



UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA
CARRERA DE ECONOMÍA

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**INCIDENCIA DEL GASTO EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN
LA UTILIDAD DEL SECTOR DE VENTA AL POR MAYOR DE
PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y VETERINARIOS EN EL
ECUADOR**

GENESIS XIOMARA PERALTA QUIJIJE

MILAGRO, ECUADOR

2025

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CERTIFICACIÓN

El suscrito, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de director **CERTIFICO QUE:** he revisado el trabajo de titulación, denominado: **INCIDENCIA DEL GASTO EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN LA UTILIDAD DEL SECTOR DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y VETERINARIOS EN EL ECUADOR**, el mismo que ha sido elaborado y presentado por el/la estudiante, **Genesis Xiomara Peralta Quijje** quien cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador para este tipo de estudios.

Atentamente,

CPA. Jaime Chusan Wong, M.Sc.

Guayaquil, 15 de mayo de 2025

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR
FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

TEMA

**INCIDENCIA DEL GASTO EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN LA UTILIDAD
DEL SECTOR DE VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS
Y VETERINARIOS EN EL ECUADOR**

AUTORA

GENESIS XIOMARA PERALTA QUIJIJE

TRABAJO DE TITULACIÓN

**APROBADA Y PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO COMO
REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Mayra Garzón Goya MSc.
PRESIDENTE

Econ. Juan Carlos Feijoó Vera MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Johanna Ramos Holguín MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

CPA. Jaime Chusán Wong MSc.
EXAMINADOR SUPLENTE

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero Agradecer a Dios por inducir en mí, ese camino que inicio con toda la responsabilidad que representa el termino de toda mi carrera profesional, doy gracias a Él por la fortaleza, perseverancia y confianza que deposito en mí. Me siento muy feliz por haber alcanzado uno de los objetivos más grandes en mi vida que es la culminación de mi tesis.

Además, quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia por brindarme su amor incondicional y apoyo, incluso en los momentos más difíciles, la Fe, el amor y la unión, ha sido el pilar fundamental de este logro, a mis padres y hermana que fueron mi mayor motivación, supieron escucharme y apoyarme, de ellos aprendí que todo con oración, esfuerzo, dedicación, confianza en Dios y en mi se puede alcanzar.

Agradezco profundamente a mis amigas Alejandra, Maritza y Kimberly que fueron un apoyo incondicional en el transcurso de la carrera, cada experiencia y momentos vividos estarán guardados en mi corazón.

Por último, agradezco a mi tutor el Ingeniero Jaime Chusan Wong, su experiencia, paciencia y disposición en todo momento contribuyeron durante todo este proceso, sin su guía constante y sus palabras no habría sido posible lograr mi objetivo, Gracias por compartir sus conocimientos y consejos.

DEDICATORIA

Mi tesis está dedicada principalmente a Dios, por darme la fortaleza y la sabiduría para superar cada desafío a lo largo de este camino académico, y por bendecirme con su infinito amor, en el transcurso de la Carrera he podido ver como su Gloria se ha manifestado en mí, estoy segura de que, sin su presencia en mi vida, este logro no habría sido posible.

Sin olvidar mencionar una parte fundamental que es mi familia, mis tíos y primos que me han dado su apoyo absoluto, sus palabras de ánimo y consejos que guardare en mi corazón.

A mi padre, Carlos Peralta cuya guía, amor y apoyo incondicional me han dado la motivación para alcanzar mis metas. A mi madre, Lucia Quijije, que, con su ejemplo de mujer fuerte, llena de Fe y sabiduría, me ha enseñado a confiar en Dios y en los propósitos que Dios tiene para mí, sin duda alguna este logro es una respuesta a sus arduas oraciones, Gracias amada Madre por creer en mí y enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A mis hermanos Melany Peralta, Jared Peralta y mi cuñado Máximo Santana que siempre han estado a mi lado en los momentos más difíciles, brindándome su cariño y comprensión. Sus palabras de aliento han sido fundamentales para no rendirme.

A mi amiga Alejandra Lucas, su mama la señora Jessica Veliz y sus hermanas, Wendy Lucas, Rasicela Lucas, Nohelia Lucas, Milagros Lucas, Mujeres grandiosas, su apoyo y consejos han sido fundamental en este camino, sus palabras de ánimo constante me han dado fuerza en momentos difíciles, gracias por creer en mi cuando yo dudaba, este logro también es de ustedes.

A mi amigo Marcos Muñoz por su preocupación y su ayuda en todo tiempo, su amistad es invaluable.

finalmente, a mis profesores y tutor el Ingeniero Jaime Chusan Wong que con su dedicación y conocimiento me han guiado y orientado a lo largo de este proceso. Su sabiduría ha dejado una huella imborrable en mi formación.

RESPONSABILIDAD

La responsabilidad, derecho de la investigación, resultados, conclusiones y recomendaciones que aparecen en el presente trabajo de investigación corresponden única y exclusivamente al autor y los derechos académicos otorgados a la Universidad Agraria del Ecuador.

Genesis Xiomara Peralta Quijje

C.I. 0951154616

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo analizar el desempeño de variables financieras y la competitividad de las empresas farmacéuticas en Ecuador durante el período 2017-2021. Se examinan factores económicos, regulatorios y de mercado que influyeron en esta industria, así como el impacto de las políticas públicas en la producción, importación y distribución de medicamentos. A lo largo del periodo estudiado, se observó un crecimiento sostenido en el sector farmacéutico, impulsado por el aumento de la demanda de medicamentos y productos sanitarios. Sin embargo, las empresas enfrentaron desafíos significativos, como la fluctuación de precios, la dependencia de importaciones de insumos, y la implementación de regulaciones más estrictas por parte del gobierno. El análisis incluyó una revisión de 10 empresas farmacéuticas que operan en el país, destacando su estructura de mercado, participación, y estrategias competitivas. Además, se evaluaron las políticas gubernamentales relacionadas con la regulación de precios, las normas de calidad, y los incentivos para la producción local, así como su impacto en la industria.

El estudio concluye que, para el modelo econométrico de las cinco variables independientes, dos de ellas son significativas, pero unas de ellas inciden de manera directa y las otras no. a pesar de los desafíos, las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron resiliencia y adaptabilidad, logrando mantener su competitividad en un entorno complejo. Sin embargo, se recomienda un mayor apoyo gubernamental y la creación de políticas que fomenten la innovación y la producción local para reducir la dependencia de las importaciones y fortalecer la soberanía sanitaria del país.

Palabras clave: *Utilidad, Competitividad, Farmacéuticas, Financiero, Precios.*

SUMMARY

The objective of this study is to analyze the performance of financial variables and the competitiveness of pharmaceutical companies in Ecuador during the period 2017-2021. Economic, regulatory and market factors that influenced this industry are examined, as well as the impact of public policies on the production, import and distribution of medicines. Throughout the period studied, sustained growth will be observed in the pharmaceutical sector, driven by the increase in demand for medicines and health products. However, companies faced significant challenges, such as price fluctuation, dependence on imports of inputs, and the implementation of stricter regulations by the government. The analysis included a review of 10 pharmaceutical companies operating in the country, highlighting their market structure, participation and competitive strategies. Additionally, government policies related to price regulation, quality standards and incentives for local production will be evaluated, as well as their impact on the industry.

The study concludes that, for the econometric model of the five independent variables, two of them are significant, but some of them have a direct impact and the others do not. Despite the challenges, pharmaceutical companies in Ecuador showed resilience and adaptability, managing to maintain their competitiveness in a complex environment. However, greater government support and the creation of policies that encourage innovation and local production are recommended to reduce dependence on imports and strengthen the country's health sovereignty.

Keywords: *Utility, Competitiveness, Pharmaceuticals, Financial, Prices*

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
Caracterización del Tema	1
Planteamiento de la Situación Problemática	1
Justificación e Importancia del Estudio	2
Delimitación del Problema.....	3
Formulación del Problema	3
Objetivos	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Hipótesis	4
Aporte Teórico.....	4
Aplicación Práctica.....	4
CAPÍTULO I	5
MARCO REFERENCIAL	5
1.1 Estado del Arte.....	5
1.2 Bases Científicas o Teóricas	7
1.3 Fundamentación Legal.....	10
CAPÍTULO II	12
ASPECTOS METODOLÓGICOS	12
2.1 Métodos	12
2.2 Variables	13
2.3 Población y Muestra.....	13
2.4 Técnica de Recolección de Datos	13
2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial.....	14
2.6. Cronograma de Actividades	16
RESULTADOS	17
DISCUSIÓN	120
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA CITADA	124
ANEXOS	127
Elaborado por: El Autora, 2024 APÉNDICES	130

ÍNDICE DE ANEXO

Anexo N° 1: Matriz de Operacionalización de Variables	127
Anexo N° 2: Cronograma de Actividades	129

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndices N° 1: Gastos de promoción y publicidad del año 2017	130
Apéndices N° 2: Gastos de promoción y publicidad del año 2018	130
Apéndices N° 3: Gastos de promoción y publicidad del año 2019	131
Apéndices N° 4: Gastos de promoción y publicidad del año 2020	132
Apéndices N° 5: Gastos de promoción y publicidad del año 2020	132
Apéndices N° 6: Utilidad 2017.....	133
Apéndices N° 7: Utilidad 2018.....	134
Apéndices N° 8: Utilidad 2019.....	134
Apéndices N° 9: Utilidad 2020.....	135
Apéndices N° 10: Utilidad 2021.....	136
Apéndices N° 11: Gastos de gestión – ventas 2017	136
Apéndices N° 12: Gastos de gestión – ventas 2018	137
Apéndices N° 13: Gastos de gestión – ventas 2019	138
Apéndices N° 14: Gastos de gestión – ventas 2020	138
Apéndices N° 15: Gastos de gestión – ventas 2021	139
Apéndices N° 16: Gastos de suministro - ventas 2017	140
Apéndices N° 17: Gastos de suministro - ventas 2018	140
Apéndices N° 18: Gastos de suministro - ventas 2019	141
Apéndices N° 19: Gastos de suministro - ventas 2020	142
Apéndices N° 20: Gastos de suministro - ventas 2021777	143
Apéndices N° 21: Gasto de transporte – ventas 2017	143
Apéndices N° 22: Gasto de transporte – ventas 2018	144
Apéndices N° 23: Gasto de transporte – ventas 2019	145
Apéndices N° 24: Gasto de transporte – ventas 2020	146
Apéndices N° 25: Gasto de transporte – ventas 2021	146
Apéndices N° 26: Gasto de viaje – ventas 2017	147
Apéndices N° 27: Gasto de viaje – ventas 2018	148
Apéndices N° 28: Gasto de viaje – ventas 2019	148
Apéndices N° 29: Gasto de viaje – ventas 2020	149
Apéndices N° 30: Gasto de viaje – ventas 2021	150

INTRODUCCIÓN

Caracterización del Tema

El sector empresarial constituye un eje importante para la generación de riqueza y empleo en el Ecuador. En el Ecuador las empresas se clasifican según la actividad económica al que pertenecen y se subclasifican según el CIIU N6 (Clasificación Industrial Internacional Uniforme). En el país existen 21 sectores y aproximadamente 1740 CIIU y este sector incluye farmacias, franquicias de farmacias, distribuidores farmacéuticos principalmente.

Ecuador ha cambiado dramáticamente, Especialmente en la industria farmacéutica, debido a la estandarización Procesos y otros recursos utilizados por las cadenas de farmacias para brindar buen servicio al cliente. Aunque es cierto poder conseguir esto la estandarización dentro del mercado ha afectado en gran medida. Toda empresa debe tener en cuenta las oportunidades que existen a nivel nacional y la creación de diferentes modelos de negocio para satisfacer las necesidades del negocio.

La importancia del sector farmacéutico y veterinario en el Ecuador ha dado acceso a empresas especializadas en este tipo de auditorías de mercado, principalmente Intercontinental Marketing Services (I.M.S. Health), DATA QUEST y AUDIT Pharma principalmente; todas ellas comparan el comportamiento de los medicamentos con base a su clasificación farmacéutica que es regulada por el ministerio de Salud Pública.

Planteamiento de la Situación Problemática

Las empresas del sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios para poder generar ingresos y generar riqueza a sus accionistas deben invertir en gastos de promoción y publicidad. Según la publicidad es cualquier estrategia de pago que buscan presentar y promocionar de manera no personal las ideas, bienes, productos o servicios al consumidor final.

Según el reporte de SUPERCIAS sobre los estados financieros de las empresas del Ecuador, se establece que el sector bajo el CIIU G4649.22 Venta al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios según generó ingresos por USD 2.700 millones de dólares en el 2021. Y este mismo sector tuvo de gastos de promoción y publicidad un monto que alcanzó los USD 95 millones de dólares.

La investigación busca conocer si los montos invertidos en gasto de promoción y publicidad por las empresas que se encuentran bajo el CIIU G4649.22

Venta al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios tuvieron una incidencia en la generación de ingresos en el año 2021.

Justificación e Importancia del Estudio

La venta al por mayor y menor de productos farmacéuticos y veterinarios corresponde a una de las actividades económicas con mayor rentabilidad del Ecuador (41.000 millones de dólares en el 2021), llegando a ocupar el 39% de los ingresos de la totalidad de empresas registradas por la Superintendencia de Compañías. Sin embargo, gran parte del éxito comercial de este sector económico se debe a la promoción de los diferentes productos provenientes de la misma. Además, dentro de este importante sector se encuentra el subsector bajo el CIIU N6 G4649.22 por lo tanto, es el segundo más importante en términos de ingresos, con un total de 694 empresas participantes.

A nivel internacional el consumo de los fármacos y el precio de los mismo es un tema de interés, se conoce que la mayor parte de los países desarrollados tienen establecido algún mecanismo de regulación de control del precio, habitualmente, junto a otras medidas de contención del gasto farmacéutico, por lo tanto la importancia del tema para la industria farmacéutica y los consumidores a nivel mundial no es solo porque esta industria sea tan poderosa y se manejen millones de dólares cada día, sino también por como el Gobierno de cada país maneja el proceso de fijación de precios.

Si bien es cierto que las prácticas de marketing provenientes de las farmacéuticas datan de principios de los años 90, con Estados Unidos como su protagonista, es en años recientes, y a raíz de la abrupta necesidad de trasladar diferentes actividades hacia las redes sociales que este sector se ha visto en la necesidad de ahondar en la inversión para la promoción de sus productos.

Este nuevo entorno digital, primordialmente redes sociales, comprende un campo altamente competitivo, lo cual obliga a las marcas a incrementar la inversión en publicidad y ser capaces de abarcar a la mayor cantidad de público, y consumidores potenciales, dentro de un rango determinado.

El presente estudio pretende demostrar con cifras exactas la importancia de las estrategias e inversión en materia de marketing en el sector de la venta de productos farmacéuticos y veterinarios, ahondando en la rentabilidad de este tipo de promociones con respecto a los ingresos que percibe o percibirá cada empresa posterior a haber empleado diferentes herramientas de promoción.

Además, el presente estudio realiza una revisión bibliográfica de trabajos previos en donde se demuestra la forma en que las estrategias de publicidad y marketing, especialmente dirigida a consumidores que ocupan gran parte de su tiempo libre navegando redes sociales desde dispositivos móviles, son capaces de incrementar la competitividad de negocios relacionados a la venta de productos farmacéuticos y veterinarios.

Delimitación del Problema

La presente investigación está delimitada principalmente a las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías cuya actividad sea Venta al por mayor de productos farmacéuticos, incluso veterinarios el cual la población será obtenida mediante el código CIIU G4649.22, durante el periodo 2017-2021 y los datos se encuentran con una frecuencia anual.

Formulación del Problema

¿Cuáles son los gastos en promoción y publicidad de las empresas de venta al por mayor de productos farmacéuticos en el Ecuador?

¿Qué márgenes de rentabilidad son los que logran el sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios en el Ecuador?

¿Existe una relación entre el gasto en promoción y publicidad y la utilidad de este sector?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la incidencia entre el gasto de promoción y publicidad con la utilidad en el sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios en el Ecuador.

Objetivos Específicos

- ❖ Analizar los gastos en promoción y publicidad del sector bajo el CIIU G4649.22 ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios.
- ❖ Identificar la utilidad de las empresas del sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios.
- ❖ Establecer la relación mediante un modelo de Datos de Panel entre los gastos de promoción y publicidad con la utilidad del sector.

Hipótesis

Los gastos en promoción y publicidad en el sector bajo el CIIU G4649.22 Ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios inciden de una manera positiva en la utilidad de las empresas del sector.

Aporte Teórico

La investigación dará a conocer los montos en que incurrieron en cuanto a gastos de promoción y publicidad las empresas que se encuentran bajo el CIIU G4649.22. Además, se podrá conocer que empresas son las que más invirtieron en este gasto, la tendencia y la frecuencia relativa por empresa.

Asimismo, el estudio dará a conocer la utilidad generada por el sector así también el desglose por empresa, y la relación utilidad con los ingresos generados.

Finalmente, se aportará en conocer si existe o no un aporte importante por parte de los gastos en promoción y publicidad para generar utilidades al sector.

Aplicación Práctica

La investigación ayudara a conocer la importancia de la promoción y publicidad para generar utilidades y así otros empresarios puedan mejorar sus utilidades.

El sector de publicidad y asesoría en marketing podrá identificar las empresas que más invierten en este sector y así identificar oportunidades de negocios u otros clientes potenciales para su servicio.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 Estado del Arte

En el presente trabajo se han considerado las aportaciones de proyectos realizados por distintos autores, para dar soporte a esta investigación en la parte teórica.

Sengunthar et al. (2023) se centró en analizar el impacto de los gastos en distribución y promoción en la rentabilidad de 137 empresas del sector farmacéutico en la India, abarcando el período comprendido entre 2017 y 2022. Esta investigación, mediante el uso de un modelo de datos de panel, evidenció que los gastos destinados a la distribución y la promoción tienen una incidencia significativa tanto en el beneficio operativo como en el beneficio neto de las empresas analizadas. Los resultados sugieren que aquellas compañías que asignan de forma eficiente sus recursos en actividades promocionales y de distribución logran incrementar tanto su rentabilidad operativa como su beneficio final. Este estudio destaca la relevancia de una correcta gestión de los recursos promocionales como una herramienta clave para optimizar la rentabilidad dentro de la industria farmacéutica en el contexto indio

Según Márquez (2019), la investigación actual se enfocó en identificar las variables que definen a la Industria Farmacéutica (IF), considerando que este sector posee características únicas en comparación con otros y que la limitada producción académica en el área justifica la realización de estudios para diferenciar esta industria y fomentar el conocimiento. Factores como las fallas de mercado, la diferenciación, la intervención estatal, los canales de distribución, la competitividad relacionada con el vencimiento de patentes, la introducción de medicamentos genéricos y el interés en el control de la prescripción y dispensación son fundamentales para la configuración teórica de este sector económico particular. Mediante una exhaustiva revisión bibliográfica y el análisis de las variables estudiadas, se concluyó que comprender las características específicas de la IF y los actores involucrados en la distribución es esencial para lograr el éxito empresarial en este sector.

Béjar (2019) señala que las farmacias tradicionales enfrentan el desafío de mejorar su gestión de marketing para asegurar la sostenibilidad y rentabilidad de

sus negocios. En los últimos años, varias de estas farmacias han cerrado debido a la falta de una estrategia de marketing adecuada. A través de una profunda revisión bibliográfica, la investigación resalta estudios previos sobre gestión de marketing, la situación actual del sector farmacéutico y las principales estrategias recomendadas para las farmacias tradicionales en Ecuador.

Orrego (2020) menciona que la publicidad directa al consumidor de medicamentos con receta (PDC) es una estrategia de marketing usada por las compañías farmacéuticas en Estados Unidos que ha crecido rápidamente y ha comenzado a cruzar los límites legales, ya que solo está permitida en dos países, Estados Unidos y Nueva Zelanda. Esta investigación analizó el impacto de la PDC en los consumidores y otros grupos de interés, incluyendo profesionales de la salud, el sistema de salud y las compañías farmacéuticas en EE.UU., así como las tendencias que han impulsado su rápido crecimiento desde su introducción en 1997. El estudio busca evaluar los riesgos y beneficios de expandir la PDC a otros territorios y plantea oportunidades de mejora enfocadas en la protección de los intereses y la salud de los consumidores, reduciendo los efectos adversos de este tipo de publicidad farmacéutica.

García y Pincay (2019) plantean que su investigación tiene como objetivo principal desarrollar estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de las farmacias comunitarias en el cantón Durán. El marketing digital ha evolucionado considerablemente, pasando del marketing tradicional a utilizar herramientas digitales que permiten a las empresas tener una mayor presencia en el mercado, presentando varios modelos adecuados para este proyecto. La investigación utilizó una metodología de enfoque mixto: en el enfoque cuantitativo, se recopiló datos mediante encuestas a 384 personas del cantón Durán; en el enfoque cualitativo, se realizaron entrevistas con el jefe Nacional de Farmacias Comunitarias para obtener información no numérica sobre los problemas que enfrentan. Este estudio, de tipo no experimental y con un alcance descriptivo, identificó que las estrategias de marketing digital basadas en motores de búsqueda, email marketing, redes sociales, marketing móvil y sitios web pueden ayudar a mejorar el posicionamiento de las farmacias comunitarias de Durán en el mercado.

El trabajo de Plaza (2021) analiza el comportamiento de compra de la marca Cegamed en farmacias de Guayaquil, abordando la evolución del mercado farmacéutico y el surgimiento de cadenas de farmacias, así como la persistencia de

farmacias tradicionales. La investigación también examina la salud como un derecho desde perspectivas internacionales y nacionales, y considera el impacto de la economía y el desempleo en las decisiones de compra, que a menudo resultan en desinformación y automedicación. Además, se profundiza en los factores externos que influyen en las decisiones de compra y en la importancia de los factores culturales y sociales en las investigaciones de mercado.

Finalmente, Ríos (2019) se enfoca en determinar si la mezcla de marketing centrada en crear valor percibido por el consumidor está relacionada con el posicionamiento de las cadenas farmacéuticas. La recopilación de datos se realizó mediante encuestas utilizando un cuestionario tipo Likert con 16 ítems, aplicado a 384 clientes distribuidos en cinco farmacias de diferentes cadenas. El estudio, de naturaleza básica y nivel relacional, utilizó un método descriptivo correlacional con un diseño transversal. El análisis de datos incluyó estadísticas descriptivas y pruebas inferenciales de correlación, resultando en una correlación directa y significativa entre la mezcla de marketing y el posicionamiento, con un grado moderado de correlación ($r_s = 0.514$). Específicamente, se encontró una correlación baja entre las dimensiones de producto y plaza con el posicionamiento ($r_s = 0.307$; $r_s = 0.347$) y una correlación moderada en los aspectos de precio y promoción ($r_s = 0.400$; $r_s = 0.443$).

1.2 Bases Científicas o Teóricas

1.2.1 Teorías Económicas

Teoría de Mercados Disputados

Amavilah (2012) describe un mercado disputado como uno en el que todos los proveedores tienen acceso a tecnologías similares. Estas tecnologías pueden aprovechar economías de escala, que incluyen costos fijos y no costos irre recuperables. Esto implica que las empresas dominantes no pueden ajustar sus precios de manera rápida y arbitraria, ya que los consumidores reaccionan prontamente a las variaciones en los precios.

Teoría Económica del Monopolio

En un monopolio, el monopolista posee el control del mercado para fijar precios y, por lo tanto, no necesita preocuparse por la competencia. Bajo estas circunstancias, los consumidores se enfrentan a una única opción: adquirir el bien o servicio del monopolista, o prescindir de él. Según (Krugman, Wells, & Graddy,

2015). la teoría del monopolio se caracteriza por la existencia de un solo proveedor, un producto exclusivo y barreras de entrada insuperables para nuevos competidores.

Teoría Económica de Oligopolio

Agostini (2011) afirma que un oligopolio se forma cuando solo unas pocas empresas tienen influencia sobre los precios en un mercado determinado. En este tipo de mercado, aunque ningún vendedor tenga un dominio absoluto, el reducido número de competidores permite que puedan aliarse para influir en los precios y en las cantidades ofrecidas. Las empresas en un oligopolio tienen la capacidad de actuar en colusión o fusionarse para fortalecer su posición en el mercado.

Teoría Organizacional Industrial

Según Jones (2008), la Teoría Organizacional Industrial es una rama de la economía que estudia cómo se organizan los productores en distintos mercados. Abarca enfoques clásicos que analizan desde la perspectiva industrial hasta planteamientos neoclásicos y estrategias empresariales que se centran en el análisis de las firmas y sus características particulares.

1.2.2 Sector Farmacéutico en el Ecuador

El sector farmacéutico desempeña un papel vital en la dinamización y relevancia económica de un país. Dado su enfoque en la investigación y la innovación, requiere altos niveles de inversión para que los distintos proveedores puedan introducir sus productos en el mercado. Esta industria es considerada estratégica por las autoridades debido a su significativa contribución al cuidado de la salud de la población. En Ecuador, el sector farmacéutico depende en gran medida de la importación de medicamentos, desde materias primas hasta materiales de empaque. En el país, existen 570 empresas farmacéuticas registradas con el código CIUU21 (Cevallos & Mejía, 2020).

1.2.3 Marketing Farmacéutico

El marketing se compone de un conjunto de actividades, funciones y procesos que incluyen investigaciones, sistemas de información y planificación. Los cuatro elementos fundamentales del marketing, conocidos como las "cuatro P" (Producto, Precio, Plaza y Promoción), son cruciales para la toma de decisiones y el desarrollo de productos que satisfagan las necesidades del cliente. Esto implica crear un producto que sea atractivo (producto), establecer un precio competitivo

(precio), garantizar una adecuada distribución (plaza) y comunicar el producto de manera efectiva (promoción) (Kotler et. al, 2012).

"el sector farmacéutico abarca las actividades de empresas industriales cuyo objetivo es la producción de principios activos y su transformación en productos farmacéuticos para el uso humano. Los productos farmacéuticos incluyen todos aquellos que aportan beneficios a la salud, como medicamentos, productos de higiene personal, cosméticos y equipos médicos, entre otros". (Márquez , 2019).

1.2.4 Gastos operativos

Según Carrera, Martínez, & Pérez, (2013), definen los gastos operacionales como los desembolsos que una empresa u organización debe realizar para llevar a cabo sus actividades. Los ejemplos más comunes de estos gastos incluyen el alquiler de locales u oficinas, los salarios de los empleados y la compra de suministros. Por otro lado, Tirado (2015), sostiene que los gastos operativos son aquellos necesarios para mantener la operatividad de la empresa o para reactivar su funcionamiento si se encuentra inactiva.

Según Ganchozo & Orrala, (2018) clasifican los gastos operacionales en cuatro categorías: gastos administrativos (como sueldos y servicios de oficina), gastos financieros (intereses y emisión de cheques), gastos hundidos (realizados antes del inicio de las operaciones) y gastos de representación (como viajes, movilidad y comidas).

1.2.5 Gastos de Ventas

Para Mejía (2002), la intensa competitividad del mercado obliga a las empresas a desarrollar y mantener políticas de ventas agresivas, lo que requiere inversiones económicas combinando eficiencia y servicio al cliente.

Cusco (2015), señala que los gastos de venta, o de comercialización, corresponden al valor de los recursos invertidos desde que los productos terminados ingresan al almacén hasta que llegan al cliente final, incluyendo los esfuerzos de cobranza.

Contreras (2010) añade que los gastos de venta o comercialización son relevantes en cualquier tipo de empresa, ya sea comercial, manufacturera o de servicios. Estos gastos suelen ser significativos y pueden ser iguales o mayores al costo de producción, lo que justifica un análisis detallado para su control y gestión, facilitando la predicción de costos en relación a diferentes volúmenes de negocio.

1.3 Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador

Según la (Constitución de la República del Ecuador, 2008) determinado en la sección de formas de organización de la producción y se gestión podemos encontrar diversas formas de organización para los diferentes sectores, como:

“Art. 319 reconoce diversas formas de organizaciones de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privada, asociativas, familiares, domesticas autónomas y mixtas, en tal virtud alentara la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador”

Además, el gobierno se preocupa del correcto funcionamiento de los diferentes puntos estratégicos ya sea de servicios como de bienes públicos, recursos naturales y actividades económicas por esto posee entidades que la regulen según el capítulo quinto de la (Constitución Política de la República del Ecuador, 2008):

“Art. 222. Las Superintendencias serán organismos técnicos con autonomía administrativa, económica y financiera y personería jurídica de derecho público, encargados de controlar instituciones públicas y privadas, a fin de que las actividades económicas y los servicios que presten, se sujeten a la ley y atiendan al interés”.

Requisitos de formulación de empresas en el Ecuador

Desde la perspectiva de Superintendencia de Compañías del Ecuador para poder formular una empresa se debe hacer por escritura en el Registro Mercantil y se debe llevar los siguientes requisitos:

- Por el método presencial:
 1. Reservar un nombre en las superintendencias de compañía
 2. Elaborar los estatutos, es decir los contratos sociales de registro y se validan con una minuta firma del abogado.
 3. Abrir una cuenta de integración de capital. Esta apertura de realiza en cualquier banco del país y los requisitos son:
 - Capital mínimo: Para empresas anónimas 800 dólares y 400 para empresa o compañías limitadas.
 - Detallar la participación de los socios en una carta.
 - Una foto copia de cedula y papeleta de votación. Para poder pedir la certificación de cuentas de integración de capital.

