DEL
DEPARTAMENTO DE RISARALDA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD
INVERSIONISTA**

AUTORES:

VALERIA RAMÍREZ VARGAS

ANLLY JULIETH ORTIZ CASTRO

JORGE MARIO OCAMPO VELASCO

TUTORA:

DIANA FABIOLA ECHEVERRI AGUIRRE

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
PEREIRA, COLOMBIA**

2016

AGRADECIMIENTOS

Hoy primero que todo quisiéramos darle gracias a Dios por permitirnos recorrer este camino y superarlo con los mejores resultados posibles; a nuestros padres por ser los principales promotores de nuestros sueños, por el apoyo constante y el amor recibido durante esta etapa tan importante para nosotros.

Finalmente queremos agradecerles a todas las personas que de alguna manera u otra hicieron parte de esta experiencia, compañeros de trabajo y docentes tutores que con su apoyo, dedicación y conocimiento hicieron posible la realización de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	5
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	6
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
3. JUSTIFICACIÓN	11
4. OBJETIVOS	13
4.1. OBJETIVOS GENERAL	13
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
5. MARCO DE REFERENCIA	13
5.1. ESTADO DEL ARTE	13
5.2. MARCO SITUACIONAL	22
5.3. MARCO LEGAL	24
5.4. MARCO CONCEPTUAL	26
6. DISEÑO METODOLÓGICO	28
6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	28
6.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	29
6.3. INSTRUMENTO	30
7. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	30
7.1. CAPÍTULO I: CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR	31
MEDIANTE LA EVALUACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	31
7.1.1. AMENAZAS DE ENTRADAS DE NUEVOS COMPETIDORES	31
7.1.2. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	33
7.1.3. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	35
7.1.4. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	35
7.1.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES	36
7.2. CAPÍTULO II: CAPACIDADES PRODUCTIVAS DE LAS PYMES EN LOS	38
ESCENARIOS OPERATIVO Y COMERCIAL (FASE DE RESULTADOS)	38
7.3. CAPÍTULO III: OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EXTRANJERA O	44
NACIONAL A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD OPERATIVA Y	44
COMERCIAL DE LAS PYMES (FASES DE CONCLUSIONES)	44
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS	50

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 ¿Invierte su empresa en actividades de I+D?	39
Ilustración 2 ¿Ha pertenecido a alguna asociación en los últimos 4 años?	40
Ilustración 3 ¿Ha realizado algún tipo de mejoramiento en los procesos de la empresas?	41
Ilustración 4 ¿Qué tipo de mejoras ha realizado?	42
Ilustración 5 Consumo aparente del sector farmacéutico en Colombia	47
Ilustración 6 Análisis DuPont	48
Ilustración 7 Muestra de la investigación. Elaboración propia.	51
Ilustración 8 Información general	65
Ilustración 9 Infraestructura farmacéutico 1	65
Ilustración 10 Infraestructura farmacéutica 2	66
Ilustración 11 Infraestructura farmacéutica 3	66
Ilustración 12 Indicadores financieros, innovación y marketing de las PYMES	67
Ilustración 13 Talento Humano en las PYMES	67
Ilustración 14 Mejoramiento en los procesos.....	68
Ilustración 15 Mejoramiento en áreas funcionales	69
Ilustración 16 Asociaciones	70
Ilustración 17 Redes de conocimiento	71
Ilustración 18 Inversión extranjera	72
Ilustración 19 Good will de las PYMES	72
Ilustración 20 Dinámica de inversión extranjera	73

CAPACIDAD PRODUCTIVA EN LAS PYMES DEL SUBSECTOR

FARMACÉUTICO UBICADAS EN LA ZONA CENTRO OCCIDENTE DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA PARA DETERMINAR SU VIABILIDAD INVERSIONISTA

1. INTRODUCCIÓN

A través del presente trabajo investigativo se aborda el subsector farmacéutico, partiendo de la evolución histórica en el contexto nacional, mediante la cual se

plantean las acciones de carácter nacional llevadas a cabo a fin de perfilar competitivamente el subsector y que incidieron directamente sobre el desarrollo del mismo en las diferentes regiones del país. El subsector se acomodó a las condiciones propias de cada una de las regiones, en las cuales se fomentó una vocación económica según los factores internos y los sucesos del orden nacional. Para el caso del departamento de Risaralda y en este del municipio de Pereira, que ha dejado paulatinamente la cultura cafetera, y se ha vuelto un referente del sector terciario, se encuentra que el subsector farmacéutico se desenvuelve solo en la comercialización y ha limitado la producción.

De otro lado el contexto empresarial de la ciudad presenta algunos inconvenientes, que giran alrededor de la necesidad de inversión y que se complementa con la escasa información que se tiene acerca del subsector en mención, siendo ello un obstáculo para la toma de decisiones y desarrollo del mismo. Por lo anterior se presenta el objetivo principal de determinar la capacidad productiva de las PYMES del subsector farmacéutico a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial permitiendo tener mayor claridad respecto del subsector en aras de validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El subsector farmacéutico es definido como:

El conjunto de actividades y procesos que comprenden la elaboración de productos medicinales y farmacéuticos, además de vitaminas, productos biológicos y medicamentos veterinarios, entre otros, que se desarrollan con el propósito de minimizar los riesgos de enfermedades y afecciones a las que están expuestos tanto las personas como los animales. (Secretaría de desarrollo económico, 2008)

La historia de este sector se remonta a un periodo entre 2 a 3 milenios A.C, desde la antigüedad el sector farmacia ha estado ligado a otras ciencias como los son las médicas, la medicina y la cirugía, que con el tiempo se fueron separando al punto de volverse un gremio cada una, a nivel global el sector farmacéutico a finales del siglo XVIII dio un paso clave en el mundo de los medicamentos, gracias a su comercialización que presento un gran éxito de ventas y que a su vez trajo consigo la viabilidad de las nuevas empresas de ese tiempo, esta comercialización fue dada por uno de los grupos empresariales más importantes de la industria químico farmacéutico mundial (BAYER), la mayor parte de las empresas farmacéuticas son de carácter internacional, lo cual están presentes en muchos países a través de filiales, en lo que concierne a la historia de este sector a través del tiempo predominaron dos grandes empresas farmacéuticas en el mundo que eran la británica Glaxo y Merck & Co y que actualmente siguen en el mercado mundial.

A pesar de ello, el escenario actualmente se encuentra ligado a una serie de cambios tecnológicos que han permitido el desarrollo de áreas de negocio, principalmente en el sector servicio y en el manufacturero, en este ha permitido el mejoramiento de procesos y avances en la fabricación de productos. El panorama que presenta el subsector farmacéutico a nivel internacional es favorable, gracias al aumento de las ventas y desarrollos científicos que acercan a las grandes empresas a las distintas necesidades de salud de los mercados de los países.

Según la multinacional farmacéutica Zambon que cumplió 107 años de existencia y que lleva 38 años de tener presencia en el mercado colombiano dice:

“La industria farmacéutica tiene cuatro regiones muy importantes: Estados Unidos, que es donde se genera crecimiento, y más ahora con la reforma Obama con la que hay 35 millones de pacientes más en el sistema nacional, de manera seguida se encuentra el mercado europeo, el cual está en una etapa de madurez, pero es necesario tener nuevos productos especializados. Por otro lado, están los mercados emergentes: Brasil, Latinoamérica, Rusia, China e India.”

Es por esto que Colombia al igual que muchos países de la Latinoamérica en el subsector farmacéutico presentan un panorama favorable y bastante promisorio que se puede representar en tres factores claves: Venta libre de medicamentos OTC¹,

¹ Medicamentos que se pueden vender sin necesidad de receta médica.

aumento de productos alternativos o naturales y la cantidad de establecimientos y laboratorios que ofrecen servicios farmacéuticos. (Secretaría de desarrollo económico, 2008) Lo anterior señala la composición básica que comprende el subsector en cuestión y que se relaciona directamente con las proyecciones de inversión y estabilidad que desea cualquier sector económico.

A nivel nacional, se puede situar la elaboración de productos medicinales hacia la década de 1930 a través de LAFRANCOL que fue el primer laboratorio en fabricar productos farmacéuticos en Colombia el cual importó maquinaria de los Estados Unidos y empezó la elaboración nacional, cuya producción se limitaba a una referencia, que competía con importantes marcas europeas.

Durante la II Guerra mundial varias firmas farmacéuticas decidieron trasladar la producción a Colombia a fin de aprovechar los incentivos locales otorgados en la política de sustitución de las importaciones. Todo ello sentó las bases para que en las décadas de 1970 y 1980 se impulsara tal industria, así lo señala INVIMA, citado en (Silva & Tirado Riveros, 2013) quien afirma que para dichas décadas la producción nacional de medicamentos se disparó gracias a la creación de laboratorios “como Riosol, Farmacéuticos Estelar, Casar, América y Unifarma, las cuales aprovechando el vencimiento de patentes, generó un incremento en la producción de medicamentos genéricos, alcanzado así en el año 2009, la presencia de 205 empresas productoras de medicamentos”. Las inversiones en el subsector durante la década de los 90 permitieron perfilar la industria farmacéutica en el 2005 como “una de las más productivas, competitivas y capacitadas de América Latina” (Revista Dinero, 2006)

Tras lo anterior se ha logrado captar que los medicamentos comercializados son los de marca, contrario a ello y de acuerdo a las tendencias globales el mercado local ha presentado un crecimiento importante en los medicamentos genéricos, lo que ha causado que muchas compañías desistan de invertir en el desarrollo de nuevos productos, ya que se imposibilita competir con los precios de los genéricos.

Sin embargo, la capital (Bogotá) en los últimos años se ha caracterizado por ser líder en el sector, representando el 6,5% del producto interno bruto (PIB) local, llegándose a tildar como uno de los sectores más promisorios y productivos en cuanto a generación de empleo, competitividad y desarrollo económico se refiere.

A lo largo de la historia el subsector se ha visto influenciado por medidas como la Ley 100 de 1993 que modificó el régimen de seguridad social, la implementación obligatoria de Buenas prácticas manufactureras en los laboratorios, el desarrollo de tecnología y esfuerzos en procesos de integración comercial que de una u otra manera afectan la dinámica del subsector y que posibilitan su crecimiento o decrecimiento tanto a nivel nacional como regional. Paralelo al desarrollo del subsector farmacéutico, Colombia emprendió un proceso de regulación del mercado con tres objetivos principales: la calidad de los medicamentos, acceso total o parcial a un conjunto de medicamentos y contención del gasto (Vincenzo, 2008). Tales acciones responden a la necesidad de impulsar la competitividad del subsector para hacer frente a las negociaciones comerciales de Colombia en el contexto internacional, así como suplir la demanda del mercado interno.

La regulación dirigida a la industria farmacéutica contempla varias acciones, señaladas por Vásquez Velásquez, Gómez Portilla y Rodríguez Acosta:

Corregir las fallas del mercado y generar un cuerpo regulatorio saludable lo que constituye el marco general de política, desarrollar medidas que garanticen un acceso equitativo que incluya desde la mayor difusión de información hasta el desarrollo de programas focalizados de cobertura, y finalmente, coordinar dichas políticas dentro de una estrategia multisectorial de la cual se desprenda una lógica de atención, o lógica de contexto.

(Vásquez Velásquez, Gómez Portilla, & Rodríguez Acosta, 2010)

Las acciones dirigidas en aras de contribuir con el desarrollo del subsector farmacéutico aplican al ámbito nacional y regional, según las condiciones propias de cada departamento y sus respectivos municipios. En el caso concreto de Risaralda, y más exactamente del municipio de Pereira, el cual se ha caracterizado por tener un perfil comercial, señalado por la directora ejecutiva de Fenalco Risaralda, Victoria Eugenia Echeverri quien indica que “el comercio en Pereira es una expresión económica surgida de la centralidad de su posición en la región, por eso es la capital comercial del centro occidente del país” (Revista Dinero, 2014)

Pereira, situada en el Eje cafetero ha experimentado cambios en la vocación económica, pasando del cultivo del café a dar mayor importancia al comercio y los servicios en la segunda mitad del siglo XX, esto se facilitó por la ubicación

estratégica de la ciudad, cercanía a mercados potenciales de Colombia como el Triángulo de oro y la necesidad de impulsar la generación de empleo para contrarrestar uno de los principales problemas que ha aquejado la ciudad, todo ello lo menciona Laura Cepeda Emiliani (2012) en su trabajo *“La economía de Risaralda después del café: ¿Hacia dónde va?”*. De conformidad con el Informe de Coyuntura económica de Cámara de comercio de Pereira 2015, el Producto Interno Bruto (PIB) de la ciudad tiene una alta participación del sector terciario, entre los que destacan “los servicios, sociales y personales 5,4 %; el comercio, restaurantes y hoteles 5,0 %; electricidad, acueducto y aseo 4,0 %; la administración pública, el transporte y comunicaciones 3,9 % cada uno” (Cámara de comercio de Pereira, 2015), en el mismo informe señalan la participación de los demás sectores, indicando que “el financiero e inmobiliario con el 3,7 %; el agropecuario 3,1 %; la construcción 1,9 % y la industria manufacturera 0,8 %.”.

