

119
2eq



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE QUIMICA



EXAMENES PROFESIONALES
FAC. DE QUIMICA

ESTRATEGIA DE MERCADO PARA COMERCIALIZAR CIPROFLOXACINA

Trabajo Escrito Via Cursos de Educación Continua
Que para obtener el título de
INGENIERO QUIMICO
p r e s e n t a
OSCAR NOLASCO PEREZ



México, D. F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

134416



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

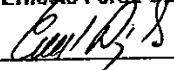
Jurado asignado:

Presidente: Prof. Eduardo Rojo y de Regil.
Vocal: Prof. Ernesto Pérez Santana.
Secretario: Prof. León Carlos Coronado Mendoza.
1er. Suplente: Prof. Fernando de Jesús Rodríguez Rivera
2do. Suplente: Prof. Napoleon Serna Solis.

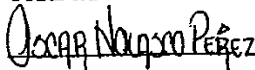
Sitio donde se desarrollo el tema:

Facultad de Química, Edificio "D".
Circuito Institutos, Cd. Universitaria.

Asesor: I.Q. Ernesto Pérez Santana.



Sustentante: Oscar Nolasco Pérez.



Lic. Fernando Hernández
Gerente de Recursos Humanos

Laboratorios Bayer de México, S.A. de C.V.
Apartado Postal 45-Bis
06000 México, D.F.

Por la información proporcionada y lo completa de ésta.

Gracias...

Lic. Mercedes Mantecón
Gerente de Relaciones Industriales

Laboratorios Janssen-Cilag
Av. Miguel Ángel de Quevedo N.

Por la velocidad de respuesta e información proporcionada

Gracias...

Lic. Noemí Alejandra González Ochoa
Dirección Médica

Laboratorios ICN - Grossman.
Av. Ermita Iztafalapa N.

Por la información tan completa proporcionada y soportarme tanto

Gracias...

ESTRATEGIA DE MERCADO PARA COMERCIALIZAR

CIPROFLOXACINA

(ANTIMICROBIANO SISTEMICO DE AMPLIO ESPECTRO)

En este trabajo escrito trataremos sobre una estrategia de mercado tan exitosa como ser el segundo lugar en ventas en el mercado nacional, por un laboratorio farmacéutico 100% mexicano.

INDICE

Introducción	1
Generalidades	3
<i>CAPITULO I</i>	
Historia de Bayer	4
Historia de Janssen-Cilag	7
Historia de ICN-Grossman	9
Historia de Senosiain	11
<i>CAPITULO II</i>	
Parte Técnica (producción y tecnología)	
Descripción del Proceso	15
Diagrama de Flujo del Proceso	16
<i>CAPITULO III</i>	
Parte Administrativa	
Planeación	18
Organización	20
Integración de Recursos Humanos	27
Dirección	27
Control	28
Liderazgo	28
<i>CAPITULO IV</i>	
Estrategia de Mercado	
Producto	30
Precio	31
Promoción	31
Distribución	31
Competencia	32
Servicio	33
<i>CAPITULO V</i>	
Conclusiones	
Conclusiones	34
Presencia Actual	34
Objetivo a largo Plazo	35
¿Cómo lograrlos?	36
Recomendaciones	
Recomendaciones	36
Anexo 1	37
Bibliografía	38

INTRODUCCIÓN.

Desde finales del siglo XIX el avance tecnológico y científico de la humanidad han mostrado asombro y beneficio al mundo entero, siendo la industria química el mejor ejemplo de desarrollo científico en sus diversas áreas como alimentaria, textil, papel, aeronáutica, etc. Este trabajo escrito se centrará en la Industria Farmacéutica como otro de estos ejemplos de avance tecnológico.

La invención de diversos fármacos naturales o sintéticos han dado mayor calidad de vida a las personas e inclusive longevidad, que es el único fin que persigue la medicina, pero que fármaco utilizar si existen más de 100 industrias farmacéuticas en el mundo y varias de ellas comercializando la misma sustancia activa. Es aquí donde nace la mercadotecnia de cualquier industria en un mundo capitalista.

Las estrategias de comercialización son tan antiguas como la humanidad misma, de hecho con el paso del tiempo el avance metodológico de la humanidad le ha dado un lugar muy importante a estas estrategias llamándolas mercadotecnia. La mercadotecnia está definida como las actividades que involucran el dirigir el flujo de bienes y servicios desde productores hasta consumidores, de forma muy general la mercadotecnia se maneja en todo sistema económico o donde los bienes deben cambiar de manos antes de ser utilizados. El término de mercadeo también es utilizado hoy en día para entender desarrollo y mercadotecnia de nuevos productos.

La mercadotecnia es creatividad.

En este trabajo escrito, nos introduciremos en las estrategias de mercado para comercializar un producto farmacéutico, representado por más de diez laboratorios farmacéuticos de prestigio tanto nacional como internacional, y esto incluye el laboratorio que desarrolló la sal.

Para entender mejor el tema, es importante definir el significado de **estrategia**, cuya definición tiene dos enfoques.

El enfoque tradicional mencionado en el diccionario *The American Heritage* como "la ciencia y el arte de comandancia militar aplicados a la planeación y conducción general de operaciones de combate a gran escala". El tema de la planeación sigue siendo un componente importante para la mayoría de las definiciones sobre estrategia en el área administrativa. Por ejemplo, Alfred Chandler de Harvard definió estrategia como "la determinación de metas y objetivos básicos a largo plazo en una empresa, junto con la adopción de cursos de acción y la distribución de recursos necesarios para lograr estos propósitos".

El enfoque moderno de **estrategia** menciona que estas son a menudo la respuesta emergente a circunstancias no previstas.

La mercadotecnia incluye todas las estrategias de mercado que se puedan presentar, la estrategia de mercado son las acciones que se llevaran a cabo.

También es importante involucrar con el tema de estrategias de mercado en este trabajo, la importancia que tiene la selección de personal y motivación de los integrantes en una empresa.

CIPROFLOXACINO es una sal desarrollada por laboratorios Bayer división farma, es un antimicrobiano de amplio espectro (i.e¹. tiene acción bactericida contra bacterias gram positivas y negativas, una amplia variedad de gérmenes son sensibles a él). Es una quinolona monofluorada. Sus diferencias químicas, significan mayor potencia antimicrobiana. Sus principales indicaciones son, en infecciones urinarias y gastrointestinales.

Laboratorios Senosiain hace más de tres años (ca². 1994) importaba el principio activo, ahora fabrica la sal desde la materia prima básica disminuyendo el costo del producto.

El objetivo que persigue éste trabajo, es visualizar como un laboratorio farmacéutico que no tiene investigación ni desarrollo y 100% nacional, puede lograr vender en su país igual o más que su competencia internacional. ¿Será cuestión de patriotismo?, o de ¿calidad? o tal vez ¿mercadotecnia?

¹ i.e. Id est, 'esto es'. Es decir.

² ca. Circa, 'alrededor de'. No se tiene exactitud de la fecha

GENERALIDADES.

El resultado del creciente conocimiento en química ha sido el resultado de la expansión de la moderna industria farmacéutica. La ciencia de la farmacia emerge poco a poco a partir del empirismo tradicional de los hierberos, pero a finales del siglo XIX ha habido grandes alcances en el análisis de los fármacos existentes y en la preparación de algunos nuevos. A partir de 1856 empieza la lucha para sintetizar analgésicos y antiperéticos, pero no fue hasta 1899 que se desarrollo el ácido salicílico en ácido acetilsalicílico (el analgésico más conocido del mundo), que es la aspirina, producto de investigación y desarrollo de Bayer, que hoy en día sigue siendo el analgésico de mayor uso. A principios del siglo XX Paul Ehrlich de Alemania desarrollo con éxito un compuesto orgánico que contenía arsénico que era efectivo contra syphilis. El significado de este descubrimiento en 1910, significó una sustancia capaz de dañar a un microorganismo invasor en un residente. En 1932 se descubrieron las sulfas como fármacos capaces de dañar a *Estreptococos*. En 1928 el descubrimiento de la penicilina por Alexander Fleming's no tuvo éxito por algunas dificultades en aislar de forma estable el antibiótico, pero no fue sino hasta la segunda guerra mundial que la investigación en este campo resurgió y la producción de los primeros antibióticos empezó en 1943.

Los antisépticos y analgésicos se desarrollaron en el siglo XIX abriendo una nueva posibilidad para cirugías complejas, los rayos X se descubrieron en 1895, la radio terapia etc.

Dentro del desarrollo industrial se encuentran las historias de diferentes laboratorios farmacéuticos de los cuales solo platicaremos de seis de los 147 que existen actualmente en el país.

CAPITULO I

HISTORIA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA MUNDIAL Y NACIONAL. BAYER, JANSSEN-CILAG, ICN-GROSSMAN, SENOSIAIN.

BAYER

1863 Fundación de la empresa Friedr. Bayer et comp. en Wuppertal-Barmen para la fabricación de colorantes de anilina.

1865 Bayer participa en la primera fábrica de colorantes de anilina de E. E. U. U., en Albany.

1866 Traslado de la empresa a Elberfeld.

1867 Fundación de una fábrica de colorantes cerca de Berlín, que posteriormente se llamaría << Actien-Gesellschaft fur Anilinfabrikation >> (Agfa).