4. Elevar a escritura pública. Ir al notario con la reserva del nombre certificada de cuenta de integración de capital y la minuta de los estatutos
5. Presentar en las Superintendencias de Compañía la cuenta de integración del capital y 3 copias de las escrituras públicas, con el respectivo oficio del abogado.
6. Realizar la publicación en un diario. Esto se realiza una vez que la Superintendencia de Compañía nos entrega copias de la resolución.
7. Permisos municipales. Se obtiene en cada ciudad donde se desarrollará la empresa y se deberá:
 - Cancelar patentes municipales.
 - Certificado de funcionamiento.
8. Inscripción de compañía. Este es la parte final donde se debe ir a la ciudad donde se llevará a cabo la empresa para registrar en el “Registro Mercantil” con todos los datos mencionados (Solidario conmigo, 2008).
 - De acuerdo a la (Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros, 2020) por el sitio web, se deberá:
 1. Ingresar al portal web de las Superintendencias de compañía, valores y seguro. www.supercias.gob.ec.
 2. Seleccionar la opción “Portal de constitución electrónica de compañías”.
 3. Luego, presionara Constituir compañía
 4. Ingresar usuario y contraseña
 5. Seleccionar reserva de dominación que desea utilizar en el proceso de constitución
 6. Ingresar y llenar la información del formulario de Solicitud de constitución de compañías.
 7. Adjuntar los documentos requeridos por el sistema
 8. Seleccionar la notaría de su gusto y revisar los costos de la diligencia
 9. Aceptar condiciones del trámite electrónico e iniciar.

Primero llega un correo electrónico con la información del proceso y los valores a cancelar en el Banco del Pacífico para después el notario revisara su solicitud de constitución y le otorgara una cita para la firma de la escritura y los nombramientos.

Para así el notario desmaterializará los documentos y los enviará al Registro Mercantil para su inscripción. Una vez hecho todo esto solo toca esperar la notificación electrónica de la constitución de la empresa.

CAPÍTULO II

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Métodos

El método aplicado para el desarrollo de los objetivos de la investigación es a través de métodos teóricos.

Método Hipotético-Deductivo

En la presente investigación se aplicó el método hipotético – deductivo, debido a que se intenta aceptar o rechazar nuestra Hipótesis, la cual sugiere una relación de dependencia entre las variables de estudio: Utilidad del sector farmacéutico, Gastos de Promoción y Publicidad, Gastos de transporte, Gastos de gestión, Gastos de suministros y Gastos de viajes.

Sistema de procedimientos metodológicos, que consiste en plantear algunas afirmaciones en calidad de hipótesis y verificarlas mediante la deducción, a partir de ellas, de las conclusiones y la confrontación de estos últimos con los hechos. La valoración de la hipótesis de partida sobre la base de tal confrontación es bastante compleja y multiescalonada, pues sólo un proceso prolongado de prueba de la hipótesis puede conducir a su aceptación o refutación fundamentadas.

Una vez rechazada o aceptada la hipótesis, la prueba estadística permitirá establecer deducciones relacionadas a aspectos puntuales.

2.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

La presente investigación de titulación tuvo un enfoque cuantitativo de índole descriptiva debido a que se utiliza prueba de hipótesis, la cual destacó el análisis de documental y correlacional, para así analizar la incidencia del gasto en promoción y publicidad en la utilidad del sector de venta al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios en el Ecuador.

El diseño de la metodología de esta investigación será No Experimental, y los datos para realizar esta investigación fueron tomadas directamente de la Superintendencia de Compañías, sin ninguna manipulación o modificación de la información.

Investigación Correlacional: Esta investigación determinara el grado de relación y semejanza que puede existir entre dos o más variables, esto quiere decir que puede ser entre características o conceptos de un fenómeno.

Se pretende establecer una explicación completa de la causa – efecto de los ocurrido, lo cual solo aporta indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento.

2.2 Variables

Las variables de que se utilizaron en el siguiente trabajo de titulación son las siguientes:

2.2.1. Variable Independiente.

Gastos de Promoción y Publicidad, Gastos de gestión, Gastos de viajes
Gastos de transporte y Gastos de suministros

2.2.2. Variable Dependiente.

Utilidad del sector farmacéutico

2.2.3 Operacionalización de las Variables

Las variables dependientes e independientes las cuales se adquirieron de fuentes secundarias, dentro de esta se detallan las definiciones operacionales, dimensiones, indicadores, el tipo de medición y los instrumentos de medición. A continuación se detalla la matriz. Esto se aprecia en el **Anexo 1**.

2.3 Población y Muestra

El documento presente tendrá la recopilación de datos secundarios de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, el cual permitirá ver los estados financieros de las empresas del sector bajo el CIIU G4649.22 “Ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios”.

Para el objetivo 1 y 2 se determinó como datos para el estudio una muestra de 10 empresas del sector farmacéutico correspondientes en los periodos 2017-2021. Por lo tanto para ejecutar y comprobar el objetivo 3 si los gastos en promoción y publicidad en el sector bajo el CIIU G4649.22 Ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios inciden de una manera positiva en la utilidad de las empresas del sector se trabajó con las mismas 10 empresas farmacéuticas que hayan estado en actividad durante todo el periodo de estudio, por ello se aplicó un diseño muestral no probabilístico por juicio usando el criterio de la muestra debido a que a lo largo del tiempo son varias las empresas que desaparecen del mercado, todo esto se realiza con el fin de obtener un panel balanceado.

2.4 Técnica de Recolección de Datos

Los estados financieros de las empresas que se encuentran bajo el CIIU G4649.22 se encuentran en la base de datos de la Superintendencia de Compañías

del Ecuador. Esta base agrupa las empresas por actividad económica y muestra las principales cuentas de estados financieros como son el Balance General y el Estado de Resultados.

La información se procesará en un software estadístico como es GRETEL para realizar el análisis descriptivo como correlacional entre las variables establecidas.

2.5 Estadística Descriptiva e Inferencial

Una vez que se han obtenido los valores de las variables de nuestro estudio, se procederá al análisis descriptivo de las mismas mediante cuadros, tablas y gráficos, permitiendo analizar el comportamiento.

El análisis de esta investigación permitirá conocer las variaciones y comportamientos con las variables en estudio, donde a través de la aplicación de un análisis econométrico se determinará si la información recopilada es suficiente para conocer la relación e influencia.

Se utilizó el software estadístico Gretl y el nivel de significancia que se aplica es del 95%. A su vez se demuestra mediante Gretl si existe relación en las variables planteadas, con el propósito de analizar cuanto influye las variables independientes Gastos de Promoción y Publicidad, Gastos de gestión, Gastos de viajes Gastos de transporte y Gastos de suministros, en la variable dependiente Utilidad, lo cual se ha seleccionado a 10 empresas farmacéuticas que se mantengan durante todo el periodo de estudio.

En cuanto al objetivo que menciona sobre Establecer la relación entre los Gastos de Promoción y Publicidad con la Utilidad de las empresas del sector farmacéutico. Se utilizó MCO y datos de panel fijos o aleatorios con el objetivo de determinar si existe o no heterogeneidad individual inobservable y de esa manera concluir que modelo es beneficio para el estudio.

Modelo de Datos de Panel

El motivo de utilizar la técnica econométrica de datos de panel es debido a la información proporcionada por las variables de corte transversal, que permiten identificar y estimar los parámetros de una función de respuesta, para explotar la información relacionada con los cambios en las variables independientes en el modelo. Si las variables no tienen una variación excesiva en el tiempo, pero son transversales, el enfoque de datos de panel proporciona una capacidad adicional para esta estimación. La forma funcional general es:

$$y_{it} = a + B_1X_{1it} + B_2X_{2it} + e_{it}$$

Dónde:

- **i** significa la i-ésima unidad transversal (Empresas farmacéuticas)
- **t** el tiempo t (año)
- **B**: Representa el coeficiente de la variable X.
- **X_{1it}**: significa Gastos de promoción y publicidad de la empresa “i” del año “t”.
- **X_{2it}**: significa Gastos de transporte de la empresa “i” del año “t”.
- **X_{3it}**: significa Gastos de gestión de la empresa “i” del año “t”.
- **X_{4it}**: significa Gastos de suministros de la empresa “i” del año “t”.
- **X_{5it}**: significa Gastos de viajes de la empresa “i” del año “t”.
- **Y_{it}**: Representa la Utilidad.

Entre las múltiples especificaciones técnicas de los modelos Panel Data, las más repetidas son:

- El Modelo de “efectos fijos”
- El modelo de “efectos aleatorios”

La diferencia entre efectos fijos o aleatorios no radica en la morfología del modelo, que es siempre la siguiente. $\alpha_i = \alpha + u_i$.

Es decir, en vez de considerar a α como fija, suponemos que es una variable aleatoria con un valor medio α y una desviación aleatoria u_i de este valor medio.

Sustituyendo

$$\alpha_i = \alpha + u_i \text{ en } Y_{it} = \alpha_i + \beta_i x_{1it} + e_{it}$$

Obtenemos:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_i x_{1it} + u_i + e_{it}$$

Dónde:

- u_i representa la heterogeneidad transversal inobservable.

La fórmula permite evitar diferencias involuntarias entre los individuos de la muestra que deberían eliminarse, pero la eliminación de variables relevantes puede causar sesgos e inconsistencias en los estimadores. El modelado de datos de panel de efectos fijos unidireccionales es muy útil para reducir el sesgo asociado con los efectos no observables y fijos en el tiempo.

El primer paso es comprobar nuestro modelo incluyendo las variables relevantes y luego concluimos cuál de estos modelos se ajusta mejor a nuestra base

de datos (modelo de efectos fijos o modelo de efectos aleatorios) y analizaremos qué modelo es conveniente.

2.6. Cronograma de Actividades

A continuación, se presenta el cronograma de actividades, detallando la ejecución de cada actividad para su respectivo control. **Anexos**

RESULTADOS

Analizar los Gastos en Promoción y Publicidad del Sector Bajo el CIU

G4649.22 Ventas al por Mayor de Productos Farmacéuticos y Veterinarios.

A continuación, se busca analizar los niveles de gastos de promoción y publicidad donde también se incluye las variables como: Gastos de Gestión, Gastos de viaje, Gastos de transporte, Gastos de suministros de 10 empresas del sector farmacéutico del Ecuador, a través de gráficos. Los datos han sido recopilados de la Superintendencia de compañías de sus estados financieros anuales, donde cada una de las variables que intervienen serán analizadas y de acuerdo a lo concluido se construirá un modelo para finalmente detallar el comportamiento de la serie. Se usó métodos estadísticos o más conocido como estadística descriptiva, de tal manera relacionando también los factores sociales o políticos que pueden influir positiva o negativamente sobre el comportamiento de los valores.

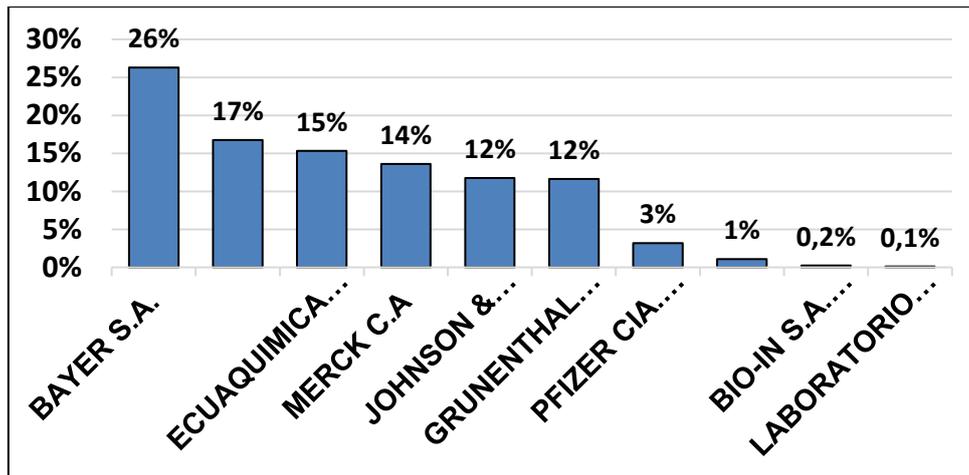
Analizando la gráfica 1 de las empresas farmacéuticas, con mayor solvencia en la inversión de Gastos de Promoción y Publicidad se puede observar que para el año 2017, en primer lugar, se encuentra farmacéutica Bayer S.A. una de las empresas más grandes y conocidas del mundo, con una inversión del 26% debido que estaba en proceso de adquirir Monsanto es una empresa cuya actividad consiste en la manufactura de productos agrícolas, farmacéuticos, encargada en la producción de herbicidas y de semillas genéticamente modificadas. La Adquisición de Monsanto requería una considerable inversión en publicidad para fortalecer su imagen y prepararse para la integración de la nueva empresa, otra de las causas de su inversión fue el lanzamiento de nuevos productos en sus distintas divisiones lo que conllevó al aumento de la inversión en Marketing para que estos nuevos productos sean conocidos. En segundo lugar, se encontraba la empresa Glaxosmithkline Ecuador con un 17% quien tiene una fuerte competencia en el mercado al ser una de las principales empresas farmacéutica del mundo por lo que la inversión en publicidad aumento enfocándose únicamente en incrementar su participación en el Mercado, haciendo campañas para expandir su presencia en nuevos segmentos de mercado y poder llegar a ciertos lugares que requería un mayor esfuerzo promocional, en tercer lugar, se encontraba la empresa Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. con un 15% de inversión que durante este año también se enfocó en incrementar su participación en el mercado

por lo que promociono con éxito productos esenciales para la agricultura, como fertilizantes, herbicidas, insecticidas y fungicidas también se dedicó a promocionar tratamientos que reconocieran a las necesidades de salud del momento, en cuarto lugar, se encontraba la empresa Merk C.A con un 14% de inversión se enfocó en adoptar marketing digital, usando redes sociales, plataformas en línea, para darse a conocer en el mercado a profesionales de salud de una manera efectiva, en este año Merck Se esforzó en invertir en campañas de publicidad para dar a conocer un medicamento de alto impacto llamado Keytruda es un tratamiento para el cáncer y otras terapias. La empresa participo en congresos médicos que le ayudaron en la reputación de sus productos y a posicionarse líder en investigación y desarrollo.

Le sigue Johnson y Johnson del Ecuador S.A. con un 12% es una empresa fabricante de productos farmacéuticos, dispositivos médicos, cuidado personal y productos para bebés, la empresa invirtió en investigación y desarrollo para lanzar sus productos y se asoció con organizaciones de investigación para mantenerse en progreso del sector salud, también, hizo campañas de fiabilidad y calidad para conectar con el público especialmente en productos como Johnson's Baby y Neutrogena, Por último las empresas con menor inversión en publicidad son Pfizer Cia. Ltda. tiene un 3% la empresa parece tener un enfoque más conservador, a pesar de ser una empresa con un reconocimiento global importante, Laboratorios Chalver del Ecuador C Ltda. Y Bio-in S.A. Sistemas médicos obtienen inversiones de 1% y 0.1% estas empresas operan en mercados con un grupo específico de consumidores limitado. Finalmente, Laboratorio Clínico Ecu-American Lab.E. A Cia. Ltda. Tiene la inversión más baja, con un total de 0.1% lo que indica que su estrategia en publicidad es conservadora.

Figura 1.

Gastos de Promoción y Publicidad del año 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 2 el Gasto en Promoción y Publicidad en el año 2018, la empresa que invirtió más alcanzando un porcentaje del 23% sigue siendo Bayer S.A. y Johnson y Johnson del Ecuador S.A con una inversión del 17%.

Para el año 2018 después de que la empresa Bayer S.A tuviera su nueva adquisición Monsanto, el Señor Dawayne Lee Johnson mando a juicio a la empresa acusándola de su enfermedad por no haber advertido que uno de sus productos tenía componentes cancerígenos, por lo que conllevó a la empresa a invertir en publicidad dando a conocer que los ingredientes de sus productos no son causantes del cáncer.

Le sigue la empresa GlaxoSmithkline con un 17% que para el año 2018 pacta con Pfizer para crear productos de salud sin receta, como Suplementos dietéticos y productos de cuidado personal con ventas globales a los 10.000 millones de euros, esta colaboración fue muy positiva, ya que su estrategia los llevó muy por delante a rivales cercanos como Bayer, Sanofi y Johnson y Johnson, la empresa invierte en investigación y desarrollo de sus nuevos productos, lo que requiere de campañas de marketing robustas en el mercado y que tenga una aceptación adecuada entre los consumidores.

La Empresa Johnson y Johnson a comparación del año 2017 sube al tercer lugar en inversión debido a que fue condenada a pagar \$4.050 millones por 22 casos de cáncer de ovario asociado a su polvo de talco, esto provocó que sus acciones cayeran y al ser una de las farmacéuticas más reconocidas utilizó la publicidad para la participación de sus otros productos.

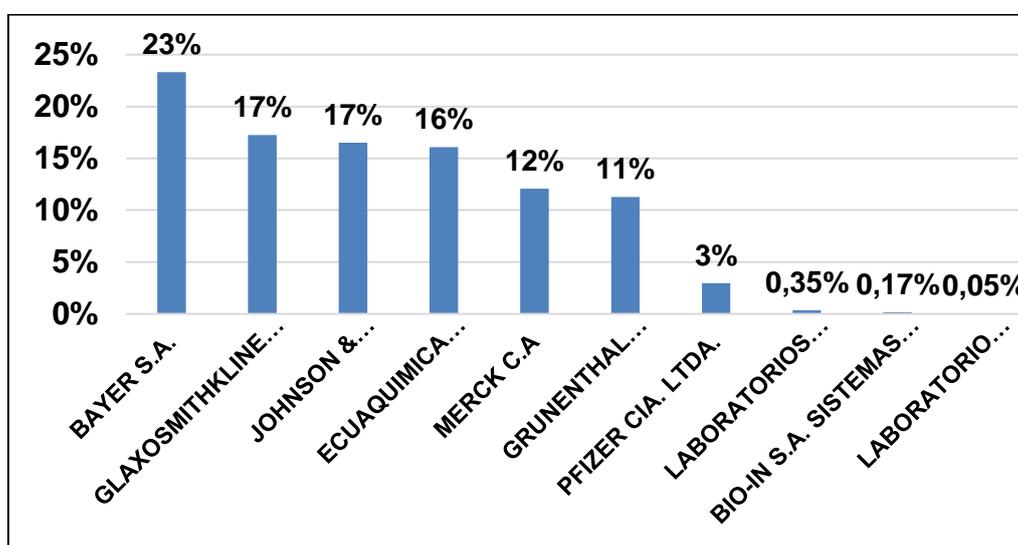
En cuarto lugar, tenemos la empresa Ecuaquímica Ecuatoriana de productos Químicos C.A. que aparece en la grafica con una inversión significativa, aunque no fue la empresa con mayor inversión en ese año. Su inversión fue destacada en comparación con otras empresas con un 16%, su estrategia de inversión en publicidad fue fortalecer su presencia en el mercado, aprovecho las temporadas agrícolas para lanzar productos esenciales como fertilizantes, herbicidas e insecticidas, ofreciendo descuentos o paquetes especiales para los agricultores.

La Empresa Merck C.A para el año 2018 disminuyo su inversión en publicidad ocupando el quinto lugar con un 12% en valor en comparación con el año 2017, la empresa mantuvo sus estrategias de marketing directo, realizo campañas publicitarias intensivas, en medios tradicionales como en plataforma digitales.

Las empresas Laboratorios Chalver del Ecuador CLTDA, Bio-in S.A. Sistemas Médicos y Laboratorio Clínico Ecu-American Lab.E.A. Cia LTDA. Se mantienen consistentes con el año anterior.

Figura 2.

Gastos de Promoción y Publicidad del año 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En el análisis grafico del comportamiento de inversión el promoción y publicidad de las empresas farmacéuticas del Ecuador se puede observar en la figura 3 una tendencia creciente del 19% en comparación de años anteriores en la empresa Johnson & Johnson del Ecuador S.A. ocupando el primer lugar de

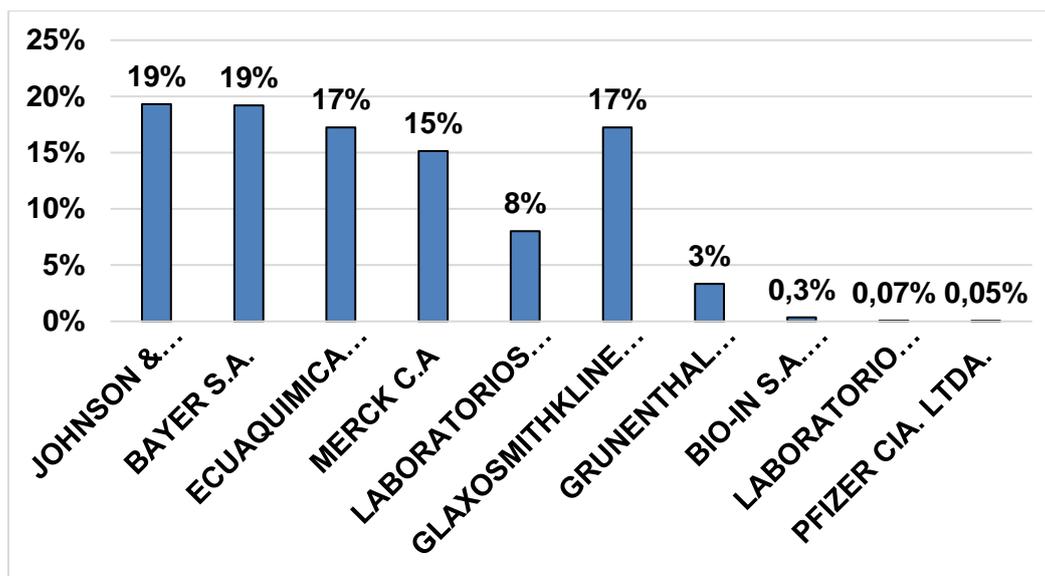
inversión en publicidad esto se debe que la FDA aprobó esketamina es un producto para tratar la depresión severa y comercializada como Spravato.

En este mismo año Johnson y Jonhson anuncio el lanzamiento de lentes de contactos fotocromicos, estos lentes se ajustan a la luz solar y ayudan para que los ojos se recuperen en una manera efectiva, en segundo lugar se encuentra Bayer S.A. que destinó un valor 19% lo que representa una inversión significativa, la farmacéutica disparo un 140% de su beneficio en 2019 debido a la venta del 60% en currenta, compañía de servicios para plantas químicas, su facturación mejoro y sus beneficios incrementaron 4.091 millones de euros a comparación de años anteriores que tuvo gastos de 2.818 millones por costes de reestructuración, la adquisición de Monsanto y gastos por cuestiones jurídicas, en tercer lugar se encuentra GlaxoSmithkline invirtió 17%, en comparación a años anteriores debido que la farmacéutica retiro voluntariamente tres lotes de su medicamento Zantac por posible sustancia cancerígena esto los llevo a suspender entregas y distribución de todas las formas, este producto no se pudo comercializar y fue puesto en cuarentena

mientras que Ecuaquimica Ecuatoriana de productos Químicos C.A.. invirtió 17%. Le sigue Grunenthal Ecuatoriana CIA Ltda. utilizó 9% en promoción, lo cual lo posiciona en uno de los primeros cinco en inversión en este año, se mantuvo enfocada en la investigación y desarrollo de medicamentos para el manejo del dolor, con un rendimiento financiero exitoso y la incorporación de nuevos proyectos, como un programa de terapia celular de Fase III para el dolor lumbar crónico. Además, la empresa continuó con su compromiso de innovación y expansión en América Latina, incluyendo la producción de medicamentos en su planta de Tecnandina S.A. en Ecuador.

Figura 3.

Gastos de Promoción y Publicidad del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 4 muestra las empresas farmacéuticas con mayor inversión en Gasto de Promoción y Publicidad dentro del país para el año 2020, en primer lugar, Bayer S.A. con un valor de 36% tuvo que adaptarse al igual que muchas otras empresas en un entorno cambiante, por lo que enfrentó desafíos y oportunidades, A pesar de la situación Bayer experimentó un aumento en la demanda de ciertos productos especialmente aquellos relacionados con el tratamiento de COVID-19 y otras afecciones respiratorias, también hubo una mayor demanda de productos de autocuidado y vitaminas.

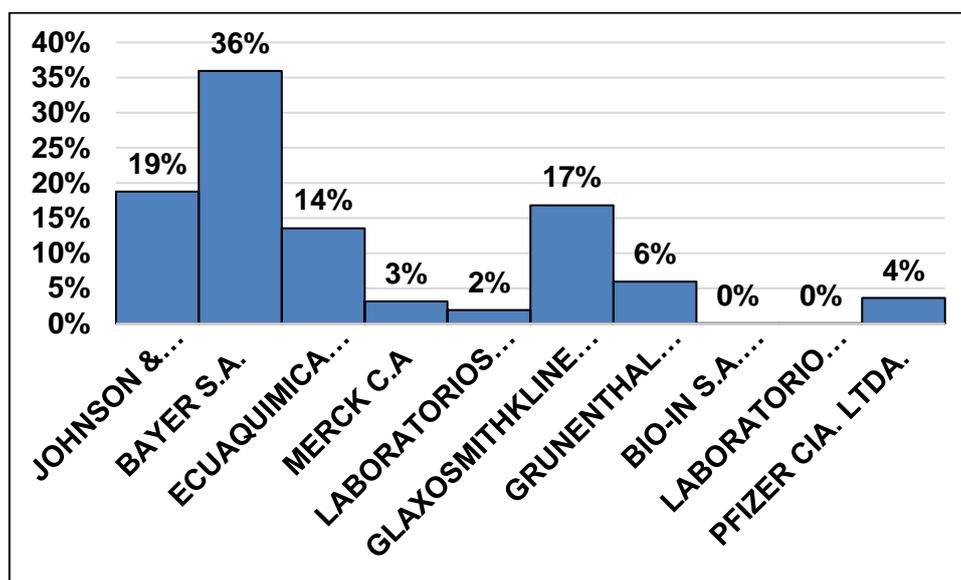
En segundo lugar, se encuentra Johnson & Johnson del Ecuador SA invirtió un valor de 19%, la empresa provocó un aumento en la demanda de productos de salud, incluidos medicamentos, dispositivos médicos y productos de cuidado personal. En particular, productos como analgésicos, productos de higiene y desinfectantes vieron un incremento significativo en la demanda.

En tercer lugar, se encuentra GlaxoSmithKline. invirtió 14% en publicidad participó en iniciativas de apoyo a la comunidad durante la pandemia, donando productos de higiene y cuidado personal, así como medicamentos, a organizaciones que enfrentaban directamente la crisis sanitaria. Además, la empresa estuvo involucrada en campañas de concientización pública sobre las medidas preventivas contra el COVID-19.

En cuarto lugar, Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA destino un valor del 17%. La empresa aceleró la adopción de herramientas digitales para mantener el contacto con profesionales de la salud, distribuidores y consumidores. El marketing digital y las ventas en línea se volvieron cruciales durante este período, especialmente debido a las limitaciones en la movilidad y la reducción del tráfico en las farmacias físicas.

Figura 4.

Gastos de Promoción y Publicidad del año 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

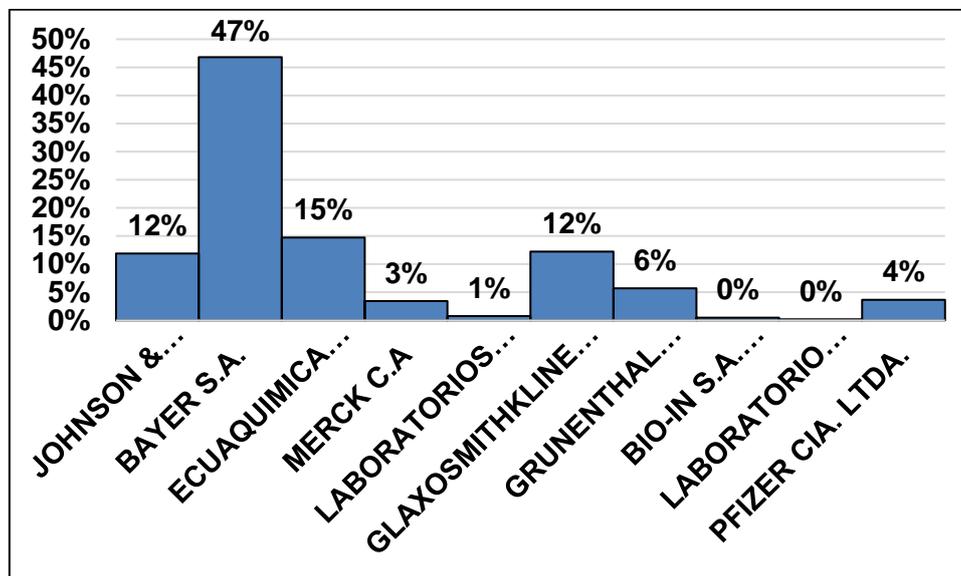
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 5 En 2021, los gastos en promoción y publicidad de las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron una notable recuperación y variabilidad en comparación con el año anterior, marcado por la pandemia. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. redujo su inversión a \$2.175.731,00 (12%) ajustando su estrategia tras los elevados gastos de años anteriores y enfocándose en una promoción más eficiente y dirigida. Bayer S.A., con \$8.573.704,00 (47%) aumentó significativamente su gasto, reflejando una estrategia agresiva para recuperar terreno y consolidar su liderazgo en el mercado tras el impacto del COVID-19. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA destinó \$2.699.440,00, (15%) incrementando su inversión para aprovechar la recuperación económica y fortalecer su presencia en un mercado en recuperación. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó

\$2.236.504,00, (12%) reflejando una estrategia de recuperación y adaptación a las nuevas condiciones del mercado.

