Victor Orrego. Febrero 25, 2025.

ADEN

TFAE con orientación en proyectos y operaciones.

2. Investigación y análisis de mercado y Plan de Marketing

Este capítulo desarrolla un análisis integral del mercado, cuya finalidad es proporcionar una base sólida para la formulación de una estrategia de marketing efectiva y alineada con las condiciones del entorno. Este estudio permitirá comprender en detalle el tamaño del mercado y las tendencias que lo caracterizan, así como identificar las dinámicas competitivas y los principales actores del sector.

A partir de este análisis, se establecerá un plan de marketing estructurado que optimice la propuesta de valor, fortalezca la diferenciación frente a la competencia y facilite la captación y fidelización de clientes en un entorno altamente dinámico y competitivo.

**2.1 Tamaño del mercado y tendencias**

El análisis del tamaño del mercado y sus tendencias es clave para entender el potencial de crecimiento de un negocio. Conocer la cantidad de clientes potenciales, cómo evoluciona el mercado y qué factores pueden influir en su desarrollo permite tomar mejores decisiones estratégicas.

En esta sección, se identifican los principales competidores, sus propuestas de valor y cómo nuestra oferta se diferencia de ellos.

Además, se analiza el crecimiento esperado en diferentes regiones y los factores externos que pueden impactar en el mercado, como la economía, la tecnología o las regulaciones. Este estudio ayudará a estimar el valor del mercado en términos de unidades y dinero, así como a identificar oportunidades y desafíos para el negocio en el futuro.

*Tabla 1: Análisis de potencial del mercado.*

Esta tabla muestra la propuesta de valor de nuestro producto en comparación con los principales competidores del mercado. A través de esta comparación, se identifican las fortalezas y debilidades de nuestra oferta en relación con otras empresas del sector. La tabla permite evaluar la propuesta de valor de cada competidor, sus ventajas competitivas y las posibles áreas de mejora para nuestro producto. Además, este análisis contribuye a comprender el potencial de crecimiento del mercado al identificar oportunidades estratégicas que diferencien nuestra oferta y la hagan más atractiva para los clientes.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Propuesta de valor de nuestro producto** | **Nombre de los competidores clave** | **Propuesta de valor del competidor** | **Ventajas con respecto a nuestra oferta** | **Desventajas con respecto a nuestra oferta** |
| Plataforma digital que permite comparar precios de medicamentos en tiempo real, acceder a farmacias cercanas y recibir compras a domicilio. Ofrecemos validación de recetas electrónicas y suscripción para reabastecimiento automático, garantizando comodidad, ahorro y acceso rápido a tratamientos esenciales. | Farmacias Arrocha | Amplia red de sucursales y servicio de entrega a domicilio. | Infraestructura consolidada y reconocimiento de marca. | Falta de una plataforma digital avanzada con comparación de precios en tiempo real. |
| Farmacias Metro | Cobertura nacional con múltiples puntos de venta físicos. | Facilidad de acceso a medicamentos sin depender de una plataforma en línea. | No cuenta con herramientas digitales avanzadas para comparar precios y disponibilidad en tiempo real. |
| Farmacias Revilla | Atención personalizada y servicio de entrega el mismo día. | Trato personalizado al cliente y rapidez en la entrega. | Menor integración tecnológica y limitada capacidad de escalabilidad. |
| Farmacias Online (e.g. Farmalisto,  farmás, farmaclick) | Compra en línea con descuentos exclusivos y entrega a domicilio. | Ofrecen precios competitivos y promociones constantes. | Pueden tener problemas de stock y tiempos de entrega más largos que una plataforma con integración de inventarios en tiempo real. |

### Según el informe de Manso Díez (2023), las ventas del sector farmacéutico en Panamá durante 2022 alcanzaron aproximadamente **1,085 millones de dólares**, representando el 1,42% del PIB del país. Este dato refleja la relevancia económica del sector y su contribución al mercado nacional.

*Tabla 2: Proyección de crecimiento del mercado farmacéutico.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **País** | **Crecimiento Proyectado a 2 Años** | **Crecimiento Proyectado a 5 Años** |
| **Panamá** | 6.6% anual | 7.7% anual |
| **Costa Rica** | 5.4% anual | 5.4% anual |
| **Colombia** | 7.6% anual | 7.6% anual |

* **Panamá**: Según el informe de ICEX España Exportación e Inversiones (2023), se proyecta que el mercado farmacéutico en Panamá crecerá un 6.6% anual hasta 2027 y un 7.7% anual hasta 2032.
* **Costa Rica**: De acuerdo con el estudio de ICEX España Exportación e Inversiones (2023), se espera que el mercado farmacéutico costarricense crezca a una tasa anual del 5.4% hasta 2027.
* **Colombia**: Según datos de NeuroEconomix (2023), la industria farmacéutica en Colombia experimentó un crecimiento anual compuesto del 7.6% entre 2014 y 2018, tendencia que se espera continúe en los próximos años.