Teniendo en cuenta la vocación económica asumida por la ciudad, se adoptaron estrategias que permitan el fortalecimiento del comercio y los servicios, dejando de lado la producción, es decir, limitando la participación de sectores como el manufacturero y en este el subsector farmacéutico, el cual solo se ha enfocado en la comercialización, ejercida principalmente a través de Pequeñas y medianas empresas (PYMES), que han venido funcionando como un componente importante en el contexto nacional. En Pereira, el sector empresarial presenta algunos inconvenientes, al respecto Mauricio Vega, presidente ejecutivo de Cámara de comercio de Pereira, menciona que “en general los negocios en la ciudad andan bien, como consecuencia de una mayor dinámica en la demanda interna y externa, sin embargo existen limitaciones para su desarrollo, que tienen que ver con los niveles de inversión”. (Revista Dinero, 2014),

El presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira, apunta que existen algunos pendientes relacionados con el fortalecimiento de las empresas y de los recursos humanos, la asociatividad, aumentar la oferta de bienes y servicios y avanzar en la competitividad (Revista Dinero, 2014); dichos aspectos contribuyen a la atracción de inversión, considerada un elemento importante para el desarrollo de las PYMES, así lo indican los empresarios ante el panorama económico actual. De conformidad con lo anterior se hace necesario señalar que la inversión para las PYMES del subsector farmacéutico se posibilita siempre que estas mejoren

aspectos relacionados “con los cambios y desarrollos tecnológicos y de innovación en todos los frentes de la empresa, administrativos, mercadeo, comercial, servicios al cliente. Lo anterior, asociado a los emprendimientos” (Revista Dinero, 2014)

Tales problemas que presentan las PYMES del subsector relacionados con la inversión se suman a la falta de información referente al mismo, señalado por el Conpes 155 sobre Política farmacéutica nacional, como uno de los principales inconvenientes del subsector, señalado como un problema de transparencia y calidad de información y ausencia de monitoreo del mercado farmacéutico, según lo cual la información del subsector farmacéutico es “escasa, limitada, poco estandarizada y fragmentaria y constituye una importante limitación para la toma de decisiones y el monitoreo a los resultados en salud” (Consejo Nacional de Política Económica y Social, 2014) A partir de esto se da la necesidad de realizar un trabajo investigativo, cuyo objetivo responde a determinar la capacidad productiva de las PYMES del subsector farmacéutico a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

3. JUSTIFICACIÓN

El subsector farmacéutico se presenta actualmente como un mercado muy dinámico de constantes cambios. La industria farmacéutica incluye operaciones de descubrimiento, desarrollo y distribución de drogas; está caracterizada por un gran tamaño, alto crecimiento, procesos globales y alta inversión en investigación y desarrollo. Berger, Densetz y Straham (1999) identifican:

... 5 cambios que pueden ser particularmente responsables por los recientes pasos a la consolidación: progreso tecnológico, mejora de la condición financiera, capacidad en exceso o por stress financiero en la industria o mercado, consolidación de los mercados internacionales, y desregularización de restricciones geográficas o de productos.

Estos constantes cambios hacen que las compañías farmacéuticas se enfrenten a niveles de competencia muy exigentes. La globalización de los mercados exige mayor presencia de las empresas en los diferentes mercados.

La industria farmacéutica mundial está en pleno crecimiento, la población crece y con ello la necesidad de medicinas, al igual que se ha incrementado la expectativa de vida de la población. De acuerdo a la World Health Organization (OMS), los medicamentos con mayores requerimientos son para enfermedades comunes tales como: enfermedades coronarias, artritis, cáncer, depresión, impotencia, y Alzheimer.

Ahora, la evolución de la industria farmacéutica en Colombia se ha caracterizado por varios períodos de desaceleración, se destaca la caída en la producción en 1997, la cual tuvo una tendencia a mejorar en los primeros meses de 1998, para luego retornar a la senda de desaceleración en abril de ese mismo año, un comportamiento similar se observó en 1999 cuando el sector se vio afectado por la crisis económica interna (Builes y Sanabria, 2004). Para el año 2010 se registraron tasas de crecimiento positivas que llegaron a alcanzar el 8.9 % (Andi, 2010).

Es por lo anterior que el subsector farmacéutico ha cobrado importancia en el contexto internacional y nacional permitiendo sentar las bases que garanticen, a las empresas del mismo, aplicar y desarrollar procesos que faciliten la inversión, sin embargo el subsector es poco conocido en el Departamento de Risaralda, para lo cual se hace necesario realizar una caracterización que permita identificar la capacidad productiva de las PYMES en los enfoques administrativo, comercial y operativo y a partir de ello determinar la viabilidad de inversión extranjera o nacional.

Para el desarrollo de la investigación y alcance de los objetivos planteados se recurre al uso de encuestas de caracterización; tal metodología permitirá recolectar la información proveniente de las PYMES del subsector farmacéutico y proceder con la descripción de las mismas. Todo ello toma valor práctico, en la medida de que permitirá conocer el perfil de las PYMES del subsector para el desarrollo de estrategias de mejora que posibiliten la inversión y además servirá de insumo para futuras investigaciones que aborden el subsector en cuestión como objeto de estudio.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVOS GENERAL

Determinar la capacidad productiva de las PYMES del subsector farmacéutico a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar las PYMES del subsector farmacéutico a través de la validación de variables establecidas en los escenarios administrativo, legal, operativo y comercial.
- Determinar las capacidades productivas de las PYMES en los escenarios operativo y comercial utilizando para ello instrumentos cuantitativos diseñados y validados para el subsector farmacéutico.
- Determinar las oportunidades de inversión extranjera o nacional a través del análisis de la capacidad operativa y comercial establecida en esta investigación.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1. ESTADO DEL ARTE

El sector farmacéutico se ha caracterizado por su gran dinamismo en investigación y desarrollo (I+D) a nivel mundial; generando altos beneficios financieros, gracias a sus altas tasas de innovación y diferenciación de productos, adicionalmente la interacción entre países vendedores y compradores propicia un ambiente de comercio diferente al de otros sectores dentro del comercio de servicios médicos. Además, y debido a que en la elaboración del producto final se incurren en grandes costos fijos previos, se suelen asignar precios diferentes para los distintos grupos de

consumidores, por lo que generalmente las compañías farmacéuticas venden sus productos de marca a precios distintos dependiendo del país importador.

En los últimos diez años, este sector a nivel mundial ha presentado tasas de crecimiento continuas, las cuales, se prevén que continúen debido al interés general por descubrir medicamentos efectivos para el tratamiento de enfermedades como el SIDA y el cáncer, por lo que, en los principales países productores, Estados Unidos, Alemania, Japón y Canadá, la dinámica del sector no se modifica con los ciclos económicos, como sí ocurre con los países eminentemente importadores.

Por otro lado, el 31% de las ventas en el mundo es cubierto por 10 empresas, 50% de ellas de origen estadounidense. Según información de la ONG Médicos sin Fronteras (MSF) el sector farmacéutico presenta otro aspecto importante y es la diferencia entre países desarrollados y los subdesarrollados en términos de producción y consumo, los primeros, alcanzaron una participación promedio del 70% en la producción y los segundos alrededor del 20%.

En Colombia desde el nacimiento del INVIMA en 1993, de 70 multinacionales que producían en el país, 63 trasladaron sus plantas de producción a países con menores exigencias sanitarias y hoy, todos sus productos son importados. Podría decirse que Colombia es un país netamente importador de materias primas, donde el principal destino de las exportaciones es hacia países de la comunidad Andina. En cuanto al consumo interno, se ha presentado una recomposición en la demanda por medicamentos genéricos desde 1993, en su mayoría producidos por laboratorios nacionales, pasando del 15% en 1996 al 37% en el año 2008 (Builes y Sanabria, 2008), además, las participaciones actuales de los productos genéricos en valores son del orden del 37% y en Unidades del 67%. Podría decirse que la variación en el consumo de medicamentos genéricos obedece a los dos pilares de la Política Farmacéutica Nacional que actúan como mecanismos para favorecer la competencia, esto es, la Denominación Común Internacional (DCI) formulación en nombre genérico- y la expedición del listado de medicamentos esenciales.

Con base en lo anterior surge la necesidad por indagar y conocer la capacidad productiva de las PYMES del subsector farmacéutico a través de la caracterización administrativa, operativa y comercial para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

Con relación a las categorías citadas anteriormente, donde se hace un profundo énfasis a la importancia de la innovación del sector farmacéutico para generar oportunidades de inversión ya sea nacional o extranjera, se encuentra que existen una serie de abordajes investigativos realizados en los últimos años que ayudan apoyar a esta propuesta, como lo son los siguientes antecedentes investigativos donde se afirma que:

El no conocer con exactitud la capacidad de innovación que les permiten beneficiarse de las oportunidades del crecimiento de su producción de medicamentos y del comercio intra empresa potencial de los colaboradores con que dispone una empresa, así como la falta de planeación para los procesos globales y alta inversión en investigación y desarrollo, supone una condición limitante para el desarrollo y crecimiento de la misma.

El primer antecedente viene enmarcado en lo que se necesita para validar las oportunidades de inversión (innovación en investigación y desarrollo) y es de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa – México del año 2009 con el título **¿Poseen capacidades de innovación las empresas farmacéuticas de América Latina? La evidencia de Argentina, Brasil, Cuba y México** de los investigadores **Guzmán, Alenka; Guzmán, María Victoria**

“El sector farmacéutico ha sido considerado por algunos países como estratégico porque, en la medida en que es capaz de hacer frente a los problemas de salud de la población, contribuye al bienestar social y al crecimiento económico. A pesar de ello las empresas farmacéuticas transnacionales mantienen el dominio oligopólico de los mercados internacionales de medicamentos, algunos países emergentes han desarrollado capacidades tecnológicas y de innovación relativas. El propósito de este artículo es analizar qué tipo de capacidades tecnológicas han desarrollado las empresas farmacéuticas o instituciones del sector de cuatro países de América Latina (Argentina, Brasil, México y Cuba). Particularmente, nos interesa identificar si los esfuerzos en el sector farmacéutico están orientándose hacia la investigación y desarrollo, la transferencia tecnológica, la formación de capital humano especializado y, finalmente, de innovación endógena. Proponemos una taxonomía del sistema de innovación sectorial considerando el sistema nacional de innovación y el sistema de propiedad intelectual.” (Guzmán et al., 2009)

De acuerdo a la cita anterior este estudio habla como en Latinoamérica especialmente en Argentina, Brasil y México alcanzaron un desarrollo parcial de la industria farmacéutica. Las capacidades industriales desarrolladas en el sector, basadas en estrategias imitativas, e hicieron posible la producción de una gran parte de insumos necesarios para la producción final de medicamentos, sin embargo, la incapacidad de incorporar el progreso tecnológico en esta industria, caracterizada internacionalmente por su elevada intensidad tecnológica, impidió a las empresas locales desarrollar una cadena productiva integrada, desde la investigación y desarrollo (id) de nuevas moléculas hasta la comercialización de los medicamentos (Katz, 1997; Burachik y Katz, 1997; Queiroz, 1997; Brodovsky, 1997).

Según el antecedente En efecto, estos países carecían de estrategias y musculo financiero necesario para el desarrollo de todas las etapas tecnológicas, que inician de la investigación básica y finaliza en la comercialización, como sí lo hicieron los países desarrollados.

“Por tanto, la evolución del sector enfrentó varias limitaciones. En el proceso de transición económica durante los años noventa, algunas empresas del sector cerraron (especialmente en la industria farmoquímica), mientras que otras se adaptaron al nuevo entorno competitivo y a las nuevas regulaciones institucionales.”

Se hizo cada vez más clara la dependencia tecnológica y, a la vez, la pérdida de competitividad, en un contexto de enormes brechas tecnológicas de innovación, de economías de escala y de capacidad financiera de las empresas locales con respecto a las transnacionales.

Esta tecnología debe llegar de la mano de las empresas mismas, así como también desde un marco de políticas gubernamentales favorable a la innovación.

La existencia de los sistemas nacionales presupone que el entramado institucional funcione en concordancia con los otros ámbitos (económico, político y social) para fomentar la innovación y, en consecuencia, el crecimiento

económico y el bienestar social (Freeman, 1987; Metcalfe, 1995; Lundvall, 1992; Nelson, 1993).

Desde esta perspectiva, los derechos de propiedad intelectual constituyen mecanismos institucionales que favorecen la innovación. La concesión temporal de los derechos monopólicos (a partir de las patentes) permite a la sociedad obtener cuatro clases de beneficios: i) estímulos para la innovación privada; ii) uso del nuevo conocimiento para la actividad productiva; iii) diseminación del nuevo conocimiento, y iv) estímulos de innovación a otras empresas (Lall, 2003).

En el caso de las empresas de países que se caracterizan por un débil desarrollo de sus capacidades tecnológicas, insuficiente nivel de capital humano y una limitada actividad inventiva, se observa que la inversión en I-D es reducida y, consecuentemente, tienen una productividad baja en términos de patentes. Considerando su retraso tecnológico, las empresas de dichos países difícilmente pueden basarse sólo en su esfuerzo interno de I-D para la adquisición de conocimientos; buscarán, adicionalmente, importar tecnologías desincorporadas (acuerdos de licencias y de asistencia técnica, transferencia del conocimiento tácito).¹⁴ La complementariedad entre la I-D y la compra de tecnología externa debería, en teoría, trazar un círculo virtuoso para las empresas locales.

El diseño metodológico de la investigación es un estudio analítico-descriptivo, permitiendo conocer el comportamiento de fenómenos utilizando criterios claramente definidos. Dado los suficientes criterios teóricos que se tienen para analizar los datos, se puede hablar también de un estudio explicativo, porque al final se llega a una interpretación de los resultados.

Las conclusiones del estudio apuntan a que los esfuerzos tecnológicos de Argentina, Brasil, México y Cuba en el sector farmacéutico aún son relativamente reducidos. Las empresas son poco conscientes de que el gasto en I-D y en el desarrollo de patentes es necesario. Si bien las empresas locales en los tres primeros países han tendido a modernizarse e iniciar las pruebas requeridas para acreditar sus medicamentos como genéricos intercambiables, pocas son las que han orientado sus esfuerzos a investigar, descubrir y desarrollar nuevos fármacos. El escaso gasto

local que se ejerce en I-D aún se localiza fundamentalmente en la estrategia imitativa, es decir, en la explotación de los medicamentos de patentes vencidas, salvo contadas excepciones.

Las capacidades de generación de conocimiento científico de los cuatro países son relativamente reducidas en el plano mundial.

Es importante resaltar que el anterior antecedente tiene en común con esta propuesta investigativa que mientras haya una buena disposición por parte de las empresas y los entes gubernamentales en invertir en I-D, la viabilidad de inversión nacional o extranjera puede ser mayor.