Figura 5.

Gastos de Promoción y Publicidad del año 2021

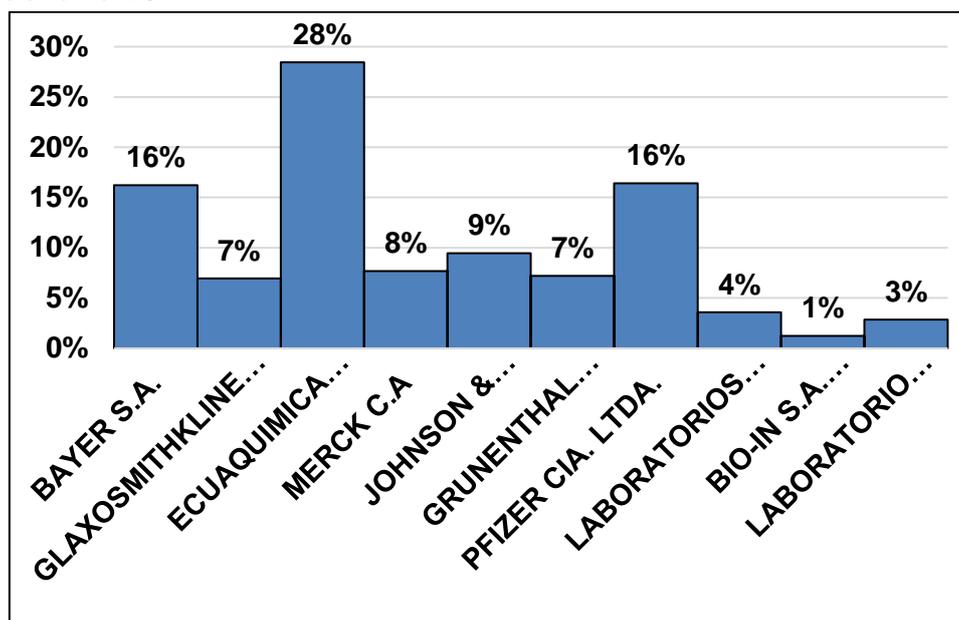


Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 6 en 2017, las ventas de las principales empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un mercado competitivo y variado en términos de ingresos y estrategias comerciales. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA lideró con \$192.894.682,20 (28%) en ventas, lo que puede haber sido impulsado por su amplio portafolio de productos y su sólida presencia en el mercado. Pfizer CIA. LTDA., con \$111.264.724,70 (16%) en ventas, también destacó, beneficiándose de su reputación global y una oferta diversificada de productos. Bayer S.A. generó \$109.871.254,75 (16%) en ventas, consolidando su posición en el mercado con una estrategia agresiva y una sólida red de distribución. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. alcanzó \$64.152.737,40 (9%) en ventas, destacándose por su amplia gama de productos de cuidado personal y salud. Estos datos de ventas reflejan la diversidad en tamaño y estrategia de las empresas farmacéuticas en Ecuador, mostrando cómo las grandes corporaciones como Pfizer y Bayer dominan el mercado, mientras que las empresas más pequeñas mantienen nichos específicos o mercados más limitados.

Figura 6
Ventas del año 2017

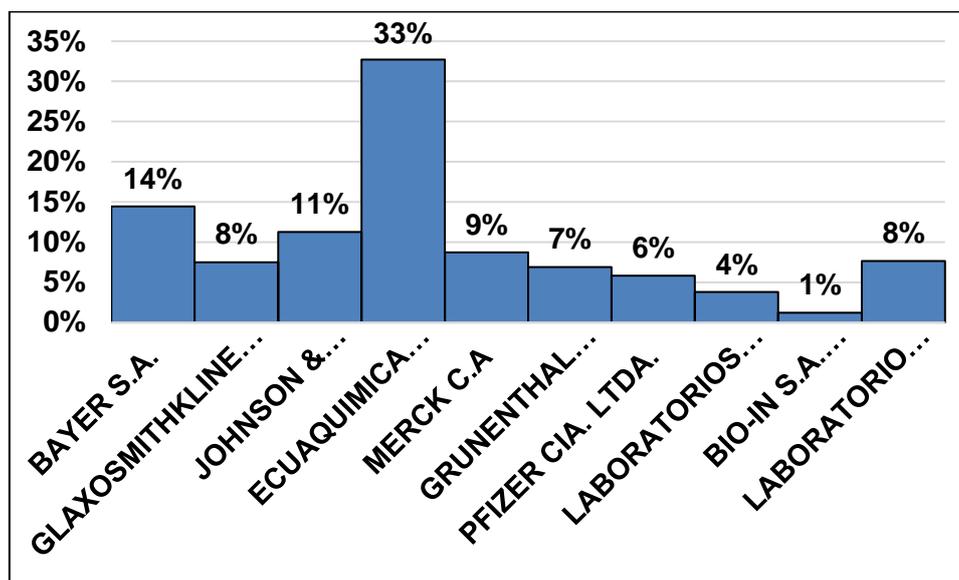


Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, las ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un mercado en ajuste y evolución, con algunas compañías mostrando un crecimiento considerable. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. lideró con ventas de \$193.539.411, (33%) continuando su sólida trayectoria en el sector, posiblemente impulsada por una diversificación exitosa de productos y una fuerte posición en el mercado. Bayer S.A. alcanzó ventas de \$85.346.995, (14%) destacando una disminución en comparación con el año anterior, lo que podría reflejar una estrategia de adaptación en respuesta a las condiciones cambiantes del mercado. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó ventas de \$66.562.344, (11%) una leve caída con respecto al año anterior, posiblemente debido a ajustes en su enfoque de mercado o cambios en la demanda. Merck C.A. generó \$51.507.504 (9%) en ventas, manteniendo un nivel de ingresos similar al año anterior, mientras que Laboratorios Chalver del Ecuador C Ltda. logró ventas de \$22.293.626, mostrando una leve caída que podría ser atribuida a la intensificación de la competencia.

Estos datos sugieren un año de ajuste y recalibración para muchas empresas, con algunas adaptándose a las nuevas condiciones del mercado y otras consolidando su presencia en un entorno competitivo en evolución.

Figura 7
Ventas del año 2018



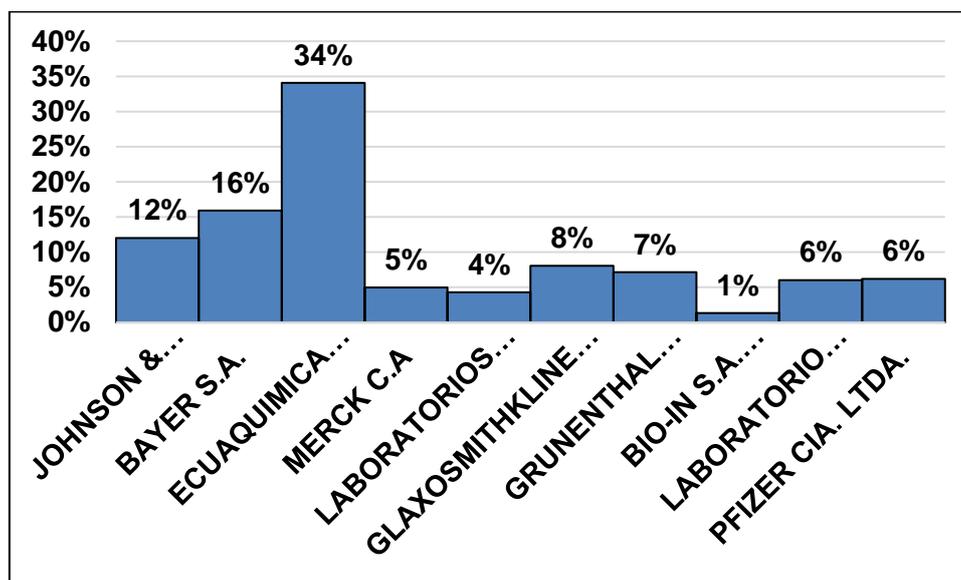
Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, las ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un mercado con ligeras fluctuaciones y ajustes postpandemia. Bayer S.A. lideró con ventas de \$87.910.726,60, (16%) mostrando un aumento respecto al año anterior, lo que puede indicar una exitosa recuperación de mercado y una estrategia de promoción efectiva. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., con \$188.141.940 (34%) en ventas, mantuvo una fuerte posición en el sector, a pesar de una ligera disminución, lo que podría reflejar una consolidación en su mercado.

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó ventas de \$66.276.932,50, (12%) similar a las del año anterior, sugiriendo estabilidad en su estrategia de mercado en un entorno competitivo. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. obtuvo \$44.413.687,20 (8%) en ventas, mostrando una ligera recuperación después de las caídas en años anteriores, lo que podría reflejar una adaptación exitosa a las condiciones del mercado.

Estos datos indican un mercado en transición, donde las empresas ajustaron sus estrategias para navegar por un entorno post-pandemia, con algunas consolidando su posición y otras enfrentando desafíos y oportunidades en la evolución del mercado farmacéutico ecuatoriano.

Figura 8
Ventas del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

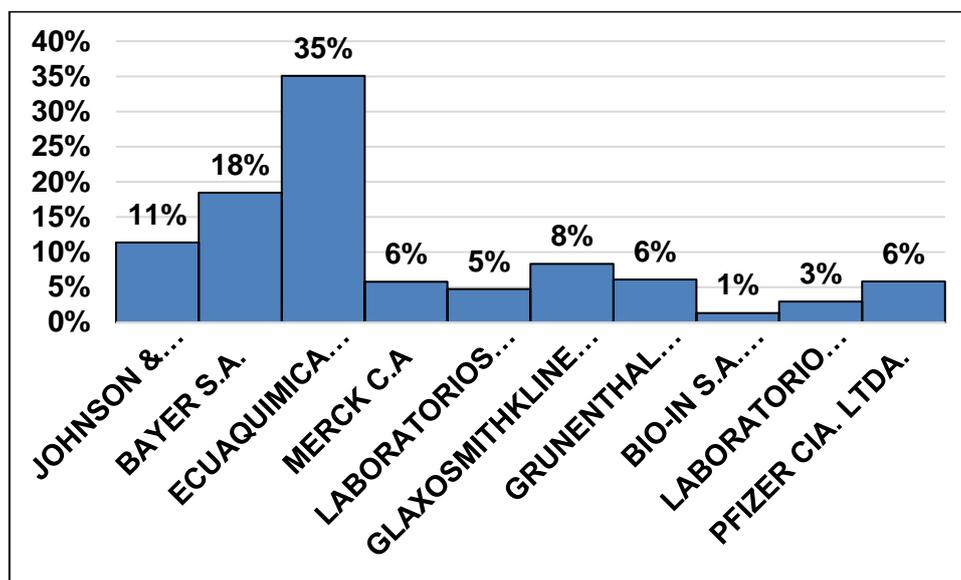
En 2020, las ventas de las principales empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un mercado en recuperación y ajuste tras los desafíos impuestos por la pandemia. Bayer S.A. lideró con ventas de \$98.160.502,00, (18%) lo que representó un aumento significativo respecto al año anterior, posiblemente debido a una recuperación acelerada y una mayor demanda de sus productos. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., con \$186.645.893,00 (35%) en ventas, mantuvo una sólida posición en el mercado, aunque con una ligera disminución, sugiriendo una estabilidad frente a un entorno económico aún incierto.

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó ventas de \$60.417.866,50, (11%) una caída con respecto a los años anteriores, lo que podría reflejar ajustes en su estrategia comercial debido a las fluctuaciones en la demanda del mercado.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. obtuvo \$44.307.113,70 (8%) en ventas, manteniendo cifras similares a las del año anterior, lo que indica una estabilidad en su desempeño.

Estos datos de ventas en 2020 indican un mercado en proceso de recuperación, con las empresas farmacéuticas ajustando sus estrategias para adaptarse a las nuevas realidades del mercado y la continua incertidumbre económica global.

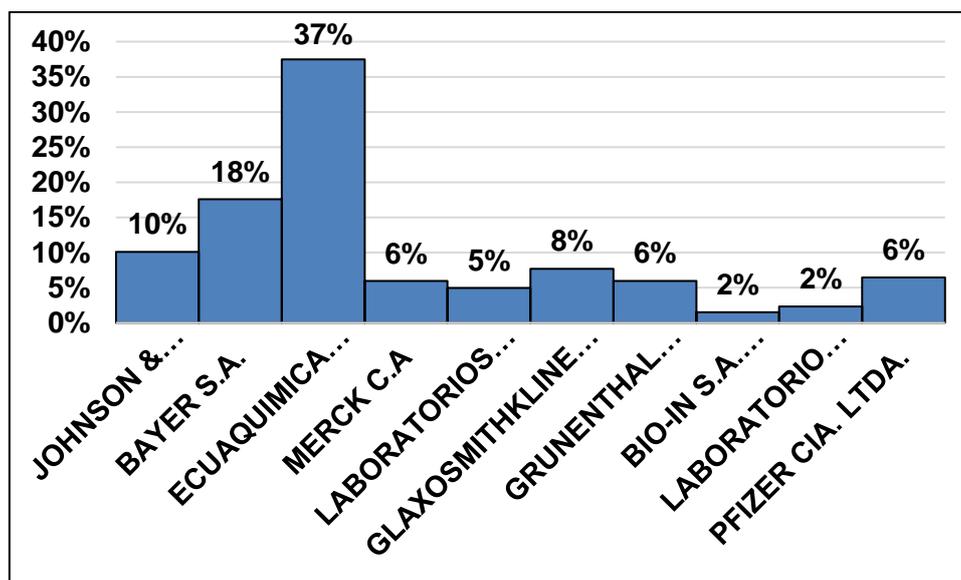
Figura 9
Ventas de año 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

Las Ventas del 2021 para Johnson & Johnson del Ecuador SA había logrado ventas por \$56.750.662,01. (10%) Bayer S.A. había alcanzado ventas de \$98.711.362,92. (18%) Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA había reportado \$210.389.176,13 (37%) en ventas. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. había tenido ventas de \$43.070.149,99. (8%).

Figura 10
Ventas del año 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

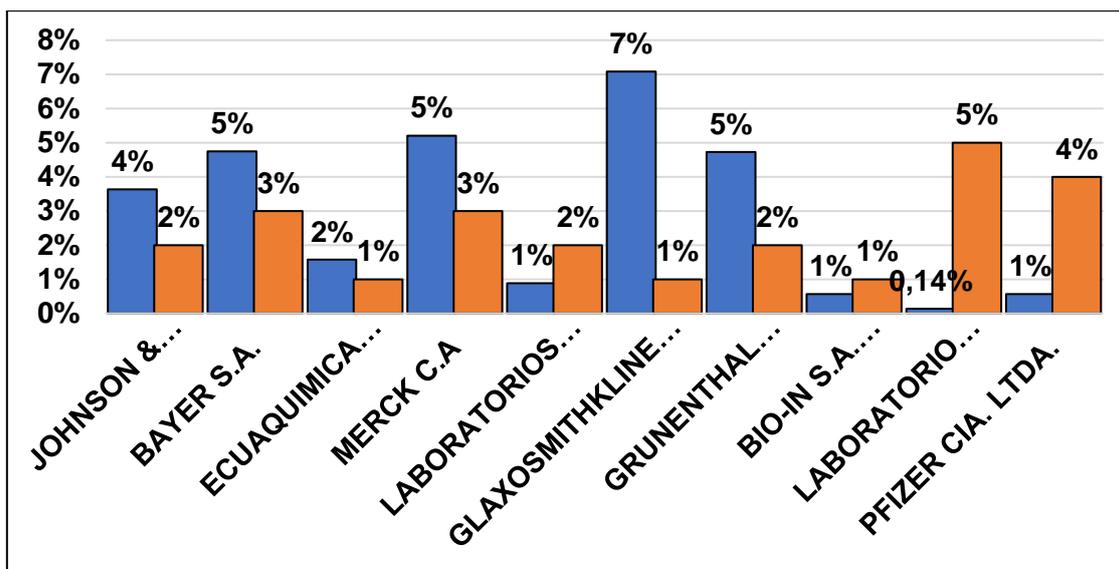
En la Figura 11 en 2017, la relación entre el gasto en promoción y publicidad y las ventas varió significativamente entre las principales empresas farmacéuticas en Ecuador, reflejando distintas estrategias de marketing y prioridades presupuestarias. Bayer S.A. destinó el 5% de sus ventas a promoción y publicidad, un porcentaje notable que correspondió a un gasto significativo en un esfuerzo por consolidar su posición en el mercado. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 7%, lideró en términos de inversión relativa en promoción y publicidad, lo que puede haber sido una estrategia para aumentar su visibilidad y captar una mayor cuota de mercado.

Merck C.A., y Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA dedicaron el 5%, y 5% de sus ventas a este rubro, respectivamente. Estos porcentajes reflejan un enfoque moderado y posiblemente equilibrado en sus estrategias de marketing, ajustando el gasto en publicidad a sus objetivos comerciales y de mercado.

En términos de utilidad en relación con las ventas, Pfizer CIA. LTDA. reportó la mayor utilidad con un 4%, lo que puede indicar una eficiente gestión de costos y una sólida estrategia de marketing que maximizó su rentabilidad, a pesar de que no invirtió mucho en gasto de promoción y publicidad su utilidad con ventas es significativa. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. obtuvo una utilidad del 5%, el porcentaje más alto entre las empresas analizadas, y es la compañía que menos invirtió en este año. lo que sugiere una gestión efectiva y posiblemente menores costos operativos

Figura 11

Comparación de Gastos de Promoción y Publicidad con ventas y la utilidad de ventas del año 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 12 en 2018, las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron una variabilidad significativa en la relación entre el gasto en promoción y publicidad y sus ventas, así como en su rentabilidad. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó el 5% de sus ventas a promoción y publicidad, un porcentaje moderado que reflejó una inversión estratégica para mantener su competitividad. Bayer S.A., con un 6%, demostró un compromiso sustancial con la promoción, lo cual puede haber sido clave en su sólida posición en el mercado.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 9%, invirtió la mayor proporción de sus ventas en promoción y publicidad, probablemente para consolidar su marca y aumentar su cuota de mercado.

En términos de utilidad con ventas, la más alta Johnson & Johnson del Ecuador S.A. entre las empresas analizadas, indicando una gestión eficiente y una excelente rentabilidad en comparación con sus ventas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. alcanzó una utilidad del 18%, Laboratorio Clínico Ecua-American Lab. E.A. Cia. Ltda., con una utilidad del 25%, también mostró un alto nivel de rentabilidad, reflejando una gestión efectiva de costos y una fuerte posición en su nicho de mercado.

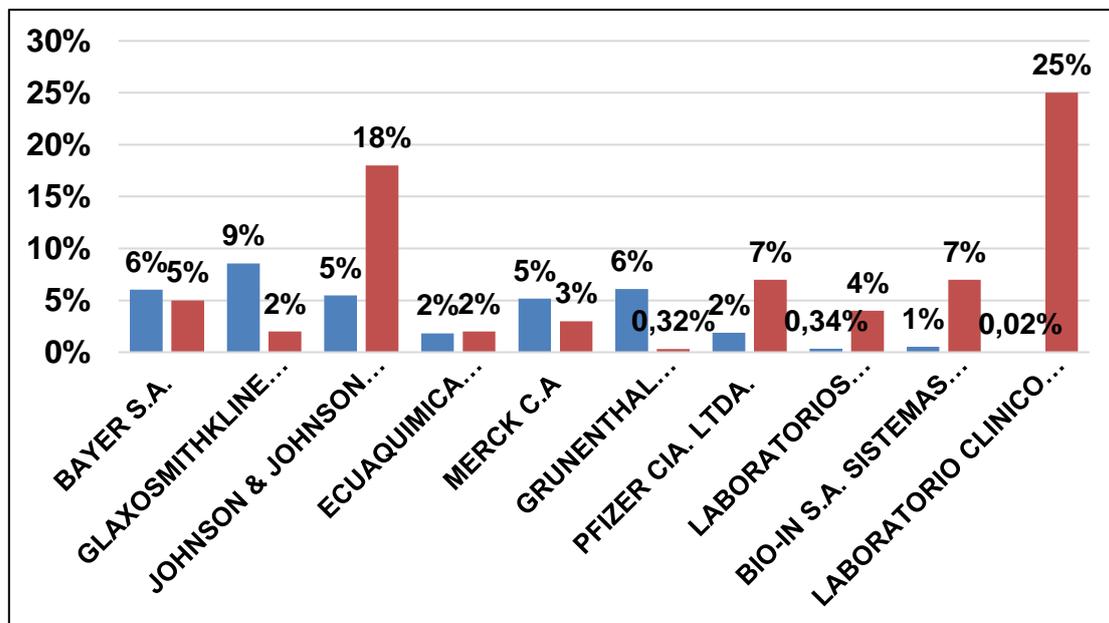
Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con un 7%, presentó una utilidad razonable, reflejando una eficiencia moderada en comparación con sus ventas.

Estos datos evidencian cómo la inversión en promoción y publicidad y la rentabilidad varían considerablemente entre las empresas farmacéuticas,

influenciadas por sus estrategias de mercado, su capacidad de gestión y las condiciones competitivas del sector.

Figura 12.

Comparación de Gastos de Promoción y Publicidad con ventas y la utilidad con ventas del año 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 13 En 2019, la comparación entre el gasto en promoción y publicidad y las ventas mostró una variabilidad significativa entre las principales empresas farmacéuticas en Ecuador, reflejando sus estrategias y prioridades en marketing. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó el 6% de sus ventas a promoción y publicidad, un incremento respecto al año anterior que posiblemente buscó consolidar su presencia en el mercado. Bayer S.A., con un 5%, continuó invirtiendo de manera sustancial en marketing, lo que puede haber contribuido a su sólida posición en el sector.

Merck C.A., con un 12%, mostró un gasto más elevado en marketing, GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 9%, lideró en términos de gasto relativo en promoción y publicidad, probablemente para mantener una fuerte visibilidad en el mercado. conservador.

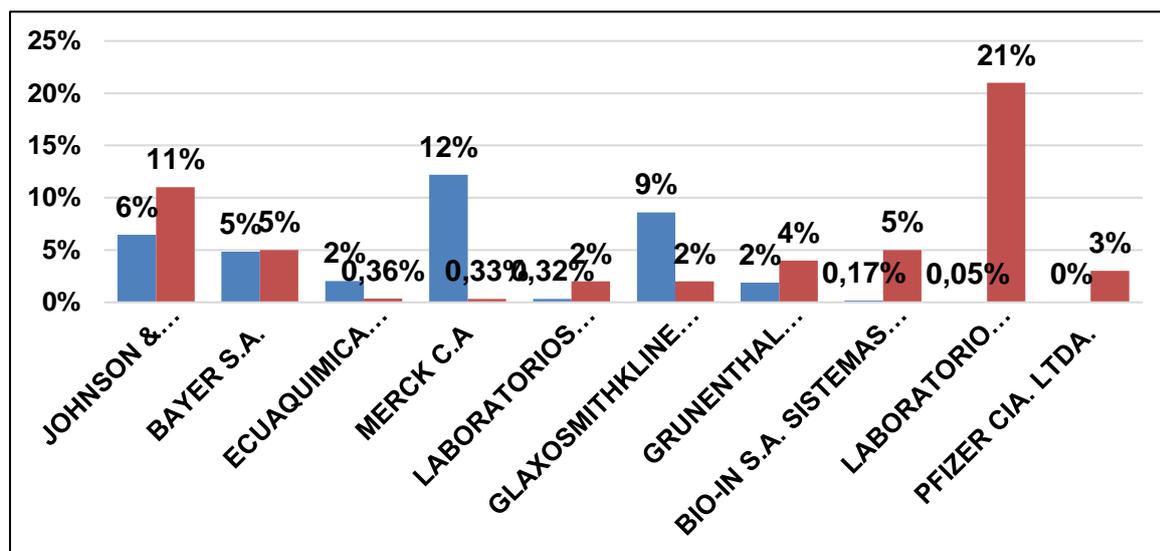
En cuanto a la utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. obtuvo una utilidad del 11%, Bayer S.A. reportó una utilidad del 5%, indicando una gestión eficiente y una notable rentabilidad. Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab. E.A. CIA. LTDA. tuvo una destacada utilidad del 21%, reflejando una gestión operativa muy eficaz.

y GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con utilidades del 21%, mostraron rentabilidades significativas en comparación con sus gastos de marketing.

Estos resultados de 2019 evidencian cómo las empresas farmacéuticas en Ecuador ajustaron sus estrategias de marketing y gestión de costos para adaptarse a las condiciones del mercado, con diferencias notables en la relación entre gasto en promoción, ventas y rentabilidad.

Figura 13.

Comparación de Gastos de Promoción y Publicidad con ventas y la utilidad con ventas del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 14 En 2020, las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron diversas estrategias en relación con sus gastos en promoción y publicidad, así como en su rentabilidad. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó el 5% de sus ventas a promoción y publicidad, un porcentaje consistente con el año anterior, lo que sugiere una estrategia estable en su inversión en marketing. Bayer S.A., con un

6%, continuó invirtiendo una proporción significativa de sus ventas en este rubro, posiblemente para mantener su presencia en un mercado competitivo.

Merck C.A. con un 7% , mantuvo una inversión moderada en marketing, reflejando una estrategia equilibrada entre promoción y costos. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., con un 4%, y Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con 4%, continuaron con niveles bajos de gasto en comparación con sus ventas,

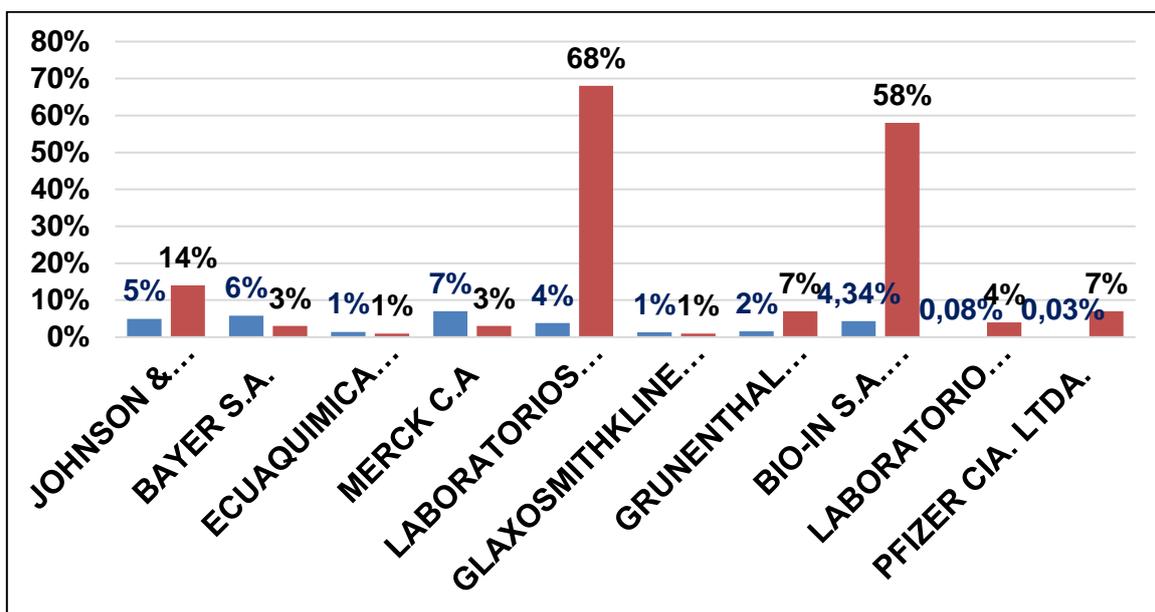
En términos de utilidad con ventas, Laboratorios Chalver del Ecuador. reportó una notable utilidad del 68%, la más alta entre las empresas analizadas, reflejando una gestión altamente eficiente a pesar de su considerable gasto en marketing. Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con una utilidad del 58%, también destacó por su alta rentabilidad, indicando una efectiva gestión operativa y estratégica. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. obtuvo una utilidad del 14%,

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. reportó una extraordinaria utilidad del 68%, la más alta entre las empresas analizadas, lo que puede indicar una gestión excepcionalmente eficaz y un control de costos muy efectivo.