1870 Agencias en Nueva York y en Viena.

1876 Se construye una fábrica de colorantes en Moscú.

1877 Fundación en Uerdingen de la empresa <<Dr. E. ter Meer & Cie>> (pertenece a Bayer desde 1951).

1881 Transformación de la empresa en la sociedad anónima <<Farbenfabriken vorm. Friedr. Bayer & Co.>>.

1888 Fundación de la sección FARMACÉUTICA.

1889 Organización de un laboratorio científico central en Wuppertal-Elberfeld.

1891 Compra de los terrenos de la futura fábrica de Leverkusen.

1897 Fundación de la Caja de Pensiones.

1901 Instalación de un taller y una escuela profesional.

1904 Junto con el león, que existe desde 1895, la cruz de Bayer se convierte en el segundo símbolo de la empresa, aplicado especialmente para productos farmacéuticos.

1912 Traslado de la sede de la empresa a Leverkusen. Bayer funda en Leverkusen una fábrica de productos fotográficos.

1916 Fundación de la fábrica Dormagen. La producción da comienzo un año más tarde. Se funda la empresa IG Farben para defender los intereses de los fabricantes de colorantes de anilina: Agfa, BASF, Bayer, Cassella, Hoechst, Kalle, Chem. Fabriken Vorm. Weiler-ter-Meer y Chem. Fabrik Griesheim-Elektron.

1921 Un grupo de empresarios alemanes se percatan del potencial económico e industrial de México y abren una filial el 23 de junio de 1921.

1925 La empresa <<Farbenfabriken vorm. Friedr. Bayer & Co.>> se fusiona con IG Farben. La fábrica de Leverkusen se convierte en la cabecera de la comunidad industrial Bajo Rin de la IG.

1933 Instalación en Leverkusen de la cruz de Bayer.

1936 Con <<Agfacolor Neu>> empieza la era de la nueva fotografía en color (películas con acopladores de color integrado).

1945 Confiscación de los bienes de IG Farben por parte de los aliados. Bajo control inglés, se mantiene en funcionamiento la comunidad industrial del Bajo Rin.

1951 Reconstitución de la empresa Farbenfabriken Bayer AG con las fábricas de Leverkusen, Elberfeld y Uerdingen.

1952 La fábrica de Dormagen se incorpora a Bayer AG.

1954 Junto con Monsanto Chemical Company, de St. Louis (E. E. U. U.), Bayer funda la empresa Mobay Chemical Company, con sede en Pittsburgh (E.E.U.U.).

1957 Fundación de Erdolchemie GmbH en Colonia-Worringen, sociedad compartida con BP Benzin und Petroleum-AG Hamburg; cooperación de las industrias petrolífera y química en el sector petroquímico.

1964 La fusión de Agfa y Gevaert Photo-Producten N.V. (Bélgica) da lugar al grupo Agfa-Gevaert.

1965 Colocación de la primera piedra de la fábrica de Amberes (Bélgica).

1967 Bayer adquiere el 50% del capital de Mobay Chemical Company, Pittsburgh, (fabricante líder de isocianatos en E.E.U.U.), que estaba en manos de Monsanto, elevando su participación al 100%.

1971 Bayer y Erdolchemie ponen en marcha en Dormagen la mayor depuradora industrial en Europa. Fusión de las seis filiales americanas de Bayer (Chemagro, Mobay, Verona, Baytex, FBA, Vero Beach) en la sociedad Baychem Corp., con sede en Nueva York, que a partir de 1974 paso a llamarse Mobay Chemical Corp., con sede en Pittsburgh.

1972 La empresa pasa a llamarse <<Bayer Aktiengesellschaft>>.

1973 Fundación de la fábrica de Brunsbuttel.

1978 Bayer adquiere alrededor del 97% de las acciones de la empresa farmacéutica Miles Laboratories Inc.

1988 Aniversario: 125 años de Bayer y 100 años de Bayer Farma.

Inauguración del centro de investigación farmacéutica de West Haven, Connecticut (EE. UU.).

Bayer primera empresa alemana en la bolsa de Tokio.

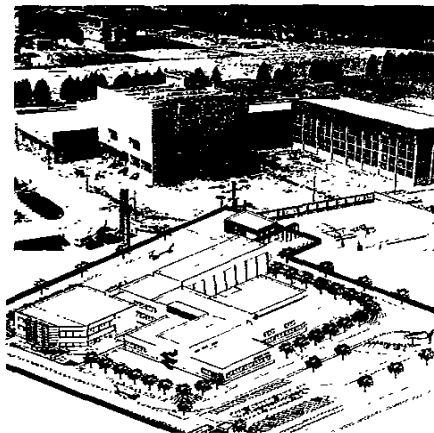
1989 Con la adquisición de la empresa Cooper Technicon de Tarrytown (Nueva York), Bayer se convierte en uno de los mayores fabricantes mundiales de sistemas de diagnóstico y de reactivos para la química clínica.

1994 Fundación de Bayer Solar GmbH para la fabricación de silicio para la obtención de energía solar.

1997 Bayer Solar GmbH pone en funcionamiento una nueva planta de producción de silicio solar en Freiberg, Sajonia.



Planta de Tratamiento de Aguas Residuales
Lerma Estado de Mex. (Bayer)



Planta de Automedicación
Lerma Edo. Mex (Bayer)

JANSSEN-CILAG

JOHNSON & JOHNSON.

Johnson & Johnson fue fundada en 1886. En más de un siglo de actividades se ha diversificado de tal forma que ahora comprende una gran cantidad de empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de cosméticos, productos hospitalarios, de diagnóstico y farmacéuticos.

La corporación *Johnson & Johnson* está formada por 160 compañías distribuidas en 55 países, cada una de ellas con identidad propia. Todas esas empresas forman el corporativo más grande del mundo dedicado al cuidado de la salud.

JANSSEN PHARMACEUTICA

Esta empresa fue creada en 1953 por el Dr. Paul Janssen, uno de los científicos más importantes del siglo XX. El Dr. Janssen estableció en Beerse, una pequeña ciudad cercana a Amberes, Bélgica, un pequeño laboratorio de dedicado a la investigación molecular.

El primer medicamento, producto de sus investigaciones, fue el AMBUSSETAMIDE, un antiespasmódico.

Para difundir más ampliamente sus investigaciones, y llevar los beneficios de sus descubrimientos a la mayor cantidad de personas posible, se unió en 1960 a la corporación *Johnson & Johnson*.

Actualmente existen filiales de **JANSSEN PHARMACEUTICA** prácticamente en todo el mundo. La empresa se distingue por el gran número de medicamentos desarrollados por investigaciones originales. En cuanto a la investigación científica, **JANSSEN** es una de las empresas más importantes del mundo.

El promedio en la industria farmacéutica mundial es: un producto desarrollado por cada 10,000 moléculas investigadas. El promedio de **JANSSEN PHARMACEUTICA** es: un producto por cada 1,300 moléculas investigadas.

JANSSEN FARMACÉUTICA, S.A. DE C.V.

En 1960 **JANSSEN FARMACÉUTICA** llega a México como una división de *Johnson & Johnson* México. Para 1978 se establece como una empresa independiente.

Cuando se inició de forma independiente en nuestro país, **JANSSEN FARMACÉUTICA** ocupaba el lugar número 62 de la industria farmacéutica nacional, actualmente se ubica entre las primeras cinco.

En 1985 se inauguraron las instalaciones de oficinas en la ciudad de México, ubicadas en la Canoa número 79. La planta de producción se encuentra en el kilómetro 81.5 de la Carretera Federal México-Puebla, en el corredor industrial de Huejotzingo.

CILAG DE MÉXICO.

Llegó a México desde 1934 bajo el nombre de *Productos Gedeon Richter América, S.A.* El nombre **CILAG** proviene de las siglas de la casa matriz: **Chemisches Industrielles Laboratorium A. G.**, una empresa Suiza dedicada a la fabricación y comercialización de productos farmacéuticos. Se incorporó a *Johnson & Johnson* en 1954.

En 1980 la empresa mexicana es adquirida por la corporación *Johnson & Johnson* y cambia su denominación a **CILAG de México, S.A. de C.V.**

JANSSEN-CILAG

En 1995, en respuesta a las alianzas estratégicas que se estaban dando en prácticamente todo el mundo, se planteó la fusión de **JANSSEN FARMACÉUTICA Y CILAG DE MÉXICO**, dando origen, a principios de ese año, a **JANSSEN-CILAG**.

El antecedente de la fusión se había dado casi dos años antes, cuando se comercializaban y se distribuían, en Centroamérica y El Caribe, los productos de ambas empresas con un solo nombre: **JANSSEN-CILAG**.

ICN-GROSSMAN

Investigación Científica y Nuclear

ICN, Desarrollo Corporativo.

ICN surgió a la vida de la investigación y comercialización de productos farmacéuticos, como consecuencia de la formación de un equipo de médicos y científicos entorno a Milán Panic, un joven académico de origen serbio, que posee una personalidad carismática.

La pequeña compañía extrajo ADN del esperma del salmón, rotulo por procedimientos radioactivos sus nucleósidos y nucleótidos, poniéndolos a disposición de los científicos de todo el mundo para llevar a cabo nuevos estudios de investigación, contribuyendo así, de manera decisiva, al desarrollo de la nueva era de la biología molecular.