Como se puede notar en el anterior antecedente es de suma importancia para las empresas procurar un implementar constantemente nuevos desarrollos tecnológicos, tanto desde la parte de patentes o en investigación de nuevas sustancias sino también desde la parte operativa, como lo denota el siguiente antecedente de la Universidad Nacional de Colombia- del año 2010, con el título: **La capacidad de manufactura como un indicador de desarrollo tecnológico en el sector farmacéutico industrial** de los investigadores **John Jairo Gallo Castro, Bibiana Margarita Vallejo Díaz y Clara Eugenia Plazas Bonilla**

“El Sector Farmacéutico está constituido por los subsectores: medicamentos, cosméticos, fisioterapéuticos, artículos de aseo y limpieza e insumos para la salud, el subsector de medicamentos lo integran organizaciones que elaboran, importan y comercializan estos productos. La mayoría de estudios sobre la industria de medicamentos se direccionan a los aspectos económicos sin evaluar los aspectos tecnológicos de los procesos productivos, razón por la cual se propone una metodología para evaluar y describir el sector productor de medicamentos de acuerdo con su grado de desarrollo tecnológico, empleando el concepto capacidad de manufactura.”

Esta investigación ha tenido por objeto caracterizar el Sector Farmacéutico Industrial Productor (SFIP. se entiende como el sector de organizaciones/empresas que realizan procesos de fabricación de medicamentos localmente. Entre las actividades de fabricación se pueden estratificar aquellas relacionadas con operaciones de elaboración, semielaboración, envase y acondicionamiento de medicamentos, cada una de las cuales involucra en mayor o menor proporción un determinado porcentaje

de aporte en el valor agregado al medicamento o producto terminado) de medicamentos.

La ausencia de trabajos de investigación en el Sector Farmacéutico en donde se evalúe la industria desde la perspectiva tecnológica de sus procesos productivos (Carvajal y Bolívar, 2005; Vallejo y Torres, 2007), conlleva a la necesidad de buscar indicadores que permitan estudiar el sector desde esta óptica.

“El concepto capacidad de manufactura es utilizado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) para establecer el potencial de fabricación de medicamentos, identificando la capacidad de un país para utilizar una licencia obligatoria, permiso que otorga la OMC a un Gobierno para fabricar un producto patentado o utilizar un procedimiento patentado sin el consentimiento del titular de la patente (WTO, Doha Declaration, 2001). Debido a la importancia de la protección de la salud pública y el acceso de la población a los medicamentos, los Acuerdos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) deben ser interpretados e implementados para estos fines (Correa, 2002).”

Los estudios desarrollados por el grupo de investigación en procesos de transformación de materiales (Vallejo y Torres, 2007), han evidenciado que este concepto puede emplearse como un indicador de desarrollo tecnológico para el SFIP. (Sector Farmacéutico Industrial Productor).

La metodología que se utilizó en este antecedente fue que trabajaron las bases de datos de todos los laboratorios farmacéuticos certificados en Buenas Prácticas de Manufactura para la elaboración de medicamentos en el país (Invima, 2007) e identificaron los parámetros y las principales características que usa el INVIMA para establecer el alcance de la certificación, luego identificaron todas aquellas organizaciones ubicadas en la ciudad de Bogotá, en donde se concentra la mayor población de laboratorios que realizan procesos de producción, excluyendo las empresas que llevan a cabo solamente actividades de envase, acondicionamiento o almacenamiento. Posteriormente se evaluó el alcance de la certificación en BPM con base en los siguientes criterios:

-Aspectos relacionados con las especificaciones de producto en cuanto a esterilidad.

-Características farmacológicas de los principios activos procesados.

-Aspectos técnicos relacionados con el tipo de formas farmacéuticas (FF) que fabrican, agrupadas por el estado físico en el cual se encuentran: líquidos, gases, sólidos, semisólidos.

Los resultados que arrojó esta investigación dejan ver que existen certificaciones de capacidad de manufactura en la ciudad de Bogotá para la fabricación de productos citostáticos, por cuanto éstos requieren un manejo especial dado su potencial de toxicidad.

Tampoco se encontró ninguna certificación de capacidad de manufactura para productos inmunomoduladores, debido a que esta clase de principios activos presentan elevada potencia, alta toxicidad y variados efectos adversos.

La manufactura de estos medicamentos requiere la existencia de áreas de dedicación exclusiva con estrictos requisitos técnicos que aseguren la calidad del producto, la seguridad del personal y la preservación del medio ambiente, lo cual demanda altas inversiones en tecnología para los laboratorios farmacéuticos.

Las conclusiones de este estudio fue que los resultados encontrados permiten definir un perfil característico desde el concepto de capacidad de manufactura para el SFIP de medicamentos ubicado en la ciudad de Bogotá, en donde se identifican las debilidades y fortalezas y las principales características tecnológicas relacionadas con estas plantas de producción, desde el conocimiento de sus procesos productivos.

Se demostró que el concepto capacidad de manufactura, de la Organización Mundial del Comercio (2001), puede ser utilizado para estudiar el grado de desarrollo tecnológico de un sector apoyado en criterios de certificación para Buenas Prácticas de Manufactura.

Los puntos convergentes de este antecedente con respecto a esta propuesta investigativa es notar la importancia que tiene todo el sistema operativo de las empresas del sector farmacéutico, en su conjunto de conocimiento y personal

capacitado para así empujar a una inversión extranjera o nacional que ayude a dinamizar el sector.

5.2. MARCO SITUACIONAL

En este apartado se pretende realizar un diagnóstico sobre la situación actual del sector farmacéutico en Colombia, teniendo en cuenta sus aspectos más relevantes a través de los años, de tal manera que nos permita identificar la viabilidad inversionista para dicho sector.

En la actualidad la industria farmacéutica se ha consolidado como uno de los sectores con mayor rentabilidad e influencia del mundo, la cual está constituida por organizaciones tanto públicas como privadas que se dedican al descubrimiento, fabricación, comercialización y distribución de medicamentos para la salud humana y animal.

Durante muchos años la industria farmacéutica en Colombia dejó de ser un sector estratégico para el desarrollo del país, esto se evidenciaba principalmente a partir del año 90' donde se registraba la existencia de 33 laboratorios de origen extranjero con plantas en el país, de las cuales 31 de estas fueron cerradas y ubicadas posteriormente en otros países como Argentina, México y Brasil como consecuencia del modelo de apertura económica de la época, puesto que se carecía de algún tipo de protección para la industria localizada en el país, provocando de tal manera que la industria nacional fuera ocupada tanto por productos genéricos como productos innovadores con altos costos, lo cual llevó a una reestructuración del mercado farmacéutico en el país.

Es por esto que el sector se ha venido enfrentando a grandes cambios en los últimos años, uno de ellos fue la expedición de la Ley 100 de 1993, en la cual se reestructuró el régimen de seguridad social, además de hacerse obligatorio la implementación de las BPM (Buenas prácticas de manufactura) para aquellos laboratorios que realizan sus actividades dentro del país, lo que permitió conocer que las condiciones en las que muchas veces se elaboraban los medicamentos son inadecuadas en términos de calidad e higiene.

En la actualidad Colombia se sitúa como una de las industrias farmacéuticas más grandes de Latinoamérica, después de Brasil, México y Argentina. *“El país agrupa aproximadamente 130 empresas manufactureras farmacéuticas, de las cuales el*

75% del mercado lo manejan laboratorios filiales de multinacionales y el 25% por laboratorios nacionales” de los cuales se destacan Tecno químicas S.A., Bayer S.a., Audifarma S.A. , Laboratorios Baxter S.A. , y Productos Roche S. A

Por eso cabe resaltar que las empresas farmacéuticas en Colombia cada vez van ganando más competitividad, sin embargo, la industria se enfrenta a grandes retos como lo las nuevas políticas del gobierno, el control en los precios de los medicamentos, la adquisición y fusión entre laboratorios además de una mejora del acceso de sus productos a la población, que permitan su crecimiento.

5.3. MARCO LEGAL

Se refiere al conjunto de disposiciones o normas que regulan al sector farmacéutico, el cual al ser un sector de gran impacto social cuenta con un alto nivel de normatividad e interacción con distintos entes gubernamentales, es por esto que tanto la elaboración, comercialización y distribución de medicamentos están sujetas a control por parte de entidades como el Ministerio de Salud y de la Protección Social, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el INVIMA, los cuales son de gran importancia para el buen desarrollo del sector.

INVIMA: El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, es una entidad pública que se encarga de regular y ejecutar el funcionamiento de las políticas formuladas por el Ministerio de Protección Social en materia de vigilancia sanitaria y control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, y otros productos objetos de vigilancia sanitaria que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva.

NORMAS PARA EL SECTOR FARMACÉUTICO

La normatividad ha generado grandes transformaciones en el sector farmacéutico ocasionadas principalmente por la **Ley 100 de 1993**, la cual crea el Sistema General de Seguridad Social en Salud, que *“cambia y reorganiza la prestación de los servicios de salud del país e integra la salud pública, el sistema de seguridad social y la provisión de servicios privados”*, la cual genero un aumento en la demanda del sector, especialmente en el mercado de los productos genéricos.

DECRETO 549 DE 2001: Se establece el procedimiento para la obtención del certificado de cumplimiento de las BPM. por parte de los laboratorios fabricantes de medicamentos que se importen o produzcan en el país.

En él se implementan las Buenas Prácticas de Manufacturas, donde se establecen las bases de la producción enmarcadas en la reglamentación internacional definidas por la OMS (Organización mundial de la salud.)

LEY 23 DE 1962: En esta se reglamenta todo en cuestión de ejercicio de la farmacia ya sea por un químico o farmacéutico o por un farmacéutico con título idóneo; así como la legalidad de los establecimientos y sanciones hasta de dos años por ejercer en un establecimiento ilegalmente.

LEY 17 DE 1974: Toda Droguería deberá ser dirigida por un Químico Farmacéutico o por un Farmacéutico Licenciado, o por una persona que ostente la credencial de Expendedor de Drogas. El Gobierno, a través del Ministerio de Salud Pública expedirá la Credencial de Expendedor de Drogas a quienes cumplieren las formalidades señaladas por el Decreto 0124 de 1954, sin necesidad de exámenes de admisión ni de cursos de capacitación.

RESOLUCIÓN 6980 DE 1991: Se expiden normas para el control de la importación, exportación, fabricación, distribución y venta de medicamentos, materias primas y precursores de control especial.

ACUERDO 8 DE 1994: Se adopta el Plan Obligatorio de Salud para el Régimen Contributivo del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

LEY 212 DE 1995: Se Reglamenta la Profesión de Químico Farmacéutico y se dictan otras disposiciones; tiene como objeto regular la profesión de Químico Farmacéutico, perteneciente al área de la salud.

Define campo del ejercicio profesional.

DECRETO 677 DE 1995 MINISTERIO DE SALUD: Se reglamenta parcialmente el régimen de registros y licencias, el control de calidad, así como el régimen de vigilancia sanitaria.

DECISIÓN ANDINA 486 DE 2000: Contempla todo lo referente a los derechos de propiedad intelectual y su protección, en ella se considera el tiempo y los procedimientos que reglamentan las patentes comerciales.

RESOLUCIÓN 01057 DE 2001 MINISTERIO DE SALUD: Por lo cual se adopta la guía de inspección de laboratorios o establecimientos de productor farmacéuticos, para la obtención del certificado de cumplimiento del BPM.

RESOLUCIÓN 01203 DE 2002 MINISTERIO DE SALUD: Por lo cual se ordena al Fondo Nacional de Estupefacientes del Ministerio de Salud asumir la distribución y control de un medicamento.}

DECRETO 2085 DE 2002 MINISTERIO DE SALUD: Reglamentación relacionada con nuevas entidades químicas en el área de medicamentos.

RESOLUCIÓN DE 886 DE 2004 MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL: Por la cual se adoptan los criterios para la clasificación de los medicamentos de venta sin prescripción facultativa o venta libre.

DECRETO 2200 DE 2005 MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL: Se reglamenta el servicio farmacéutico (regulaciones de actividades y procesos propios del servicio.), está orientado a todos los establecimientos que son quienes almacenan, distribuyen y dispensan medicamentos.

DECRETO 3050 DE 2005 MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL: Por el cual se reglamenta el expendio de medicamentos.

DECRETO 2200 DE 2005: Por el cual se reglamenta el servicio farmacéutico y se fijan otras disposiciones.

DECRETO 4725 DE 2005: Reglamenta el régimen de registros sanitarios, permiso de comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos para uso humano.

RESOLUCIÓN 1403 DE 2007: La presente resolución tiene por objeto determinar los criterios administrativos y técnicos generales del Modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico y adoptar el Manual de condiciones esenciales y procedimientos del Servicio Farmacéutico.

RESOLUCIÓN 3028 DE 2008: Se definen las áreas técnicas de producción de los establecimientos farmacéuticos y se establecen otras disposiciones

RESOLUCIÓN 371 DE 2009: Por la cual se establecen los elementos que deben ser considerados en los Planes de Gestión de Devolución de Productos Posconsumo de Fármacos o Medicamentos Vencidos.

5.4. MARCO CONCEPTUAL

Teniendo en cuenta lo anteriormente planteado, se hace necesario definir algunos conceptos claves sobre los cuales se desarrolla la presente investigación; de tal manera que sirvan como soporte para analizar e interpretar los resultados que se han obtenido en el presente estudio.

CARACTERIZAR: La caracterización es un tipo de descripción cualitativa que puede recurrir a datos o a lo cuantitativo con el fin de profundizar el conocimiento sobre algo. Para cualificar ese algo previamente se deben identificar y organizar los datos; y a partir de ellos, describir (caracterizar) de una forma estructurada; y posteriormente, establecer su significado (sistematizar de forma crítica) (Bonilla, Hurtado & Jaramillo, 2009).

Es importante tener en cuenta que la caracterización de la presente investigación tiene como fin la descripción y organización conceptual de las PYMES del sector farmacéutico.

SUBSECTOR FARMACÉUTICO: Sector empresarial dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de productos para el tratamiento y prevención de las enfermedades.

Esta industria tiene un porcentaje de ventas acumulado del 79.8%, ubicándolo en el sector No.22 más importante del país, La actividad del sector farmacéutico comprende desde la importación de las materias primas e insumos para la elaboración de los productos, hasta la importación y exportación de los medicamentos terminados.

“Los principales actores del sector son los laboratorios farmacéuticos, los distribuidores mayoristas, las droguerías, las cajas de compensación, las entidades prestadoras de salud, los profesionales en la salud, el gobierno (Ministerio de Protección Social, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades adscritas) quienes juegan un papel determinante en el sector dada la alta normatividad que este maneja y los consumidores finales.”

