

EN POLÍTICA DE AHORRO

En el 2006 tienen previsto realizar importantes inversiones para optimizar sus operaciones de producción y el trabajo humano, todo esto en pro de hacerle frente al control de precios en medicamentos esenciales que regula 47% de sus unidades

El principal asunto que afecta a Laboratorios Elmor es el control de precios que rige actualmente a los medicamentos esenciales, que constituyen para esta compañía el 46% de sus unidades y el 20% de sus valores, sin incluir allí los genéricos que producen, de los cuales buena parte también tienen precios regulados.

En el 2005 vivieron una situación difícil debido a esto, de acuerdo a Roberto Prego Pineda, director general de la compañía, estuvieron muy cerca de dejar de producir algunos de estos productos esenciales, ya que desde que se emitió el decreto de regulación se ha vivido en el país dos devaluaciones, y además, según el vocero, no se está cumpliendo todo lo publicado en gaceta.

"Una de las cosas que dice la gaceta de control de precios es que tus proveedores de materia prima también tienen que mantener los precios y eso no está ocurriendo. Nosotros vivimos esta situación peligrosa, acudimos al Ministerio para solicitar una reconsideración y tuvimos mucha suerte de que no las aprobaran, lo cual es un proceso complicado porque tiene que aparecer en gaceta", relata el vocero.

Desde entonces, esta filial de la multinacional Teva Pharm ha estado trabajando en la optimización de procesos con la finalidad de reducir costos. Esta estrategia incluye la adecuación de la planta con el doble propósito de cumplir con las nuevas normativas de

prácticas de manufactura y por otro lado, alcanzar mayor eficiencia en la producción.

Sólo este proyecto, dice Prego, está estimado en 12.000 millones de bolívares, sin tomar en cuenta otras inversiones que están realizando para optimizar, también, el trabajo del recurso humano de la empresa, que incluye, por ejemplo, la adquisición de dispositivos móviles para los visitantes

PREGO.

"El profesional de la medicina es muy importante para nosotros, no en vano somos el primer laboratorio del país en prescripción".



médicos. Quienes representan además el principal canal de promoción de sus productos, pues no acostumbran realizar campañas de comunicación masiva, a pesar de que tienen una fuerte presencia de medicamentos sin prescripción, ni estrategias dirigidas directamente al consumidor, porque para ellos el principal objetivo sigue siendo ser recomendados por el profesional de la medicina.

"Tenemos un modelo llamado pirámide de la influencia, que parte de la premisa que todo el que va a comprar un medicamento es porque: o se lo recomendó el médico o un familiar, amigo, allegado, que a su vez conoce el producto porque su médico se lo prescribió; pero siempre al final el médico está involucrado directa o indirectamente en la decisión de compra del consumidor. Entonces el profesional de la medicina es muy importante para nosotros, no en vano somos el primer laboratorio del país en prescripción", afirma Prego.

La investigación no es el fuerte del laboratorio, reconoce el director de Elmor. Más bien su portafolio incluye productos "sencillos" con muchos años en el mercado, probados y seguros, tales como Brugesic, Liolactil, Klas, Tachipirin, entre otros.

El reto en este caso "es mantener la marca fresca, para lo cual usamos una estrategia es de recordatorio, trabajamos mucho con la imagen de marca y los valores de la misma; pero el éxito depende de tener un buen producto que destaque en términos de efectividad terapéutica", afirma Prego.

Aunque se mantienen cautelosos respecto al lanzamientos de nuevos productos, a causa de la situación actual del régimen de patentes, este año ya introdujeron cinco medicamentos, tanto para la línea ética como para la de medicamentos OTC, estos son: Lágrimas artificiales, colirio para el glaucoma y otro para las inflamaciones e infecciones oftalmológicas, que combina antibiótico con antiinflamatorio no tiroideo, un suplemento de calcio y otra fórmula para padecimientos gastrointestinales. ■

ELMOR EN NÚMEROS

700

4.23%

9%

46%

empleados en Venezuela

de participación de mercado de valores a enero 2006

de crecimiento con respecto a 2004

de sus unidades con control de precios