La primera planta de ICN fue construida en 1960 en la ciudad de Industria, California. 1969 se erigieron nuevas instalaciones, entre las que se encontraba el Instituto de Ácidos Nucleicos (NARI) en Irvine, California. En los laboratorios de NARI, se desarrollaron y elaboraron también nuevos y prometedores productos farmacéuticos. Al no estar en condiciones económicas para la investigación de todos ellos se concentraron los científicos en la puesta a punto del medicamento antiviral ribavirina (Virazole, Virona, Virazide), donde se invirtieron 150 millones de dólares.

Con la aparición de la ribavirina se abre en el mercado farmacéutico internacional el surgimiento de un nuevo grupo terapéutico: el de los antivirales.

Con su sede central en Costa Mesa, California, ICN elabora más de 600 productos, sean populares (OTC), o éticos, sujetos a receta médica. Se incluyen entre ellos antibióticos, dermatológicos, compuestos para el tratamiento de padecimientos del aparato digestivo, anticancerosos y medicamentos para enfermedades del sistema nervioso central, todos los cuales comercializa en casi 70 países del mundo.

ICN Expansión Internacional.

Milán Panic se propuso tener presente a ICN en los 15 principales mercados farmacéuticos, y ahora, ICN tiene presencia en muchas otras naciones, en las que los mercados pueden ser pequeños por hallarse en la etapa de emerger. Para la conquista de los mercados de Europa Occidental, muy poderosos y competidos, se procedió a la compra de Laboratorios Hubber, en Corbera, una población situada en las inmediaciones de Barcelona, esta es la central del consorcio en el Occidente de Europa. Llegó a tanto la osadía de Panic que intentó comprar en 1989 a

Hoffman La Roche, de Basilea, en 4,500 millones de dólares. Roche era entonces líder mundial en la venta de medicamentos.

ICN EN MÉXICO.

El primer puesto de avanzada de ICN en México consistió en la adquisición de Laboratorios Servet, en 1968 conservando la misma razón social hasta 1973, en que se convirtió en ICN Farmacéutica, S.A. de C.V.

El origen de Laboratorios Servet, S.A., lo fundó la mexicana Sara García Villegas, se le asociaron otros capitales, como los de Javier Katz, José Luis Loyo, Javier Estrada - dueño de General de Gas- y el del Dr. Cristian Cortés Catalán. Especialmente españoles, inmigrados (el farmacéutico Don José Senosiain, o refugiados como Santoveña y Fernández (Sanfer), Don Antonio López de Silanes, Queralt Mir, Los hermanos Zapata, el grupo que creó A.S. Corp el de Waltz Abbat, el de Kriya, etc., contribuyeron al surgimiento de empresas que hoy conforman más del 70% de lo que se considera la Industria Nacional. Florecieron también numerosos laboratorios creados por mexicanos. Algunos tan grandes como Lakeside- Luego alemán y ahora suizo-, Columbia, Chinoín, Liomont, Rudefsa, Sophía, Pisa, Atlantis, Bustillos, Fustery, Infán, Ofimex, Química y Farmacia, etc.

Otros extranjeros también desarrollaron sus negocios en el ramo. Entre los americanos estuvo US Vitamin Corporation y Carlos Grossman, S.A., que ahora pertenece a ICN los húngaros crearon Syntex, vendido después a capitales norteamericanos y revendido por éstos a Hoffman La Roche; hubo por lo menos tres laboratorios fundados por franceses, como Aplicaciones Farmacéuticas, Carnot y Colliere. No falta tampoco una empresa creada por un holandés, Médix, y varias, ahora desaparecidas o absorbidas, debidas a ciudadanos italianos. Para 1960, había de llegar a 1,400 Laboratorios, ahora en 1998, solo subsisten 147 productores farmacéuticos en México.

Otra de las empresas adquiridas en nuestro país por ICN Pharmaceuticals Inc. fue Laboratorios Grossman, S.A., que actualmente ocupa el séptimo lugar en el mercado de unidades. Se hizo la compra en 1985 a la industria de perfumería Revlon, en el mes de abril de 1967, Grossman vendió a Revlon su negocio que, desde 1958, había sido cambiado a sus actuales instalaciones en Calzada de Tlalpan.

La base con que cuentan ICN-Grossman en México garantiza una amplia presencia de instalaciones, científicos, técnicos, empleados y obreros para seguir mejorando las posiciones en el mercado farmacéutico nacional.

Dextrevit, de ICN, fue formulado en la UNAM por los Laboratorios a cargo del Dr. José Giral.

SENOSIAIN

1915 Andrés Senosiain Irigoyen funda, en éste año, la farmacia Santa Ana en la Ciudad de México. Su hijo Ángel Senosiain, farmacéutico de profesión, se responsabiliza de la correcta elaboración de las recetas, garantizando su exacto apego a las fórmulas prescritas por los médicos (una farmacia de fórmulas magistrales).

1928 Primer gran éxito de Laboratorios Senosiain, con el supositorio de glicerina. José Senosiain Gavarre transforma los altos de la farmacia en un incipiente laboratorio e inicia, en 1928, la producción de medicamentos, dando origen, así, a los Laboratorios Senosiain lanzando al mercado el primer producto fabricado en volumen industrial: el supositorio de glicerina, que se ha consolidado como líder absoluto en su especialidad hasta la fecha.

1933 Conquista los mercados internacionales con el mercurocromo. Se produce en nuestros laboratorios la síntesis de principios activos y de mercurocromo para autoconsumo, venta y exportación.

1946 Sale al mercado la primera penicilina de acción retardada en México: Penizol de Senosiain. En los albores de la era de los antibióticos, en los años cuarentas, Laboratorios Senosiain son los primeros en comercializar Penizol, la penicilina de acción retardada.

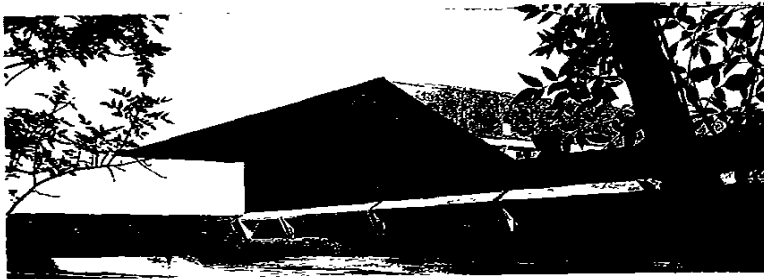
1964 Se alcanza el liderazgo en la fabricación de antimicrobianos por fermentación y síntesis. Senosiain participa como socio mayoritario, en la construcción de la compañía *Fermic*, dedicada a la producción de antibióticos por fermentación, la cual se convierte en la productora más importante en América Latina, de tetraciclina, eritromicina, ampicilina, cefalexina y gentamicina.

1970 Senosiain es distinguido con el premio Nacional de Ciencias Farmacéuticas. Los químicos farmacéuticos José y Juan Senosiain Gavarre son distinguidos con el Premio Nacional de Ciencias Farmacéuticas "Leopoldo Río de la Loza", por su valiosa labor en el desarrollo de la industria farmacéutica.

1983 Se inaugura la planta farmoquímica. Como parte del proceso de integración vertical se crea la planta de farmoquímicos de Laboratorios Senosiain. Ello garantiza la producción y abastecimiento continuo de materias primas de alta calidad.

1985 Senosiain se coloca a la vanguardia de la tecnología, con su nueva planta de Celaya. Se inaugura la planta farmacéutica de Celaya, Guanajuato, la cual cuenta con más de 15,000m² de construcción, con la tecnología más moderna para la producción farmacéutica. Esta planta se diseñó y opera conforme a los estándares vigentes de Buenas Prácticas de Manufactura establecidas por la Secretaría de Salud y la Food an Drug Administration.

1997 Marketing. Cetus y Altia, una respuesta de Senosiain a los nuevos requerimientos del mercado. Contando con una cartera de más de 30 productos, Senosiain especializa su fuerza de ventas y crea dos grandes divisiones, **Altia** y **Cetus**, con el fin de atender en forma más efectiva a médicos y pacientes.



Planta de Senosiain en Celaya Guanajuato

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Laboratorios Senosiain se dedica a desarrollar, fabricar, exportar, y promover productos farmacéuticos de alta calidad que contribuyen en forma decidida a una acción terapéutica eficaz. Por eso, es hoy por hoy, la compañía farmacéutica nacional de capital 100% mexicano líder en el país.

La filosofía de este negocio, es la búsqueda continua de nuevas oportunidades que ha sido uno de los pilares básicos.

Aunado a este espíritu innovador, el compromiso de máxima calidad que respalda a cada uno de los productos ha sido uno de los factores que ha nombrado el proceder. En ello está la razón del éxito.

Mira el futuro con gran confianza. Sabe que le respalda una experiencia de más de sesenta y cinco años de la que se enorgullece y que motiva a trabajar más y mejor para servir a más personas y promover mejores condiciones de salud en la población.

Es el laboratorio mexicano líder en la producción y venta de medicamentos. Este liderazgo se debe a el empeño permanente en garantizar la más alta calidad de los productos y un excelente servicio en la atención a los clientes.