VIABILIDAD INVERSIONISTA: Determina la posibilidad de llevar a cabo un proyecto, analizando para tal fin aspectos de naturaleza comercial, técnica, legal, ambiental y financiera.

Cuando se habla de viabilidad inversionista, se hace énfasis a un estudio que pretende contestar la pregunta si resulta acertado o si por el contrario el deseo de establecer o ampliar una empresa o negocio ya existente en base al rendimiento económico que se desea obtener de la misma, mediante la recolección, análisis y evaluación de diferentes tipos de información sobre posibles riesgos que se puedan presentar antes de invertir o demostrar la viabilidad del negocio o sector.

COMPETITIVIDAD: La competitividad se refiere a la capacidad que tiene una empresa o país para desarrollar y mantener unas ventajas comparativas que le permiten sostener y disfrutar una posición destacada en el entorno socio económico en el que se desenvuelven.

"Es la capacidad de una industria o empresa para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente recursos que empresas o industrias semejantes en el resto del mundo durante un cierto período de tiempo (Haguenauer, 1990)".

REGULACIÓN DEL MERCADO: Intervención por parte del gobierno mediante disposiciones legales, con el fin de limitar la actuación de los agentes bajo amenaza de sanción; también para fijar precios, cantidades de producción, y/o establecer especificaciones técnicas que deban cumplir las empresas para participar en un mercado específico.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene un alcance descriptivo en la medida de que permitirá hacer un esbozo de las PYMES del subsector farmacéutico respecto de los escenarios administrativo, operativo y comercial con los que se identificará la viabilidad de inversión extranjera o nacional.

En cuanto al diseño, corresponde a uno de orden cuantitativo-no experimentaltransaccional en la medida de que subyace como un trabajo en el que los investigadores obtienen la información en un solo periodo de tiempo sin alterar los datos.

6.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo, propósito del estudio, corresponde a las pymes del subsector farmacéutico del centro occidente del departamento de Risaralda.

El total de empresas dedicadas a la comercialización de productos farmacéuticos para la región caso de estudio es de 79 empresas

La muestra se seleccionó a partir de listados de pymes suministrados por la Cámara de Comercio de Pereira (CCP) teniendo en cuenta los siguientes criterios:

1. Fecha de inscripción de matrícula.
2. Total de patrimonio.

Para el cálculo del tamaño de muestra, como el universo es finito, se utiliza las fórmulas de la distribución gaussiana (Murray y Larry, 2009)

$$\text{Formula: } n = \frac{N \cdot Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}{d \cdot ((N-1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q)} = 14,97$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z\alpha = 1.96$ al cuadrado (desviación con nivel de confianza del 95%)
- p = proporción esperada o margen de error máximo (en este caso 10% = 0.1)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%).

$$n = \frac{79*1.96^2*0.05*0.95}{0.12*(79-1)+196^2*0.05*0.95} = 14,97$$

El total para la muestra del proyecto investigativo arrojó un total de 15 empresas.

6.3. INSTRUMENTO

Para el desarrollo de la investigación y alcance de los objetivos planteados se recurre al uso de encuestas de caracterización; tal metodología permitirá recolectar la información proveniente de las PYMES del subsector farmacéutico y proceder con la descripción de las mismas. Todo ello toma valor práctico, en la medida de que permitirá conocer el perfil de las PYMES del subsector para el desarrollo de estrategias de mejora que posibiliten la inversión y además servirá de insumo para futuras investigaciones que aborden el subsector en cuestión como objeto de estudio.

La encuesta es el instrumento utilizado en esta propuesta investigativa, se estructuró con 58 preguntas donde se integraron los aspectos más relevantes para el estudio de factores que llevarán a determinar las oportunidades de inversión en áreas productivas, operativas y comerciales de las empresas.

Una vez elaborada la encuesta con el fin de conocer aspectos determinantes como: la infraestructura del sector farmacéutico, la confianza con la cadena de valor, el mejoramiento en la productividad, el trabajo en R-C-H, el enfoque asociativo de las empresas, entre otros, se procedió a las reuniones (entrevistas) con los administradores y/o propietarios de las empresas para ahondar en algunos aspectos, corroborar alguna información, pero sobre todo conocer sus opiniones.

7. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, se exponen los capítulos correspondientes al desarrollo de la investigación de acuerdo a los objetivos planteados, el recorrido metodológico, previamente descrito y el trabajo de campo:

7.1. CAPÍTULO I: CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR MEDIANTE LA EVALUACIÓN DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

7.1.1. AMENAZAS DE ENTRADAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Cuando el sector se torna con grandes índices de rentabilidad a comparación de otros sectores, este se tilda como un sector bastante atractivo en el mercado local, nacional e internacional en el que muchas empresas lo captan con el fin de invertir y hacer parte de él.

Existen multinacionales que ya están radicadas en el país y otras que quieren invertir; tales como:

MULTINACIONALES RADICADAS EN COLOMBIA:

- Merck: una empresa científica y tecnológica líder
Fundada en 1668, es la empresa química y farmacéutica más antigua del mundo que está en Colombia desde 1957 año en que se abrió la primera delegación.
- Roche: comenzó a llegar a Colombia con sus especialidades farmacéuticas en 1940, pero su mercado organizado solo se inició en 1945.
- Pfizer: fue creada el 3 marzo de 1953 en Bogotá es una compañía farmacéutica que durante 62 años en el país tiene como misión ofrecer soluciones integrales e innovadoras que impacten de manera significativa la salud y la calidad de vida de los colombianos.
- Sanofi: Sanofi es la empresa líder de la industria farmacéutica en Europa, la cuarta a nivel mundial y número 1 en el mercado farmacéutico colombiano con las empresas Sanofi, Sanofi Pasteur, Genzyme, Genfar, Merial y Medley.

MULTINACIONALES QUE QUIEREN INVERTIR

- La chilena Farmacias Ahumada (Fasa), Esta compañía es una de las más grandes de Latinoamérica, con ventas por unos 1.700 millones de dólares al año.
- Las mexicanas Dr. Simi y Farmacias de Similares y las chilenas Salcobrand y Farmacias Cruz Verde, han expresado su interés en redes de comercialización o puntos de venta en Colombia.

"Colombia ha sido vista, en los últimos años, desde el extranjero, mucho mejor que como la contemplamos desde el interior, por lo tanto, cada vez veremos más empresas extranjeras interesadas en el sector", sostiene Arcila, de la Andi.

Según Arcila, la razón principal para que el mercado farmacéutico local esté en la mira de viejas y nuevas empresas foráneas es la alta calidad de la mano de obra; lo que se convierte en un factor competitivo, además de la buena gestión que realiza para desarrollar sus actividades en medio de condiciones adversas.

El presidente ejecutivo de Afidro, gremio que representa 18 multinacionales en el país, asevera que Colombia ha comenzado a darse cuenta de la necesidad de atraer inversión y además, inversión de buena calidad, "la que infortunadamente habíamos perdido porque nos hemos demorado años para evolucionar conceptos sobreproteccionistas.

Se tiene en cuenta que Pereira fue galardonada el 10 de abril de 2013 como una de las ciudades más atractiva para la inversión extranjera directa, debido a que esta cuenta con buenas condiciones logísticas y ubicación geográfica bastante favorables. "Financial Times Ltd.

Para el caso concreto de Pereira se señala un índice de amenaza relativamente bajo, puesto que, aunque existan multinacionales que desean entrar al país debido a que este sector requiere de gran inversión tanto económica como tecnológica, se han encontrado diversas barreras de entrada como los requisitos de capital y acceso a tecnología, entre otras, Sin embargo, con la entrada de estas se estaría dinamizando el mercado. También es notorio que existe un nivel de concentración de competidores nacionales que generan una competencia abierta, al que se debe

tener en cuenta a la hora de expandir el mercado, todo ello en términos de mercado interno.

El ingreso de nuevas empresas a la región, puede llegar a significar para las empresas farmacéuticas, mayor competencia en servicios, precio y tiempo de entrega lo cual podría llegar a afectar de manera directa su participación en el mercado y sus utilidades, es por esta razón que la industria debe mantener un estado preventivo en el cual se desarrollen planes que fortalezcan las capacidades internas de cada empresa y así balancear el grado de amenaza de competidores en el sector.

7.1.2. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Hace referencia al poder con que cuenta los proveedores de la industria para aumentar sus precios y ser menos concesivos; por lo general mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su poder de negociación.

En el mercado existen proveedores que manejan medicamentos con altos estándares de calidad (patentados), y otros que ofrecen los recursos necesarios como es el caso de los medicamentos genéricos, siendo estos últimos los que mayor demanda presentan en el mercado.

En la región los proveedores que más se destacan en el mercado son: EVE DISTRIBUCIONES S.A.S, COPIDROGAS, DISTRIFARMA y AUDIFARMA; a continuación, se dará una breve descripción acerca de su experiencia en el mercado y la manera en cómo se desenvuelven en él.

- **EVE DISTRIBUCIONES S.A.S:** Empresa que lleva 37 años de funcionamiento orientado a la comercialización de productos farmacéuticos, fundada el 28 de septiembre de 1979 en la ciudad de Pereira, gracias a su recorrido fue galardonada por Fenalco Risaralda como “MERCURIO DE ORO” por su buen desempeño en el desarrollo de dicha actividad en la región.

El éxito de esta empresa según Carlos varón *"En los proveedores es donde está la gran fortaleza de Eve Distribuciones, durante todos estos años la organización se ha dedicado a construir relaciones y a darnos a conocer como la solución para el consumidor, pero también para el proveedor. El proveedor ha entendido que nosotros hacemos lo que el necesita hacer para que su usuario o consumidor final se sienta cómodo y esa ha sido la gran fortaleza de la empresa y la confianza que producimos a los proveedores que han estado con nosotros durante tantos años"*.

- **COPIDROGAS (COOPERATIVA NACIONAL DE DROGUISTAS DETALLISTAS):** Es una organización profesional con 43 años de experiencia, la cual aporta al desarrollo del mercado por medio del fortalecimiento de las droguerías independientes en Colombia y Posee la más amplia red de droguerías asociadas y fieles del país, lo que representa un amplio mercado potencial para nuestros proveedores.
- **DISTRIFARMA:** Es una Compañía en el Área de la Salud dedicada a Distribuir Productos Farmacéuticos en todo el Territorio Nacional.
- **AUDIFARMA:** Nació el 26 de agosto de 1996 en la ciudad de Pereira, esta se creó por un equipo de profesionales, en cuanto a la eficiencia que deberían tener las empresas prestadoras de la salud en la dispensación de medicamentos, esta distribuye medicamentos acerca de 6,2 millones de personas en el cual el porcentaje de la población colombiana es de 14,1 %, esta empresa se visiona a través de su plan estratégico dar los primeros pasos para salir del mercado institucional e incursionar en el internacional en países como: Perú, Chile, y Ecuador.

El poder de los proveedores depende de las condiciones del mercado, de la cantidad de proveedores y la importancia del producto que estos ofrecen.

A pesar de ser pocos los proveedores que se encuentran en la región, estos tienen dificultades para establecer condiciones de negociación, debido a que en la mayoría de los casos estos tienen problemas para cubrir la demanda actual de los productos

que se requieren en el sector, por lo que existe la posibilidad de conseguir productos con proveedores de otras ciudades.

7.1.3. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Los clientes negocian con sus proveedores por precios más bajos, calidad superior, y servicios adicionales entre otros, la cual se convierte en una situación que genera mayor competitividad entre las empresas del sector.

El poder de negociación con los clientes en el sector farmacéutico es de vital importancia ya que este posee una participación considerable dentro de las ventas del proveedor y por ende comercializador, lo cual exige a las empresas farmacéuticas mayor atención en su servicio, nivel de respuesta y negociación de los precios con el fin de afianzar mejores relaciones.

En este aspecto se detecta un bajo poder de negociación de los clientes debido a que el tema farmacéutico se ha popularizado en algunos medicamentos, es decir, que las personas son conscientes de que un producto farmacéutico tiene muy poca variación entre una empresa y otra y por lo tanto mantienen un perfil neutro. Se ha detectado que solo en algunos casos considerados especiales bien sea por la naturaleza del tratamiento médico o por causas de campañas, entre otras, los clientes son exigentes en cuanto al producto, para tales casos su poder de negociación se ve afectado debido a que se alinean con la negociación dada por la empresa teniendo en cuenta la necesidad vital del producto.

7.1.4. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sustitutos en un determinado sector están representados por productos o servicios que puedan desempeñar la misma función que los productos del sector industrial; estos limitan las ventas y los rendimientos financieros de un sector industrial, al establecer un tope en la fijación de los precios de los productos del sector y al restar participación de las empresas, en las ventas totales del sector.

Cuanto más atractivos sean los precios ofrecidos por los productos sustitutos más bajas serán las utilidades en el sector industrial

En este sector se evidencian 2 productos sustitutos con gran impacto; como lo son la medicina natural y los medicamentos genéricos, estos últimos teniendo en muchos casos la calidad igual al de los medicamentos con marca propia, con la diferencia que los mejoran en el precio.

Para este caso en particular los productos que tienen mayor consumo en el mercado de la región son los genéricos; *“De acuerdo a un estudio hecho por la IMS en el eje cafetero, la mayor cantidad de medicamentos que están consumiendo las personas son genéricos, por lo cual, la amplia oferta resulta beneficiosa para el bolsillo”*.

Lo que ocasiona que las grandes marcas se vean afectadas, esto se refleja en la disminución de sus utilidades en el precio de venta, debido a que sus productos tienen poca rotación en los centros de distribución, sin embargo, son estables en el mercado con perspectiva decreciente.

7.1.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

El mercado cuenta con un nivel de concentración de costos fijo y costos de cambio catalogados como altos, sin embargo, las rivalidades que se dan entre las empresas genera la utilización de la reducción de costos e introducción de nuevos productos, hay competidores que tienen un status que los posiciona líderes en el mercado, lo que hace que su rivalidad frente a los que quieren incursionar en el mercado sea mucho más fuerte.