Estos datos del 2020 revelan cómo las variaciones en el gasto en promoción y publicidad, junto con las estrategias operativas, influyeron en la rentabilidad de las empresas farmacéuticas en Ecuador, subrayando la importancia de una gestión equilibrada entre inversión en marketing y eficiencia operativa.

Figura 14.

Comparación de Gastos de Promoción y Publicidad con ventas y la utilidad de ventas del año 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

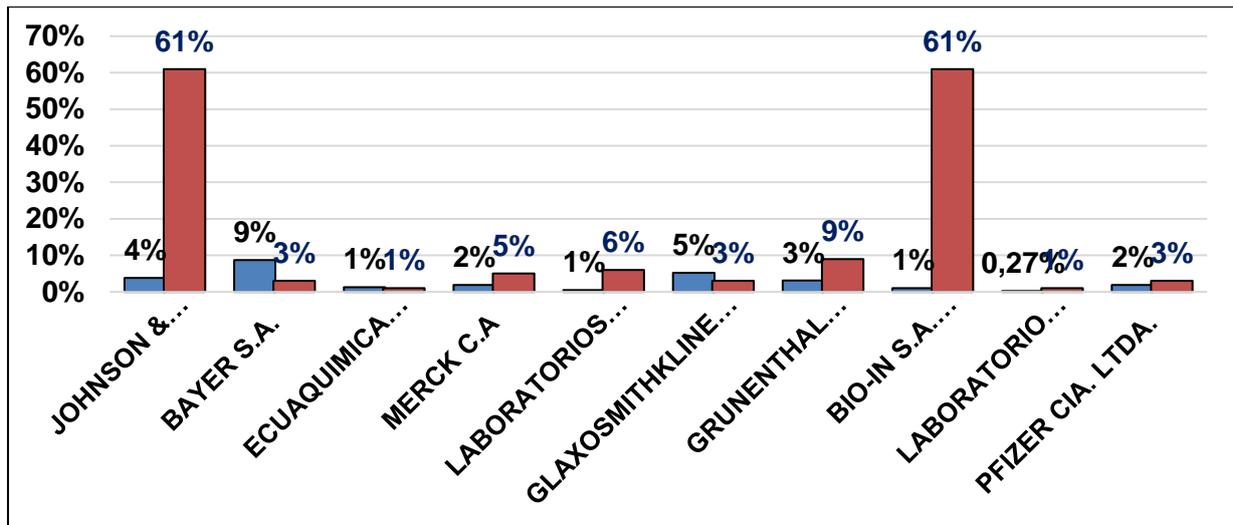
En la figura 15, En 2021, las estrategias de inversión en promoción y publicidad y sus efectos en la rentabilidad variaron notablemente entre las empresas farmacéuticas en Ecuador. Bayer S.A. destinó el 9% de sus ventas a este rubro, la mayor proporción entre las empresas analizadas, posiblemente reflejando un enfoque agresivo para mantener o aumentar su cuota de mercado. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. con un 5%

Johnson & Johnson del Ecuador S.A., con un gasto del 4% en promoción y publicidad, mantuvo una inversión relativamente moderada, posiblemente buscando un equilibrio entre promoción y rentabilidad. En términos de rentabilidad, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. y Bio-In S.A. Sistemas Médicos obtuvieron una destacada utilidad del 61%, la más alta entre las empresas analizadas, lo que sugiere que, a pesar de una inversión moderada en promoción, estas empresas lograron una alta eficiencia operativa y una gestión efectiva de sus costos.

. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA., con una utilidad del 9%, mostró una rentabilidad superior a la media, lo que podría ser resultado de una efectiva combinación de inversión en marketing y eficiencia operativa. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA., con una utilidad del 6%, reportó la menor rentabilidad, lo que puede reflejar desafíos en la optimización de su modelo de negocio. En resumen, mientras que las empresas con mayores proporciones de gasto en marketing, como GlaxoSmithKline, no siempre correspondió con las utilidades más altas, aquellas que lograron equilibrar eficientemente su inversión en promoción y publicidad con una efectiva gestión de costos, como Johnson & Johnson y Bio-In, obtuvieron las mejores utilidades.

Figura 15.

Comparación de Gastos de Promoción y Publicidad con ventas y la utilidad de ventas del año 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

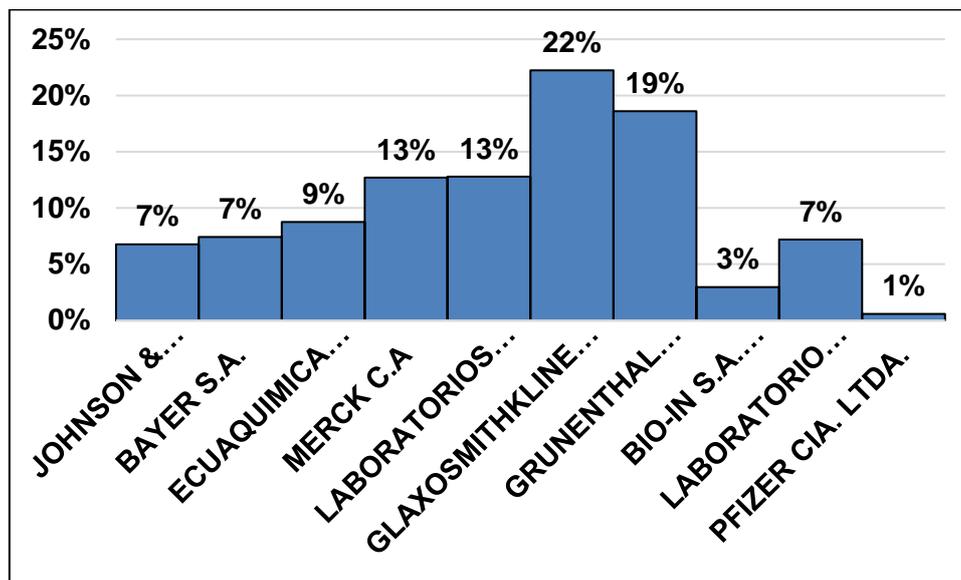
A continuación, se realizó un En el año 2017, el análisis comparativo de los gastos de gestión entre empresas farmacéuticas muestra que GlaxoSmithKline Ecuador S.A representó el 22% Puede indicar procesos internos costosos o ineficiencia, Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA invirtió 19% Podría deberse a baja escala operativa o estructura poco optimizada la empresa tiene una producción pequeña o limitada en comparación con otras empresas de su mismo sector.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, represento el 13% refleja en una aplicación de estrategias y métodos para maximizar la eficiencia y eficacia en la organización

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, con \$203,172, representó el (0.84%) de sus ventas. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó \$353,645 (0.75% de sus ventas) Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA \$295,562 (0.61%).

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA \$295,562 (0.61%). Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con \$47,100, representó el 0.56% de sus ventas, mientras que Laboratorio Clínico Ecu-Americano Lab. E.A.. La relación entre gastos de gestión y utilidades revela que, aunque algunas empresas con altos gastos de gestión, como GlaxoSmithKline y Grunenthal, no lograron una alta rentabilidad, otras como Bayer y Laboratorio Clínico Ecu-Americano Lab. E.A. CIA. LTDA. lograron una proporción eficiente entre inversión en gestión y rentabilidad.

Figura 16
Gastos de Gestión del año 2017

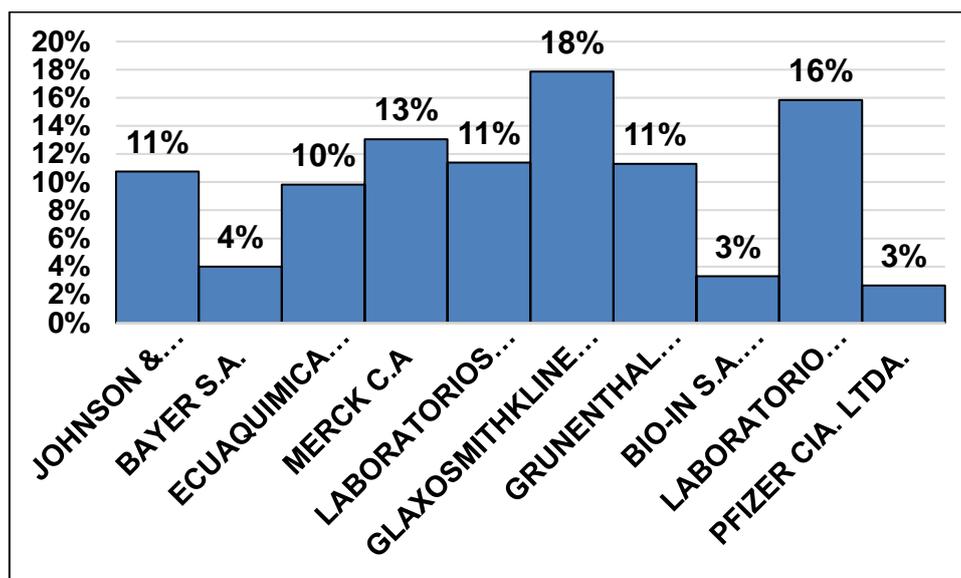


Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 17 en 2018, el gasto de gestión para cada empresa farmacéutica varió significativamente en relación con sus ventas y utilidad. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. gastó \$136,603 en gestión, que representó el 0.21% de sus ventas y contribuyó a una utilidad del 18%. Bayer S.A. invirtió \$50,560, un 0.06% de sus ventas, y logró una alta utilidad del 59%, reflejando una gestión eficiente con un bajo gasto. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. destinó \$124,756, equivalente al 0.06% de sus ventas, con una utilidad del 2%. Merck C.A. gastó \$165,849, el 0.32% de sus ventas, y obtuvo una utilidad del 3%, mostrando un equilibrio en sus gastos. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA invirtió \$144,820, un 0.65% de sus ventas, y tuvo una utilidad del 4%, indicando que una mayor inversión en gestión puede correlacionarse con un aumento moderado en la rentabilidad. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó \$226,759, el 0.51% de sus ventas, pero su utilidad fue del 2%, sugiriendo que altos gastos en gestión no siempre se traducen en mayor rentabilidad. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA destinó \$143,522, un 0.35% de sus ventas, con una utilidad limitada del 0.32%. Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con un gasto de \$42,092, equivalente al 0.58% de sus ventas, logró una utilidad del 7%, mostrando eficiencia con una inversión moderada. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. gastó \$201,310, el 0.45%

de sus ventas, y obtuvo una alta utilidad del 25%, reflejando una gestión efectiva. Pfizer CIA. LTDA. tuvo el gasto de gestión más bajo con \$33,600, solo el 0.07% de sus ventas, y logró una utilidad del 3%, indicando que un bajo gasto puede aún permitir una rentabilidad aceptable.

Figura 17
Gastos de Gestión del año 2018



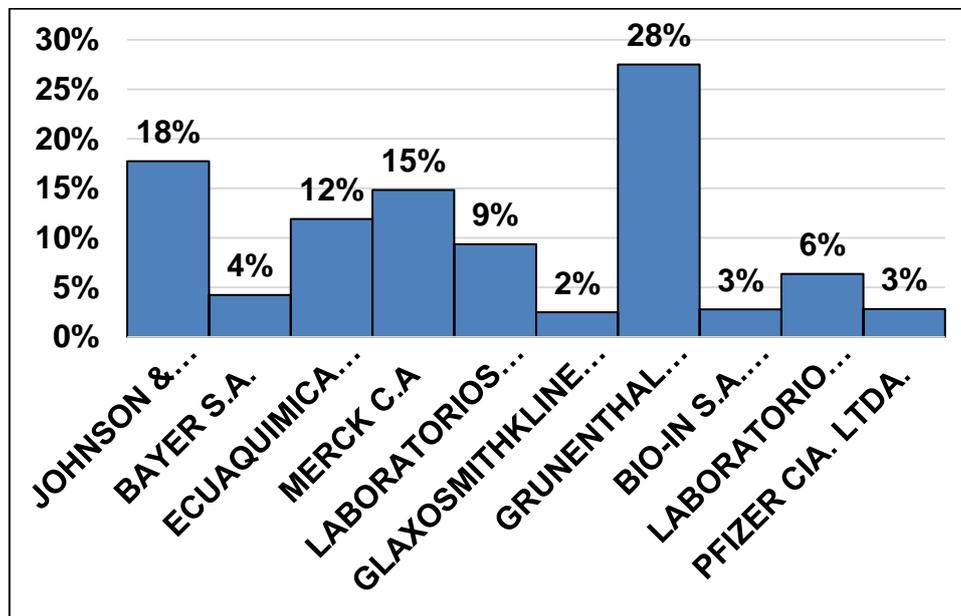
Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la Figura 18 en 2019, los gastos de gestión de las empresas farmacéuticas mostraron una notable diversidad en su relación con las ventas y la rentabilidad. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. gastó \$199,287, lo que representó aproximadamente el 0.30% de sus ventas y fue reflejado en una utilidad del 11%, sugiriendo que un gasto relativamente alto en gestión puede estar asociado con una rentabilidad sólida. Bayer S.A. invirtió \$47,531, solo el 0.05% de sus ventas, pero alcanzó una alta utilidad del 60%, indicando una gestión muy eficiente con gastos mínimos. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. destinó \$133,923, el 0.07% de sus ventas, con una utilidad baja del 0.36%, evidenciando que altos gastos en gestión no siempre se traducen en mayor rentabilidad. Merck C.A. gastó \$166,748, equivalente al 0.61% de sus ventas, con una utilidad del 0.33%, sugiriendo un gasto elevado sin impacto positivo en la rentabilidad. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA invirtió \$105,226,

aproximadamente el 0.44% de sus ventas, con una utilidad del 2%, mostrando una relación moderada entre gasto y rentabilidad. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un gasto de \$27,891, el 0.06% de sus ventas, logró una utilidad del 2%, lo que indica una baja inversión en gestión con rentabilidad limitada. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA gastó \$309,317, el 0.79% de sus ventas, con una utilidad del 4%, evidenciando que un gasto elevado en gestión puede estar asociado con una rentabilidad moderada. Bio-In S.A. Sistemas Médicos invirtió \$31,220, aproximadamente el 0.43% de sus ventas, con una utilidad del 5%, mostrando eficiencia con una inversión moderada. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. gastó \$71,343, el 0.54% de sus ventas, con una alta utilidad del 21%, reflejando una gestión efectiva.

Finalmente, Pfizer CIA. LTDA. destinó \$31,501, que representó el 0.09% de sus ventas, y logró una utilidad del 3%, indicando una rentabilidad aceptable con gastos bajos en gestión.

Figura 18
Gastos de Gestión del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 19 En el año 2020, los gastos de gestión de las empresas farmacéuticas variaron significativamente. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo un gasto de gestión de \$93,764, representando aproximadamente el 0.15% de

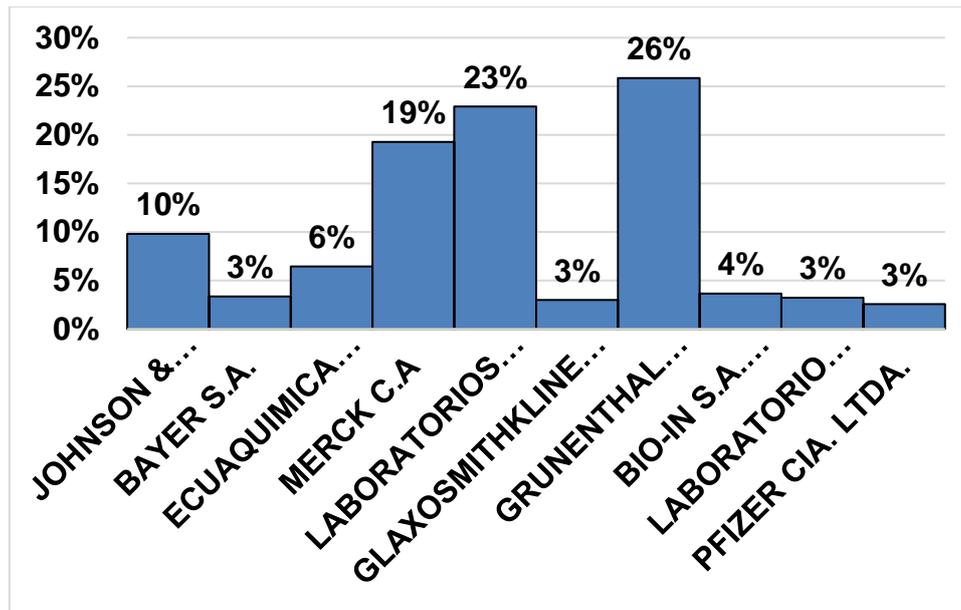
sus ventas y logrando una alta utilidad del 14%, lo que indica una relación eficiente entre gasto y rentabilidad. Bayer S.A. invirtió \$31,945, equivalente al 0.03% de sus ventas, con una utilidad del 55%, reflejando una gestión económica con alta rentabilidad. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. destinó \$61,564, el 0.03% de sus ventas, con una baja utilidad del 1%, sugiriendo que un gasto relativamente bajo en gestión no ha mejorado su rentabilidad. Merck C.A. gastó \$184,471, el 0.60% de sus ventas, con una utilidad del 3%, mostrando que un gasto más alto en gestión no se traduce necesariamente en mayor rentabilidad.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA invirtió \$219,258, aproximadamente el 0.87% de sus ventas, con una alta utilidad del 68%, lo que sugiere una inversión efectiva en gestión. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. tuvo un gasto de \$28,547, el 0.06% de sus ventas, con una utilidad del 1%, indicando una inversión baja en gestión con una rentabilidad limitada. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA destinó \$247,394, el 0.77% de sus ventas, con una utilidad del 7%, mostrando que una mayor inversión en gestión puede estar asociada con una rentabilidad moderada. Bio-In S.A.

Sistemas Médicos invirtió \$34,912, aproximadamente el 0.49% de sus ventas, con una alta utilidad del 58%, reflejando eficiencia en el uso de recursos de gestión. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. gastó \$30,705, el 0.19% de sus ventas, con una utilidad del 4%, lo que indica una gestión efectiva con costos bajos.

Finalmente, Pfizer CIA. LTDA. destinó \$24,479, el 0.08% de sus ventas, con una utilidad del 7%, mostrando una rentabilidad aceptable con un gasto bajo en gestión.

Figura 19
Gastos de Gestión del año 2020



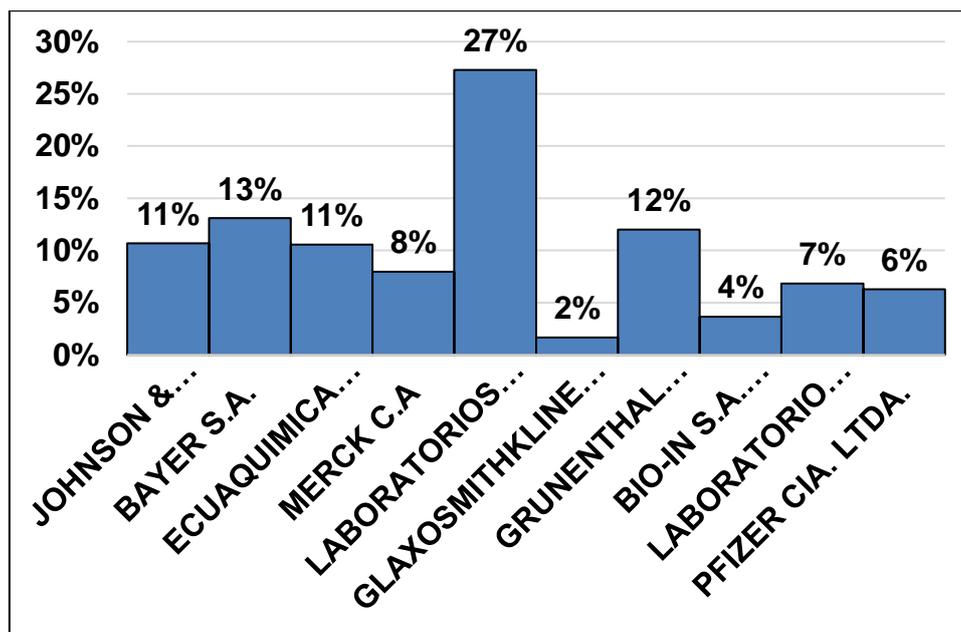
Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la Figura 20 en 2021, los gastos de gestión para las empresas farmacéuticas mostraron una amplia variedad de inversiones. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. invirtió \$252,456, el 0.27% de sus ventas, con una utilidad que un gasto alto en gestión no siempre se traduce en una rentabilidad proporcionalmente alta. Bayer S.A. invirtió \$121,062, alrededor del 0.13% de sus ventas, Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA destinó \$110,833, aproximadamente el 0.33% de sus ventas, con una utilidad del 9%, lo que demuestra que una inversión razonable en gestión puede correlacionarse con una rentabilidad moderada.

Figura 20

Gastos de Gestión del año 2021



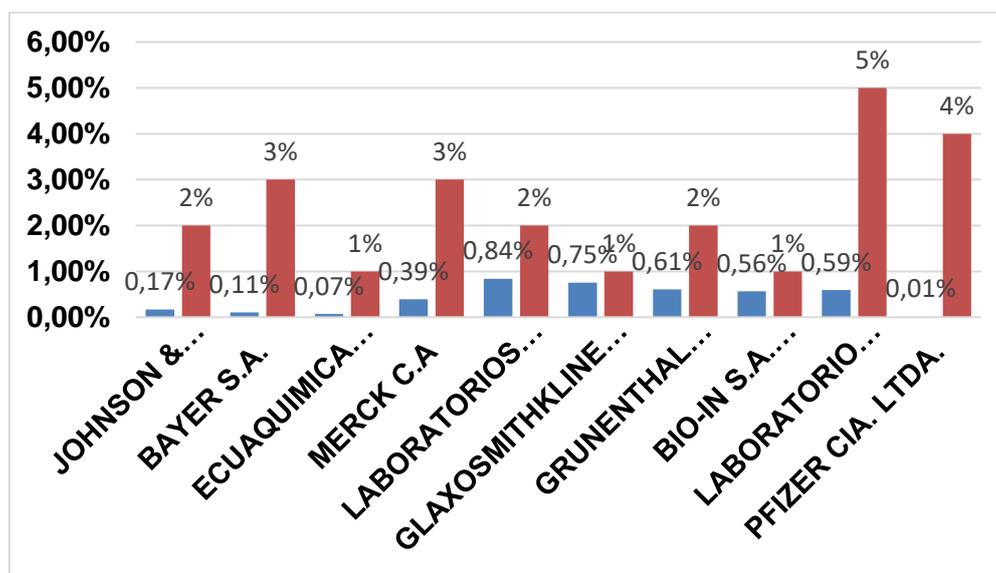
Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 21 en 2017, la comparación de gastos con ventas para las empresas farmacéuticas mostró variaciones significativas debido a diversos factores históricos. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó un 0.17% de sus ventas a gastos de gestión, con una utilidad del 2%. Este bajo porcentaje de inversión en gestión pudo haber estado influenciado por una estrategia de eficiencia operativa que priorizaba la optimización de costos. Bayer S.A., que no reportó gastos en comparación con ventas, alcanzó una notable utilidad del 35%, lo que sugiere una gestión efectiva de sus costos operativos y una sólida demanda en el mercado. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. gastó un 0.07% de sus ventas en gestión, con una utilidad del 1%, posiblemente debido a un enfoque conservador en marketing y promociones que afectó su rentabilidad. Merck C.A., que dedicó un 0.39% de sus ventas a gestión y obtuvo una utilidad del 3%, pudo haber enfrentado costos elevados en desarrollo y promoción de productos, reflejando inversiones en innovación y posicionamiento en el mercado. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., GlaxoSmithKline Ecuador S.A., Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA., y Bio-In S.A. Sistemas Médicos, que invirtieron un 1% de sus ventas en gestión, reportaron utilidades del 2%, 1%, 2%, y 1%, respectivamente. Estas empresas pudieron haber experimentado una alta competencia y necesidad de invertir en marketing y promociones para mantener su

cuota de mercado. Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab. E.A. CIA. LTDA., con un gasto del 1% y la mayor utilidad del 5%, pudo haber beneficiado de una estrategia de marketing más efectiva o un nicho de mercado menos competitivo. Pfizer CIA. LTDA., con solo un 0.01% de gastos en gestión y una utilidad del 4%, reflejó una estrategia de gestión de costos altamente eficiente y una fuerte posición en el mercado. Los factores históricos como la competencia en el sector, las estrategias de inversión en marketing, la eficiencia operativa, y las condiciones del mercado influyeron en los niveles de gastos de gestión y utilidades reportadas por estas empresas.

Figura 21

Comparación de Gastos de Gestión con ventas y la utilidad con ventas del año 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 22 En 2018, los gastos de gestión en comparación con las ventas variaron considerablemente entre las empresas farmacéuticas, reflejando diferentes enfoques y estrategias. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó un 0.21% de sus ventas a gastos de gestión y reportó una utilidad del 18%, lo que sugiere una inversión moderada en gestión que contribuyó a una alta rentabilidad, posiblemente debido a una eficiente estrategia de marketing y control de costos. Bayer S.A. no reportó gastos de gestión comparados con sus ventas, pero alcanzó una impresionante utilidad del 59%, indicando que la empresa pudo haber mantenido

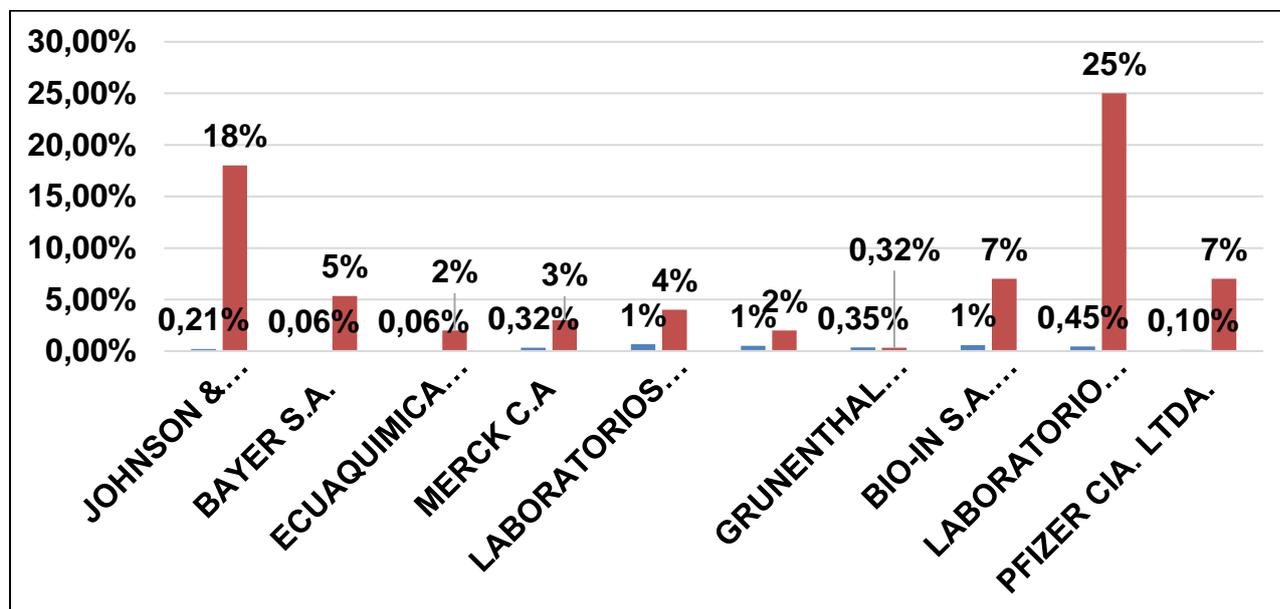
costos de gestión bajos mientras maximizaba sus ingresos, gracias a su fuerte posicionamiento y control de costos.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. destinó un 0.06% de sus ventas a gestión, con una utilidad del 2%, lo que sugiere que una inversión baja en gestión no fue suficiente para mejorar significativamente su rentabilidad. Merck C.A., que invirtió un 0.32% en gestión y obtuvo una utilidad del 3%, pudo haber estado invirtiendo en áreas como investigación y desarrollo o en marketing, reflejando una estrategia balanceada entre costos y retorno.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. y Bio-In S.A. Sistemas Médicos, ambos con un 1% de gastos de gestión, reportaron utilidades del 4% y 7%, respectivamente, indicando que una mayor inversión en gestión pudo haber ayudado a mejorar la rentabilidad en el caso de Bio-In S.A., mientras que en el caso de Laboratorios Chalver, los beneficios fueron más limitados. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 1% en gastos de gestión y una utilidad del 2%, mostró que una alta inversión en gestión no necesariamente se traduce en alta rentabilidad, posiblemente debido a costos elevados o baja eficiencia en el mercado. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con un 0.35% de gastos y una utilidad baja del 0.32%, reflejó que incluso una inversión moderada en gestión no siempre garantiza una rentabilidad alta, tal vez debido a una alta competencia o costos operativos elevados. Laboratorio Clínico Ecua-American Lab. E.A. CIA. LTDA. destinó un 0.45% en gestión y reportó una destacada utilidad del 25%, indicando que una inversión relativamente alta en gestión puede ser efectiva si está bien dirigida y optimizada. Finalmente, Pfizer CIA. LTDA. con un 0.10% en gastos de gestión y una utilidad del 7%, mostró que una inversión controlada en gestión puede mantener una rentabilidad sólida, reflejando una estrategia eficiente en costos y control de gastos.