Ha sido pionero en la producción y desarrollo de medicamentos a las condiciones específicas de salud de la población. El cuerpo de investigación trabaja constante mente en las áreas de investigación clínica, química y farmacéutica, a fin de poder proporcionar una ayuda eficaz a las tareas de promoción de la salud y de combate a la enfermedad.

ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.

La constante reinversión en el negocio, la búsqueda de nuevas oportunidades a través del desarrollo de mejores productos para las necesidades médicas y el apoyo eficaz cada día a la labor del médico, ha sido desde el inicio la línea vertebral de nuestra estrategia. En ella se encuentra la explicación de nuestra permanencia a través de los años y de nuestro éxito comercial.

¿Porqué se seleccionó CIPROFLOX en éste trabajo escrito?

CIPROFLOX es hoy en día el producto pilar de la división alta, este producto se ha desarrollado de forma muy satisfactoria en cuanto a ventas se habla, además de la interesante historia que guardan los antibióticos.

No muchos años atrás la gente moría de un simple resfriado y los antibióticos vinieron a dar una nueva vida a los pacientes infectados.

Dentro del reino de los protistas inferiores se encuentran las bacterias cuya estructura es muy simple. Las bacterias son células formadas por material nuclear, citoplasma, membrana celular y pared celular muy compleja que la protege del medio externo. Esta pared celular es la principal diferencia entre células bacterianas y humanas.

Los primeros antibióticos usados fueron las penicilinas, que con el paso del tiempo las bacterias crearon *resistencia bacteriana* (oposición de las bacterias a la acción de los antibióticos) esto debido al uso indiscriminado de los antibióticos y suspender la administración del antibiótico antes de eliminar al microorganismo, de aquí nacieron las cefalosporinas de 1era, 2da, 3era, y cuarta generación. Estos productos tienen una modificación en la estructura original de la penicilina lo que le brinda mayor potencia.

En otra clasificación de antibióticos se encuentran las quinolonas que son una buena opción para los pacientes alérgicos a la penicilina y cuyo mecanismo de acción es muy diferente a la penicilina y no presenta resistencia bacteriana o es menor o en día.

Aquí es donde necesitamos situarnos para el mejor entendimiento de lo que platicaremos.

CAPITULO II

PARTE TÉCNICA. (PRODUCCIÓN Y TECNOLOGÍA)

Ubicación y Tecnología.

El proceso de elaboración de Ciprofloxacina se realiza en la planta de Celaya Guanajuato, ésta planta farmacéutica es una de las cinco más grandes en Latino América y está avalada por la FDA (Federal Drugs Administration) cuenta con tecnología de punta y diseñada por un arquitecto de la familia Senosiain.

La planta se divide en *farmoquímica, humana y veterinaria*. Farmoquímicos es donde se fabrica a partir de insumo básico, materia prima más elaborada para conducirla a farmacia, la zona de *farmoquímicos* tiene reactores que están al aire libre como mezcladoras, filtros, etc. La parte *humana y veterinaria* cuenta con los almacenes, área de acondicionamiento, control de calidad (que cuenta con tecnología de punta), etc.

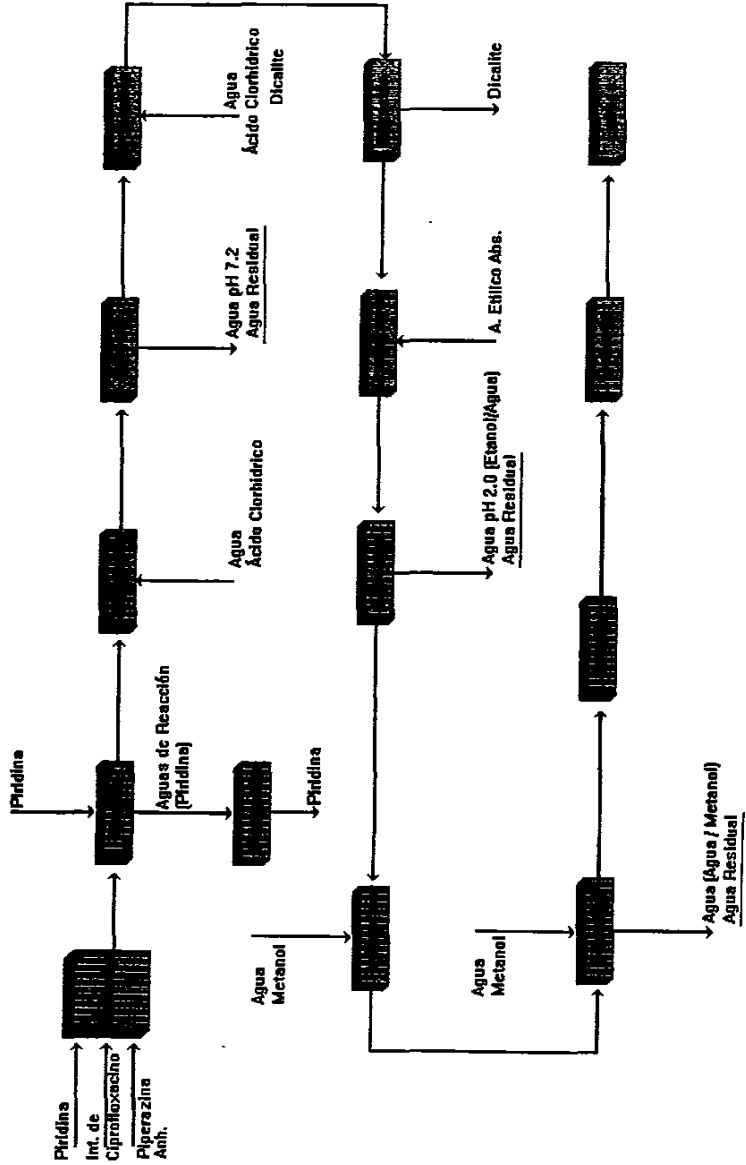
El diseño arquitectónico modernista, acompañado de jardines bien cuidados, fuentes y algunas aves le dan un vista agradable.

Descripción del Proceso.

El proceso es alimentado por tres corrientes 1) Piridina, 2) Int. de Ciprofloxacina, 3) Piperazina Anhidra, que entran a un reactor la corriente resultante cuyos componentes se desconocen pasan a una primera filtración (este filtro es alimentado con Piridina y las aguas de reacción se destilan para obtener nuevamente Piridina) purificándose posteriormente con ácido clorhídrico para pasar a una segunda filtración (cuyas aguas residuales se obtienen a un pH= 7.2) y una segunda purificación con Agua, Ácido Clorhídrico y Decalite en la siguiente filtración se retira el Decalite y pasa a una Precipitación que se lleva acabo con alcohol etílico y pasa a una cuarta filtración donde se recupera Agua a un pH= 2, se purifica por tercera ocasión con Agua y Metanol y se vuelve a filtrar para pasar la corriente del proceso a un secado, posteriormente una molienda y obtener el producto final cuyo nombre es Clorhidrato de Ciprofloxacina Monohidratada.

Es importante mencionar que por razones de seguridad esta fue toda la información que me proporcionaron, es una descripción que no toca mayores detalles, pero si nos da cierta idea.

Diagrama de Flujo del Proceso Ciprofloxacino Clorhidrato Monohidratado



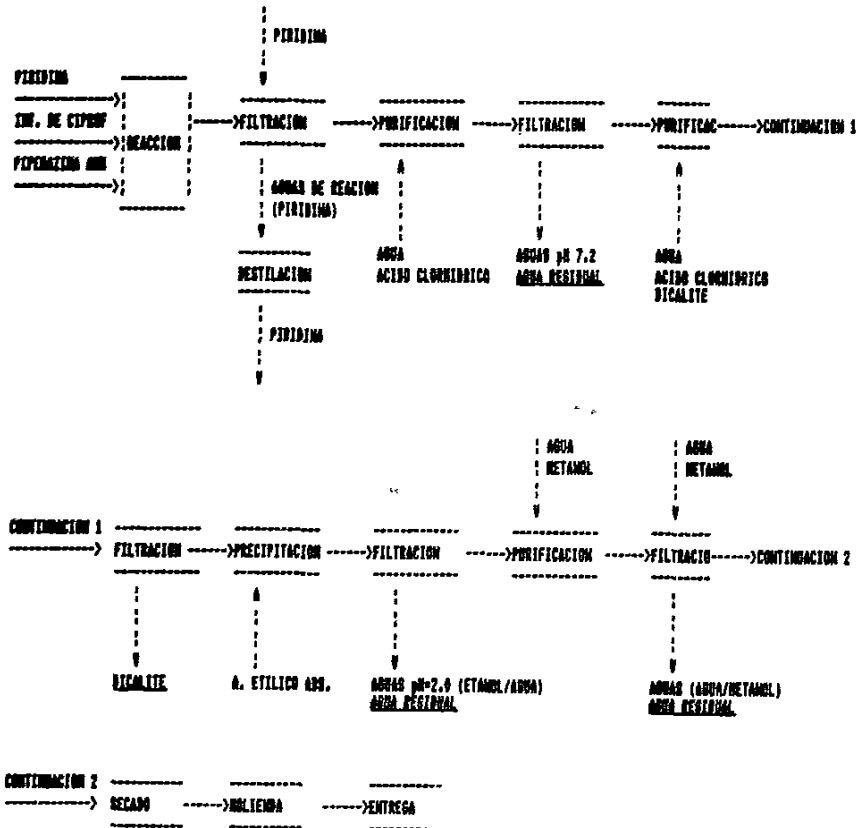
LABORATORIOS SENOSIAIN S. A. DE C. V.
PLANTA FARMACEUTICA
DEPARTAMENTO PRODUCCION

11/11/97
DIAFLUPR-3

Laboratorios Senosiain, SA de CV
Ex Hacienda de Santa Rita
Camino a San Luis Rey 221
38137 Celaya Gto. México
Apartado Postal No. 625

Tel (461) 80 178
Fax (461) 80 190

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PURIFICACION CLORHIDRATO DE DIAFLUPR-3



[Signature]
ING. JOSE VICENTE HANCO A.
RESPONSABLE SANCTARIO

CAPITULO III

PARTE ADMINISTRATIVA.