Ya que muchos competidores tienen como objetivo una lucha para aumentar la participación en el mercado, utilizando diferentes estrategias para ello como:

- Servicio al cliente
- Competencia en precio
- Tiempos de entrega
- Calidad del producto
- Publicidad
- Garantías

- Certificaciones
- Variedades de producto

No obstante, el crecimiento de la competencia ya sea por las diferentes estrategias utilizadas en el sector farmacéutico es muy poco significativa, ya que está fragmentado y comprende muchas empresas. Por lo que no es habitual que haya nuevos competidores, principalmente porque las barreras de entrada son altas, especialmente en investigación y desarrollo y en costes de fabricación y de marketing.

PRINCIPALES EMPRESAS FARMACEUTICAS A NIVEL NACIONAL:

- Advance Scientific de Colombia
- Aldistron Farmaceutica
- Avampharma S.A.S
- Bayer Schering Pharma
- Biochem farmacéutica de Colombia
- EuroEtika
- Falmaser S.A
- Galderma S.A
- Lambinco S.A
- Laboratorio bago Colombia

PRINCIPALES EMPRESAS FARMACEUTICAS EN LA REGIÓN:

- Eve distribuciones
- Copidrogas
- Dristrifarma
- Audifarma

7.2. CAPÍTULO II: CAPACIDADES PRODUCTIVAS DE LAS PYMES EN LOS ESCENARIOS OPERATIVO Y COMERCIAL (FASE DE RESULTADOS)

Con la información que se obtuvo se lograron examinar algunos aspectos, comportamientos y conductas del subsector farmacéutico, el cual nos permite identificar la realidad y la capacidad productiva del sector, entendiendo por capacidad productiva la manera como se comercializa los productos farmacéuticos en la zona de estudio ya que hay que aclarar que los resultados arrojan como punto importante que la región carece de empresas productoras de medicamentos (laboratorios), es por eso que los resultados apuntan a las empresas comercializadoras.

Los resultados permiten afirmar que las pymes del subsector farmacéutico de la zona centro occidente del departamento de Risaralda tienden a realizar procesos informales o impremeditados en cuanto a capacitación del personal, pues tan solo el 50% de su fuerza laboral tiene una educación tecnológica en procesos farmacéuticos como son: técnicos en servicios farmacéuticos o tecnólogos en regencia de farmacia, sin adelantar un proceso de capacitación constante, y esto se puede evidenciar en que solo el 44% de la pymes invierten en capacitación, de la cual solo destinan menos del 3% del costo total de la operación.

En relación a proyectos o actividades de investigación y desarrollo, las pymes del subsector farmacéutico en su gran mayoría (el 78%) destinan pocos de sus costos en estas actividades, quedando evidenciado que sin programas o planes estructurados de capacitación laboral ni proyectos o actividades de investigación y desarrollo que lleven a una



mejor innovación tecnológica, dificultad para *Ilustración 1 ¿Invierte su empresa en actividades de I+D?* elaborar estrategias que vayan enfocadas al mejoramiento de la productividad, dentro de una competitividad sistémica a nivel regional (Esser; Hillerbrand; Messner; Meyer-Stramer, 1994) que sean acordes con las exigencias actuales de los

mercados como a la globalización de la economía y que se puedan abrir las puertas para una posible inversión nacional o extranjera.

En relación a la participación en entrenamiento de desarrollo de habilidades así como a las redes de conocimiento, se puede afirmar que las pymes del subsector farmacéutico se encuentran excluidas y/o comprometidas con universidades o con programas de instituciones de investigación que lleven hacia el desarrollo financiero y crecimiento económico, el cual les permita evidenciar los efectos que tiene la



educación financiera sobre el ahorro y la inversión, *Ilustración 2 ¿Ha pertenecido a alguna asociación en los últimos 4 años?* y sus consecuencias para la estabilidad económica de la región. Sin embargo el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) es la única fuente que recurren las pymes para potencializar las habilidades en el área comercial, en cuanto al servicio al cliente se refiere, pero limitado en la capacitación, de ahí que las pymes compitan con base solo en el precio del producto, dando como resultado un bajo nivel tecnológico, productivo, financiero y de vinculación a asociaciones, ya que constituyen una prioridad de carácter bajo dentro de la agenda del sector.

Muchos administradores y/o propietarios de las pymes investigadas afirman que el precio de sus productos en un 56% lo establece el mercado, en medicamentos de venta sin prescripción facultativa o venta libre como: Fito-terapéuticos (jarabes expectorantes, analgésicos), suplemento dietario (leches, vitaminas, proteínas), antigripales, populares (jabones, enjuagues, desodorantes, cremas dentales) entre otros. Mientras que el 44% restante, el precio viene de acuerdo a la rentabilidad de la empresa, en productos de Venta bajo fórmula médica como: medicamentos homeopáticos, antibióticos, droga blanca, nutracéutico o producto de uso específico. Los medicamentos de control especial se comercializan poco en las pymes, estos se comercializan únicamente en establecimientos farmacéuticos autorizados por el fondo nacional de estupefacientes en coordinación con la Secretaria Distrital de Salud, así mismo como los medicamentos de uso exclusivo intrahospitalario que solo son autorizados para la comercialización con instituciones prestadoras de servicios de salud.

En cuanto a los proveedores las pymes manejan un promedio de 23 proveedores para toda su línea, con pedidos permanentes entre ellos, valorando los administradores la calidad y los tiempos de entrega que estos tienen, así como la alta confianza que garantizan el cumplimiento y el respaldo a la hora de trabajar con ellos, ya que por tratarse de proveedores nacionales la entrega de los pedidos se demora más de tres días, sin embargo tales proveedores responden a intermediarios, es decir que su clasificación se encuentra por fuera de la figura de laboratorios, esto se da debido a que las PYMES de subsector carecen de los recursos económicos y por tanto se les dificulta negociar directamente con los laboratorios, los cuales les pueden otorgar precios más asequibles que les ayuden a disminuir los costos, incluso muchos de ellos carecen de algún tipo de afiliación a cooperativas de medicamentos como COPIDROGAS o DROXI que les permitan también de alguna manera ser más competitivos en el sector frente a los diferentes costos a los que haya lugar.

El concepto de mejoramiento en los procesos y en las áreas funcionales de las pymes con el objeto de crear competencias en términos de adaptabilidad, calidad, servicio de excelencia, cultura de resultados y que se puedan llevar a la práctica como se dijo anteriormente en aspectos de naturaleza comercial, técnica, legal, ambiental y financiera, se aleja de la realidad del

Ilustración 3 ¿Ha realizado algún tipo de mejoramiento en los procesos de la empresas?

subsector farmacéutico, pues la pymes solo se centran en cumplir con las normas establecidas por la Secretaria de Salud en cuanto a la prevención de medicamentos vencidos, almacenaje de los insumos médicos, registro y controles de los medicamentos en formatos establecidos por la seccional de salud, sin embargo es de resaltar que en la parte administrativa las pymes en los últimos 5 años han empezado a adelantar acciones como adquirir programas de facturación y de manejo y control de inventarios.



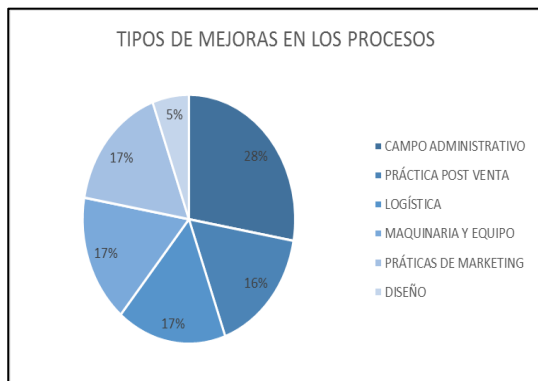


Ilustración 4 ¿Qué tipo de mejoras ha realizado?

Los directivos de las pymes reconocen que con una muy buena dinámica en la cadena de valor la proyección de crecimiento del sector farmacéutico aumentaría y así lo muestran los resultados, ya que para el 55% del sector es muy dinámico con perspectiva

creciente, atribuido este optimismo principalmente a la crisis de la salud en

Colombia, ya que cada vez es más frecuente que a los afiliados de las entidades prestadoras de salud (EPS) “se les niegue el servicio al ser considerado fuera de la categoría de urgencia, o se les da una cita hasta mes y medio después de pedida, en otros casos sucede que hay problemas en la entrega de los medicamentos o se llega al punto de formular medicamentos genéricos, los cuales presentan efectos de menos efectividad y beneficios que tienen los medicamentos comerciales”, sin embargo el 45% restante, piensan que es estable en el cual puede mejorar o desmejorar, evidenciando con esto lo dividido que está el sector, pues mientras unos creen que es necesario hacer alianzas para mejorar la competitividad de la cadena, ya que esto le daría un dinamismo al sector que llevaría a mayores oportunidades y al crecimiento del mismo, otros por el contrario piensan que una alianza resulta difícil debido a que las empresas grandes quieren acaparar el mercado y tratar de quitar al mayor número de competidores posibles.

Debido a que carecen de alianzas establecidas entre las pymes del subsector farmacéutico el éxito del negocio es atribuido según los resultados a dos aspectos

principales: el primero, al talento humano, ya que los droguistas necesariamente deben ser expendedores técnicos en procesos farmacéuticos, o regentes de farmacia, lo que lleva a que sean personas cualificadas e idóneas al momento de asesorar al cliente, y el segundo, a la normativa o conjunto de políticas que desde el ministerio de salud y protección social adelantan para el control de estos establecimientos de comercio, pues cada vez se trabaja más en generar conciencia de los riesgos que trae comercializar con la salud de todos los ciudadanos del país. Por otra parte la financiación de inversiones y los costos de producción son los dos grandes obstáculos o barreras que el negocio presenta, pues la intención del gobierno nacional por combatir a mayoristas –laboratorios, hospitales y proveedores por los altos costos de los medicamentos, ha tenido efecto real y son las pymes las que carecen del musculo financiero para invertir en grandes cantidades las más afectadas, ya que el costo por docena es más costoso que por millares, sumándole a esto que el personal debe ser calificado, aumentando así la mano de obra y por ende los costos de producción. En este punto es importante aclarar que del total las empresas encuestadas para esta investigación solo 1 empresa proporcionó información de las ventas promedio anual, el resto de las PYMES se negaron a revelar esta información ya que la consideraban de relevancia frente a la competencia, por lo cual se dificultad realizar un análisis de precio, ventas y costos que apoyarían un diagnostico financiero del subsector farmacéutico, todo ello a falta de información.

El enfoque de competitividad sistémica plantea que los mayores obstáculos que impiden el crecimiento de las pymes del sector se relacionan tanto con los costos, el financiamiento, o la viabilidad técnica-económica así como el hecho que el sector actúa aisladamente sin que haya un ambiente de unión y confianza para gestionar el desarrollo y los cambios que se puedan generar en una integración tanto vertical como horizontal que fortalezcan las cadenas productivas del sector.

En la parte legal, el subsector farmacéutico cuenta con un amplio control de parte de la dirección seccional de salud, tanto en la reglamentación exigida para que una PYME empiece a operar como se puede entender en la resolución 10911 de 1992, así como en los controles que este organismo ejerce para que los medicamentos

estén en óptimas condiciones de iluminación, humedad, pisos, paredes, cielo rasos, instalaciones higiénicas sanitarias, eléctricas, que el área adecuada nunca sea inferior a veinte (20) metros cuadrados, facilidad de acceso, factibilidad de prestar el servicio nocturno, independencia y separación reglamentaria de otra u otras Droguerías (150 mts como mínimo, así como en el control de las fechas de vencimiento de los fármacos, (pues esta es una de las sanciones más reiteradas para las pymes comercializadoras según los encuestados) en la prohibición de comercializar muestras médicas. A pesar de ello, la industria de los medicamentos enfrenta grandes retos legales, como lo son el control de precios a los medicamentos, las nuevas políticas del Gobierno enfocadas con la nueva reforma tributaria que propone gravar productos farmacéuticos que hoy carecen de IVA, y aumentar los que ya tiene el 5% al 10% y los de 16% al 19% , la mejora del acceso de sus productos a la población, las adquisiciones y fusiones entre laboratorios y la entrada de productos biosimilares, pues en estos momentos se está tramitando una ley que prohibiría la entrega de medicamentos genéricos por parte de las empresas prestadoras de salud, EPS. Pues bien, con estas decisiones el sector farmacéutico entraría a reestructuración legal en el corto plazo.

Por otro lado, el concepto de inversión que manejan algunos administradores y/o propietarios de la pymes excluyen la viabilidad de inversión extranjera en sus negocios o como competidores pues estos argumentaron que al inversionista extranjero solo le importa el beneficio propio por encima de el de la región ya que según ellos esta inversión se ve en los proveedores mayoristas o en empresas grandes, pero las pymes donde el Good Will se ha formado con esfuerzo propio y que solo representan índices un poco bajos en ventas respecto a empresas grandes como Multidrogas, Drogas la rebaja, Droguería Alemana entre otros. Entre tanto para el otro grupo de empresas del sector, la inversión extranjera la ven como una oportunidad para que las pymes se den a conocer y así poder crecer un poco más. La realidad es que a pesar de una u otro opinión la sensación que se tiene sobre la dinámica de inversión en el sector es dinámica con perspectiva a mejorar.

7.3. **CAPÍTULO III: OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EXTRANJERA O NACIONAL A TRAVÉS DEL ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD OPERATIVA Y COMERCIAL DE LAS PYMES (FASES DE CONCLUSIONES)**

La capacidad productiva de las pymes del subsector farmacéutico en la zona centro occidente del departamento de Risaralda es caracterizada desde la parte administrativa, operativa y comercial donde se puede concluir que:

Operativa: las pymes del sector carecen de estrategias articuladas de capacitación del personal y los recursos que se destina para este objeto son casi nulos quedando evidenciado que para los administradores y/o propietarios de la pymes tienen problemas con la importancia que tiene la capacitación en construcción de capacidades internas que aporten y faciliten estrategias activas para incrementar el capital intelectual y que este sea un punto diferenciador en términos de ventajas competitivas para sus planes de crecimiento y como estos están bastante cómodos con la rentabilidad que generan sus negocios se vislumbra poco la capacitación el personal como un aporte importante en el incremento de la generación de valor del sector, lo que los lleva a pensar que si capacita el personal se le incrementa el valor de la mano de obra

Comercial: En el subsector farmacéutico la parte comercial cobra una gran importancia en la forma como los administradores y propietarios conciben el negocio así como las estrategias que estos puede desarrollar en términos de productividad, rentabilidad, y crecimiento, cuentan con personal cualificado para suministrarle a los clientes el respectivo asesoramiento de los medicamentos que se le formulan así como los medicamentos sustitutos, sin embargo la única estrategia que se utiliza es la de competir con los precios, aprovechando el poco control que existe en los entes que están a cargo para ello. Esta competencia de precios se da ya que las pymes del sector farmacéutico solo le pueden comprar a proveedores intermediarios, como los mayoristas y carece de una negociación directa con la laboratorios, que les ayuden a ser más productivos, pues los precios que los laboratorios manejan son

más económicos que el intermediario, el inconveniente de las pymes es que una negociación con los laboratorios requiere unos pedidos con grandes cantidades de medicamentos que están en disposición económica de adquirir, es por esto que para que el sector sea más productivo los propietarios de las pymes deben abandonar los paradigmas que evitan que haya una asociatividad empresarial que les brinden una ventaja competitiva y contribuyan al incremento de la generación de valor de las pymes.