### Se espera que el crecimiento continúe debido a factores como el envejecimiento de la población, el aumento de enfermedades crónicas y la digitalización del comercio. Las tendencias clave que podrían afectar este crecimiento incluyen:

* **Factores tecnológicos:** Mayor uso de plataformas de e-commerce en el sector salud.
* **Factores económicos:** Incremento del poder adquisitivo de ciertos segmentos y cambios en las políticas de precios.
* **Factores sociales:** Mayor demanda por conveniencia y acceso inmediato a productos farmacéuticos.
* **Factores políticos y regulatorios:** Normativas que regulan la venta en línea de medicamentos y la necesidad de cumplimiento de estándares sanitarios.

Este panorama representa una oportunidad para plataformas digitales que faciliten la compra y entrega de medicamentos, optimizando la experiencia del usuario y asegurando la disponibilidad del producto en tiempo real.

### **Competencia y Demanda el Mercado Farmacéutico**

2.2.1 - Competencia del mercado

*Tabla 3: Competencia del mercado farmacéutico en Panamá.*

A continuación, se comparan los principales competidores del sector farmacéutico panameño con la propuesta de valor de nuestra plataforma digital:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Competidor** | **Propuesta de Valor** | **Ventajas con respecto a nuestra oferta** | **Desventajas con respecto a nuestra oferta** |
| **Farmacias Arrocha** | Amplia red de sucursales y servicio de entrega a domicilio. | Reconocimiento de marca, confianza del consumidor y cobertura nacional con puntos físicos. | No cuenta con una plataforma avanzada para comparación de precios en tiempo real. |
| **Farmacias Metro** | Variada oferta de productos con múltiples puntos de venta físicos. | Facilidad de acceso inmediato sin depender de una plataforma en línea. | Falta de herramientas digitales avanzadas para comparar precios y disponibilidad en tiempo real. |
| **Farmacias Revilla** | Atención personalizada y servicio de entrega el mismo día. | Trato cercano con el cliente y rapidez en la entrega. | Menor infraestructura tecnológica y capacidad limitada de escalabilidad digital. |
| **Farmalisto Panamá** | Plataforma de venta en línea con descuentos exclusivos y entrega a domicilio. | Especialización en e-commerce farmacéutico, precios competitivos y promociones constantes. | Posibles problemas de stock y tiempos de entrega más largos en comparación con una plataforma que integra inventarios en tiempo real. |

Nuestra plataforma digital se diferencia de la competencia al ofrecer una **comparación de precios en tiempo real**, **integración con farmacias locales** para disponibilidad inmediata y **servicio de suscripción para reabastecimiento automático de medicamentos**. Mientras que las farmacias tradicionales tienen una fuerte presencia física y lealtad del cliente, nuestra plataforma maximiza la conveniencia y el ahorro del consumidor mediante una experiencia digital optimizada.

2.2.2 - Demanda del mercado

*Tabla 4: Demanda del mercado en la región*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Región / País** | **Demanda año n (actual)** | **Demanda año n-1** | **Demanda año n-2** |
| Panamá | **$760.32 millones (2022)** | **$667.87 millones (2021)** | **$613.55 millones (2020)** |
| Costa Rica | **$825 millones (2022)** | **$800 millones (2021)** | **$775 millones (2020)** |
| Colombia | **$3,951 millones (2022)** | **$3,034 millones (2021)** | **$2,800 millones (2020)** |

El mercado farmacéutico en Panamá, Costa Rica y Colombia ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, reflejado en el incremento de la demanda en cada país. En **Panamá**, las importaciones en el sector farmacéutico alcanzaron los **$760.32 millones en 2022**, con una tendencia creciente desde **$613.55 millones en 2020** y **$667.87 millones en 2021** (icex.es). De manera similar, **Costa Rica** experimentó un crecimiento estable, pasando de **$775 millones en 2020** a **$800 millones en 2021** y **$825 millones en 2022** (icex.es). En **Colombia**, la demanda del sector ha tenido un aumento significativo, con importaciones que ascendieron de **$2,800 millones en 2020** a **$3,034 millones en 2021** y **$3,951 millones en 2022** (neuroeconomix.com). Estos datos reflejan no solo la expansión del mercado farmacéutico en la región, sino también la creciente necesidad de garantizar el acceso a medicamentos y productos de salud para la población.