Planeación.

Insumos.

El laboratorio reinvierte parte de su capital para seguir desarrollándose conforme sus habilidades administrativas y técnicas, los demandantes cuentan con expectativas suficientes. Con virtudes y defectos como en toda compañía.

Laboratorios Senosiain se está esforzando en elaborar todos y cada uno de sus productos desde la materia prima más simple, es decir dejar de importar sales con ciertas características y especificaciones para evitar a toda costa fuga de divisas en nuestro país.

La planta de Celaya cuenta con una infraestructura suficiente para abastecer no solo la demanda nacional si no también el objetivo a largo plazo, mercados internacionales.

Perfil de la Empresa.

Hoy por hoy, Laboratorios Senosiain se ha logrado colocar dentro de las 15 empresas farmacéuticas más importantes en el mercado nacional, y esto representa en unidades y en pesos la fuerza suficiente para ser el laboratorio nacional de mayor importancia.

El objetivo es llegar a ser el líder farmacéutico en nuestro país.

La alta dirección manejada por la familia Senosiain se encarga de determinar donde está la empresa y hacia donde debe ir y en qué países puede invertir. Tiene representantes en Centro América y El Caribe.

Orientación de la Alta Dirección.

Los Senosiain formulan las estrategias, establecen el clima organizacional y determinan la orientación, apoyándose de los vendedores para monitorear el mercado.

La familia Senosiain brinda confianza y apoyo a todos sus trabajadores dándoles el valor y respeto a cada uno de ellos.

Propósitos y Objetivos Principales.

El compromiso de Laboratorios Senosiain es con los médicos que se apoyan en los productos para procurar la salud de sus pacientes, quienes se apoyan en ellos para mejorar las

condiciones de una mejor calidad de vida. De esta forma se logra una gran familia entre médico, paciente, farmacéutico y el laboratorio a través de sus representantes.

La calidad de los Productos es pilar fundamental en el desarrollo y éxito de ésta gran familia, que es la mexicana.

Ambiente Externo.

La amenazas a las que se ve afectado el laboratorio son principalmente, las macroeconómicas que viva el país, Sociales por la mala distribución de la riqueza y por lo tanto educacional, legales al solicitar permisos o licencias para fabricar comprar o vender, demográficos pues no es lo mismo vender en el Distrito Federal o Guanajuato o Querétaro etc., Geográficos por la ubicación de la planta y la ubicación de los consumidores.

En la devaluación de 1994 el Ing. José Alejandro Senosiain y la alta gerencia, pudieron visualizar el problema que se venía, economizaron durante este año todo lo que estaba al alcance llenaron los almacenes y durante 1995 fue el único laboratorio que seguía brindando muestra médica a los médicos, mientras el resto de los laboratorios entraron en recesión y hubo despidos masivos.

Ambiente Interno.

La debilidades de los Laboratorios Senosiain es no contar con investigación y desarrollo de alto nivel, pero su fortaleza radica en contar con una planta competitiva a nivel mundial, una buena fuerza de ventas, productos de alta calidad y una excelente mercadotecnia.

Mucho del apoyo brindado al laboratorio por parte de los médicos es haciéndoles sentir la relación patriótica con una empresa 100% nacional.

Desarrollo de Estrategias Alternativas.

Este desarrollo parte de los ambientes externo e interno. Bajar precios, formular nuevos tipos de ofertas atractivas al doctor y paciente. Diversificar productos o Ver nuevos mercados.

En la estrategia de guerra por ganar mercado la industria farmacéutica es muy cambiante, no existe movimiento de fichas que se haga que no pueda ser igualada o inclusive superada por la competencia.

Evaluación y Selección de Estrategias.

La evaluación y selección de estrategias va a depender del riesgo de estas. Normalmente la estrategia seleccionada debe ser calculada, sin comprometer o abaratar el producto, el riesgo económico debe ser absorbido rápidamente en caso de fracaso, pero si es exitosa la estrategia habrá más utilidades.

Planeación a mediano y corto plazos, implantación y control.

El control se requiere para monitorear el desempeño del personal tanto administrativo como planta y ventas.

La planeación a mediano y corto plazo es diversificar los productos, se tienen 7 nuevos productos en puerta para 1998 a demás se celebrarán los 70 años de vida de la empresa.

Planeación a largo plazo.

Las industrias a nivel mundial están sufriendo cambios no previstos por motivos de contracciones económicas, existen muchas empresas que quiebran otro tanto son absorbidas por compañías más grandes, esta última se le denominan fusiones como se explicó en el primer capítulo.

Laboratorios Senosiain por se una empresa mexicana y líder en el mercado nacional, difícilmente sería absorbida por un consorcio transnacional. Dado el caso de una nueva crisis económica probablemente se fusionaría con laboratorios nacionales como: Silanes, Liomont, Chinoín, etc.

Coherencia y Contingencia.

Es la toma de decisiones oportunas y de menor riesgo. Es importante contar con una planeación de tipo flexible para poder cubrir situaciones imprevistas y cambios de dirección de la planeación preestablecida.

Organización.

Organigrama y Descripción de Puestos.

ING. JOSE A. SENOSAIN R.
GTE. DE INVESTIGACION Y DESARROLLO



ING. CARLOS SENOSAIN R.
GERENTE DE INYASAS

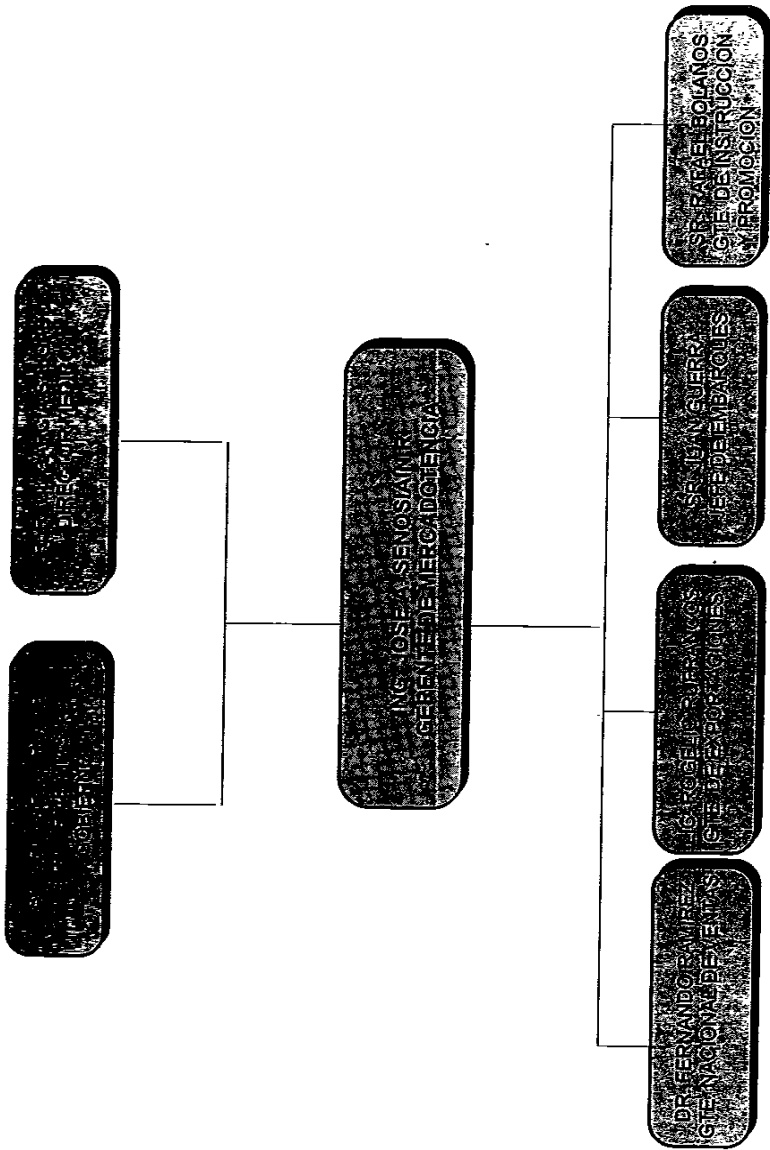
ING. JOSE A. SENOSAIN R.
GTE. DE MERCADOTEGNIA

ING. JUAN SENOSAIN R.
GTE. DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

ING. JORGE SENOSAIN R.
GTE. DE RECURSOS HUMANOS

ING. CARLOS SENOSAIN R.
GTE. DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