Figura 22

Comparación de Gastos de Gestión con ventas y la utilidad con ventas del año 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la Figura 23 En 2019, los gastos de gestión en comparación con las ventas mostraron una amplia variación entre las empresas farmacéuticas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó un 0.30% de sus ventas a gastos de gestión y reportó una utilidad del 11%, lo que sugiere que una inversión relativamente baja en gestión contribuyó a una rentabilidad moderada, posiblemente debido a una estrategia eficiente de control de costos y marketing. Bayer S.A. no reportó gastos de gestión comparados con sus ventas, pero alcanzó una notable utilidad del 60%, indicando una alta eficiencia en costos y una sólida rentabilidad sin necesidad de reportar gastos significativos.

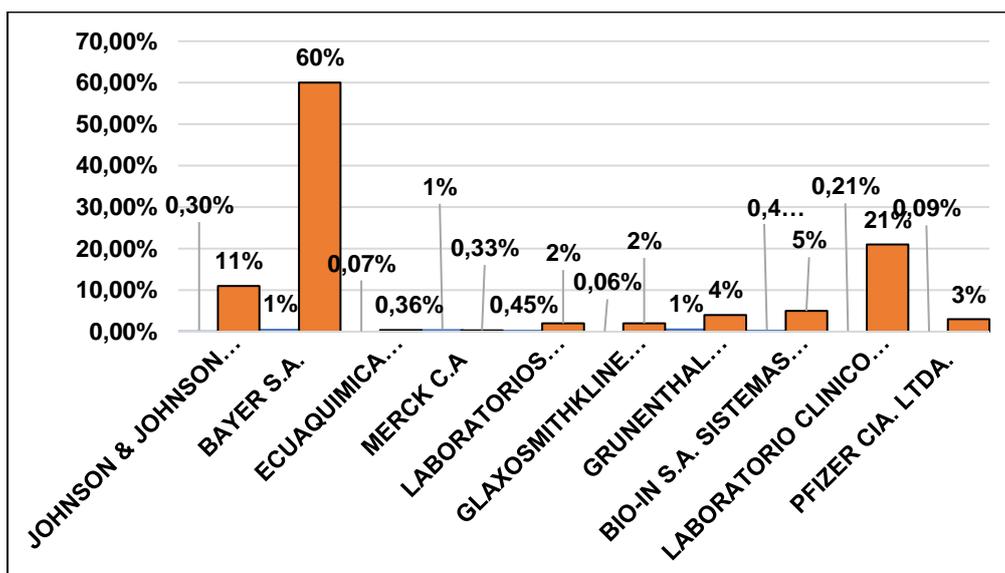
Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., con un 0.07% en gastos de gestión y una utilidad del 0.36%, mostró que una inversión muy baja en gestión no resultó en una rentabilidad alta, lo que podría reflejar problemas en la eficiencia operativa o una alta competencia en el mercado. Merck C.A., que destinó un 1% de sus ventas a gestión y obtuvo una utilidad del 0.33%, enfrentó un desafío en la rentabilidad a pesar de una inversión significativa en gestión, lo que podría deberse a costos operativos elevados o a una baja efectividad en la estrategia de mercado.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. y Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con gastos de gestión del 0.45% y 0.43%, respectivamente, reportaron utilidades del 2% y 5%, lo que sugiere que un gasto moderado en gestión puede haber ayudado a mejorar la rentabilidad en el caso de Bio-In S.A., mientras que para Laboratorios Chalver, la rentabilidad fue limitada.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un gasto de gestión del 0.06% y una utilidad del 2%, evidenció que una baja inversión en gestión no necesariamente conduce a una alta rentabilidad, posiblemente debido a limitaciones en la efectividad de su estrategia. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, que comparó un 1% en gastos de gestión y reportó una utilidad del 4%, mostró que una inversión alta en gestión puede mejorar la rentabilidad, aunque no de manera proporcional. Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab. E.A. CIA. LTDA., con un gasto de gestión del 0.21% y una utilidad destacada del 21%, indicó que una inversión moderada en gestión, combinada con una eficiente estrategia, puede llevar a una alta rentabilidad. Finalmente, Pfizer CIA. LTDA., con un 0.09% en gastos de gestión y una utilidad del 3%, demostró que una baja inversión en gestión puede mantener una rentabilidad estable, sugiriendo una estrategia eficiente en costos.

Figura 23

Comparación de Gastos de Gestión con ventas y la utilidad de ventas del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la figura 24 en 2020, los gastos de gestión en comparación con las ventas revelaron diferencias notables entre las empresas farmacéuticas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó el 0.16% de sus ventas a gastos de gestión y logró una utilidad del 14%, indicando que una baja inversión en gestión se acompañó de una rentabilidad moderada, posiblemente debido a una eficiente administración de recursos y estrategias de costo. Bayer S.A., que no reportó gastos de gestión comparados con sus ventas, obtuvo una alta utilidad del 55%, lo que sugiere que, a pesar de no registrar gastos significativos, su eficiencia operativa y estratégica contribuyó a una sólida rentabilidad.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., con un gasto de gestión del 0.03% y una utilidad del 1%, mostró que una inversión muy baja en gestión no se tradujo en una alta rentabilidad, posiblemente reflejando problemas en la efectividad operativa. Merck C.A., que comparó un 1% en gastos de gestión y obtuvo una utilidad del 3%, evidenció que una inversión significativa en gestión no siempre resulta en una alta rentabilidad, sugiriendo posibles desafíos en la eficiencia operativa.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., con un gasto del 1% y una utilidad destacada del 68%, mostró que una inversión alta en gestión puede llevar a una alta rentabilidad, destacando una gestión eficaz en comparación con su alta inversión. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 0.06% en gastos de gestión y una utilidad del 1%, demostró que una baja inversión en gestión no se tradujo en una alta rentabilidad, posiblemente debido a una falta de efectividad en su estrategia de gestión.

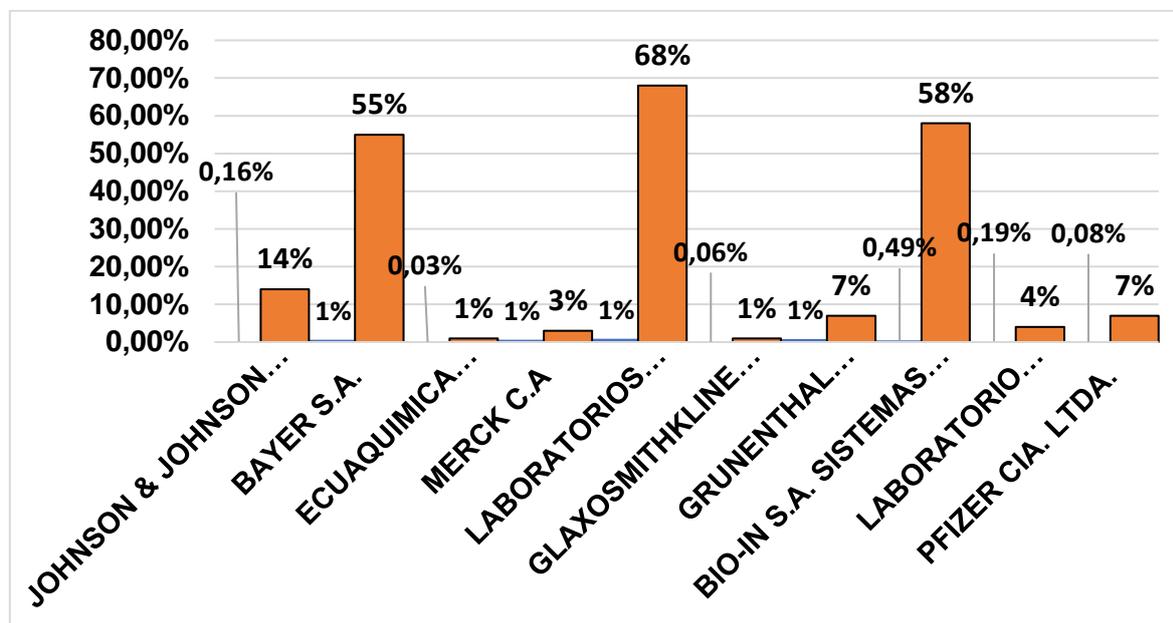
Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA., con un 1% en gastos de gestión y una utilidad del 7%, reflejó que una inversión moderada en gestión puede correlacionarse con una rentabilidad aceptable. Bio-In S.A. Sistemas Médicos, que invirtió el 0.49% en gestión y obtuvo una alta utilidad del 58%, destacó una gran eficiencia en el gasto de gestión.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA., con un 0.19% en gastos de gestión y una utilidad del 4%, mostró que una inversión moderada en gestión se asoció con una rentabilidad relativamente baja.

Finalmente, Pfizer CIA. LTDA., con un gasto de gestión del 0.08% y una utilidad del 7%, evidenció que una baja inversión en gestión puede mantener una rentabilidad estable.

Figura 24

Comparación de Gastos de Gestión con ventas y la utilidad de ventas del año 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En la Figura 25 en 2021, el análisis de los gastos de gestión en comparación con las ventas y la utilidad de las empresas farmacéuticas revela variaciones significativas en cómo se manejaron los costos y los resultados. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. destinó el 0.17% de sus ventas a gastos de gestión y logró una alta utilidad del 61%, indicando que una inversión relativamente baja en gestión contribuyó a una rentabilidad excepcional, posiblemente por una gestión eficiente de recursos.

Bayer S.A., con un 0% en comparación de gastos y una utilidad del 59%, mostró una rentabilidad alta sin reportar gastos de gestión, sugiriendo un manejo eficaz de recursos sin necesidad de grandes inversiones en gestión.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., que comparó un 0.05% en gastos de gestión y obtuvo una baja utilidad del 1%, evidenció que una inversión muy baja en gestión no logró generar una rentabilidad significativa.

Merck C.A. dedicó el 0.22% de sus ventas a gastos de gestión y alcanzó una utilidad del 5%, indicando que una inversión moderada en gestión se asoció con una rentabilidad aceptable, aunque no destacada.

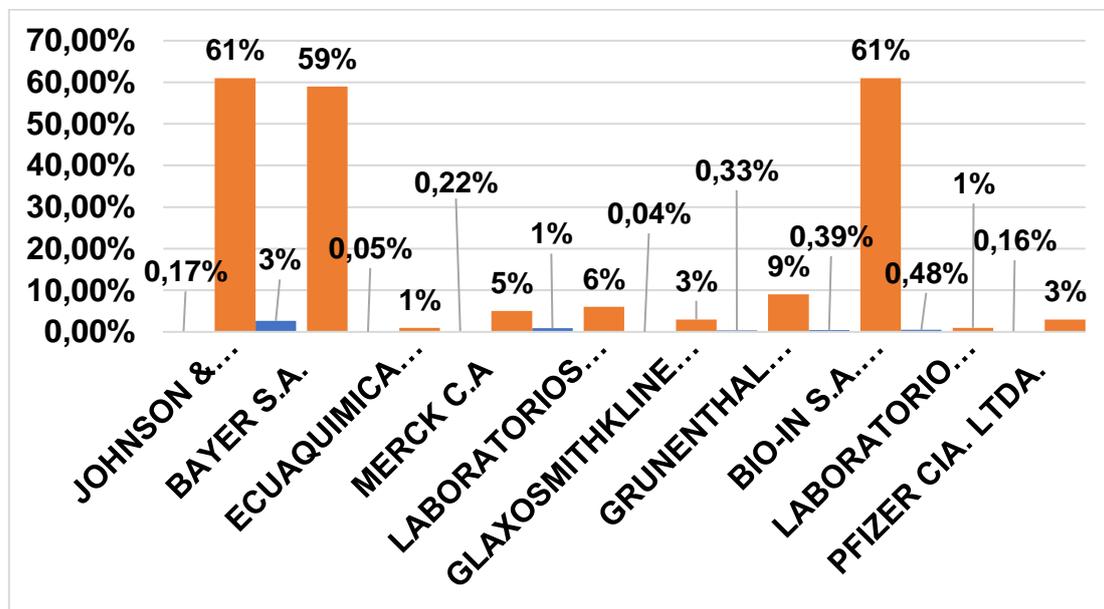
Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., con un gasto del 1% y una utilidad del 6%, mostró que una alta inversión en gestión se tradujo en una rentabilidad relativamente alta, aunque no proporcionalmente alta. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 0.04% en gastos de gestión y una utilidad del 3%, reflejó que una baja inversión en gestión se asoció con una rentabilidad moderada.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA., que comparó un 0.33% en gastos de gestión y obtuvo una utilidad del 9%, demostró que una inversión razonable en gestión correlacionó con una rentabilidad moderada. Bio-In S.A. Sistemas Médicos, con un 0.39% en gastos de gestión y una alta utilidad del 61%, evidenció una eficiencia destacable en el gasto de gestión.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA., que invirtió el 0.48% en gestión y tuvo una utilidad del 1%, mostró que una inversión en gestión relativamente alta no se tradujo en una alta rentabilidad. Finalmente, Pfizer CIA. LTDA., con un 0.16% en gastos de gestión y una utilidad del 3%, reflejó que una baja inversión en gestión se asoció con una rentabilidad estable pero no destacada.

Figura 25

Comparación de Gastos de Gestión con ventas y la utilidad de ventas del 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

A continuación, se realizó un análisis comparativo de los Gastos de Suministros en las empresas farmacéuticas con las variables como ventas y utilidad

para de esa manera poder determinar que tanto han influenciado estas variables sobre los gastos.

En 2017, los gastos de suministro entre las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron diferencias significativas, atribuibles a varios factores clave. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. incurrió en 2% en gastos de suministro, un monto relativamente bajo que podría deberse a su enfoque en eficiencias operativas y un modelo de negocio optimizado que minimiza costos. En contraste, Bayer S.A. gastó 19%, lo que puede explicarse por su amplia gama de productos y un enfoque en la investigación y desarrollo (I+D) que requiere una inversión significativa en materiales y suministros especializados.

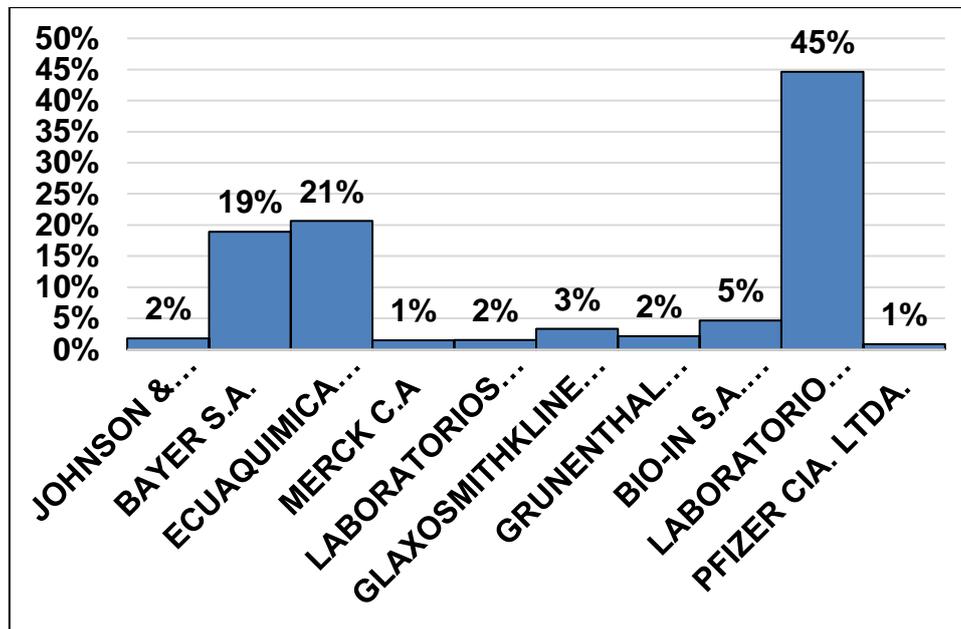
Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. reportó un 21% en gastos, lo que podría reflejar el alto costo de los insumos químicos y materias primas específicas para sus productos, así como una operación de mayor envergadura. Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., con gastos de 1% y 2% respectivamente, pueden haber tenido costos menores debido a una menor escala de operación o una estrategia de adquisiciones más eficiente.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 3%, posiblemente debido a su enfoque en mantener altos estándares de calidad y procesos de manufactura que requieren insumos de alto costo. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA., con 2% en gastos, puede haber optimizado sus procesos de compra y logística para reducir costos, aunque aún requiere una inversión significativa en suministros.

Bio-In S.A. Sistemas Médicos reportó 5%, reflejando una necesidad considerable de suministros médicos y equipos especializados, mientras que Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA., con el gasto más alto de 45%, probablemente enfrentó costos elevados debido a la magnitud de sus operaciones y su necesidad de una amplia gama de suministros y equipos para su laboratorio clínico.

Estos gastos también están influenciados por factores como la ubicación geográfica, la negociación de contratos de suministro, el volumen de producción y las economías de escala. Las empresas con mayores operaciones tienden a tener gastos más altos, pero también pueden beneficiarse de mejores condiciones de compra debido a su capacidad de negociar en grandes volúmenes.

Figura 26
Gasto de Suministro del año 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los gastos de suministro entre las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron variaciones significativas, impulsadas por varios factores operativos y estratégicos. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. incrementó sus gastos a 4%, posiblemente debido a un aumento en la producción o una mayor inversión en la calidad de sus insumos, reflejando un enfoque en mejorar su capacidad operativa o expandir su línea de productos. Bayer S.A. redujo sus gastos a 10%, lo que podría ser el resultado de estrategias de optimización de costos, tales como la renegociación de contratos de suministro o mejoras en la eficiencia operativa.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. disminuyó sus gastos a 19%, posiblemente por una renegociación de precios de materia prima o una optimización en su cadena de suministro. En contraste, Merck C.A. experimentó una caída significativa en sus gastos, bajando a 1%, lo que puede indicar una reducción en la escala de producción o una mejora en la eficiencia de sus operaciones de suministro.

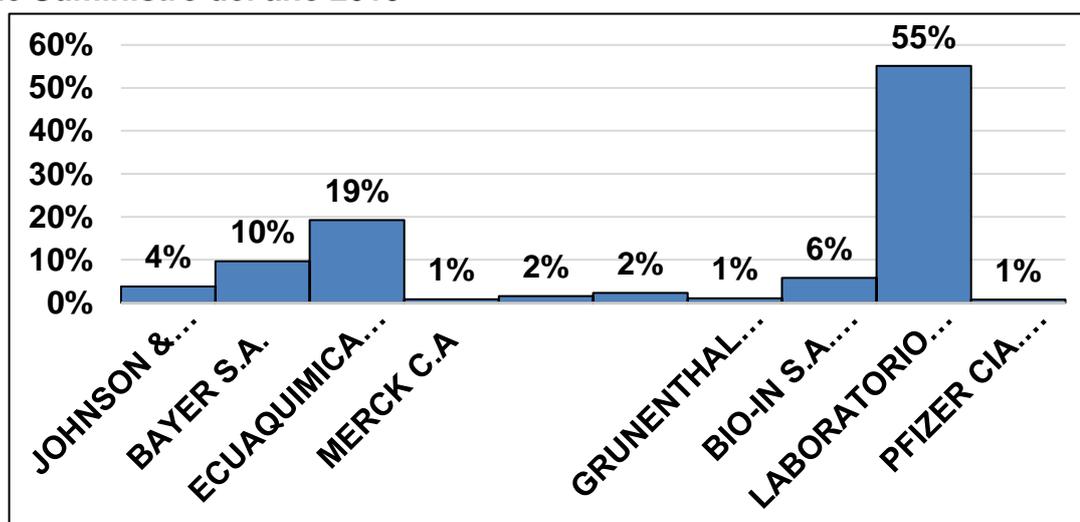
Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. mantuvo gastos relativamente bajos con 2%, reflejando quizás una estrategia de costos efectiva y menor necesidad de insumos en comparación con años anteriores. GlaxoSmithKline también redujo sus gastos a 2%, lo que podría ser el resultado de una mayor eficiencia en la cadena de suministro o una disminución en el volumen de producción.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA. bajó sus gastos a 1%, sugiriendo una optimización en sus procesos de compra y gestión de suministros. Bio-IN S.A. Sistemas Médicos incrementó sus gastos a 6%, posiblemente debido a un aumento en la demanda de sus productos o la incorporación de nuevos equipos y tecnología.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. reportó el gasto más alto con 55%, indicando una expansión en su capacidad operativa o un incremento en la demanda de sus servicios de laboratorio. Finalmente, Pfizer CIA. LTDA. tuvo un leve aumento a 1%, lo que podría reflejar ajustes menores en sus costos operativos o cambios en la estrategia de suministro.

Estos cambios en los gastos de suministro están influenciados por factores como ajustes en los volúmenes de producción, renegociaciones de contratos, mejoras en la eficiencia operativa, y estrategias de optimización de costos. Las variaciones en los gastos reflejan cómo cada empresa maneja sus operaciones para adaptarse a cambios en el mercado y en su estructura de costos.

Figura 27
Gasto de Suministro del año 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, los gastos de suministro de las empresas farmacéuticas en Ecuador experimentaron diversos ajustes, reflejando cambios en sus estrategias operativas y en el contexto económico. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. incrementó sus gastos a 5%, probablemente debido a un aumento en el volumen de producción o en la calidad de los insumos necesarios para mantener su estándar de productos. Bayer S.A. también vio un aumento en sus gastos, alcanzando los 10%, lo que podría ser resultado de la inflación en los costos de materias primas o de una expansión en su capacidad de producción.

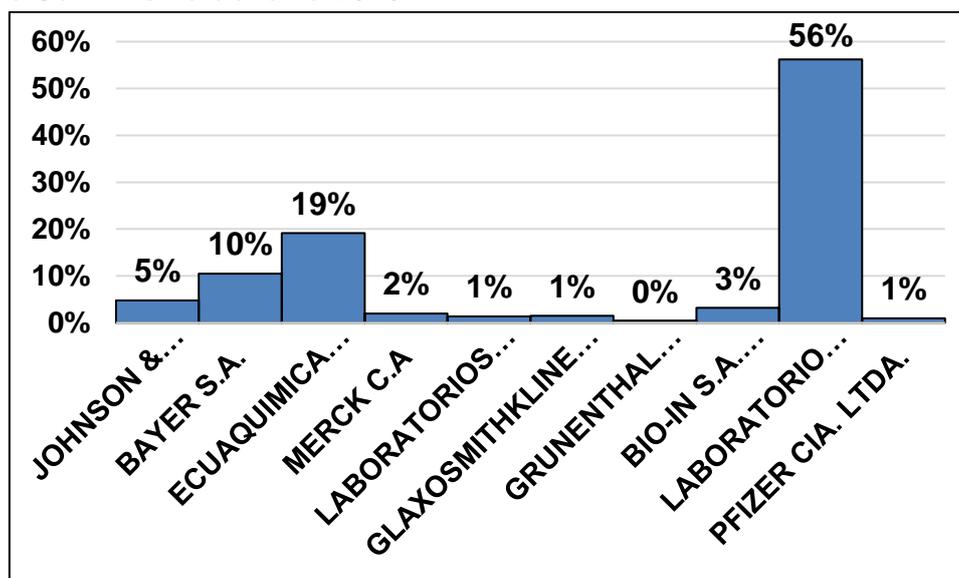
Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. redujo sus gastos a 19%, posiblemente debido a una mejora en la eficiencia de su cadena de suministro o a una renegociación exitosa de precios con sus proveedores. Merck C.A. experimentó un aumento a 2%, que puede estar asociado con un incremento en sus operaciones o en el coste de insumos. En contraste, Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. disminuyó sus gastos a 1%, lo que puede reflejar una estrategia efectiva para reducir costos o una disminución en el volumen de producción.

GlaxoSmithKline reportó un aumento en sus gastos a 1%, posiblemente debido a la necesidad de ajustar sus procesos ante un entorno económico inflacionario o a la incorporación de nuevos procesos. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA. redujo significativamente sus gastos a 0.45%, lo cual podría ser una indicación de optimización en su gestión de suministros o una disminución en sus operaciones.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos aumentó sus gastos a 3%, lo que podría estar relacionado con un incremento en la demanda de sus productos o en los costos de insumos. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. mantuvo uno de los gastos más altos con 56%, indicando una posible expansión en sus capacidades operativas o un alto volumen de pruebas y servicios. Pfizer CIA. LTDA. reportó gastos de 1%, que podrían reflejar ajustes menores en su cadena de suministro o en los costos de producción.

Estos cambios en los gastos de suministro en 2019 pueden estar vinculados con un aumento en el volumen de operaciones, la inflación en los costos de insumos, y ajustes en las estrategias de suministro y producción de cada empresa.

Figura 28
Gasto de Suministro del año 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2020, los gastos de suministro de las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron significativos ajustes, reflejando el impacto de la pandemia de COVID-19 y las adaptaciones a las nuevas condiciones del mercado. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. experimentó una notable disminución en sus gastos a 1%, posiblemente debido a una reducción en la actividad de producción o a una optimización de su cadena de suministro en respuesta a la crisis sanitaria. Bayer S.A. reportó 14% en gastos, una cifra que podría reflejar la necesidad de mantener operaciones mientras se adaptaba a las condiciones cambiantes del mercado.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. redujo sus gastos a 25%, lo cual puede estar relacionado con la disminución en la demanda o con una reorganización en su cadena de suministro para ajustarse a la nueva realidad económica. Merck C.A. experimentó un aumento en sus gastos a 4%, posiblemente por ajustes en sus operaciones para enfrentar desafíos logísticos y sanitarios. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. incrementó sus gastos a 5%, lo que podría reflejar una adaptación a las nuevas demandas del mercado o mayores costos operativos debido a medidas sanitarias adicionales.

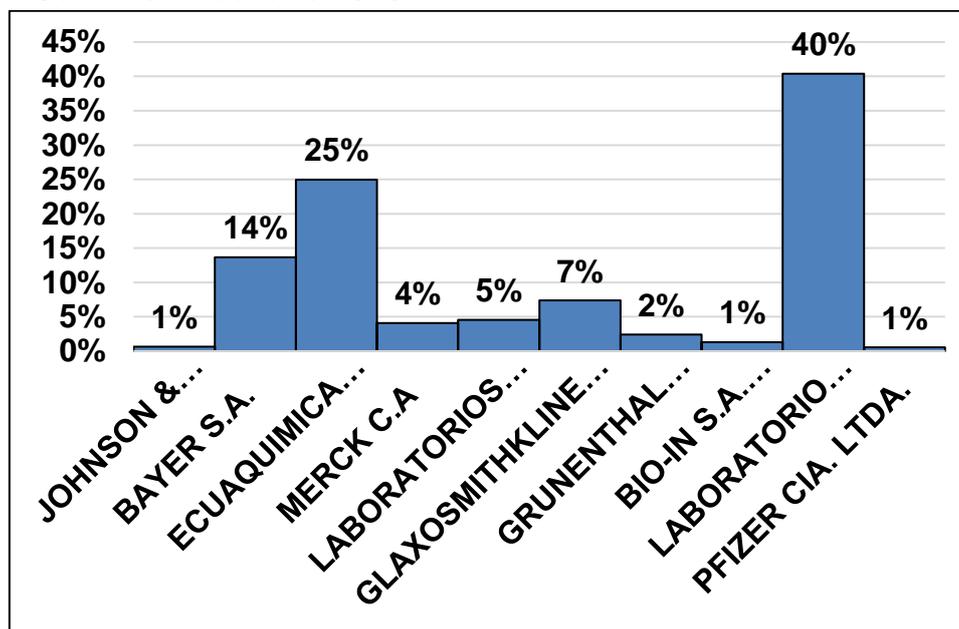
GlaxoSmithKline vio un aumento en sus gastos a 7%, en parte debido a la necesidad de garantizar la continuidad de su cadena de suministro en un entorno disruptivo. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA. tuvo gastos de 2%, lo que podría

indicar una adaptación eficaz a las nuevas condiciones del mercado o una reducción en la actividad operativa. Bio-IN S.A. Sistemas Médicos redujo sus gastos a 1%, posiblemente debido a una caída en la demanda o a una eficiencia mejorada en la gestión de suministros.

Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab. E.A. CIA. LTDA. reportó 40% en gastos, lo que podría reflejar la continua necesidad de mantener una operación a gran escala y manejar una alta demanda durante la pandemia. Pfizer CIA. LTDA. tuvo 1% en gastos, una cifra relativamente baja que puede indicar una eficiencia en la gestión de suministros o una reducción en sus operaciones.

La disminución en los gastos de algunos laboratorios durante 2020 refleja una posible reducción en la actividad durante la pandemia y una adaptación a las nuevas condiciones del mercado, mientras que los aumentos en otros casos pueden estar relacionados con la necesidad de mantener la continuidad operativa y ajustar las estrategias de gestión frente a la crisis sanitaria global.