Administrativa: Las pymes reconocen que la dinámica en proyección al crecimiento del sector farmacéutico, es creciente con tendencia a mejorar cada vez más es muy positivo aunque esto es en gran parte atribuido a la cada vez más inconformidad de los ciudadanos hacia el sistema de salud en Colombia pues la negligencia, mala atención, demora para dar citas médicas, además de la formulación de los mismos medicamentos, así como de aquellos que son más beneficiosos para los pacientes, así sean más costosos hacen que el sector farmacéutico sea más dinámico y se recurra a las droguerías a solucionar sus dolencias, pero esta percepción de mejora para nada es atribuida por gestión del sector ya que las pymes administrativamente trabajan de forma egoísta e independiente, solo preocupándose por la rentabilidad de su negocio y como hacen para incrementar las ventas, aunque ello se aleje de las estrategias y políticas se vayan enfocadas a mejorar la productividad de todo el conglomerado.

La inversión nacional o extranjera que le conviene al sector es una que busque generar alianzas entre las pymes, que apuesten por potenciar las capacidades a nivel tecnológico, productivo y financiero, que combatan los paradigmas que “la inversión extranjera es perjudicial y conlleva prejuicios para los empresarios locales” pero sobre todo que genere sensibilización del sector empresarial para que los cambios y la productividad del negocio se planifique prospectivamente.

En cuanto a la elaboración de un análisis financiero para el sector farmacéutico, este presenta inconvenientes para la realización ya que los administradores se bloquearon al proporcionar cifras de ventas ni de costos lo cual permitiera hacer un

diagnóstico en esta materia. Sin embargo, el siguiente informe es extraído del “informe financiero del sector farmacéutico en Colombia”, de julio de 2015 y el cual está realizado por el Centro de Investigación Económica y Social (FEDESARROLLO) y por la Cámara de la Industria Farmacéutica suscrita a la ANDI.

El consumo de farmacéuticos en Colombia dice el informe, en el periodo 2010-2013 tuvo un aumento sostenido, alcanzando una tasa de crecimiento promedio de 18,3% en dólares.



Ilustración 5 Consumo aparente del sector farmacéutico en Colombia

Esto confirma la percepción de los administradores de las pymes encuestadas en la que argumentaban que el sector es muy dinámico con perspectiva creciente, pues podemos notar como el consumo pasó de U\$ 3.605 en el 2012 a U\$ 4.480 a 2013.

Otro punto importante de este informe son las cifras de la producción bruta de la industria farmacéutica sector que según la información de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE, para 2013 (última cifra disponible) alcanzó \$4,9 billones y generó un poco más de 25 mil empleos en el país (dato de los 217 establecimientos auditados). Esta actividad sigue siendo importante a pesar de su participación en la producción bruta para el 2013 bajó al 2.4% frente al 3.5% que se tenía en el 2000

En cuanto a la rentabilidad que pueda tener el sector, el indicador que mejor nos detalla esto, es el ROE ya que este se encarga de mostrar cómo se transforma el capital en rentabilidad para la empresa, es por esto que un ROE superior al 12% (según el mercado) es más que atractivo para las empresas de este sector, como lo afirman en este informe.

Cuadro 4. Análisis DuPont 2008-2013

Variable	Fabricación						Comercio al por mayor						Comercio al por menor					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ROE (Return on Equity) (%)	14,0	13,1	13,4	11,4	11,0	12,2	15,7	11,6	15,2	13,3	13,2	10,5	-4,2	5,4	5,8	6,5	3,0	3,0
Apalancamiento	1,74	1,71	1,76	1,71	1,74	1,78	1,92	1,93	2,01	2,13	2,05	2,10	2,65	2,58	2,43	2,50	2,12	1,97
Margen de Beneficio Neto (%)	7,9	7,0	7,4	6,6	6,3	7,9	5,1	3,8	4,8	4,2	4,4	3,4	-1,0	1,3	1,5	1,7	0,9	1,1
Rotación Total de Activos	1,02	1,10	1,02	1,01	1,00	0,87	1,62	1,59	1,58	1,50	1,48	1,49	1,56	1,64	1,63	1,56	1,60	1,40

Fuente: Cálculos Fedesarrollo con base en cifras de la Supersociedades.

Ilustración 6 Análisis DuPont

En el subsector de comercio al por mayor, el ROE se pasó de tener niveles muy buenos de 15,7% en 2008 a 10,5% en 2013, no obstante, con la perspectiva del mercado este indicador es muy atractivo todavía.

BIBLIOGRAFÍA

Berger, A., Densetz, R. y Straham, P. (1999). The Consolidation of the Financial Services Industry: Causes, Consequences, and Implications for the Future. Volume 23. Journal of Banking and Finance.

BUILES C y Sanabria J (2004). “Implicaciones de los Derechos de Propiedad Intelectual ante un Eventual Tratado de Libre Comercio: Colombia – Estados Unidos de América: Caso del Sector Farmacéutico”. Trabajo de grado., Universidad EAFIT.

Berger, A., Densetz, R. y Straham, P. (1999). The Consolidation of the Financial Services Industry: Causes, Consequences, and Implications for the Future. Volume 23. Journal of Banking and Finance.

BUILES C y Sanabria J (2004). “Implicaciones de los Derechos de Propiedad Intelectual ante un Eventual Tratado de Libre Comercio: Colombia – Estados Unidos de América: Caso del Sector Farmacéutico”. Trabajo de grado., Universidad EAFIT.

(2010). Cámara Farmacéutica de la Asociación Nacional de Industriales —ANDI—. La industria farmacéutica en Colombia 1991-2010

ESSER, Klauss; HILLERBRAND, Wolfgang; Messner, Dirk; MEYER-STAMER, Jörg. (1994). Competitividad sistémica – Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo

(2010). Cámara Farmacéutica de la Asociación Nacional de Industriales —ANDI—. La industria farmacéutica en Colombia 1991-2010.

Cámara de comercio de Pereira. (2015). *Coyuntura económica Pereira y Risaralda: Evaluación de la economía año 2015 y proyección 2016*. Pereira.

Consejo Nacional de Política Económica y Social. (2014). *Política farmacéutica nacional*.

Revista Dinero. (2006). Químico y farmacéutico. *Revista Dinero*.

Revista Dinero. (2014). Pereira, la capital comercial del Eje cafetero. *Dinero*.

Secretaría de desarrollo económico. (2008). *Sector Farmacia*. Bogotá.

Silva, M., & Tirado Riveros, A. (2013). *Oportunidades y amenazas para el sector Farmacéutico con la firma del TLC con los Estados Unidos*. Bogotá: Universidad EAN.

- Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). Regulación en el mercado farmacéutico. *Revista de Ciencias sociales*.
- Vincenzo, A. B. (2008). *Pharmaceutical Industry, Industry, Drug Quality and Regulation: Evidence from US and Italy*.

ANEXOS

1. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

		RAZON SOCIAL	MUNICIPIO	CIU
MUESTRA	1	AUDIFARMA S.A.	Pereira	G513501
MUESTRA	2	CADA PIEL S.A.S.	Pereira	G513500
MUESTRA	3	DISTRIMEDICA DEL CAFE S.A.S.	Pereira	G513500
MUESTRA	4	DROGUERIA FARMA UNO	Pereira	G523100
MUESTRA	5	DROGUERIA MEGA CENTRO	Pereira	G523100
MUESTRA	6	DROGUERIA PASTEUR	Pereira	G523100
MUESTRA	7	DROGUERIA SAN CARLOS	Pereira	G523100
MUESTRA	8	DROGUERIA SUPER BARATA	Pereira	G523100
MUESTRA	9	DROMAYOR PEREIRA S.A.S.	Pereira	G513504
MUESTRA	10	EVE DISTRIBUCIONES S.A.S.	Pereira	G513500
MUESTRA	11	MEDICAL HELP SAS	Pereira	G513600
MUESTRA	12	DEPOSITO PRINCIPAL DE DROGAS	Pereira	G523100
MUESTRA	13	DROGUERIA FARMA PLAZA	Pereira	G523100
MUESTRA	14	DROGUERIA FARMA PRADERA	Dosquebradas	G523100
MUESTRA	15	DROGUERIA LA HUMANITARIA	Dosquebradas	G523100
POBLACIÓN	16	ALZATE TAMAYO DIANA MILENA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	17	ARIAS HIGUITA MARIA DEL CARMEN	Pereira	G523103
POBLACIÓN	18	BARROS OROZCO MIRYAM SOFIA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	19	BECERRA ESCOBAR JAVIER	Pereira	G523100
POBLACIÓN	20	BEDOYA SALAZAR ALBA AURORA	Pereira	G523103
POBLACIÓN	21	BETANCUR GOMEZ AGUSTIN	Pereira	G523100
POBLACIÓN	22	BETANCUR GRISALES YANET DE JESUS	Pereira	G523104
POBLACIÓN	23	BOTERO OROZCO CARLOS ALIRIO	Pereira	G523106
POBLACIÓN	24	CARDONA PEREZ JIMMY LEONARDO	Pereira	G523103
POBLACIÓN	25	CARDONA ROJAS OLGA LUCIA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	26	CARDONA VEGA LUZ MARY	Pereira	G523100
POBLACIÓN	27	CASTAÑO DE POSADA AMPARO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	28	CASTRO GOMEZ LUZ ADRIANA	Pereira	G513500
POBLACIÓN	29	CHAPARRO SOTO DARIO	Pereira	G513500
POBLACIÓN	30	CLAVIJO LEON CLAUDIA CONSTANZA	Pereira	K741400
POBLACIÓN	31	CORTES MEDINA CESAR EDUARDO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	32	DIAZ DIAZ MARY LUZ	Pereira	G523100
POBLACIÓN	33	DISTRIBUIDORA MEDIFARMA S.A.S.	Pereira	G523100
POBLACIÓN	34	GARCIA GOMEZ NELLY	Pereira	G523100
POBLACIÓN	35	GONZALEZ GARTNER LIZ KAREM	Pereira	G523100
POBLACIÓN	36	GONZALO ARANGO ANGEL & CIA. LTDA. DEPOSITO DE DROGAS	Pereira	G513501
POBLACIÓN	37	GUTIERREZ JARAMILLO JAVIER DE JESUS	Pereira	G523100
POBLACIÓN	38	HOSPYCLINIC DISTRIBUCIONES Y REPRESENTACIONES COMERCIALES SAS	Pereira	G513501
POBLACIÓN	39	HOSPY-MEDICAL LTDA.	Pereira	G523100
POBLACIÓN	40	HURTADO MARQUEZ MARTHA LUCIA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	41	IDARRAGA ORTIZ FABIO	Pereira	G523103
POBLACIÓN	42	IDARRAGA OSPINA GONZALO ENRIQUE	Pereira	G523103
POBLACIÓN	43	IPS BIOTECH AND LIFE S.A.	Pereira	G513500
POBLACIÓN	44	JARAMILLO MARIN MYRIAM	Pereira	G513501
POBLACIÓN	45	JIMENEZ OSORIO AMPARO	Pereira	G523103
POBLACIÓN	46	JIMENEZ YEPES EDWIN	Pereira	G523100
POBLACIÓN	47	LEDESMA OSPINA FLOR MARIA	Pereira	G523103
POBLACIÓN	48	MAGDEN S.A.S.	Pereira	G523100
POBLACIÓN	49	MARIN BEDOYA CLAUDIA ZORANI	Pereira	G523100
POBLACIÓN	50	MARIN PEREZ LEONARDO FABIO	Pereira	G523104
POBLACIÓN	51	MARTINEZ MONTOYA JAIME	Pereira	G523103
POBLACIÓN	52	MAZO HURTADO MARIA GLADIS	Pereira	G523100
POBLACIÓN	53	MEJIA CRUZ MARIO DE JESUS	Pereira	G523103
POBLACIÓN	54	MONTOYA RODRIGUEZ CLAUDIA MILENA	Pereira	G523915
POBLACIÓN	55	MORALES ESPINOSA MARTA HORALIA	Pereira	G523103
POBLACIÓN	56	PARRA BUSTAMANTE LUZ DARY	Pereira	G523100
POBLACIÓN	57	PESCADOR BAÑOL JOHN WILLIAM	Pereira	G523100
POBLACIÓN	58	POSADA BERMUDEZ JOSE ALQUIVER	Pereira	G523100
POBLACIÓN	59	POSADA CASTAÑO JOSE EUCLIDES	Pereira	G523100
POBLACIÓN	60	POSADA URIBE EUCLIDES	Pereira	G523100
POBLACIÓN	61	QUINTERO VALENCIA NESTOR IVAN	Pereira	G523100
POBLACIÓN	62	RAMIREZ HERNANDEZ JOSE SIDEL	Pereira	G521900

POBLACIÓN	63	REPRESENTACIONES IDARRAGA E IDARRAGA S. EN C.S.	Pereira	G523100
POBLACIÓN	64	RINCON ROMAN YEDMAN ERASMO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	65	SALAZAR DE QUINTERO EDELMIRA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	66	SANCHEZ ROJAS LUZ DARY	Pereira	G523103
POBLACIÓN	67	SHARE R&D S.A.S	Pereira	G513500
POBLACIÓN	68	SIERRA GALLEGO ANDRES OSWALDO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	69	SUAREZ QUINTERO MARIO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	70	TABA DE GUERRERO ANA MARIA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	71	TABARES GOMEZ JOSE WILSON	Pereira	G523100
POBLACIÓN	72	TORO DE ESPINOSA MARIELA	Pereira	G523103
POBLACIÓN	73	TORRES VELANDIA JAIRO	Pereira	G523100
POBLACIÓN	74	UNIVERSO FARMACEUTICO E.U.	Pereira	G513500
POBLACIÓN	75	VALENCIA HURTADO ALEXANDER DE JESUS	Pereira	G521101
POBLACIÓN	76	VARGAS DIEZ LIBIA	Pereira	G523100
POBLACIÓN	77	VELA ARDILA MARIA ISABEL	Pereira	G523100
POBLACIÓN	78	VELASQUEZ BELEN	Pereira	G523103
POBLACIÓN	79	ZAMORA TABORDA MIRIAM ROSA	Pereira	G523100

Ilustración 7 Muestra de la investigación. Elaboración propia.