ING. JOSE A. SENOSAIN R.
GTE. DE INVESTIGACION Y DESARROLLO



ST. JOHN PAUL II
SISTEMAS DE EXPANSIONES

SPAIN VERONICA HEIFE
SISTEMAS DE EXPANSIONES

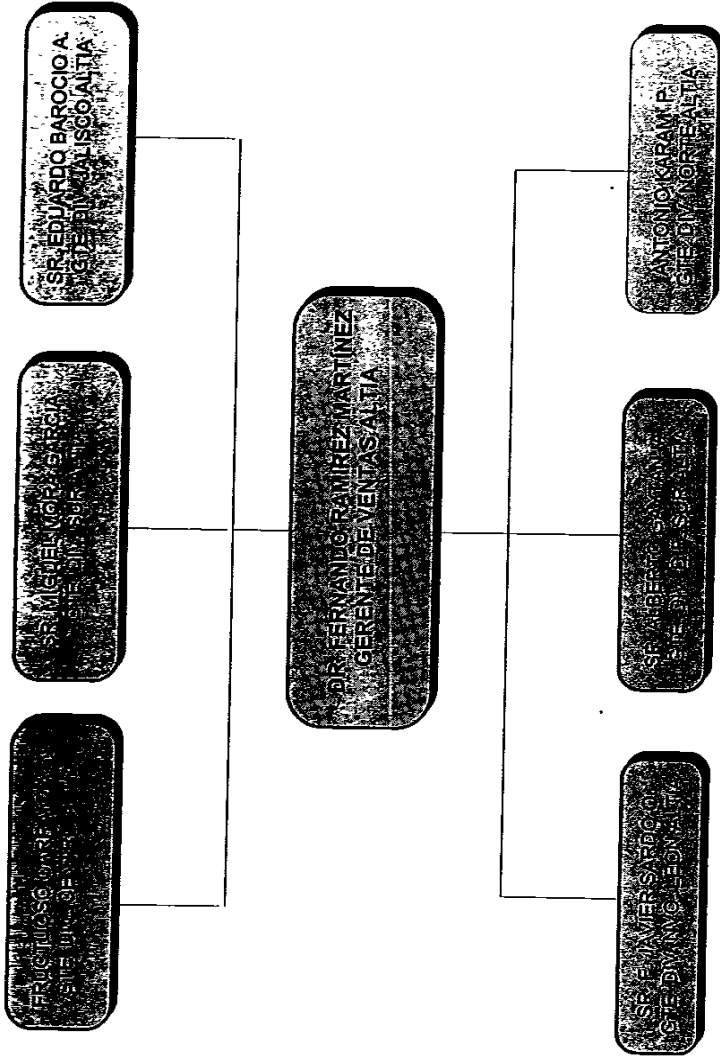
GUATEMALA
CARLOS MELENDEZ
JUAN FRANCISCO
EDY LES CADENA
RODOLFO
DEIBER BARBUELA
MARCELO MIRANDA

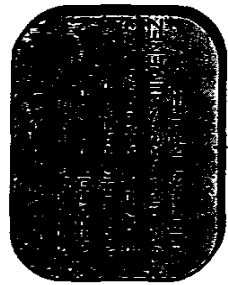
SAN SALVADOR
GUILLERMO MENA
JUAN MIRANDA
ROSE LINDO
ANTONIO MORENO

HONDURAS
EGSALINDA OLIVERA
MIREY FERRER
NORBERTO
DORIS BARRION
SOREA ROMERO

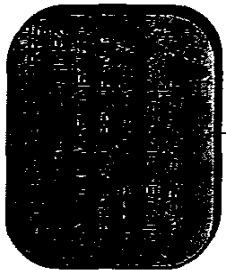
PANAMA
EDUARDO GUEVARA
RISARDO ADAMES

REP. DOMINICANA
MANUEL A HIDALGO
GENNY CABALDEZ
LUIS D. POLANCO
HECTOR SOLERID
ALBAIR CEBALLOS
JOSE NIVAR
CARMEN VARGAS

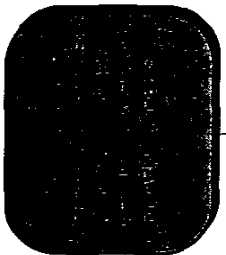




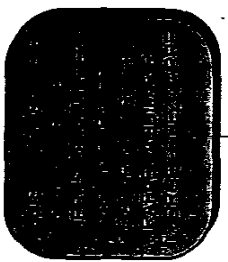
SE. JOSE BALDEON



SE. JOSE SONZANI



SE. JUAN PEREZ

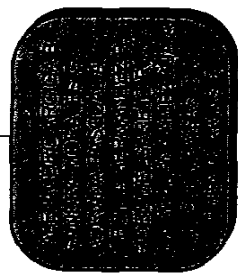


SE. JOSE RUBIAS

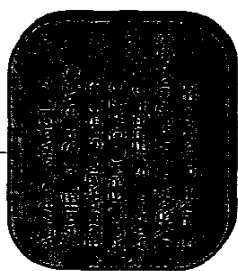
SE. JERONIMO VAGUILLON
SE. JOSE BALDEON

SE. DAVID CONTRERAS
SE. JOSE ANTONIO GILFOZ

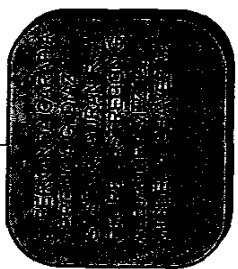
SE. LEON FORNAN



SE. JOSE SCHIBLER



SE. JOSE ESCOBAR



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.

DIRECCIÓN.

La dirección se encarga de la toma de decisiones más importantes como: construcción de planta, compra de nuevos equipos de proceso, estrategias de mercado más convenientes. La dirección está integrada por los gerentes de distintas áreas encabezadas por la Gerencia General, de ahí deriva la Gerencia de Finanzas, Gerencia de Mercadotecnia, Gerencia de Investigación y Desarrollo, Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia Administrativa y la Dirección de Operaciones. El organigrama representa la formación de una empresa familiar y la mayoría de las empresas grandes han llevado la misma trayectoria.

GERENCIA GENERAL

Es la persona encargada de mediar las reuniones de consejo con todas las Gerencias, encabezada por el Ingeniero Héctor Senosiain Aguilar.

GERENCIA DE FINANZAS.

Departamento encargado de cuidar el flujo de dinero, los presupuestos, entrada y salida de dinero y distribución del mismo, este es uno de los departamentos más importantes marcando la pauta de cuanto se reinvierte a la misma compañía.

GERENCIA DE MERCADOTECNIA.

Mercadotecnia se encarga de toda estrategia a seguir, apoyándose en la gerencia divisional que tiene estrecho contacto con los vendedores. Este departamento se encarga de la presencia de marca con nuestros clientes (médico), obsequios, promociones, ofertas, estudio de la competencia, etc., En algunas ocasiones se encarga de cerrar las operaciones con los canales de distribución.

GERENCIA DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.

Dentro de las limitantes nacionales en este rubro, se desarrollo investigación de tercer y cuarto nivel, es decir buscar más indicaciones con una sal que ya está en el mercado, también busca la formación de nuevos productos con la asociación de dos sales preexistentes. Laboratorios Senosiain apoya económicamente de forma importante a la Facultad de Química buscando trabajos de investigación que favorezcan el desarrollo de nuestro país.

GERENCIA NACIONAL DE VENTAS.

Esta Gerencia es el pilar de Mercadotecnia, pues aquí se reúnen todas las propuestas que después se materializan y se lanzan al mercado. El Dr. Fernando Ramírez es el encargado.

GERENTE DIVISIONAL.

Se encarga de el estudio de las ventas de la compañía como de la competencia, el tiene los estudios de audifarma y dato de distribución de droga. También da servicio a los canales de distribución. Tiene a su cargo siete subordinados llamados supervisores de zona.

JEFE DE ZONA.

Atiende primordialmente a los canales de distribución y ejerce presión sobre los representantes médicos para lograr el objetivo de venta que emana de la dirección. Cada jefe de zona tiene a su cargo 7 representantes médicos.

REPRESENTANTE MEDICO.

Es la persona encargada de llevar a cabo las estrategias diseñadas desde la dirección, de hecho es la persona que conoce plenamente el campo; ventas de la competencia, estrategias de la competencia, flujo de pacientes en un periodo determinado (lo que sucede en la calle). El representante médico realiza una venta indirecta. También monitorea farmacias para observar el desplazamiento de los productos.

Integración de Personal.

La integración de personal es cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo. Realizar inventario de personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, ascender, evaluar, planear las carreras, remunerar y capacitar o desarrollar en alguna otra forma a los candidatos.

Dirección.

La dirección se encarga de influir sobre las personas para lograr a que contribuyan a las metas de la organización.

Factores Humanos en la Administración.

Individualidad de las personas y sus personalidades.

Multiplicidad de Papeles.

Las personas son más que un factor productivo. Son miembros de sistemas sociales, son también consumidores de bienes y servicios. Interactuantes de un amplio sistema social.

Singularidad de las Personas.

No existe la persona promedio. Los individuos tienen necesidades, ambiciones, actitudes diferentes, deseos de responsabilidad diferentes.

Importancia de la Dignidad Personal.