Figura 29
Gasto de Suministro del año 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, los gastos de suministro de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un período de recuperación post-pandemia y una estabilización de las cadenas de suministro. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. vio un aumento en sus

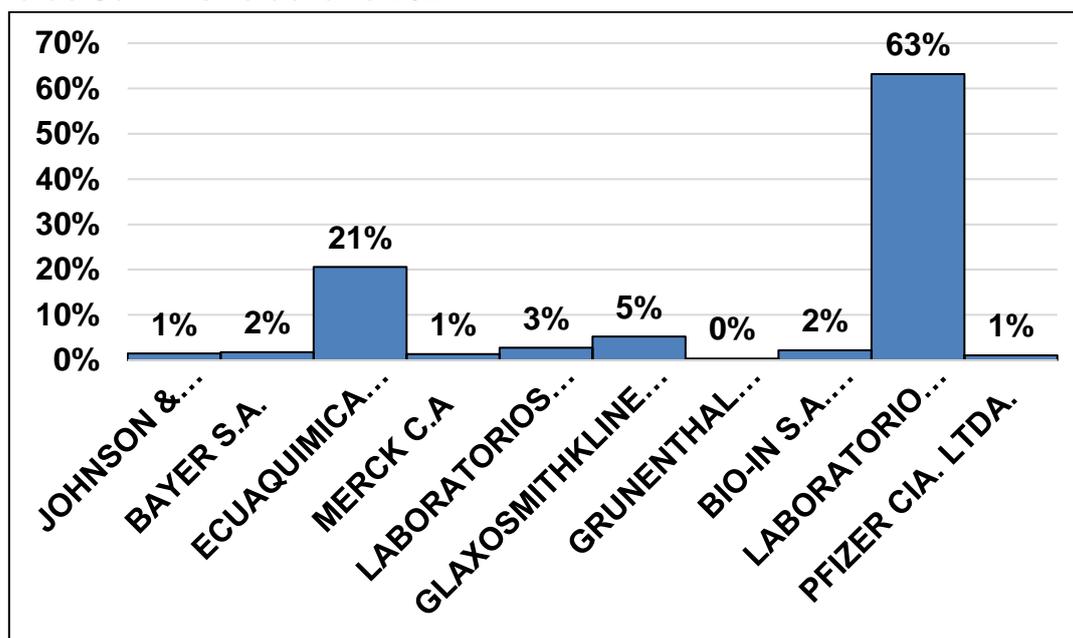
gastos a 1%, posiblemente debido a la necesidad de reinvertir en sus operaciones y adaptarse a una recuperación económica en curso. Bayer S.A. redujo sus gastos a 2%, lo que podría indicar una optimización de sus costos operativos y una mayor eficiencia en la gestión de su cadena de suministro. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. disminuyó sus gastos a 21%, reflejando una posible reorganización y ajuste en sus operaciones para adaptarse a un mercado en recuperación.

Merck C.A. tuvo un ligero aumento en sus gastos a 1%, lo que podría estar relacionado con ajustes menores en sus operaciones mientras continuaba adaptándose a las nuevas condiciones del mercado. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. incrementó sus gastos a 3%, posiblemente debido a un aumento en la actividad operativa o a la implementación de nuevas medidas para estabilizar su cadena de suministro. GlaxoSmithKline subió sus gastos a 5%, lo que puede reflejar la necesidad de asegurar un suministro continuo y mantener su capacidad operativa durante la recuperación económica.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA. redujo sus gastos a 0.4, una cifra significativamente baja que puede indicar una alta eficiencia en la gestión de sus suministros o una disminución en las operaciones. Bio-IN S.A. Sistemas Médicos incrementó sus gastos a 2%, posiblemente debido a la adaptación a nuevas demandas del mercado y ajustes en su cadena de suministro. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab. E.A. CIA. LTDA. reportó 63% en gastos, lo que podría reflejar la necesidad de mantener una operación a gran escala y manejar la alta demanda de servicios clínicos durante el período de recuperación.

Pfizer CIA. LTDA. tuvo 1% en gastos, lo que puede indicar una gestión eficiente de suministros y un ajuste en sus operaciones en respuesta a la recuperación post-pandemia. Los ajustes en los gastos de suministro en 2021 reflejan una adaptación a las nuevas condiciones del mercado y un esfuerzo por estabilizar las cadenas de suministro después de las interrupciones causadas por la pandemia.

Figura 30
Gasto de Suministro del año 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2017, las diferencias en los gastos de suministro y la utilidad con ventas entre las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan diversos factores operativos y de mercado:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A., con una comparación de gastos de 0,07% y una utilidad del 2%, probablemente enfrentó desafíos en la optimización de su cadena de suministro, influenciados por su tamaño y el tipo de productos que maneja, que podrían haber requerido costos operativos relativamente altos. Las iniciativas de eficiencia y la inversión en tecnología para mejorar la gestión de suministros podrían haber influido en la eficiencia moderada de sus costos.

Bayer S.A., que no reportó una comparación significativa en gastos, pudo haber experimentado dificultades para controlar sus costos operativos en relación a sus ventas, posiblemente debido a una estructura de costos más compleja o a inversiones en expansión de mercado que no se reflejaron inmediatamente en la eficiencia operativa. Su alta utilidad del 35% sugiere que, a pesar de los problemas en la comparación con ventas, su rentabilidad fue sólida, posiblemente gracias a márgenes altos en sus productos o eficiencias en otras áreas operativas.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., con una comparación de 0,26% y una utilidad del 1%, probablemente enfrentó desafíos significativos en la

gestión de costos debido a la naturaleza intensiva en suministros de su industria, que puede haber influido en sus mayores proporciones de gastos en relación con las ventas. Su baja utilidad indica posibles problemas en el control de costos o en la estructura de precios.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA y GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con comparaciones de 0,15% y 0,17% respectivamente, reflejan una eficiencia operativa moderada. Estos valores pueden ser resultado de estrategias efectivas en la gestión de suministros y operaciones, así como a un enfoque en optimizar costos para mejorar la rentabilidad.

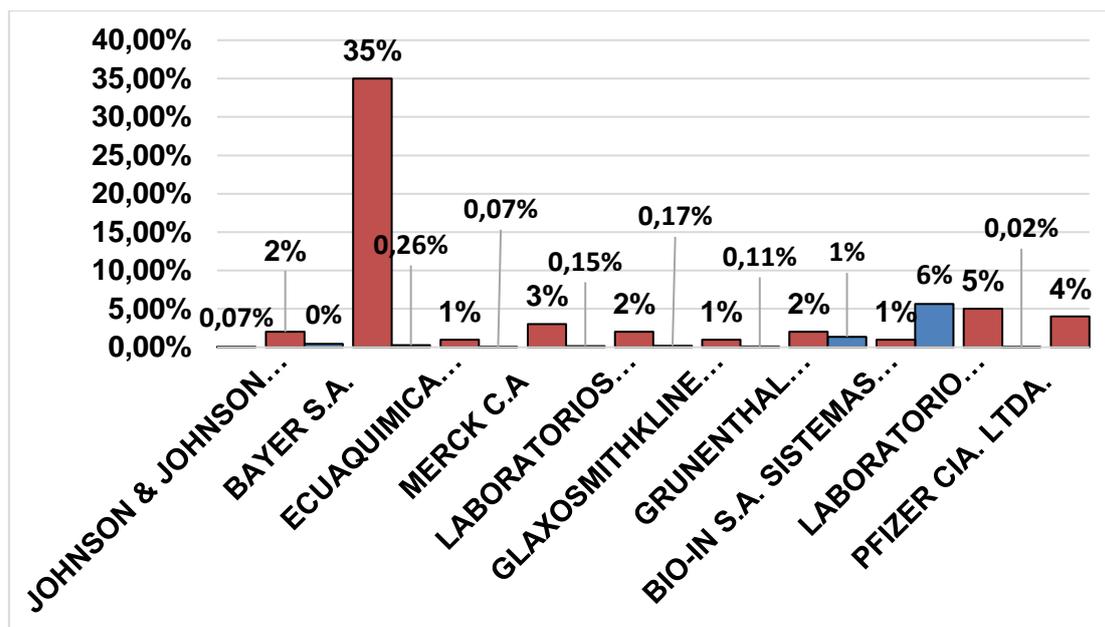
Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con una comparación de 0,11%, mostró una eficiencia en el manejo de sus gastos de suministro. Esto podría deberse a una estructura de costos más controlada o a eficiencias logradas en la cadena de suministro, mientras que su utilidad del 2% sugiere una rentabilidad moderada.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos, con una comparación de 1% en gastos de suministro, probablemente tuvo costos más altos debido a su enfoque en productos médicos especializados, que a menudo requieren insumos más caros y una gestión más intensiva. Su utilidad del 1% refleja un margen de ganancia reducido, posiblemente debido a altos costos de producción y suministros.

escala de operaciones, y las estrategias de gestión de suministros. Las empresas que lograron una mayor eficiencia en costos y una alta rentabilidad probablemente implementaron prácticas efectivas en la gestión de sus operaciones y cadenas de suministro.

Figura 31

Comparación de gasto de suministro con ventas y la utilidad con ventas 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los gastos de suministro y la utilidad con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron diversos ajustes y estrategias operativas en respuesta a un entorno de mercado en cambio. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. mostró una comparación con ventas de 0,13%, una leve mejora respecto al año anterior. Esta reducción podría atribuirse a una optimización en la gestión de suministros o mejoras operativas que permitieron reducir costos en relación con las ventas. Bayer S.A., por otro lado, continuó sin reportar una comparación significativa, lo que podría indicar problemas en la transparencia de sus datos financieros o en la gestión de costos, posiblemente debido a ajustes internos o problemas contables.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo una comparación con ventas de 0,22%, lo que refleja una gestión relativamente eficiente de los costos de suministro, tal vez a través de negociaciones más favorables con proveedores o ajustes en su cadena de suministro. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. reportó una comparación de 0,16%, sugiriendo esfuerzos para controlar costos operativos. GlaxoSmithKline Ecuador S.A. presentó una comparación de 0,11%, indicando una mejora en la eficiencia operativa en comparación con el año anterior. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA se mantuvo en 0,06%, lo que refleja una alta eficiencia en la gestión de suministros, posiblemente debido a economías de escala y procesos optimizados.

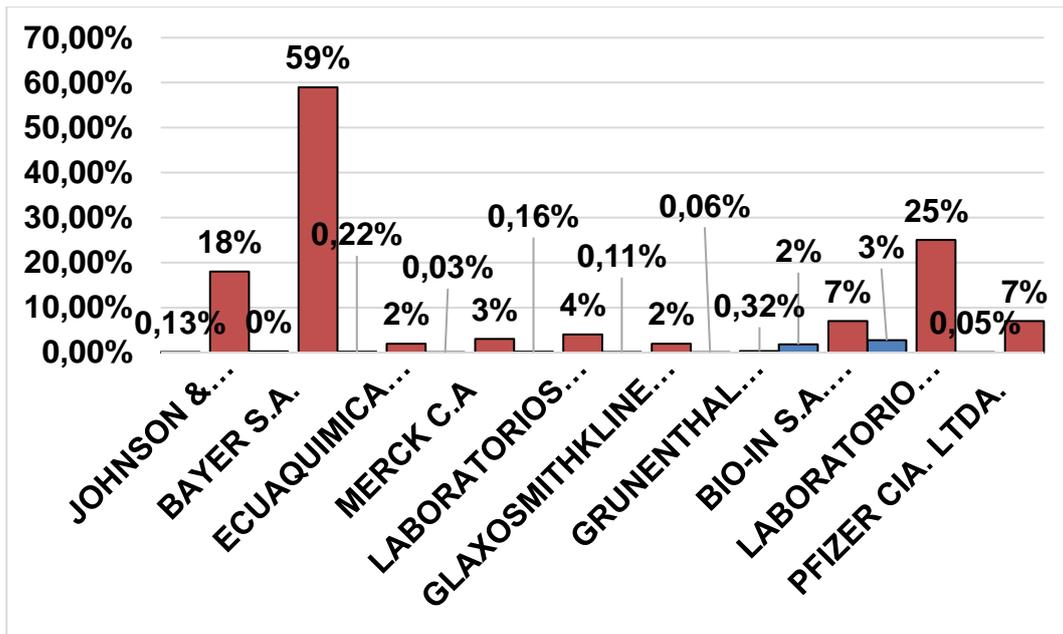
Por otro lado, Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo una comparación con ventas de 2%, lo que podría reflejar altos costos asociados con productos médicos especializados y desafíos en la gestión de su cadena de suministro. Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una comparación con ventas de 3%, lo que podría estar vinculado a una alta demanda de servicios clínicos y costos operativos elevados relacionados con su infraestructura y operaciones. Pfizer CIA. LTDA. tuvo una comparación de 0,05%, reflejando una alta eficiencia en la gestión de costos, posiblemente a través de una operación bien optimizada.

En cuanto a la utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un 18%, lo que sugiere una combinación de costos bien gestionados y precios efectivos. Bayer S.A. destacó con una alta utilidad del 59%, reflejando una excepcional eficiencia en la gestión de costos y altos márgenes de ganancia, posiblemente debido a productos con precios premium o una estructura de costos optimizada. En contraste, Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo una utilidad del 2%, lo que puede indicar márgenes más bajos y desafíos en la gestión de costos.

En resumen, las variaciones en la comparación con ventas y la utilidad con ventas en 2018 reflejan cómo las empresas farmacéuticas ajustaron sus estrategias operativas y financieras en respuesta a cambios en el mercado, eficiencia en la gestión de costos y variaciones en la demanda de productos y servicios. Las empresas que lograron altas utilidades a menudo mostraron una capacidad para gestionar costos de manera efectiva y mantener márgenes altos, mientras que aquellas que enfrentaron desafíos operativos mostraron menor rentabilidad y eficiencia en la gestión de gastos.

Figura 32

Comparación de Gastos de Suministro con ventas y la utilidad de ventas 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, los gastos de suministro y la utilidad con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron variaciones significativas, reflejando ajustes en la gestión de costos y cambios en la eficiencia operativa. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo una comparación con ventas de 0,15%, lo que indica una ligera mejora en la gestión de sus costos en relación con las ventas. Esta mejora podría estar vinculada a esfuerzos para optimizar su cadena de suministro o a la implementación de estrategias para reducir costos operativos. Bayer S.A., sin embargo, continuó sin reportar una comparación significativa, lo que podría señalar problemas de transparencia en la presentación de sus datos o dificultades para controlar los costos de suministro.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. mostró una comparación con ventas del 0,21%, indicando una gestión relativamente eficiente de sus costos en comparación con las ventas. Esto puede reflejar ajustes en sus operaciones para mejorar la eficiencia o cambios en sus proveedores para reducir costos. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportó una comparación del 0,12%, sugiriendo esfuerzos exitosos para mantener bajos los costos en relación con las ventas, posiblemente mediante una gestión más eficaz de su cadena de suministro. GlaxoSmithKline tuvo una comparación del 0,07%, lo que puede reflejar una reducción en los costos de suministro o una mejora en la eficiencia operativa.

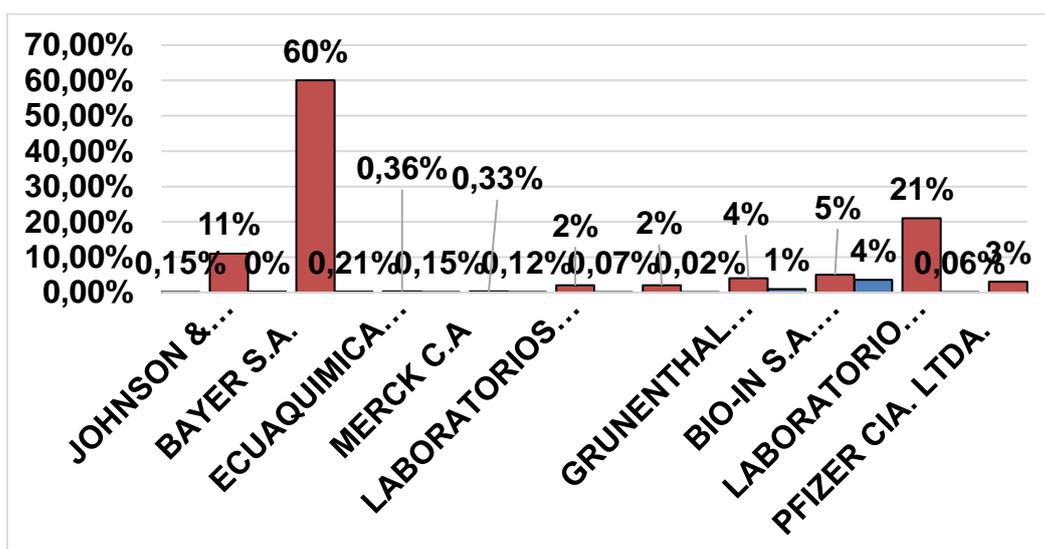
Por otro lado, Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo una baja en su comparación con ventas a 0,02%, indicando una alta eficiencia en la gestión de suministros o una reducción significativa en sus costos operativos.

Bio-IN S.A. mantuvo una comparación de 1%, lo que podría deberse a costos relativamente altos asociados con la producción de productos médicos especializados. Laboratorio Clínico Ecu-Americano Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una comparación del 4%, indicando un alto costo en relación con sus ventas, posiblemente debido a la complejidad y escala de sus operaciones. Pfizer CIA. LTDA. tuvo una comparación del 0,06%, reflejando una buena gestión de costos y eficiencia operativa.

En cuanto a la utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo un 11%, una disminución en comparación con el año anterior, lo que podría reflejar un aumento en los costos operativos o una presión en los márgenes de ganancia. Bayer S.A. reportó una utilidad destacada del 60%, sugiriendo una excelente eficiencia en la gestión de costos y altos márgenes de ganancia, posiblemente debido a productos con precios premium o una estructura de costos altamente optimizada. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. mostró una utilidad de 0,36%, lo que puede reflejar desafíos en la gestión de costos o márgenes más ajustados.

Figura 33

Comparación de Gastos de Suministro con Ventas y la Utilidad de Ventas 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2020, las comparaciones con ventas y las utilidades con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejaron un año de adaptación y desafíos debido a la pandemia. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo una comparación con ventas notablemente baja del 0,01%, lo que indica una gestión altamente eficiente de los costos en relación con sus ventas. Este resultado podría atribuirse a la capacidad de la empresa para optimizar su cadena de suministro y reducir costos en un entorno económico difícil. Bayer S.A. reportó una comparación con ventas de 0%, sin variaciones significativas, lo que puede indicar una estabilidad en sus costos operativos o una falta de actualización en sus reportes de gastos.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. mostró una comparación del 0,16%, reflejando una gestión moderadamente eficiente de los costos en relación con sus ventas. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportó la comparación más alta entre las empresas analizadas, con un 0,21%, lo que podría ser indicativo de mayores costos asociados con la gestión de su cadena de suministro o una posible disminución en las ventas durante el año. GlaxoSmithKline tuvo una comparación del 0,19%, sugiriendo una gestión de costos relativamente eficiente, pero no tan destacada como la de Johnson & Johnson. Grunenthal reportó una comparación de 0,09%, lo que puede señalar un buen control de costos o una reducción en los gastos operativos. Bio-IN S.A. mantuvo una comparación de 0,22%, mientras que Laboratorio Clínico reportó una comparación alta del 3%, probablemente debido a los costos asociados con la operación a gran escala y la demanda fluctuante durante la pandemia. Pfizer tuvo una comparación de 0,02%, mostrando también una buena gestión de costos.

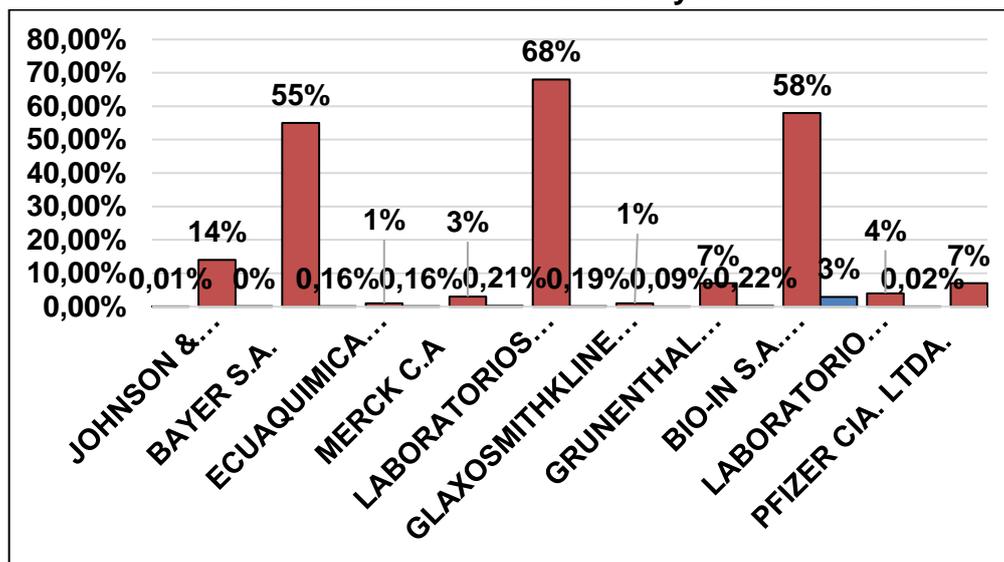
En términos de utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. alcanzó un 14%, lo que representa una recuperación y adaptación exitosa en un contexto desafiante. Bayer S.A. reportó una utilidad del 55%, destacando su capacidad para mantener altos márgenes de ganancia a pesar de la pandemia, posiblemente debido a una mezcla de productos con alta demanda o una estructura de costos eficiente. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. mostró una utilidad de solo 1%, reflejando una posible lucha para mantener rentabilidad en un entorno de costos elevados o disminución en las ventas.

Laboratorios Chalver logró una alta utilidad del 68%, lo que puede ser el resultado de una alta demanda de sus productos o una gestión efectiva de costos que contrarrestó los desafíos del mercado. GlaxoSmithKline reportó una utilidad

baja del 1%, lo que puede indicar dificultades en la rentabilidad o márgenes de ganancia reducidos debido a los efectos de la pandemia. Grunenthal tuvo una utilidad del 7%, sugiriendo una rentabilidad moderada con un buen control de costos. Bio-IN S.A. alcanzó una utilidad del 58%, lo que refleja una buena adaptación a las condiciones del mercado y una gestión efectiva de costos. Laboratorio Clínico reportó una utilidad baja del 4%, posiblemente debido a una combinación de altos costos operativos y una demanda que no compensó estos costos. Pfizer tuvo una utilidad del 7%, reflejando una capacidad de mantener una rentabilidad estable a pesar de las dificultades del año.

En resumen, las variaciones en la comparación con ventas y la utilidad con ventas en 2020 reflejan cómo las empresas farmacéuticas se adaptaron a los desafíos presentados por la pandemia, con diferentes niveles de éxito en la gestión de costos y en la adaptación a las cambiantes condiciones del mercado.

Figura 34
Comparación de Gasto de Suministro con Ventas y la Utilidad de ventas 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, las comparaciones con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una recuperación y ajustes en la gestión de costos después del impacto de la pandemia. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. mantuvo una comparación con ventas de 0,03%, lo que indica una gestión altamente eficiente de los costos en relación con sus ventas. Este bajo porcentaje podría ser el resultado

de esfuerzos continuos para optimizar la cadena de suministro y reducir gastos operativos durante el año. Bayer S.A. reportó una comparación con ventas de 0%, sin variación significativa, lo que puede sugerir estabilidad en sus costos operativos o falta de actualización en los reportes.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo una comparación de 0,13%, mostrando un manejo moderadamente eficiente de los costos, posiblemente debido a ajustes en su cadena de suministro o en la estructura de costos. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA también reportó una comparación del 0,13%, lo que indica una gestión de costos que se mantiene en línea con el promedio del sector. GlaxoSmithKline mostró una comparación del 0,16%, reflejando un ligero aumento en los costos relativos a sus ventas, posiblemente asociado con la adaptación a nuevas demandas del mercado. Grunenthal reportó una baja comparación de 0,02%, destacando una alta eficiencia en la gestión de costos. Bio-IN S.A. alcanzó una comparación del 0,34%, lo que puede indicar costos relativamente altos en relación con sus ventas o inversiones adicionales en su cadena de suministro. Laboratorio Clínico mantuvo una comparación del 6%, la más alta entre las empresas analizadas, lo que podría deberse a una operación a gran escala y a costos elevados asociados con la alta demanda de servicios. Pfizer reportó una comparación de 0,04%, sugiriendo una gestión eficiente, pero con costos algo elevados en comparación con otras empresas.

En cuanto a la utilidad con ventas en 2021, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. alcanzó una impresionante utilidad del 61%, reflejando una recuperación sólida y una eficiente gestión de costos. Bayer S.A. reportó una utilidad del 59%, lo que también indica una fuerte rentabilidad y un buen control de costos. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. mostró una utilidad del 1%, lo que sugiere dificultades para mantener márgenes de ganancia saludables, posiblemente debido a costos elevados o desafíos en la generación de ingresos.

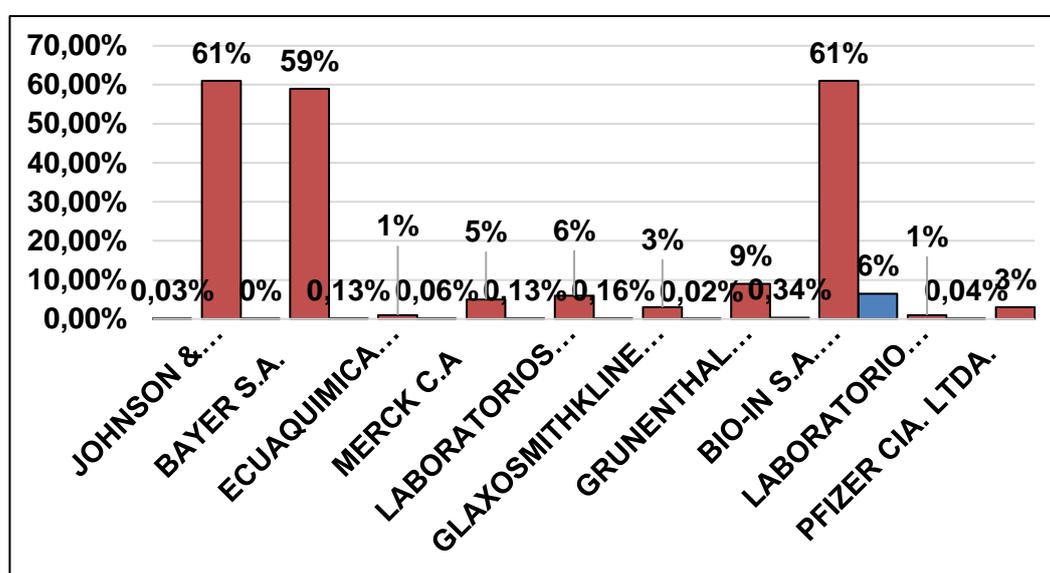
Laboratorios Chalver reportó una utilidad del 6%, mejorando respecto a años anteriores, lo que puede reflejar una gestión efectiva de costos y una recuperación en la demanda. GlaxoSmithKline tuvo una utilidad del 3%, indicando una rentabilidad moderada con posibles desafíos en la gestión de costos. Grunenthal mejoró a una utilidad del 9%, mostrando una recuperación y un control efectivo de costos. Bio-IN S.A. alcanzó una alta utilidad del 61%, reflejando una excelente capacidad para adaptarse a las condiciones del mercado y gestionar eficientemente

sus costos. Laboratorio Clínico reportó una baja utilidad del 1%, lo que podría estar relacionado con altos costos operativos y una demanda que no compensó estos gastos. Pfizer tuvo una utilidad del 3%, indicando una estabilidad en la rentabilidad y un manejo adecuado de costos.

Las diferencias en la utilidad con ventas en 2021 reflejan la capacidad de las empresas para recuperarse y adaptarse a las condiciones post-pandemia, así como las variaciones en los costos operativos y en la gestión de ventas.

Figura 35

Comparación de Gastos de Suministro con Ventas y la Utilidad de Ventas 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

A continuación, se realizó un análisis comparativo de los Gastos de transporte en las empresas farmacéuticas con las variables como ventas y utilidad para de esa manera poder determinar que tanto han influenciado estas variables sobre los gastos.

En 2017, el gasto de transporte para las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejó diversas estrategias logísticas y necesidades operativas específicas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. incurrió en un gasto de transporte de 23%, lo que puede deberse a su amplia red de distribución y operaciones extensivas en el país. Este elevado gasto sugiere una necesidad significativa de cobertura geográfica y una infraestructura logística robusta para apoyar sus operaciones.

Bayer S.A. tuvo un gasto de 13%, indicando también una operación de gran escala, pero quizás con una red de distribución menos extensa en comparación con Johnson & Johnson. Este gasto relativamente alto refleja la necesidad de gestionar eficientemente su cadena de suministro para mantener la disponibilidad de productos en diversas ubicaciones.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. reportó un gasto de transporte de 36%, el más alto entre las empresas analizadas. Este gasto podría ser el resultado de la necesidad de transportar grandes volúmenes de productos químicos, que a menudo requieren manejo especial y transporte seguro, aumentando así los costos asociados.