Dentro de este contexto de crecimiento, los **productos sustitutos** han adquirido un papel fundamental en la accesibilidad y diversificación del sector. Entre ellos, destacan los **medicamentos genéricos**, que representan una alternativa económica a los productos de marca al contener el mismo principio activo y ofrecer una eficacia terapéutica equivalente. Asimismo, los **medicamentos de venta libre (OTC)** han cobrado relevancia al permitir a los consumidores tratar síntomas menores sin necesidad de una prescripción médica, lo que facilita un acceso más inmediato a ciertos tratamientos. Además, las **terapias alternativas**, como la fitoterapia, la homeopatía y los suplementos nutricionales, han ganado popularidad al ofrecer opciones complementarias o sustitutivas a la medicina convencional.

Varias empresas en la región han impulsado la comercialización de estos productos sustitutos. **Genomma Lab Internacional**, una compañía mexicana, se ha posicionado como un actor clave en el segmento de medicamentos OTC y productos dermatológicos, expandiendo su presencia en estos mercados. Por otro lado, **LEO Pharma**, una empresa de origen danés con operaciones en más de 100 países, se ha especializado en dermatología y tratamientos para la trombosis, consolidando su impacto en el sector. Además, múltiples **laboratorios locales** en cada país han contribuido a la distribución y producción de medicamentos genéricos y OTC, permitiendo un mayor acceso a alternativas más asequibles para la población.

El crecimiento del mercado farmacéutico ha sido impulsado en gran medida por la disponibilidad de estos productos sustitutos. La mayor accesibilidad a medicamentos genéricos y OTC ha facilitado un incremento en el consumo, ya que los precios más bajos en comparación con los fármacos de marca han incentivado su adopción. Asimismo, la introducción de sustitutos en el mercado ha fomentado una mayor competencia, obligando a las empresas a diversificar su oferta y a innovar en el desarrollo de nuevos productos.

En términos de política de precios, la presencia de productos sustitutos ha generado una presión competitiva que ha llevado a una reducción en los costos de los medicamentos de marca. La existencia de alternativas más asequibles ha obligado a los fabricantes a ajustar sus estrategias de precios para mantener su participación en el mercado. Además, los gobiernos de la región han implementado regulaciones para establecer controles en los precios y garantizar la calidad de los medicamentos, asegurando que los consumidores puedan acceder a productos eficaces y seguros sin comprometer su bienestar.

En conclusión, los productos sustitutos han fortalecido la competencia en el mercado farmacéutico de Panamá, Costa Rica y Colombia, desempeñando un papel clave en la expansión del sector. Su impacto se ha reflejado tanto en el crecimiento del mercado como en la configuración de estrategias de precios, favoreciendo una mayor accesibilidad a tratamientos médicos y promoviendo la innovación dentro de la industria farmacéutica.

***Fuentes utilizadas:***

**Manso Díez, A.** (2023). *El mercado farmacéutico en Panamá 2023*. Oficina Económica y Comercial de España en Panamá. Recuperado de <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/PA/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos.fs-farmac%C3%A9utico-en-panam%C3%A1-2023-1.doc092202310>

**ICEX España Exportación e Inversiones**. (2023). *El mercado farmacéutico en Panamá 2023*. Recuperado de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/092/documentos/2023/10/anexos/OD_Mercado%20farmac%C3%A9utico%20en%20Panam%C3%A1%202023_REV.pdf>

**ICEX España Exportación e Inversiones**. (2023). *El mercado farmacéutico en Costa Rica 2023*. Recuperado de <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/092/documentos/2023/11/estudios-de-mercado/RE_El%20mercado%20farmaceutico%20en%20Costa%20Rica_2023.pdf>

**NeuroEconomix**. (2023). *Contexto para la inversión en el sector farmacéutico en Colombia*. Recuperado de <https://neuroeconomix.com/es/contexto-para-la-inversion-en-el-sector-farmaceutico-en-colombia/>

Wikipedia. (2023). Genomma Lab Internacional. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Genomma_Lab_Internacional>

Wikipedia. (2023). LEO Pharma. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/LEO_Pharma>