

Oportunidad de Inversión en Laboratorio Farmacéutico Peruano

Indacochea Asociados en representación de un laboratorio farmacéutico peruano, está encargada de la operación de venta de dicha empresa, sea mediante la venta de marcas, acciones o activos, proceso de fusión u otro tipo de combinación societaria. En este documento se ha incluido información referencial para los posibles interesados:

1. Descripción de la empresa:

- Se trata de un laboratorio farmacéutico con una amplia trayectoria en el mercado peruano. La Marca fue creada en Barcelona, España en 1866, luego fue vendida a Hoffmann-La Roche en el año 1978. La marca fue comprada por los actuales propietarios, haciendo así su ingreso a Perú en el año 1992.
- Actualmente el laboratorio comercializa una cartera consolidada de marcas a nivel nacional, las cuales provienen tanto de plantas nacionales (CIFARMA, MEDROCK, HERSIL, INDUQUÍMICA, GABBLAN, entre otras) como de laboratorios extranjeros ubicados en Colombia (Procaps), India (Defi), México (Perrigo) y China (Zhenchem). Dichos productos cuentan con los registros sanitarios correspondientes en vigencia y las plantas nacionales en cuestión cuentan con todas las certificaciones pertinentes exigidas por el regulador local.
- Como complemento a las labores de comercialización y logística, la empresa cuenta con el apoyo logístico de una empresa distribuidora, firma del mismo grupo empresaria.

2. Línea de Productos y Servicio al Mercado:

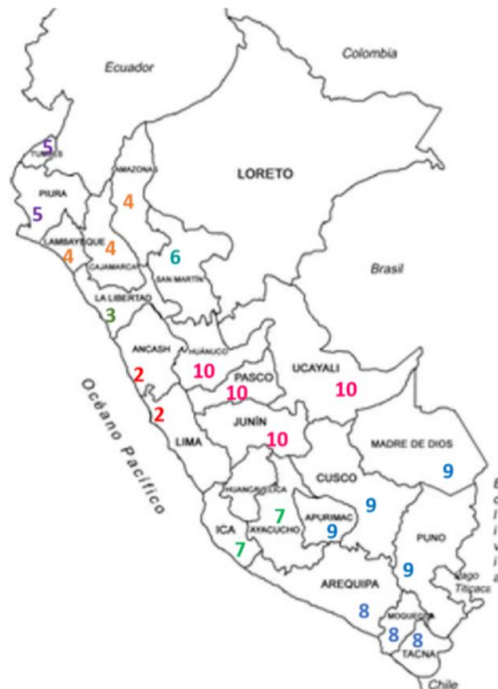
En cuanto a la gama de marcas, cabe decir que de momento el laboratorio cuenta con 25 marcas debidamente registradas y con la documentación en regla, así como también se encuentra realizando los trámites correspondientes para incorporar dos productos más a su cartera (Registros Sanitarios en proceso).

La empresa comercializa sus productos a través de distribuciones en Lima, Norte Chico y Sur Chico. En adición, tiene 15 distribuidores regionales en el Centro, Norte y Sur del Perú, los cuales permiten llegar a cubrir el espectro abarcado por sus clientes regionales, tal como se observa a continuación:

NOTA: La Región de Loreto se atiende desde Lima cuando la situación lo amerite.

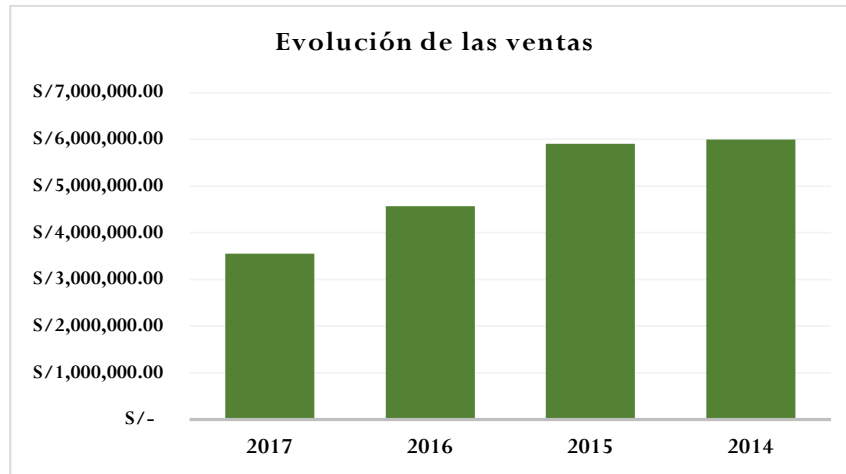
Representantes Médicos y Ventas

Se trata del nexo inmediato entre los clientes finales (doctores, clínicas y consultorios, por ejemplo) con la marca, por lo cual son de vital importancia en la cadena de distribución de los productos. En Lima, el equipo está conformado por 10 Visitadores Médicos y 10 Promotores de Ventas. Por otra parte, en regiones el equipo está conformado por 13 Visitadores Médicos que también realizan la función de Promotores de Ventas en coordinación con los distribuidores regionales.



3. Ventas de la Empresa

La industria farmacéutica peruana ha experimentado ciertas dificultades en el último periodo debido tanto a factores extraordinarios (impacto de El Niño Costero) como a un menor consumo de la población. Esta desaceleración se refleja fuertemente en las ventas del sector, las cuales cayeron durante el primer semestre del 2017¹. Esto también se encuentra relacionado con a la concentración de los puntos de venta de (producto de la fusión de dos de las principales cadenas de boticas). Los puntos mencionados anteriormente influyeron en la disminución de ventas de la empresa en el pasado reciente, tal y como se detalla en el siguiente gráfico:



No obstante, se espera que esta dinámica se revierta, dado que ya se encuentra superado el efecto anómalo del FEN, así como se observa un aumento significativo del consumo. Esta coyuntura más favorable concuerda con las proyecciones que señalan un incremento en las ventas del sector retail de 8%² (y, por ende, de la industria farmacéutica). De esta manera, a febrero del 2018, La Empresa creció 57% más con respecto al mismo periodo del año anterior.

4. Oportunidad de Inversión

- Los márgenes brutos percibidos dentro de la cartera varían de producto en producto sujeto a diversos factores (por ejemplo, si es de fabricación nacional o importado), llegando a dar el caso de un margen de ganancia de entre 150% o 200% en determinados medicamentos.
- Logística, operaciones y una estructura de distribución ya conformada (representantes médicos, promotores de ventas y distribuidores regionales a lo largo de todo el país), así como una cartera tanto de proveedores como de clientes con una relación comercial sostenida.
- Adquisición de una cartera de productos farmacéuticos (registrado en INDECOPI) con todos los registros sanitarios correspondientes (en DIGEMID).
- Sector actualmente activo en Fusiones y Adquisiciones, lo cual evidencia una consolidación de jugadores internacionales en el Perú. La participación del mercado farmacéutico se está reconfigurando, se observa una integración vertical (logística, distribución y producción), lo cual está permitiendo mayores eficiencias y economías de escala.

¹ IMS Perú, 2017.

² PRODUCE, 2017.