2. MODELO DEL INSTRUMENTO

ENCUESTA

Objetivo general

Determinar la capacidad de comercialización de las pymes del micro sector farmacéutico de la zona centro occidente del departamento de Risaralda a través de la caracterización administrativa y operativa para validar las oportunidades de inversión extranjera o nacional.

CUESTIONARIO DE CARACTERIZACIÓN SOBRE EL SUBSECTOR FARMACÉUTICO

A. Información general de la empresa

1. Nombre de la empresa o de la Unidad Productiva:

_____ (Si es una unidad productiva pase a la pregunta 2, si no entonces pase a la pregunta 3)

2.Cuál es su actividad: _____

3. Cuánto tiempo lleva en el negocio: años _____ meses _____

4. Tipo de sociedad

SA _____

SAS _____

LTDA _____

ONG _____

Otros _____ ¿Cuál? _____

5. Número de empleados: permanentes _____ temporales _____ 6.

Grupos especiales vinculados con la producción:

Núcleo familiar _____

Mujeres Cabeza de familia _____

Jóvenes rurales _____

Desplazados _____

Grupos indígenas _____

Comunidad afro _____

Ninguno de los anteriores _____
 Otro: _____ Cuál: _____

7. Su actividad específica en la cadena corresponde a:

Distribuidor _____
 Exportador _____
 Importador _____
 Comercializador _____
 Otro? Cuál: _____

8. A quien comercializa sus productos:

Distribuidor _____
 Exportador _____
 Industriales _____
 Particulares _____
 Comercializadores _____
 Otros _____ ¿Cuál? _____

B. Infraestructura y funcionamiento de la empresa.

1. ¿Con qué equipos cuenta para realizar su actividad?

Equipo	Descripción	Usos	Cantidad

2. Indicadores financieros

4.1 Total ventas promedio anual
 Volumen _____ \$ _____

4.2 Total ventas en los últimos 5 años
 Volumen _____ \$ _____

5. Estrategia orientada a la innovación

5.1 Usted realiza actividades de investigación y desarrollo Sí ___ No ___
 Si su respuesta es no, pase a la pregunta 6

5.2 ¿Cuánto de su ganancia, destina usted para actividades de investigación

y desarrollo? <1% ___

1-3% ___

3-6% ___

- 6-9% ___
 >9% ___
- 5.3 ¿Qué tan importante es para su empresa la investigación y desarrollo para el mejoramiento y éxito?
 Muy importante _____
 Relevante _____
 No Importante _____
6. Marketing (mercadeo)
- 6.1 Usted realiza actividades de marketing?
 Sí___ No___
 Si su respuesta es no, pase a la pregunta 7
- 6.2 ¿Cuántos son sus gastos en actividades de marketing (% del total de costos)?
 <1% ___
 1-3% ___
 3-6% ___
 6-9% ___
 >9% ___
7. Desarrollo del talento humano
- 7.1 La mayoría de los trabajadores tienen:
 Sin educación _____
 Incompleta educación primaria _____
 Completa educación primaria _____
 Incompleta educación secundaria _____
 Completa educación secundaria _____
 Educación tecnológica _____
 Educación incompleta universitaria _____
 Educación completa universitaria _____
- 7.2 ¿Cuántos son sus gastos en entrenamiento de personal (% del total de costos)?
 <1% ___
 1-5% ___
 6-10% ___
 >10% ___

C. Relaciones de confianza en la cadena de valor, en términos de las relaciones de transacción con los principales compradores y proveedores.

1. Relación con los compradores

1.1 Aproximadamente ¿Cuántos compradores tiene?

Respecto a los 3 principales compradores:

Pregunta	Parámetro	Comprador 1	Comprador 2	Comprador 3
% de la producción que adquieren	< 50%			
	50 – 80%			
	> 80%			
Donde están ubicados?	Región			
	Colombia			
	América Central			
	América del Sur			
	Estados Unidos			
	Europa			
	Asia			
	Otro. Cuál?			
Quién determina los precios?	La empresa			
	El mercado			
	Los compradores			
	Otros. Quien?			
Frecuencia con la cual se relaciona con los principales compradores	Constantemente			
	Esporádicamente			
	Varias veces en el año			
Tiempo durante el cual se ha relacionado	No de años			
Forma de relación con los compradores	Pedidos permanentes			
	Pedidos esporádicos			
	Contratos			
	Acuerdos tácitos			
	Otra. Cuál?			
Referente a sus compradores Usted tiene:	Alta Confianza			
	Moderada confianza			

	Baja Confianza			
	No hay confianza			
¿Por qué?				
Qué tipo de información recibe de los compradores?	Especificaciones de productos			
	Estándares y conformidades			
	Información del mercado			
	Información de precios actuales del mercado			
	Ninguna de las anteriores			
	Otra.Cuál?			

2. Relación con los proveedores

2.1 Aproximadamente cuántos proveedores tiene? _____

Respecto a sus proveedores:

Pregunta	Parámetro	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
Con que criterio selecciona usted sus proveedores?	Calidad			
	Tiempo de entrega			
	Valor agregado			
	Tecnología utilizada			
	Servicio postventa			
	Garantía			
	Otro. Cuál?			
Donde están ubicados?	Región			
	Colombia			

	América Central			
	América del Sur			
	Estados Unidos			
	Europa			
	Asia			
	Otro. Cuál?			
Con que frecuencia se relaciona con los principales proveedores	Constantemente			
	Esporádicamente			
	Varias veces en el año			
Tiempo durante el cual se ha relacionado con sus proveedores	No de años			
Forma de relación con sus proveedores	Pedidos permanentes			
	Pedidos esporádicos			
	Contratos			
	Acuerdos tácitos			
	Otra. Cuál?			
Si usted proporciona	Asesoría			
asistencia técnica a sus proveedores, como lo hace?	técnica			
	Recursos financieros			
	Supervisión			
	Otra. Cuál?			
Si usted implementa estándares de calidad	Usted compra a sus proveedores bajo estándares de calidad			

	Usted desarrolla estándares de calidad			
Referente a sus proveedores, Usted tiene:	Alta Confianza			
	Moderada confianza			
	Baja Confianza			
	No hay confianza			
¿Por qué?				
Qué tipo de información recibe de los proveedores?	Especificaciones de productos			
	Estándares y conformidades			
	Información del mercado			
	Información de precios actuales del mercado			
	Ninguna de las anteriores			
	Otra. Cuál?			

D. Innovación y mejoramiento

- 1 Usted ha realizado mejoramiento de los productos?
Si__ No__ (Si su respuesta es no, pase a la pregunta 2)
- 1.1 Cuántos y cuáles productos fueron mejorados?

—

- 1.5 Ha obtenido usted mejoras en los márgenes de utilidad, por causa de los cambios realizados? Si _____ No _____
- 1.6 Razones por la cuales ha mejorado:
 Demanda ___ Competitividad ___
 Nuevos mercados ___
 Otros: cuáles? _____
- 1.7 Cuánto fue invertido en mejoramiento e innovación de producto (% del total de los costos)?
 <1% ___
 1-3% ___
 3-6% ___
 6-9% ___
 >9% ___
 Otros: _____

2 Usted ha realizado mejoramiento en los procesos Si__ No__

(Si su respuesta es no, pase a la pregunta 3)

- 2.1 Mejoramiento en el campo administrativo Si__ No__
 Mejoramiento en prácticas post venta (mtto) Si__ No__
 Cambios en la logística Si__ No__
 Nuevos equipos o maquinaria Si__ No__
 Cambios en prácticas de marketing Si__ No__
 Nuevos diseños Si__ No__
 Otros _____
- 2.2 En los últimos 5 años, cuántas veces ha implementado cambios en procesos? _____
- 2.3 A partir de los cambios anteriores, ha percibido usted un aumento en la productividad?
 Si ___ como se han percibido _____
 No__ por
 qué? _____
- 2.4 Ha obtenido usted incrementos en los márgenes de utilidad, relacionados con los cambios realizados en los procesos? Si ___ No ___
- 2.5. Razones por la cuales ha mejorado:
 Reducción de costos ___
 Demanda ___
 Competitividad ___
 Nuevos mercados ___

Otros:

- 2.6 Si lo cambios fueron requeridos por los clientes, la empresa ofreció:
- Asesoría técnica _____
- Recursos financieros _____
- Supervisión _____
- Otros: Cuáles? _____
-

- 2.7. Cuánto fue invertido en mejoramiento de procesos (% del total de los costos)?
- <1% _____ 1-3% _____
- 3-6% _____
- >6% _____

3 Usted ha realizado mejoramiento en las áreas operativas o funcionales

Si__ No__ (Si su respuesta es no, pase a la pregunta 4)

Nuevas actividades desarrolladas Si__ No__

Estrategias de mercados Si__ No__

Actividades logísticas Si__ No__

Procesos gerenciales Si__ No__

Outsourcing Si__ No__

Cambio de posición en la cadena de valor Si__ No__

Otras

- 3.2 Razones por las que ha mejorado:

Competitividad _____

Nuevos mercados _____

Ingresos _____

Utilidad _____

Otras _____

Cuáles? _____

3.3 Los cambios fueron requeridos por los clientes: si__

no__ Si lo cambios fueron requeridos por los clientes, su empresa recibió:

Asesoría técnica _____

Recursos financieros _____

Supervisión _____

Otros: _____

- 3.4 Cuánto fue invertido en mejoramiento de áreas operativas y funcionales (% del total de los costos)?

<1% _____

1-3% _____

3-6% _____

>6% __

E. Trabajo en redes, conocimiento y habilidades

1. Asociaciones

1.2. A cuántas asociaciones o instituciones ha pertenecido de manera permanente en los últimos 5 años?

Local: _____ Nacional _____ Extranjera: _____ Total: _____

1.3. A cuáles asociaciones ha pertenecido?

2. Redes de conocimiento

2.1 En cuántas actividades del sector ha participado, en los últimos 3 años?

(misiones, congresos, conferencias, etc)

Local: _____ nacional _____ extranjera: _____ Total _____

2.2 En cuántos programas de desarrollo (en la forma de investigación o entrenamiento) con universidades, institutos de investigación ha participado

en los últimos tres años? (puede escoger varias)

Investigación _____ proyectos piloto _____ práctica _____ ninguno

2.3 En cuales temas?

2.4 Usted contacta a universidades, institutos de investigación o entidades expertas para la solución de problemas? Si _____ No _____

Problemas rutinarios _____

Solamente en casos críticos _____

En raras ocasiones _____

Nunca _____

2.5 Qué tipo de problemas consulta con mayor frecuencia:

_____, _____,

2.6 En cuántos programas de entrenamiento de desarrollo de habilidades han participado usted y sus empleados en los últimos 5 años? Internos _____ Externos _____ Total _____

2.7 En que áreas?

2.8 Con cuales instituciones?

2.9 Cuáles considera usted que son las tres principales necesidades de capacitación para su empresa?

F. Enfoque asociativo

1. Como califica la dinámica de la cadena en los últimos 5 años y su proyección de crecimiento?

Muy dinámica con perspectiva creciente _____
Muy dinámica con perspectiva decreciente _____
Se ha mantenido estable con perspectiva a mejorar _____
Estable con perspectiva a desmejorar _____
Poca dinámica con perspectiva a mejorar _____
Poca dinámica con perspectiva a desmejorar _____

2. Ha identificado los factores clave de éxito del negocio?

(Califique el grado de relevancia 1: muy baja, 2: baja, 3: media, 4: alta, 5: muy alta)

Plataforma ambiental _____
Política _____
Normatividad _____
Talento Humano Regional _____
Investigación y Desarrollo _____
Tecnología e innovación de producto _____
Tecnología e innovación de procesos agropecuarios _____
Tecnología e innovación de procesos agroindustriales _____
Tecnologías e innovaciones administrativas y funcionales _____
Financiación de inversiones _____
Costos de producción _____

Mercadeo y comercialización _____
 Infraestructura de soporte _____
 Sistemas de gestión _____
 Otros: _____ Cuáles? _____

3. Cuáles son las principales barreras u obstáculos para el negocio?
 (Califique el grado de relevancia 1: muy baja, 2: baja, 3: media, 4: alta, 5: muy alta)

Plataforma ambiental _____
 Política _____
 Normativa _____
 Talento Humano Regional _____
 Mercado desleal _____
 Investigación y Desarrollo _____
 Tecnología e innovación de producto _____
 Tecnologías e innovaciones administrativas y funcionales _____
 Financiación de inversiones _____
 Costos de producción _____
 Mercadeo y comercialización _____
 Infraestructura de soporte _____
 Otros: _____ Cuáles? _____

4. Ha identificado proyectos de valor agregado a la actividad que está desarrollando? Si _____ No _____
 En qué áreas?

5. Como califica la dinámica de las inversiones recientes en el sector? Muy dinámica con perspectiva creciente _____
 Muy dinámica con perspectiva decreciente _____
 Estable con perspectiva a mejorar _____
 Estable con perspectiva a desmejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a mejorar _____
 Poca dinámica con perspectiva a desmejorar _____

6. Cómo califica el grado de relacionamiento y compenetración entre los actores de los distintos eslabones de la cadena (productor – transformador – distribuidor – Comercializador - Exportador)
 Muy Bajo _____ Bajo _____ Medio _____ Medio Alto _____ Alto _____

7. Le interesa gestionar alianzas estratégicas para mejorar la competitividad de la cadena?
 Si _____ No _____

Porqué? _____

Para qué? _____

Con quién? _____

En qué proyectos de carácter asociativo estaría dispuesto a participar?