Merck C.A. tuvo un gasto de 9%, lo que podría reflejar una red de distribución más centrada o menos extensa en comparación con otras grandes compañías, pero aún significativa. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportó un gasto relativamente bajo de 3%, lo que puede indicar una operación más localizada o una estrategia de distribución menos compleja.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 7%, sugiriendo una necesidad de distribución moderada, mientras que Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo un gasto de 4%, posiblemente relacionado con una operación más pequeña o una red de distribución menos extensa.

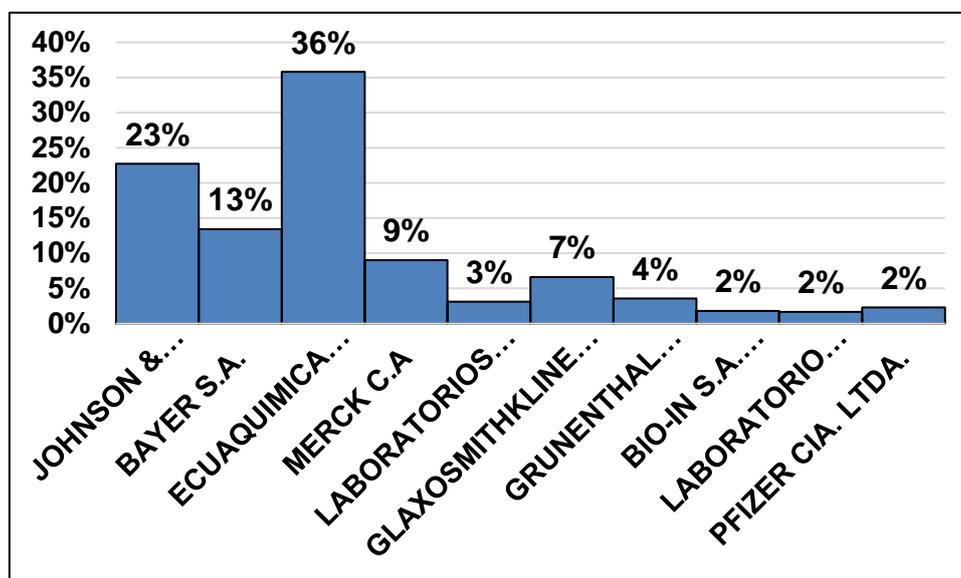
Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó un gasto de 2%, el más bajo entre las empresas analizadas, lo que podría reflejar una operación más pequeña o menos necesidad de transporte en comparación con las grandes farmacéuticas. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. tuvo un gasto de 2%, también relativamente bajo, sugiriendo una posible concentración en un área geográfica específica o una logística menos compleja.

Pfizer CIA. LTDA. tuvo un gasto de 2%, lo que indica una estrategia de transporte que equilibra la eficiencia con las necesidades operativas, posiblemente optimizando su red de distribución para mantener costos manejables.

Las diferencias en los gastos de transporte pueden estar influenciadas por la escala de operaciones, la complejidad de la cadena de suministro, la cobertura geográfica requerida y las estrategias logísticas de cada empresa. Las empresas con operaciones más grandes o una necesidad de distribución más amplia tienden a incurrir en mayores costos de transporte, mientras que las empresas con

operaciones más localizadas o menos complejas pueden mantener costos más bajos.

Figura 36
Gasto de Transporte 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una amplia gama de estrategias logísticas y necesidades operativas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. incurrió en un gasto de transporte de 23%, que sigue siendo alto en comparación con otras empresas. Este gasto significativo probablemente se deba a su extensa red de distribución y a la necesidad de asegurar la entrega de productos a nivel nacional, además de mantener una infraestructura logística adecuada para apoyar sus operaciones.

Bayer S.A. reportó un gasto sorprendentemente bajo de 0.3%. Esta cifra puede indicar una operación altamente optimizada con economías de escala en la gestión de la cadena de suministro, o posiblemente una menor necesidad de distribución extensa en comparación con competidores más grandes. Alternativamente, podría reflejar una estrategia de externalización donde Bayer S.A. podría haber delegado sus operaciones logísticas a terceros.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo un gasto de 46%, el más alto entre las empresas analizadas. Este alto gasto puede estar relacionado con la necesidad de manejar grandes volúmenes de productos químicos, que

requieren un transporte especializado y seguro, incrementando así los costos asociados. La naturaleza de sus productos también puede implicar requisitos logísticos más estrictos y costosos.

Merck C.A. gastó 10%, lo que sugiere una red de distribución considerablemente activa, pero menos extensa en comparación con Johnson & Johnson o Ecuaquímica. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportó 4%, lo que refleja una necesidad moderada de transporte, posiblemente indicando una operación de tamaño mediano con una red de distribución relativamente eficiente.

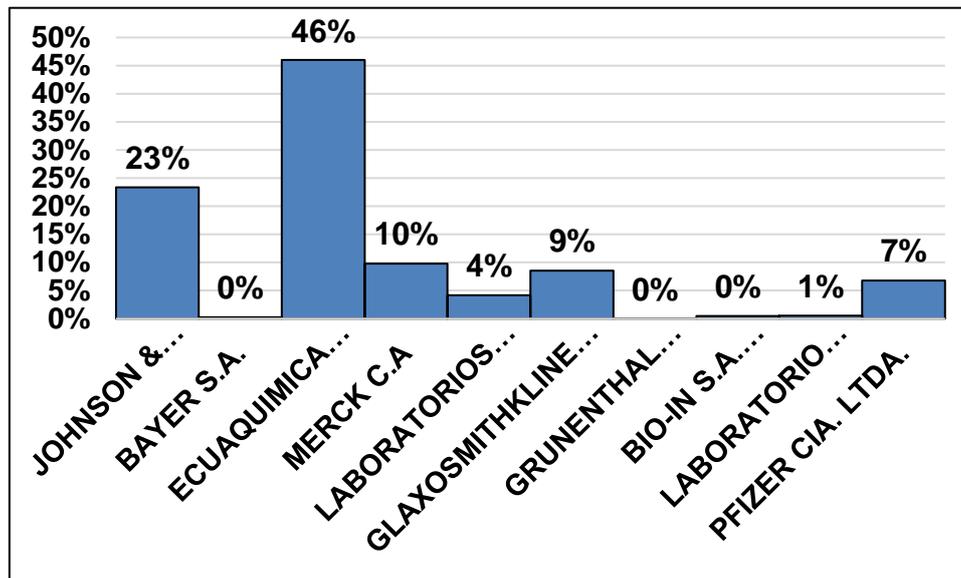
GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 9%, que es significativo pero menor que el de Johnson & Johnson y Ecuaquímica, reflejando una necesidad considerable de distribución. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 0.01%, un gasto extremadamente bajo, que podría indicar una operación muy pequeña o altamente eficiente en términos de logística, o una distribución muy localizada.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo un gasto de 0.46%, una cifra baja que puede reflejar una operación con menor necesidad de transporte o una estrategia de logística muy optimizada. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó 1%, lo que sugiere una operación relativamente pequeña o menos compleja en términos de logística.

Pfizer CIA. LTDA. tuvo un gasto de 7%, lo que indica una necesidad considerable de distribución, pero no tan alta como la de Johnson & Johnson o Ecuaquímica. Este gasto sugiere una red de distribución significativa pero posiblemente más eficiente en comparación con los líderes en términos de gasto de transporte.

Las diferencias en los gastos de transporte en 2018 reflejan variaciones en la escala y complejidad de las operaciones, así como en las estrategias logísticas de cada empresa. Las empresas con operaciones más grandes y redes de distribución extensas tienden a tener mayores gastos de transporte, mientras que las empresas más pequeñas o aquellas con operaciones altamente optimizadas pueden mantener sus costos logísticos en niveles más bajos.

Figura 37
Gasto de Transporte 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador variaron considerablemente, reflejando las diferencias en tamaño, alcance y estrategia de distribución de cada empresa.

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un gasto de transporte de 24%. Este elevado gasto es consistente con su extensa red de distribución y operaciones a gran escala, que requieren una logística compleja y bien coordinada para asegurar el suministro de productos a través del país. La magnitud del gasto también puede estar influenciada por la necesidad de cumplir con estándares rigurosos de seguridad y manejo, especialmente en la industria farmacéutica.

En contraste, Bayer S.A. tuvo un gasto de solo 0.1%. Este gasto relativamente bajo podría reflejar una estrategia de logística muy eficiente o una menor necesidad de distribución extensa en comparación con empresas más grandes. Alternativamente, podría ser indicativo de una externalización de las operaciones de transporte a terceros, lo que puede reducir los costos directos reportados.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. registró un gasto significativo de 53%. Este alto gasto puede estar asociado con la necesidad de transportar grandes volúmenes de productos químicos, que requieren un manejo

especializado y cumplimiento de regulaciones estrictas. Los costos elevados reflejan la complejidad y los requisitos específicos del transporte de productos químicos.

Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportaron gastos de transporte de 4% y 4%, respectivamente. Estos montos indican una operación de tamaño moderado con necesidades logísticas considerables pero no comparables con los gigantes de la industria. Los gastos reflejan la necesidad de una red de distribución eficiente que soporte su volumen de operaciones.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. tuvo un gasto de 10%, lo que señala una red de distribución significativa pero menos extensa que la de Johnson & Johnson y Ecuquímica. El gasto de transporte es lo suficientemente alto como para indicar una operación considerablemente activa en términos de logística.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 0.44%, una cifra relativamente baja que puede indicar una operación más pequeña o una gestión altamente eficiente de la cadena de suministro. La baja cifra sugiere que la empresa podría estar optimizando sus costos logísticos de manera efectiva o limitando su alcance geográfico.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo un gasto de 1%, lo que sugiere una necesidad moderada de transporte, posiblemente en línea con una operación de tamaño pequeño a mediano con una logística relativamente eficiente.

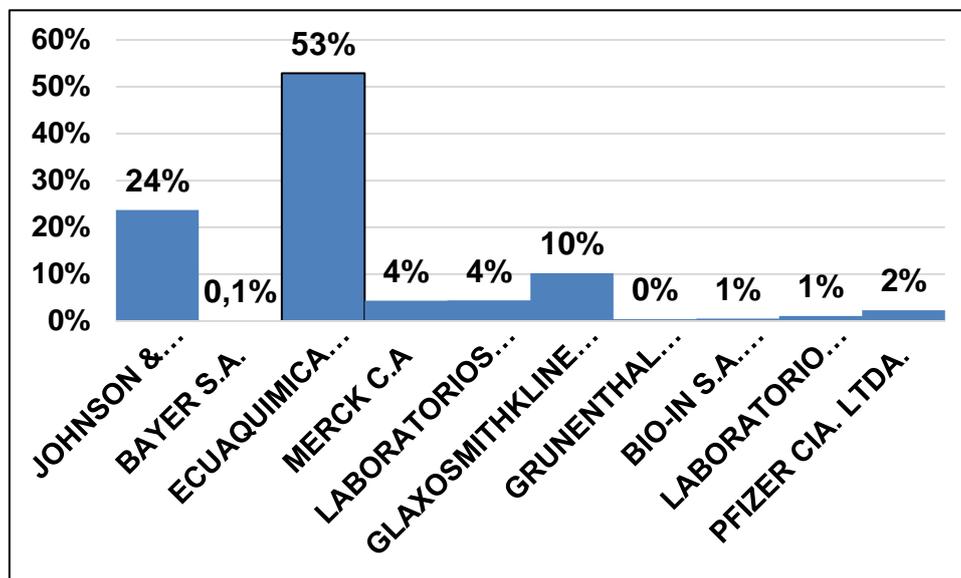
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó 1%, lo que indica una operación con necesidades de distribución modestas en comparación con las grandes empresas, pero aún significativa para el tamaño de la empresa.

Pfizer CIA. LTDA. tuvo un gasto de 2%, lo que sugiere una operación con una red de distribución considerable, aunque no tan extensa como la de Johnson & Johnson o Ecuquímica.

Las diferencias en los gastos de transporte en 2019 pueden ser atribuidas a varios factores, incluyendo el tamaño de la empresa, la complejidad de la red de distribución, el volumen de productos manejados, y las estrategias de logística adoptadas. Las empresas con operaciones más grandes y redes de distribución extensas generalmente tienen mayores gastos de transporte, mientras que las empresas más pequeñas o aquellas con operaciones altamente optimizadas pueden mantener sus costos logísticos en niveles más bajos.

Figura 38

Gasto de Transporte 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2020, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron una variedad de montos, que reflejan tanto el impacto de la pandemia en las operaciones logísticas como las diferencias en la escala y estrategias de cada empresa.

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un gasto de transporte de 16%. Esta cifra elevada puede ser atribuida a su amplia red de distribución y a la necesidad de mantener el flujo constante de productos a pesar de las interrupciones globales causadas por la pandemia. Las empresas grandes como Johnson & Johnson enfrentan desafíos significativos en la logística durante períodos de alta demanda y restricciones operativas, lo que puede aumentar sus costos de transporte.

Bayer S.A. reportó un gasto de 0.35%, una cifra considerablemente baja en comparación con otras empresas. Esto puede indicar una mayor eficiencia en la gestión de la logística o una posible reducción en las operaciones de transporte debido a la pandemia. También puede reflejar una estrategia de externalización de los servicios de transporte a terceros, lo que reduce los costos directos reportados.

Ecuacuímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo un gasto de 57%, que es el más alto entre las empresas analizadas. Este elevado gasto puede estar relacionado con la necesidad de transportar grandes volúmenes de productos químicos, que requieren una gestión logística especializada. La pandemia puede haber incrementado estos costos debido a medidas adicionales de seguridad y transporte especializado para manejar productos químicos de manera segura.

Merck C.A. reportó 5%, y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 5%. Ambos gastos indican una operación de tamaño moderado que aún enfrenta desafíos logísticos durante la pandemia. Los costos elevados pueden reflejar ajustes en la cadena de suministro para garantizar la disponibilidad de productos esenciales.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 11%, una cifra que indica una red de distribución significativa. Esta empresa, al igual que Johnson & Johnson, probablemente enfrentó desafíos logísticos adicionales durante la pandemia, lo que llevó a un aumento en los gastos de transporte para asegurar la entrega continua de productos.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 1%, una cifra relativamente baja que podría reflejar una eficiencia en la gestión de la cadena de suministro o una reducción en las operaciones durante la pandemia. La empresa podría haber optimizado sus costos de transporte para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo un gasto de 1%, que sugiere una necesidad moderada de transporte. Esta cifra puede reflejar un aumento en los costos debido a la pandemia, pero sigue siendo inferior a los gastos de las grandes empresas, indicando una operación de tamaño pequeño a mediano.

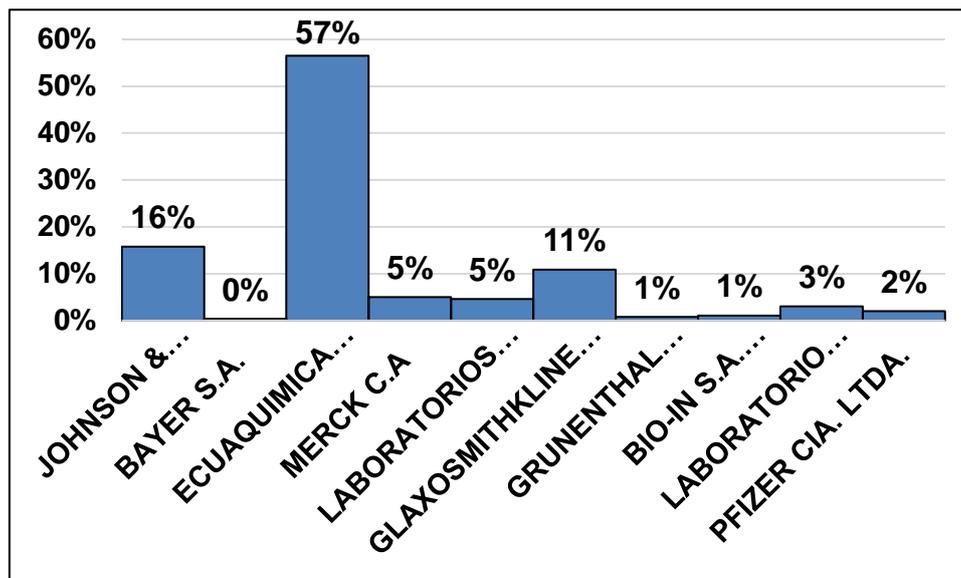
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó un gasto de 3%, una cifra moderada que puede reflejar una operación con necesidades logísticas específicas en el contexto de la pandemia.

Pfizer CIA. LTDA. reportó un gasto de 2%, lo que sugiere una red de distribución considerable, pero no tan extensa como la de las grandes empresas mencionadas anteriormente.

En resumen, las diferencias en los gastos de transporte en 2020 pueden ser atribuidas a una combinación de factores, incluyendo el tamaño de la empresa, la complejidad de la red de distribución, y el impacto específico de la pandemia en las

operaciones logísticas. Las empresas que manejan grandes volúmenes o que enfrentan mayores desafíos logísticos durante la pandemia tienden a tener gastos de transporte más altos, mientras que las empresas con operaciones más eficientes o reducidas pueden mantener costos más bajos.

Figura 39
Gasto de Transporte 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una variedad de factores que indican tanto la recuperación post-pandemia como la adaptación a nuevas condiciones del mercado.

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo un gasto de transporte de 15%, un incremento notable respecto al año anterior. Este aumento puede reflejar la necesidad de reinvertir en su red de distribución y manejar un volumen de operaciones elevado mientras se ajustan a las nuevas condiciones económicas y logísticas post-pandemia. La empresa podría haber expandido sus operaciones o mejorado su infraestructura para asegurar la eficiencia en la distribución de sus productos.

Bayer S.A. reportó un gasto de 9%, también un aumento significativo en comparación con el año previo. Este incremento podría indicar una expansión en sus operaciones logísticas o un aumento en el costo de transporte debido a la

recuperación de la pandemia. La empresa puede haber enfrentado mayores costos para garantizar el suministro continuo y la disponibilidad de sus productos en el mercado.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo el gasto de transporte más alto con 49%. Este elevado monto probablemente refleja la necesidad de manejar grandes volúmenes de productos químicos, que requieren una logística especializada y segura. El aumento en el gasto puede estar relacionado con las medidas adicionales de seguridad y los desafíos específicos asociados con el transporte de productos químicos durante la recuperación post-pandemia.

Merck C.A. reportó 4% en gastos de transporte, y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 4%. Ambos montos indican una operación de tamaño moderado. Los costos más altos en comparación con años anteriores pueden reflejar ajustes en la cadena de suministro para adaptarse a la recuperación del mercado y asegurar la eficiencia en la distribución de productos.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 10%, un aumento que sugiere una necesidad de asegurar una red de distribución robusta y adaptada a las condiciones post-pandemia. La empresa podría haber enfrentado mayores costos debido a la necesidad de mantener el suministro de productos esenciales en un entorno logístico más complejo.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó un gasto de 1%, que es relativamente bajo en comparación con otras empresas. Esto podría indicar una operación eficiente en la gestión de la cadena de suministro o una menor expansión de operaciones durante el período de recuperación.

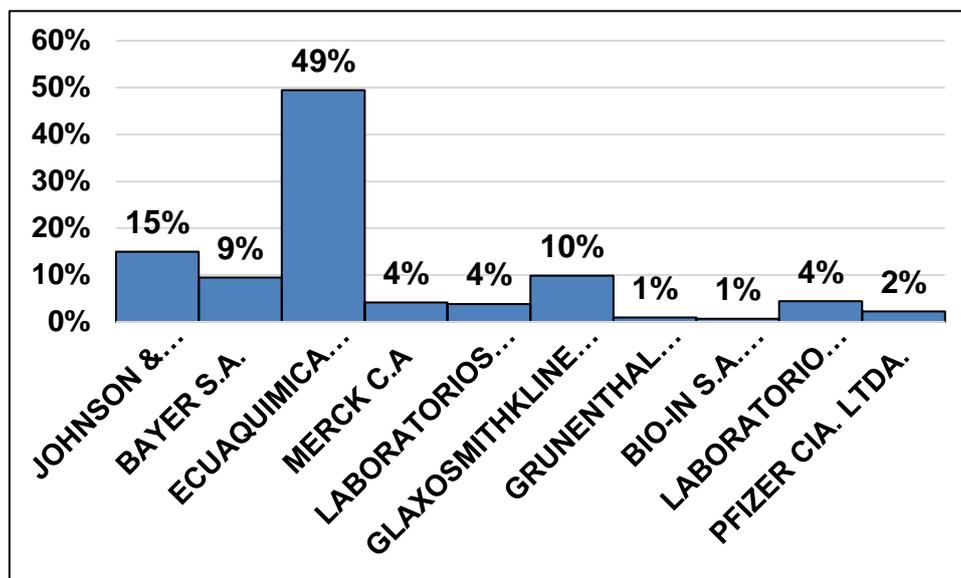
Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo un gasto de 1%, que es menor en comparación con las grandes empresas, pero un aumento respecto al año anterior. Este gasto puede reflejar la adaptación a la demanda creciente y los ajustes necesarios en la logística.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó un gasto de 4%, una cifra moderada que puede reflejar tanto la recuperación de la pandemia como la necesidad de gestionar un volumen considerable de transporte de productos clínicos.

Pfizer CIA. LTDA. reportó 2% en gastos de transporte. Este monto sugiere un aumento moderado en los costos, posiblemente relacionado con la expansión de sus operaciones o la adaptación a las nuevas condiciones del mercado.

En resumen, los gastos de transporte en 2021 reflejan las diferentes etapas de recuperación post-pandemia y las estrategias individuales de cada empresa para gestionar sus operaciones logísticas. Las variaciones en los gastos están influenciadas por la escala de operaciones, la complejidad de la red de distribución, y los ajustes necesarios para adaptarse a un entorno económico y logístico en cambio.

Figura 40
Gasto de Transporte 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

Comparación de Gastos Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas del año 2017-2021

En 2017, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan diversas estrategias y niveles de eficiencia en la gestión logística. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una comparación con ventas de 2%, lo que indica un gasto relativamente alto en transporte en relación con sus ventas. Esto podría estar asociado con una red de distribución extensa o con inversiones en mejorar la eficiencia operativa. Bayer S.A. tuvo una comparación del 1%, un valor

moderado que sugiere una gestión más equilibrada de sus costos de transporte en relación con sus ventas.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. y Merck C.A., ambos con una comparación del 1%, indican una gestión eficiente en términos de transporte relativo a sus ventas. Estos valores pueden reflejar un manejo adecuado de su red de distribución, a pesar de los desafíos específicos del transporte de productos químicos en el caso de Ecuaquímica. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA y GlaxoSmithKline Ecuador S.A. reportaron una comparación del 1%, lo que sugiere que ambas empresas manejaron de manera eficiente sus costos de transporte en relación con sus ventas. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con una comparación del 0%, muestra una eficiencia excepcional en sus costos de transporte o una estructura de costos muy optimizada.

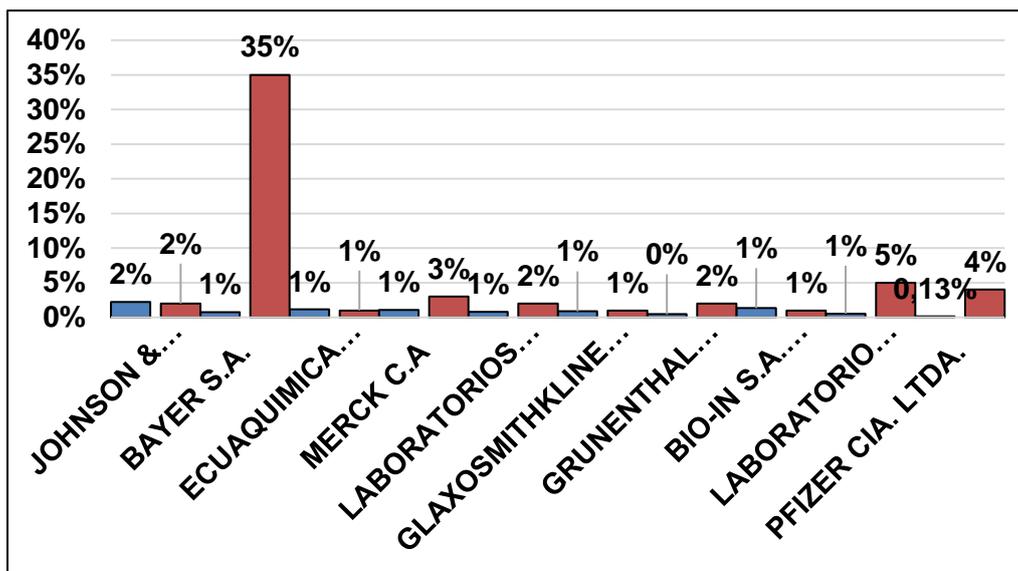
Bio-IN S.A. Sistemas Médicos y Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportaron una comparación del 1% y del 0%, respectivamente. Estos valores sugieren un manejo adecuado de sus gastos en transporte en relación con sus ventas. Pfizer CIA. LTDA., con una comparación del 0.13%, también refleja una gestión muy eficiente de los costos de transporte en relación con sus ventas.

En términos de utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una utilidad del 2%, que es relativamente baja en comparación con otras empresas. Esto puede reflejar un alto gasto operativo o desafíos en la optimización de sus costos. Bayer S.A. tuvo una utilidad notable del 35%, lo que sugiere una gestión altamente eficiente de sus costos y precios, logrando una rentabilidad significativa. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. reportó una utilidad del 1%, que podría indicar márgenes más ajustados debido a los altos costos asociados con la producción y distribución de productos químicos.

Las variaciones en la utilidad con ventas reflejan las diferencias en la rentabilidad de cada empresa y su capacidad para gestionar costos operativos y estrategias de precios. Estas diferencias pueden ser el resultado de diversas estrategias comerciales, estructuras de costos y niveles de eficiencia operativa en el sector farmacéutico.

Figura 41

Comparación de Gasto de Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una notable variabilidad en la gestión de costos y eficiencia operativa. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una comparación con ventas de 2%, un porcentaje significativo que sugiere que la empresa incurrió en gastos relativamente altos en transporte en relación con sus ventas. Este aumento podría estar relacionado con una expansión de su red de distribución o con ajustes necesarios para mantener su operación eficiente en un entorno cambiante.

Bayer S.A., por otro lado, reportó una comparación de solo 0,02%, indicando una gestión extremadamente eficiente de sus costos de transporte. Este bajo porcentaje podría reflejar economías de escala o una estructura logística altamente optimizada. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., Merck C.A., y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., todos con una comparación del 1%, muestran una gestión relativamente equilibrada de sus gastos en transporte en relación con sus ventas. Estos valores sugieren que estas empresas han mantenido un control adecuado sobre sus costos logísticos.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. también reportó una comparación del 1%, lo que indica que manejó eficientemente sus costos de transporte en relación con sus ventas, similar a las otras empresas mencionadas. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con una comparación de 0,00%, destaca por su eficiencia en costos de transporte, posiblemente gracias a una gestión extremadamente eficaz o a una menor necesidad de transporte en comparación con sus ventas.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó una comparación del 0,32%, que, aunque superior a otras empresas en términos de eficiencia, aún sugiere un control razonable sobre sus gastos logísticos. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. tuvo una comparación de 0,06%, mostrando una gestión efectiva de costos de transporte en relación con sus ventas.

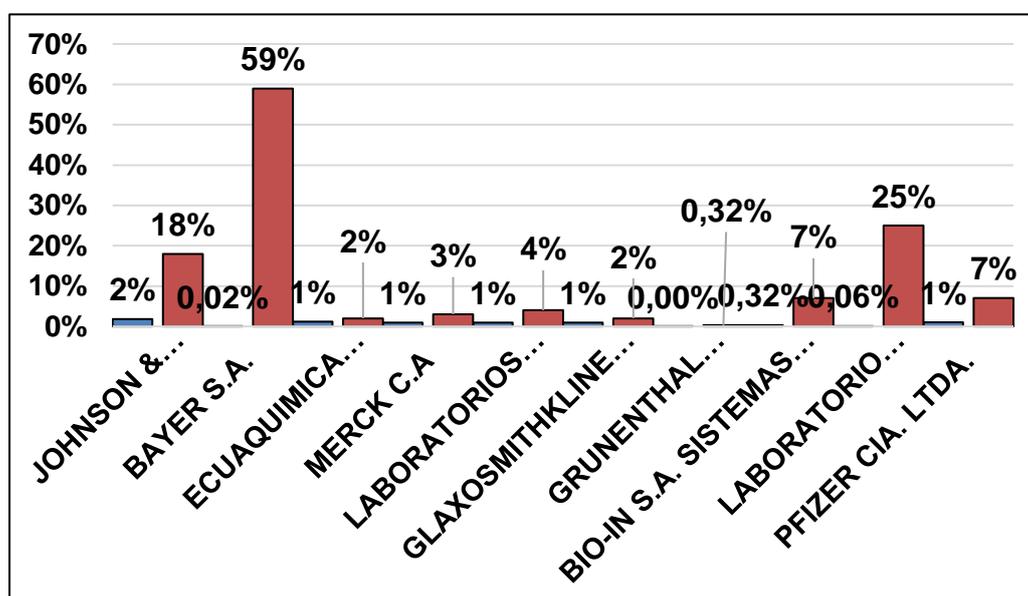
Pfizer CIA. LTDA., con una comparación del 1%, refleja una gestión de transporte adecuada en relación con sus ventas, alineada con otras empresas de tamaño y operación similar.