Obtener resultados es importante, pero los medios nunca pueden violar la dignidad humana de las personas.

Consideración de la Persona como un Todo.

Los individuos son Integrales no tan solo características separadas y diferentes; conocimientos, aptitudes, habilidades o rasgos personales.

MOTIVACIÓN.

ES DAR IMPULSOS, DESEOS, NECESIDADES, ANHELOS Y FUERZAS SIMILARES.

Control.

Se logra con estándares de producción que son diferentes para diferentes departamentos.

"LIDERAZGO"

El liderazgo es el arte o el proceso de influir sobre las personas para que se esfuercen voluntaria y entusiastamente para lograr las metas del grupo. En teoría se debe estimular a las personas para que desarrollen no solo la disposición para trabajar sino también el deseo de hacerlo con celo y confianza.

El celo es ardor, ahínco e intensidad en la ejecución del trabajo; la confianza refleja experiencia y capacidad técnicas. Los líderes ayudan al grupo a lograr sus objetivos mediante la utilización máxima de sus capacidades. No se quedan detrás del grupo empujándolo y estimulándolo, sino al frente del mismo, facilitando su avance e inspirándolo para lograr las metas organizacionales. Un buen ejemplo es el director de una orquesta, cuya función es producir un sonido coordinado y corregir el ritmo mediante el esfuerzo integrado de los músicos.

Los líderes prevén el futuro; inspiran a los miembros de la organización y trazan el curso de la misma.

Todo grupo de personas que dé el máximo rendimiento posible tiene al frente alguna persona apta en el arte del liderazgo. Esta característica al parecer está integrada por lo menos por cuatro componentes importantes: 1) Capacidad para usar el poder con eficacia y de un modo

responsable, 2) Capacidad para comprender que los seres humanos tienen diferentes fuerzas de motivación en distintos momentos y en situaciones diferentes, 3) Capacidad para inspirar y 4) Capacidad para actuar en forma tal que desarrolle un ambiente que conduzca a responder a las motivaciones y fomentartas.

DIFERENCIA ENTRE PODER Y AUTORIDAD.

El poder, concepto mucho más amplia que autoridad, es la capacidad que tienen las personas o grupos de inducir o influir sobre las creencias o acciones de otras personas o grupos. La autoridad en una organización es el derecho en un puesto para ejercer discrecionalidad al tomar decisiones que afectan a otros, es decir es poder solo dentro de la organización.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

Los productos a manejar son de la división ética, es decir, productos que sólo pueden ser recetados por los médicos, no son dados a conocer por televisión, radio, cines, carteles, camiones, etc. La labor solo puede ser llevada a cabo por los representantes médicos, que deben conocer bien el producto, necesidades de médicos y competencia.

Laboratorios Senosiain cuenta con una cartera de más de treinta y cinco productos de los cuales sólo nos enfocaremos a uno.

CAPITULO IV

ESTRATEGIA DE MERCADO PRODUCTO

CIPROFLOX QUINOLONA MONOFLUORADA

CIPROFLOX

Es un nuevo antimicrobiano de amplio espectro, que se obtiene por síntesis química y que pertenece al grupo de las fluorquinolonas. Es una quinolona monofluorada. Sus diferencias químicas, significan una mayor potencia antimicrobiana y en características farmacológicas y farmacodinámicas que permiten el tratamiento de infecciones severas, por vía oral.

Es bactericida y destruye a la bacteria tanto en la fase de crecimiento como en la fase estacionaria.

Es de cuatro a ocho veces más potente que las otras quinolonas. Ofrece efectividad comprobada en infecciones por gérmenes como: *Pseudomonas aeruginosa*, *E. coli*, *Proteus*, *Klebsiella*, *Haemophilus influenzae*, *Neisseria gonorrhoeae*, *Staphylococcus aureus*, *Streptococcus* sp.

Carece de resistencia cruzada o transferible. Se ha obtenido un 94% de éxitos terapéuticos en infecciones del tracto respiratorio, de piel y tejidos blandos, osteomielitis e infecciones articulares, infecciones ginecológicas y de vías urinarias e infecciones gastrointestinales.

CIPROFLOX es una fluorquinolona sintética, que posee actividad bactericida al inhibir a la ADN girasa bacteriana, esencial para la reproducción de la misma.

Información Comercial

CÁPSULAS:

Clorhidrato de ciprofloxacina monohidratada equivalente a:	250 mg	500 mg
Excipiente c.b.p.	1 cap.	1 cap.

INJECTABLE:

Lactato de Ciprofloxacina equivalente a:	200 mg
Vehículo c.bp.	100 ml.

PRESENTACIONES:

Caja con 12 y 6 cápsulas de 500 mg y 12 cápsulas de 250 mg. Frasco ampula de 100 ml con 200 mg, para infusión intravenosa.

ADMINISTRACIÓN:

Oral e Intravenosa.

PRECIO:

Ciprofloxx 12caps. con 500 mg	\$ 285.30
Ciprofloxx 6 caps. con 500 mg	\$ 142.60
Ciprofloxx 12 caps. con 250 mg	\$ 142.60
Ciprofloxx Intravenoso	\$ 238.10

PROMOCIÓN:

La promoción se lleva a cabo por los representantes médicos, que son las personas que tienen trato directo con los médicos. El objetivo es persuadir al médico a prescribir el producto, pues es común que el médico se acostumbre a manejar un mismo producto desde varios años atrás, o bien manejar productos de la competencia.

Es importante aclarar que la promoción de este tipo de productos no pueden salir en televisión, radio, cine, etc.. Se maneja solamente entre el Laboratorio (representado por su vendedor) y el médico.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

La distribución de los productos se efectúa a través de una amplia red de distribuidores concesionados, como son Casa Aulrey, Nadro, Marzam, Drogueros, Fármacos Nacionales, Proveedora de Medicamentos, etc., los cuales son apoyados a su vez, por más de 450 representantes médicos aproximadamente en toda la República mexicana y 25 en el Área de Centroamérica y el Caribe.

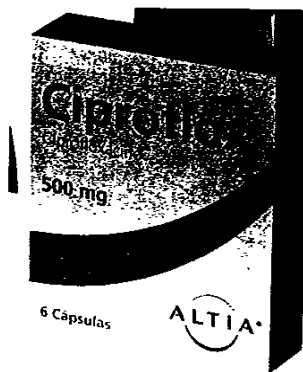
COMPETENCIA:

Nombre	Laboratorio	Presentaciones	Precio
Ciproxina	Bayer	8 tabs 500mg	\$ 204.90
		14 tabs 500mg	\$ 285.00
		12 tabs 250mg	\$ 156.50
		6 caps 250mg	\$ 75.00
		I.V. 200mg/100	\$ 248.50
		I.V. 400mg/200	\$ 496.00

Nombre	Laboratorio	Presentaciones	Precio
Noroxin	M.S.D.	20 Tab. 400mg	\$ 160

Nombre	Laboratorio	Presentaciones	Precio
Eni	Grossman	8 Tab. 500mg	\$ 183.90
		12 Tab. 250mg	\$ 137.95

Presentación del Producto.



SERVICIO:

La entrega de muestra médica es un buen apoyo al médico, pues en crisis es importante ayudar al paciente y se crea el hábito de recetarla.

Laboratorios Senosiain permite que sus vendedores se desenvuelvan frente al médico tal como son, es decir no se manejan estereotipos del tipo: Seriedad en el consultorio, sonreír poco, etc., y crear amistades más que formalidades de trabajo.

Se apoya a los médicos en viajes para actualizarse, becas completas que incluyen, transporte, hospedaje e inscripción a los diferentes congresos.

RELACIÓN: LABORATORIO-MEDICO

Laboratorios Senosiain desea hacer sentir al médico como parte de la gran familia que integramos entre paciente, farmacéutico, médico y laboratorio.

La convivencia con los médicos es importante y para llevar a cabo éste fin se realizan visitas planeadas a la planta de Celaya y se les hace llegar el sentimiento patriótico de apoyar a compatriotas, esto ha funcionado hasta la fecha.

El médico debe estar convencido de que lo hecho en México está bien hecho.

CAPITULO V

CONCLUSIONES.

1. Laboratorios **Bayer** con 106 años de vida es una de las empresas mundiales que ha brindado beneficio a la humanidad, en sus diversas áreas como: Salud, agricultura, polímeros, química, AGFA.

El consorcio formado por **JOHNSON & JOHNSON** con 112 años de existencia es uno de los más completos en cuanto a bondades en la salud se refiere.

Con menos tiempo en el mercado farmacéutico **ICN-GROSSMAN** ha aportado con grandes avances en investigación como en el área de los antivirales.

Laboratorios **Senosiain** cumpliendo 70 años en el mercado nacional en 1997 se colocó dentro de los primeros 10 laboratorios con más venta en México, por contar con productos de calidad y una excelente mercadotecnia basada en la entrega de muestra médica.

2. La producción de ciproflo en Celaya está respaldada por tecnología de punta y elevados estándares de control de calidad, haciendo entregas a tiempo y cantidades exactas en los lugares precisos.

3. Uno de los puntos débiles de **Senosiain** es la parte administrativa, donde se refleja el estilo de una empresa pequeña del tipo familiar. La dirección y el control se basan en criterios de una sola persona, y en ciertos aspectos débil por la falta de credibilidad en opiniones de otras personas.