Vigilancia Tecnológica

Prospectiva

Bio prospección

I+D

Innovación

Emprendimiento

Estudios de mercado

Comercialización

Financiación

Otro? Cuál: _____

¿El Good Will (buen nombre) de la empresa, se encuentra como activo intangible en sus informes financieros?

En caso afirmativo es?

Formado ()

Adquirido ()

Estaría dispuesto a permitir la inversión extranjera para fomentar, fortalecer, internacionalizar etc... su negocio?

SI ()

NO ()

Según su respuesta, explique los argumentos de la misma _____

CLÁUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

El presente censo es aplicado con fines académicos y la información recolectada no se distribuirá de forma indiscriminada, será observada por la Fundación Universitaria del Área Andina, la Cámara de Comercio de Pereira e Investing Pereira con fines concluyentes buscando determinar la capacidad productiva de las pymes de esta zona y así validar la viabilidad de la inversión extranjera y nacional.

NOMBRE DEL ENCUESTADO:

CARGO:

ENCUESTADOR:

FECHA DE REALIZACIÓN:

2. TABULACIÓN ENCUESTAS

Se presenta la correspondiente tabulación de la información según la aplicación del instrumento señalado:

NÚMERO DE EMPLEADOS	GRUPOS ESPECIALES VINCULADOS CON LA PRODUCCIÓN	ACTIVIDAD ESPECÍFICA EN LA CADENA	A QUIÉN VENDEN
3	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Distribuidor
5	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Distribuidor / Exportador
4	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Distribuidor
5	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Distribuidor
3	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Distribuidor
4	Núcleo familiar / Mujeres cabeza de hogar.	Comercializador/Distribuidor	Particulares / Comercializadores
3	Ninguna de las anteriores.	Comercializador	Particulares
8	Núcleo familiar.	Comercializador	Particulares
4	Ninguna de las anteriores.	Distribuidor	Particulares

Ilustración 8 Información general

No	1				2				3			
	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD
	Vitrina	Dobles, de 4 entropaños en vidrios.	Todos los elementos de cacharrería.	4	Vitrina	Dobles, de 4 entropaños en vidrios.	Todos los elementos de cacharrería.	6	Vitrina	Dobles, de 4 entropaños en vidrios.	Todos los elementos de cacharrería.	4
	Estantería	2 MT x 1,20 MT, con 8 entropaños.	Todos los elementos de medicamentos	14	Estantería	2 MT x 1,20 MT, con 8 entropaños.	Todos los elementos de medicamentos	20	Estantería	2 MT x 1,20 MT, con 8 entropaños.	Todos los elementos de medicamentos	8
	Caja registradora	Caja negra digital.	Deposito de dinero / Venta	1	Caja registradora	Caja negra digital.	Deposito de dinero / Venta	3	Caja registrado	Caja negra digital.	Deposito de dinero / Venta	1
	Camilla	Camilla negra Hospitalaria.	Inyectología	1	Camilla	Camilla negra Hospitalaria.	Inyectología	0	Camilla	Camilla negra Hospitalaria.	Inyectología	1

Ilustración

Computador	Computador de mesa.	Programa de Copidrogas con los medicamentos en inventarios para la venta	1	Computador	Computador de mesa.	Programa de Copidrogas con los medicamentos en inventarios para la venta	3	Computador	Computador de mesa.	Programa de Copidrogas con los medicamentos en inventarios para la venta	1
------------	---------------------	--	---	------------	---------------------	--	---	------------	---------------------	--	---

9 Infraestructura farmacéutico 1

4				5				6			
EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD
Vitrina	Dobles, de 4 entrepaños en vidrios.	Todos los elementos de cacharrería.	3	Vitrina	Dobles, de 4 entrepaños en vidrios.	Todos los elementos de cacharrería.	4	Nevera		Medicamentos con cierta temperatura.	1
Estanteria	2 MT x 1,20 MT , con 8 entrepaños.	Todos los elementos de medicamentos	6	Estanteria	2 MT x 1,20 MT , con 8 entrepaños.	Todos los elementos de medicamentos	7	Computador		Stock de inventario.	1
Caja registradora	Caja negra digital.	Deposito de dinero / Venta	2	Caja registradora	Caja negra digital.	Deposito de dinero / Venta	1	Vitrina		Almacenamiento de medicamentos.	5
Camilla	Camilla negra	Inyectología	0	Camilla	Camilla negra Hospitalaria.	Inyectología	0	Estanteria		Almacenamiento de medicamentos.	7
Computador	Computador de mesa.	Programa de Copidrogas con los medicamentos en inventarios para la venta	2	Computador	Computador de mesa.	Programa de Copidrogas con los medicamentos en inventarios para la venta	2	Camilla		Inyectología.	1
								Caja Registradora		Deposito de dinero.	1

Ilustración 10 Infraestructura farmacéutica 2

7				8				9			
EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIÓN	USOS	CANTIDAD

Ilustración

Computador		Stock de inventario.	1		Computador		Manejo de inventario.	5		Vitrina		Exhibición de medicamentos	6
Estanteria		Todos los elementos de medicamentos.	8		Vitrina		Almacenamiento de medicamentos.	6		Estanteria		Almacenamiento de medicamentos	4
Caja registradora		Deposito de dinero.	1		Estanteria		Almacenamiento de medicamentos.	4		Computador		Control de inventario	2
Camilla		Inyectologia.	1		Caja registradora		Deposito de dinero.	1		Caja registradora		Deposito de dinero.	2
Vitrina		Almacenamiento	6							Camilla		Inyectologia.	1
										Nevera		Almacenamiento de medicamentos	1

11 Infraestructura farmacéutica 3

Indicadores financieros						Innovación						Marketing									
No	VENTAS PROMEDIO ANUAL		TOTAL VTAS ÚLTIMOS 5 AÑOS		(\$) ESTIMACIÓN COSTOS ANUALES	No	ACTIVIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO		% DE LOS COSTOS DESTINADOS A					No	ACTIVIDADES DE MARKETING		% DE LOS COSTOS DESTINADOS AL				
	VOLUMEN	\$	VOLUMEN	\$			SI	NO	<1%	1-3%	3-6%	6-9%	>9%		SI	NO	<1%	1-3%	3-6%	6-9%	>9%
1				250'000.000		1		x						1	x				x		
2				-		2		x						2	x					x	
3				-		3		x						3		x					
4				-		4		x						4		x					
5				-		5		x						5		x					
6				-		6	x			x				6	x			x			
7				-		7		x						7	x			x			
8				-		8	x			x				8	x			x			
9				-		9		x						9	x			x			

Ilustración 12 Indicadores financieros, innovación y marketing de las PYMES

Ilustración

Talento Humano													
No	EDUCACIÓN								% DE LOS COSTOS DESTINADOS A ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL				
	Sin educación	Incompleta educación primaria	Completa educación primaria	Incompleta educación secundaria	Completa educación secundaria	Educación tecnológica	Educación incompleta universitaria	Educación completa universitaria	NADA	<1%	1-5%	6-10%	>10%
1					x				x				
2						x		x	x				
3						x			x				
4					x	x			x				
5					x				x				
6						x				x			
7						x				x			
8					x					x			
9					x						x		

13 Talento Humano en las PYMES

Mejoramiento en los procesos													
No	MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS		TIPO DE MEJORA	FRECUENCIA DE CAMBIO (Ú/MOS 5 AÑOS)	MEJORAS EN LA PRODUCTIVIDAD	MEJORAS EN LOS MÁRGENES DE UTILIDAD	RAZONES DEL MEJORAMIENTO	CAMBIOS REQUERIDOS		INVERSIÓN EN EL CAMBIO			
	SI	NO						SI	NO	<1%	1-3%	3-6%	>6%
	LA EMPRESA OFRECIÓ												
1	SI		Campo administrativo		No	No							
2	SI		Campo administrativo, Campo Post venta, Cambios en practicas de marketing	Varios	Si	Si	Precios economicos		x				
3	No		Ninguna		No	No							
4	No		Ninguna		No	No							
5	No		Ninguna		No	No							
6	Si		Campo administrativo, Practica Post venta, Cambios en logistica, Nuevos equipos o maquinaria, Cambios en practicas de marketing, Nuevos diseños	2 veces	Si	Si	Competitividad, Nuevos mercados.	Supervisión		x			
7	Si		Campo administrativo, Cambios en logistica, Nuevos equipos o maquinaria.	1 vez	Si	Si	Demanda	Asesoría técnica		x			
8			Campo administrativo, Practica Post venta, Cambios en logistica, Nuevos equipos o maquinaria, Cambios en practicas de marketing.	1	Si	Si	Demanda, competitividad, Nuevos mercados	Supervisión	x				
9	No		Ninguna		No	No							

Ilustración 14 Mejoramiento en los procesos

Mejoramiento en áreas funcionales							
No	MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS		TIPO DE MEJORA	RAZONES DE LAS MEJORAS	CAMBIOS REQUERIDOS POR		INVERSIÓN EN EL CAMBIO
	SI	NO			SI	NO	
	LA EMPRESA OFRECIÓ						
1	No		Ninguna				
2	Si		Actividades logísticas, Procesos gerenciales.	Mejores precios			
3	No		Ninguna				
4	No		Ninguna				
5	No		Ninguna				
6	Si		Estrategias de mercados, Actividades logísticas	Competitividad, Nuevos mercados.	Supervisión		1-5%
7	Si		Nuevas actividades desarrolladas, Actividades logísticas.	Competitividad			1-5%
8	Si		Nuevas actividades desarrolladas, Estrategias de mercados, Actividades logísticas, Procesos gerenciales.	Competitividad, Nuevos mercados, Ingresos, Utilidad			1-3%
9	No		Ninguna				

Ilustración 15 Mejoramiento en áreas funcionales

Asociaciones						
¿A CUÁNTAS HA Pertenecido (ÚLTIMOS 5 AÑOS)						
No	Local	Nacional	Extranjera	Ninguna	TOTAL	¿CUÁLES?
1				x		
2				x		
3				x		
4				x		
5				x		
6	1					Asociación prosurgir
7	1	0	0			Sena
8	0	3	0			Afidro, asocoldro, Asinfar
9				x		

Ilustración 16 Asociaciones

Redes de conocimiento																							
No	No PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS, CONFERENCIAS,ETC (ÚLTIMOS 3 AÑOS)					No PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS DE DESARROLLO CON UNIVERSIDADES- INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN (ÚLTIMOS 3AÑOS)					CONTACTA A OTRAS ENTIDADES PARA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS					No PARTICIPACIÓN EN ENTRENAMIENTO DE DESARROLLO DE HABILIDADES (Ú/MOS 5 AÑOS)					3 PRINIPALES NECESIDADES DE CAPACIACIÓN		
	Local	Nacional	Extrajera	Ninguna	TOTAL	Investigación	Proyectos piloto	Práctica	Ninguno	TOTAL	¿CUÁLES TEMAS?	SI - NO	Problemas rutinarios	Sólo casos críticos	Raras ocasiones	¿QUÉ TIPO DE PROBLEMAS?	Interno	Externo	Ninguno	TOTAL		¿EN QUÉ ÁREAS?	¿CON CUÁLES INSTITUCIONES?
1				x					x			No							x				
2		4			4				x			No							x				
3				x					x			No							x				
4				x					x			No							x				
5				x					x			No							x				
6					1				x			No						1		1	Servicio al cliente	Sena	Servicio al cliente, conocimientos actuales farmaceuticos, Bademekum
7				x					x			No					1	1		2	Administrativo, Servicio al cliente	Sena	Administración, logística, servicio al cliente.
8	2	1			3				x			No					1						Servicio al cliente, actualización de los productos, Nuevas regulaciones.
9				x					x			No						1			Servicio al cliente	Sena	Servicio al cliente, actualización de los productos.

Ilustración 17 Redes de conocimiento

Good Will				
SE ENCUENTRA COMO ACTIVO INTANGIBLE EN LOS INFORMES				
No	SI	NO	FORMADO	ADQUIRIDO
1	X		X	
2	X			X
3	X		X	
4	X		X	
5	X		X	
6	X		X	
7	X		X	
8	X			X
9	X		X	

Ilustración 19
Good will de las
PYMES

Inversión extranjera									
No									
DINÁMICA DE LAS INVERSIONES EN EL SECTOR									
Muy dinámica con perspectiva creciente									X
Muy dinámica con perspectiva decreciente									
Estable con perspectiva a mejorar						X	X		X
Estable con perspectiva a desmejorar				X					
Poca dinámica con perspectiva a mejorar					X				
Poca dinámica con perspectiva a desmejorar	X	X	X						

Ilustración 18 Inversión
extranjera

Inversión extranjera																	
No		1	2	3	4	5	6	7	8	9	ESTARÍA DISPUESTO A PERMITIR LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN SU NEGOCIO						
DINÁMICA DE LAS INVERSIONES EN EL SECTOR										No	SI	NO	¿POR QUÉ?				
Muy dinámica con perspectiva creciente																	
Muy dinámica con perspectiva decreciente												1		X		Prefiero la inversion nacional, porque depender de los extranjeros que solo les interesa el bien propio y no el del país	
Estable con perspectiva a mejorar							X	X				2		X		Prefiero la inversion nacional, ya en el pasado se ha intentado y no ha surgido	
Estable con perspectiva a desmejorar					X							3		X		Prefiero la inversion nacional, con los precios que se manejan en otros países nos se puede trabajar.	
Poca dinámica con perspectiva a mejorar					X							4		X		Con los empresarios colombianos tenemos	
Poca dinámica con perspectiva a desmejorar		X	X	X								5		X		Con inversion extranjera ahí si es cierto que nos jodemos, ademas la inversion es en los productores	
												6	X			La inversion extragera promueve mas competitividad para el sector en general, y las pequeñas y medianas droguerías tendrían la oportunidad de darse a conocer y crecer mas	
												7	X			Pequeñas y medianas droguerías tendrían la oportunidad de darse a conocer y crecer mas	
												8	X			Ayudaría a fortalecer el sector en general.	
												9					

Ilustración 20 Dinámica de inversión extranjera