4. El éxito en su mercadotecnia radica en entrega de muestra médica (tratamientos completos), libertad de acción con los representantes, y la secuencia de la visita de 4 semanas y frecuencia.

PRESENCIA ACTUAL.

Laboratorios **Senosiain** ha conseguido estar entre los primeros 15 laboratorios en volumen de ventas. Hoy es la mayor empresa mexicana en el ramo químico-farmacéutico y mantiene una clara posición competitiva frente a las firmas internacionales que operan en México (se toma en cuenta las fusiones de los laboratorios transnacionales como: Syntex-Roche-Lake Side, Bristol-Myers Squibb, Hoechst-Marion-Roussel, Ciba Geigy-Sandoz, Smith Kline-Beecham, Up John-Farmacia, etc.,).

Es una empresa que privilegia por encima de todo la calidad de cada uno de sus productos. La planta de Celaya ha sido diseñada para trabajar conforme a las pautas establecidas por la Secretaría de Salud del Gobierno Mexicano y por la FDA (Food and Drug Administration), y opera permanentemente por encima de las normas internacionales de las Buenas Practicas de Manufactura.

En seguida se analizará el Dato de Distribución de Droga del producto (D. D. D.) que nos informa de las últimas ventas en el mercado con respecto a la competencia (ANEXO 1).

Se observa claramente que en la venta de productos y servicios, no solo depende de publicidad o promoción, lo más importante es la calidad del producto y la constancia sobre los consumidores, de aquí nace toda la mercadotecnia para impactar con mayor o menor grado

La competencia siempre es sana, pues obliga a todos los implicados a mejorar y ser más eficientes desde el proceso de elaboración hasta el trato con los clientes.

Hablando de factores estratégicos de la mercadotecnia, Laboratorios Senosiain cuenta con excelente servicio al cliente como se mencionó anteriormente; cuenta con calidad en sus productos y la posibilidad de regalar mucha muestra médica (tratamientos completos) seguro de ganarse al médico, probablemente la organización interna y eficiencia sea un punto encontra que supera lentamente por ser del tipo familiar, la organización externa y eficiencia con algunos problemas pero camina satisfactoriamente, y la capacitación por parte de la empresa es poca.

OBJETIVO A LARGO PLAZO:

Laboratorios Senosiain tiene como objetivo a largo plazo mantenerse entre los primeros diez lugares en ventas en México, seguir creciendo a nivel internacional y consolidarse como una de las mejores empresas a nivel mundial.

Observando los hechos mundiales de absorciones de empresas pequeñas por empresas grandes por problemas económicos, sería muy probable la alianza de laboratorios nacionales como se mencionó anteriormente. El principal problema es el recorte de personal cuando existen crisis económicas.

COMO LOGRARLO:

En el mercado nacional continuará con sus tres estrategias básicas como son: Entrega de muestra médica (tratamientos completos), la visita médica con la misma frecuencia y secuencia, y darle al vendedor la misma libertad y dinámica.

internacionalmente seguir creciendo en Latinoamérica, crear confianza en éstos mercados y visualizar norte América y Europa.

RECOMENDACIONES.

1. El avance científico y tecnológico no debe permitir la destrucción del medio ambiente. Para **Bayer** la protección del medio ambiente y seguridad (sic.³) *"Los productos Bayer contribuyen a satisfacer las necesidades básicas del ser humano en cuanto a salud, alimentación, vestido, vivienda, movilidad e información. Ayudan a mejorar la calidad de vida en todo el mundo. Para cumplir con todos estos objetivos, los productos ofertados deben ser seguros en su manipulación, en su aplicación y en su eliminación. Para Bayer, la obligación básica consiste en preservar los recursos naturales, producir en forma segura y ocasionar las mínimas cargas posibles para el medio ambiente"*.

Para **JOHNSON & JOHNSON** e **ICN-GROSSMAN** aplican los mismos criterios de control ambiental.

La planta de laboratorios **Senosiain** es una de los cinco más importantes en latino América y si el objetivo es expandirse por todo el mundo deberá de cuidar todas la emanaciones que su fábrica pueda emanar.

2. Ciproflox de **Senosiain** cuenta con calidad pero, es importante que enfoque más recursos económicos a la investigación y desarrollo, pues si crece **Senosiain** crecerá México.

3. Posiblemente vender algunas acciones del Laboratorio **Senosiain** e integrar a su equipo directivo gente con gran experiencia empresarial, podrá tener más desarrollo y crecer con mayor facilidad a otros mercados.

4. Algunos laboratorios que si tienen investigación y desarrollo, aunque no den muestra médica, ofrecen cursos de actualización o publican artículos con de ciertos médicos. **Senosiain** debería de tomar algunas de estas ideas.

1

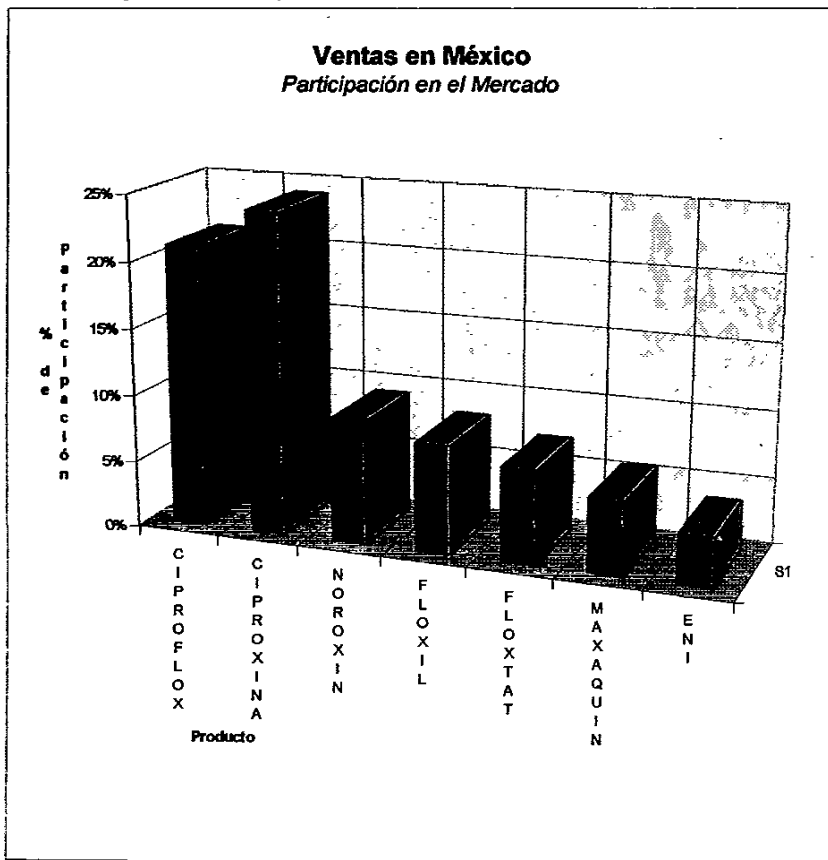
¹ 3. sic. Así, palabra(s) textual(es). (falta ortográfica)

LABORATORIOS SENOSIAIN, S.A. DE C.V.
 Datos de Distribución de Droga

Reporte de las Ventas a Nivel Nacional
 Clase: Quinolonas

Laboratorio	Laboratorio	Laboratorio	Laboratorio	Laboratorio	Laboratorio	Laboratorio
SENOSIAIN	BAYER	MSD	JANSSEN	CILAG	SEARLE	GROSSMAN
CIPROFLOX	CIPROXINA	NOROXIN	FLOXIL	FLOXTAT	MAXAQUIN	ENI
21%	24%	9.20%	8.10%	7.00%	5.50%	3.70%

Nota: MSD Significa Merck Sharp & Dhome



“Referencias Bibliograficas”

- **Koontz, Harold y Wehrich, Heinz.** *Administración una perspectiva Global.* Ed. Mc.Graw Hill, México 1995.
- **William Benton et. al.** 15th Edition, 1982. "Enciclopedia Británica". *Propedia. Outline on Knowledge, guide to the Britanica, part. 7. Pharmaceutical Ind., pp. 471.*
- **William Benton et. al.** 15th Edition, 1982. "Enciclopedia Británica". *Micropedia. Ready Reference and Index. Vol. VII. Marketing and Marchandising. pp. 633.*
- **William Benton et. al.** 15th Edition, 1982. "Enciclopedia Británica". *Micropedia. Ready Reference and Index. Vol. VII. pp. 927.*
- **William Benton et. al.** 15th Edition, 1982. "Enciclopedia Británica". *Macropedia. Knowledge in Depth. Vol. 14. Pharmaceutical Production. pp. 191-199.*
- **William Benton et. al.** 15th Edition, 1982. "Enciclopedia Británica". *Macropedia. Knowledge in Depth. Vol. 11. pp. 833-835-199.*
- **Grupo Bayer.** Revista "75 aniversario de Bayer en México" Publicada por Bayer, 1996.
- **Grupo Bayer.** Folleto "Nombre,Cifras,Hechos" Publicada por Bayer, Leverkusen, 1997/1998.
- Información proporcionada por Janssen-Cilag, 1998.
- Información proporcionada por ICN-GROSSMAN, 1998.