En cuanto a la utilidad con ventas en 2018, Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una utilidad del 18%, una mejora significativa respecto al año anterior. Este aumento en la rentabilidad podría deberse a una optimización en la gestión de costos o a una estrategia de precios más efectiva. Bayer S.A. reportó una alta utilidad del 59%, lo que sugiere una excelente gestión de costos y una estrategia de precios muy efectiva que maximiza sus márgenes de ganancia.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó una utilidad del 7%, que indica una gestión relativamente eficiente en términos de costos y precios. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. tuvo una alta utilidad del 25%, destacándose por su eficiencia operativa y su capacidad para generar ganancias significativas. Pfizer CIA. LTDA. reportó una utilidad del 7%, reflejando una sólida gestión de costos y precios.

Figura 42

Comparación de Gasto de Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador variaron considerablemente, reflejando diferencias en la gestión de costos y eficiencia operativa.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó una comparación de 0,05%, lo que sugiere una eficiencia en la gestión de costos de transporte, mientras que Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo una comparación del 0,33%, que es relativamente baja pero mayor que la de Bayer. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una comparación del 0,14%, y Pfizer CIA. LTDA. tuvo una comparación del 0,31%. Las diferencias en estos porcentajes reflejan cómo cada empresa gestiona sus costos de transporte en relación con sus ventas, lo cual puede depender de la escala de operaciones y la eficiencia logística.

En términos de utilidad con ventas en 2019, las variaciones fueron notables. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una utilidad del 11%, que aunque menor que en años anteriores, aún refleja una rentabilidad sólida. Bayer S.A. destacó con una utilidad del 60%, lo que sugiere una excelente gestión de costos y precios, permitiendo márgenes de ganancia elevados.

Por otro lado, Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo una utilidad baja del 0,36%, posiblemente debido a los altos costos asociados con el manejo y distribución de productos químicos. Merck C.A. reportó una utilidad del 0,33%, también baja en comparación con otras empresas, lo que podría indicar desafíos en la gestión de costos o en la estrategia de precios.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA. y GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con utilidades del 2%, reflejan una rentabilidad moderada que podría estar influenciada por la gestión operativa y las estrategias de precios. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA. mostró una utilidad del 4%, mientras que Bio-IN S.A. Sistemas Médicos alcanzó una utilidad del 5%, indicando una eficiencia en la gestión de costos y precios que les permitió generar ganancias considerables.

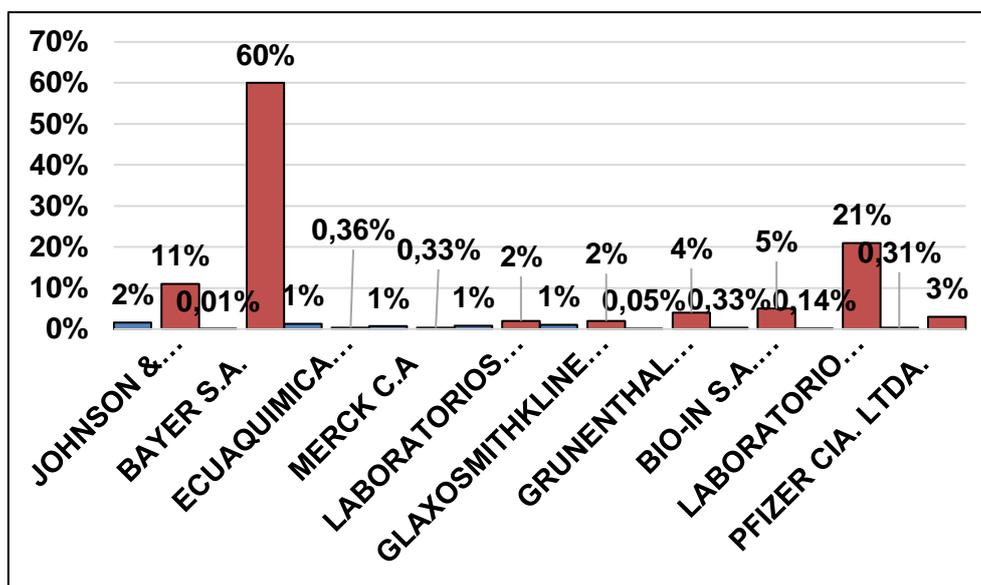
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una alta utilidad del 21%, destacándose en términos de rentabilidad, lo que sugiere una gestión efectiva de sus costos operativos y estrategias de precios. Pfizer CIA. LTDA.

reportó una utilidad del 3%, que es relativamente baja en comparación con otras empresas, pero aún refleja una gestión de costos y precios razonable.

Las diferencias en la utilidad con ventas reflejan cómo cada empresa maneja sus costos operativos y precios, así como la eficiencia en la producción y distribución. Estas variaciones pueden estar influenciadas por factores como la estructura de costos, la competencia en el mercado, y las estrategias de precios y distribución adoptadas por cada empresa.

Figura 43

Comparación de Gasto de Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2020, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan variaciones que pueden estar relacionadas con las dificultades y ajustes provocados por la pandemia. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo una comparación con ventas del 1%, un aumento en relación con años anteriores, que podría estar vinculado a los desafíos adicionales en la logística debido a la pandemia. Bayer S.A., por otro lado, reportó una comparación muy baja del 0,02%, sugiriendo una gestión extremadamente eficiente de los costos de transporte en medio de las condiciones difíciles.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A., Merck C.A., Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, GlaxoSmithKline Ecuador S.A., Bio-IN

S.A. Sistemas Médicos, y Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA., todos reportaron una comparación del 1%. Esto podría reflejar una estrategia similar en el manejo de los costos de transporte frente a las dificultades logísticas del año. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo una comparación de 0%, indicando una posible eficiencia excepcional en la gestión de sus costos de transporte. Pfizer CIA. LTDA. reportó una comparación del 0,32%, que es relativamente baja pero superior a la de Bayer, sugiriendo un manejo eficiente, pero con ciertos costos adicionales.

En términos de utilidad con ventas en 2020, las variaciones fueron marcadas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una utilidad del 14%, que aunque significativa, es menor que en años anteriores, reflejando posibles desafíos en la rentabilidad debido a las condiciones pandémicas. Bayer S.A. alcanzó una alta utilidad del 55%, lo que puede indicar una notable eficiencia operativa y capacidad para ajustar su estrategia en respuesta a la pandemia.

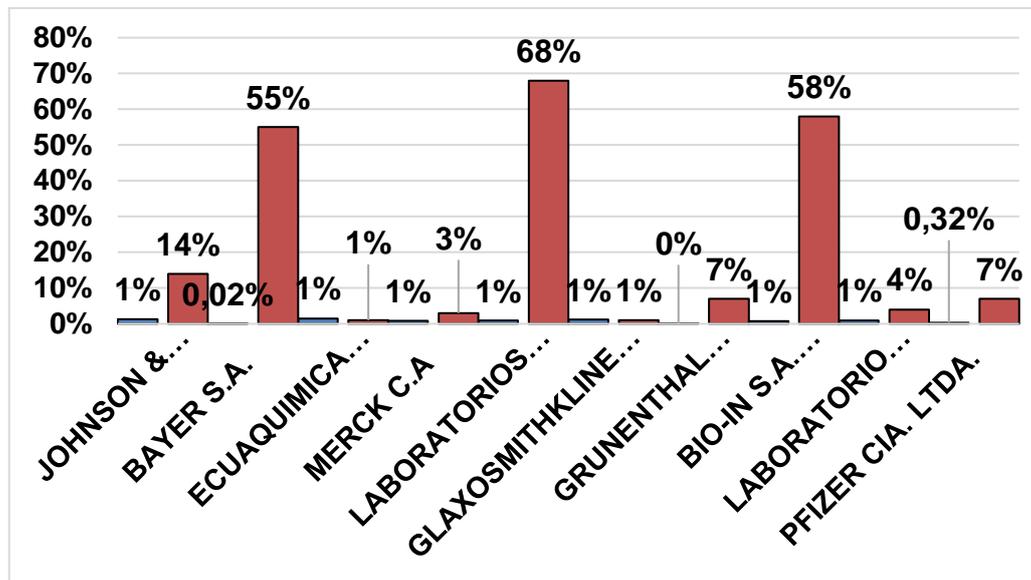
Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo una utilidad baja del 1%, posiblemente debido a los elevados costos de transporte y logística asociados con los productos químicos durante la pandemia. Merck C.A. reportó una utilidad del 3%, mientras que Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo una excepcional utilidad del 68%, lo que sugiere una gestión muy efectiva de costos y precios en un contexto desafiante.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. reportó una utilidad del 1%, similar a la de Ecuaquímica, y puede reflejar dificultades similares en la gestión de costos. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó una utilidad del 7%, y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos alcanzó una alta utilidad del 58%, indicando una capacidad destacada para adaptarse y manejar costos. Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una utilidad del 4%, y Pfizer CIA. LTDA. tuvo una utilidad del 7%, que, aunque moderada en comparación con otras empresas, refleja una capacidad sólida de adaptación durante el año.

Las diferencias en la utilidad con ventas en 2020 subrayan cómo las empresas manejaron los costos y se adaptaron a las nuevas condiciones impuestas por la pandemia. Estas variaciones reflejan la eficacia de sus estrategias de adaptación, la eficiencia operativa y la habilidad para gestionar los costos en un entorno altamente desafiante.

Figura 44

Comparación de Gasto de Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, los gastos de transporte de las empresas farmacéuticas en Ecuador mostraron una amplia gama de resultados, reflejando la adaptación y recuperación post-pandemia. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo una comparación con ventas del 2%, lo que indica una proporción relativamente alta de gastos de transporte en relación con sus ventas, posiblemente debido a la necesidad de reinvertir en su red de distribución o manejar un aumento en el volumen de operaciones. Bayer S.A. reportó una comparación del 1%, lo que sugiere un manejo eficiente de los costos de transporte. Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. también tuvo una comparación del 2%, similar a Johnson & Johnson, lo que podría reflejar los elevados costos asociados con la logística de productos químicos.

Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportaron ambos un 1%, mientras que GlaxoSmithKline Ecuador S.A. tuvo una comparación del 1%, indicando que estas empresas manejaron sus costos de transporte de manera bastante similar. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo una comparación del 0,2%, lo que es relativamente bajo y podría reflejar una operación muy eficiente en términos de logística. Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó una comparación del 0,49%, y Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. tuvo una

comparación del 2%, lo que sugiere un gasto de transporte elevado en relación con sus ventas. Pfizer CIA. LTDA. reportó una comparación del 0,40%, indicando un manejo eficiente pero con algunos costos adicionales en comparación con otras empresas.

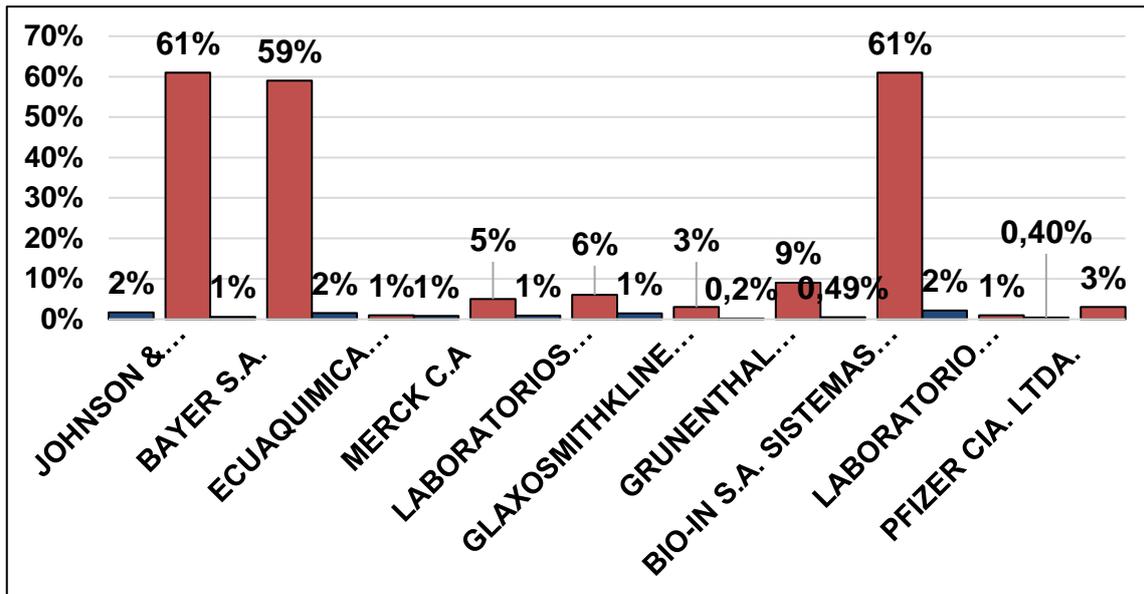
En cuanto a la utilidad con ventas en 2021, se observaron variaciones significativas. Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó una utilidad del 61%, la más alta entre las empresas, lo que sugiere una recuperación robusta y una excelente gestión de costos post-pandemia. Bayer S.A. también tuvo una alta utilidad del 59%, reflejando una eficiencia operativa significativa. En contraste, Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. reportó solo un 1% de utilidad, lo que podría indicar desafíos continuos en la gestión de costos o una alta carga de gastos operativos.

Merck C.A. tuvo una utilidad del 5%, y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportó una utilidad del 6%, mientras que GlaxoSmithKline Ecuador S.A. reportó un 3%. Estas cifras reflejan una variedad de resultados en la eficiencia operativa y en la gestión de costos. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó una utilidad del 9%, y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo una utilidad notable del 61%, igualando a Johnson & Johnson, lo que indica una sólida recuperación y eficiencia. Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una utilidad baja del 1%, y Pfizer CIA. LTDA. tuvo una utilidad del 3%, mostrando una recuperación moderada en comparación con otras empresas.

En resumen, las diferencias en los gastos de transporte y en la utilidad con ventas en 2021 reflejan cómo las empresas farmacéuticas en Ecuador se adaptaron y recuperaron después de la pandemia. Las variaciones son indicativas de cómo cada empresa manejó sus costos operativos, ajustó sus estrategias de distribución, y mejoró su eficiencia para enfrentar los desafíos del mercado.

Figura 45

Comparación de Gasto de Transporte con Ventas y la Utilidad de Ventas 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2017, los gastos en viajes de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una variabilidad significativa que puede estar relacionada con sus estrategias de expansión, cobertura geográfica, y la participación en eventos internacionales. Aquí un análisis de los datos:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. tuvo el gasto en viajes más alto con 48%. Este monto elevado sugiere una amplia cobertura geográfica, una estrategia robusta de expansión internacional, y una significativa representación en eventos y reuniones globales. La empresa podría haber estado fortaleciendo su presencia en mercados internacionales o participando activamente en conferencias y actividades relacionadas con la industria.

Bayer S.A. reportó 15%, un gasto considerable pero notablemente menor que el de Johnson & Johnson. Esto puede indicar una cobertura menos extensa o una estrategia de representación más contenida en comparación con Johnson & Johnson, aunque aún mantiene un nivel alto de participación internacional.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo un gasto de 11%, lo que sugiere una necesidad significativa de viaje relacionada con la logística y el manejo de productos químicos, así como la participación en eventos relevantes del sector químico.

Merck C.A. reportó 8%, indicando una cobertura y estrategia de viaje considerable, pero menos extensa que la de Bayer y mucho menor que la de Johnson & Johnson. La empresa probablemente estaba centrada en eventos clave y en mantener relaciones comerciales en mercados estratégicos.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 2%, lo que sugiere un enfoque más limitado en términos de viajes y representación internacional, posiblemente centrado en actividades locales o regionales.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 7%, una cifra intermedia que puede reflejar una participación moderada en eventos internacionales y actividades de expansión.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 5%, indicando una cobertura más pequeña en comparación con las grandes empresas, pero aún significativa en términos de viajes y representación.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo el gasto de 1%, sugiriendo una cobertura mínima en términos de viajes internacionales, probablemente centrada en actividades más locales o regionales.

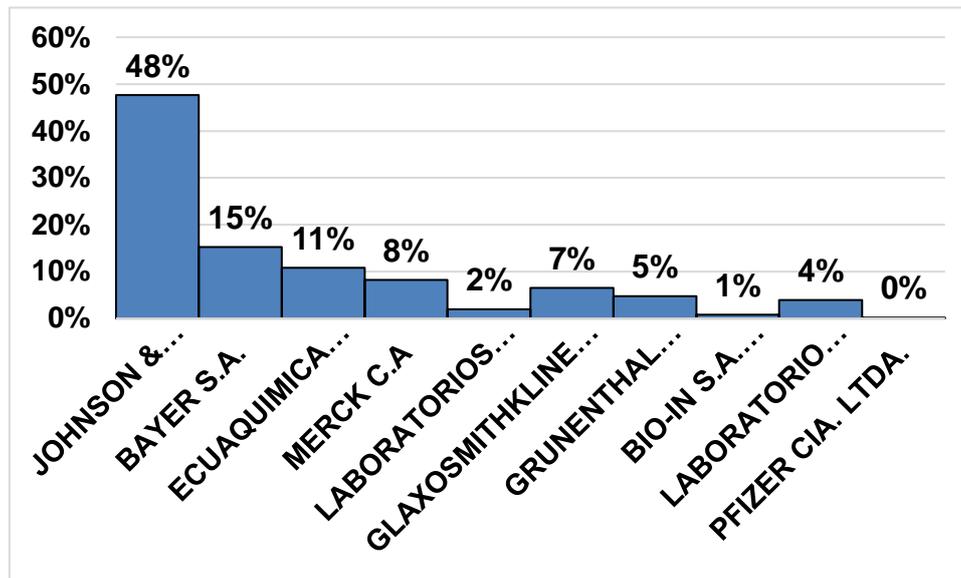
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. gastó 4%, un gasto que puede reflejar un enfoque moderado en viajes y eventos clave, con una cobertura más ajustada en comparación con las grandes corporaciones.

Pfizer CIA. LTDA. tuvo el gasto más bajo con 0.20%, lo que puede indicar una estrategia de viajes muy contenida, enfocada en actividades estrictamente necesarias o con una presencia internacional limitada.

Las diferencias en los gastos de viaje en 2017 entre estas empresas farmacéuticas reflejan sus estrategias individuales de expansión, cobertura geográfica y participación en eventos internacionales. Las empresas con mayores gastos en viajes probablemente estaban invirtiendo en una mayor presencia global y en la participación en eventos clave, mientras que aquellas con menores gastos podrían estar adoptando un enfoque más conservador o focalizado en mercados específicos.

Figura 46

Gasto de Viaje 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los gastos en viajes de las empresas farmacéuticas en Ecuador muestran una variabilidad significativa, que probablemente refleja sus estrategias de expansión, adaptación a las condiciones del mercado y la gestión de sus operaciones internacionales. Aquí está un análisis de los datos:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un gasto en viajes de 11%. Esta cifra representa una disminución notable en comparación con el año anterior, lo que podría indicar una optimización en los gastos de viaje o una posible reducción en la expansión internacional y la participación en eventos. También puede reflejar un ajuste en las estrategias de mercado.

Bayer S.A. tuvo un gasto de 15%, que es una cifra alta, aunque no tanto como el gasto de Ecuaquímica. Este monto puede reflejar una estrategia de expansión internacional significativa o una participación activa en eventos y conferencias globales.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. gastó 21%, el monto más alto entre las empresas listadas. Esto sugiere una necesidad considerable de viajes relacionada con la logística de productos químicos y la participación en eventos del sector químico, así como posiblemente la gestión de operaciones en múltiples regiones.

Merck C.A. reportó un gasto de 15%, una cifra considerable que puede indicar una participación significativa en eventos internacionales y una estrategia activa de expansión en mercados clave.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 4%, una cifra relativamente baja que puede reflejar una presencia más localizada y menos participación en eventos internacionales o conferencias.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 13%, lo que sugiere una cobertura moderada en términos de viajes y eventos internacionales, posiblemente centrada en mercados estratégicos y eventos clave para la empresa.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 10%, que es una cifra intermedia. Este gasto podría reflejar una estrategia de viaje enfocada en la participación en eventos importantes y la expansión en mercados seleccionados.

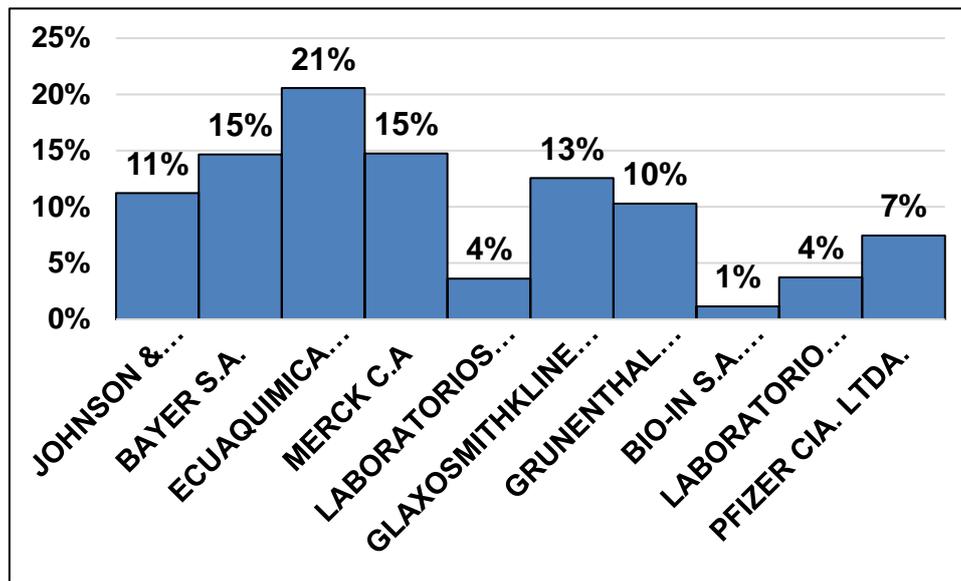
Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo un gasto de 1%, que es el monto más bajo entre las empresas listadas. Esto probablemente indica una cobertura mínima en términos de viajes, posiblemente enfocada en actividades locales o con una presencia internacional limitada.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. gastó 4%, una cifra moderada que puede reflejar una estrategia de viaje más contenida, enfocada en la participación en eventos locales o regionales.

Pfizer CIA. LTDA. reportó un gasto de 7%, que sugiere una cobertura moderada, posiblemente adaptada a sus necesidades específicas de expansión y participación en eventos clave.

Las variaciones en los gastos de viaje en 2018 entre estas empresas reflejan diferentes estrategias de expansión y adaptación al mercado. Las empresas con mayores gastos en viajes probablemente estaban invirtiendo en una mayor presencia global y en la participación en eventos importantes, mientras que aquellas con menores gastos estaban enfocadas en actividades más localizadas o tenían una presencia internacional más limitada. La diferencia en los gastos puede ser resultado de las necesidades específicas de cada empresa para gestionar sus operaciones y fortalecer su presencia en el mercado global.

Figura 47
Gasto de Viaje 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, las ventas reportadas por las empresas farmacéuticas en Ecuador muestran una variedad de cifras que reflejan tanto la presencia en el mercado como la capacidad de cada empresa para captar clientes y satisfacer la demanda. Aquí está un análisis de los datos de ventas:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó ventas de 14%. Este monto indica una posición sólida en el mercado, con una base de clientes significativa y una presencia establecida.

Bayer S.A. alcanzó 22%, el monto más alto entre las empresas listadas. Esto sugiere una fuerte demanda de sus productos y una capacidad destacada para atraer clientes y expandir su participación en el mercado.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. tuvo ventas de 22%, la cifra más alta en esta lista. Esto refleja una gran escala de operaciones y una fuerte demanda de productos químicos, posiblemente respaldada por una amplia red de distribución y clientes en varios sectores industriales.

Merck C.A. reportó 7% en ventas, una cifra más baja en comparación con algunas otras empresas. Esto puede reflejar una presencia de mercado más limitada o una estrategia de negocio centrada en nichos específicos.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo ventas de 4%, lo que también indica una operación más pequeña en comparación con las grandes empresas. La

cifra sugiere un enfoque en segmentos de mercado específicos o una presencia más regional.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. generó 13% en ventas. Esta cifra indica una participación significativa en el mercado, aunque menor en comparación con las cifras más altas de Bayer y Ecuaquímica.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó 10%, reflejando una posición competitiva en el mercado, pero todavía por debajo de las cifras de los principales actores como Bayer y Ecuaquímica.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos tuvo ventas de 1%, una cifra relativamente baja en comparación con las demás empresas. Esto puede indicar un enfoque en nichos específicos o una presencia limitada en el mercado.

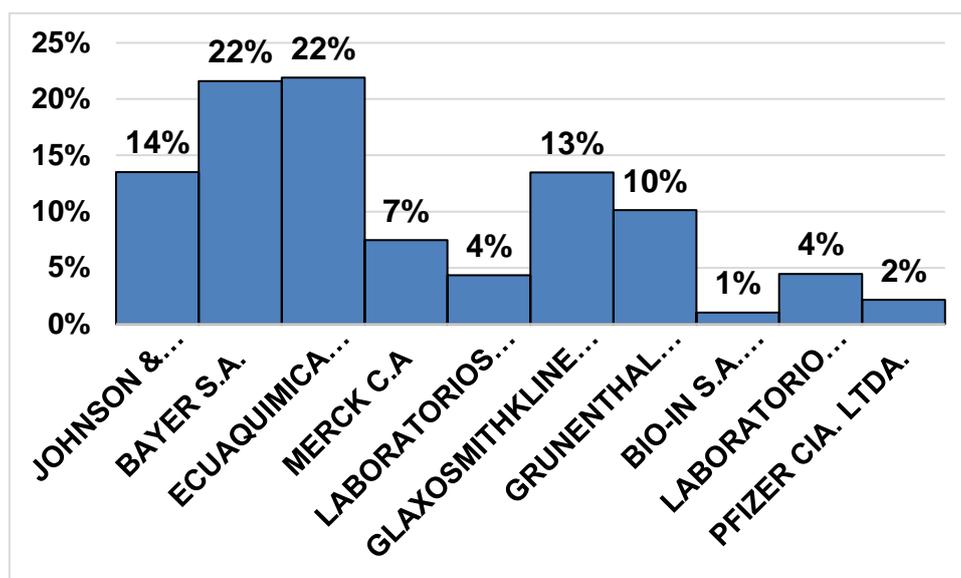
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó 4%, que es una cifra moderada, sugiriendo una presencia estable en el mercado, pero sin alcanzar los niveles más altos de ventas reportados por los grandes jugadores.

Pfizer CIA. LTDA. reportó ventas de 2%, una cifra que refleja una posición competitiva en el mercado, con una buena base de clientes y una capacidad para generar ingresos significativos.

Las variaciones en las ventas reflejan diferencias en la demanda del mercado, la capacidad de las empresas para atraer clientes, y su presencia en el mercado. Las empresas con ventas más altas, como Bayer y Ecuaquímica, probablemente tienen una mayor participación en el mercado y una fuerte demanda de sus productos. Las cifras más bajas pueden indicar un enfoque en nichos específicos, una presencia más regional, o simplemente una menor capacidad para captar una mayor cuota de mercado. Las diferencias también pueden estar influenciadas por la estrategia de cada empresa, su red de distribución, y sus capacidades operativas.

Figura 48

Gasto de Viaje 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2020, los gastos en viaje de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan ajustes significativos en respuesta a la pandemia y cambios en sus estrategias operativas. A continuación, se analiza el gasto en viaje para cada empresa:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un gasto en viaje de 4%. Este monto es notablemente bajo en comparación con años anteriores, lo cual puede reflejar una reducción en viajes de negocios debido a restricciones de viaje durante la pandemia y una posible adaptación hacia reuniones virtuales o locales.

Bayer S.A. tuvo un gasto de 9%, lo que es relativamente alto comparado con otros años y puede indicar un ajuste en sus estrategias para mantener relaciones comerciales y participar en eventos clave durante la pandemia, adaptando sus actividades a las nuevas condiciones del mercado.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. gastó 22%, el monto más alto en esta lista. Este elevado gasto podría deberse a la necesidad de mantener una red de distribución eficiente y a las necesidades específicas de la industria química, que podría haber enfrentado desafíos logísticos adicionales durante la pandemia.

Merck C.A. reportó un gasto de 2%, el segundo más bajo en la lista. Esto puede reflejar una reducción en la actividad de viajes o una estrategia enfocada en minimizar costos durante el año desafiante.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 5%, que es moderado y podría reflejar una reducción en comparación con el año anterior, dado el contexto de pandemia y las restricciones de viaje.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 4%, una cifra que también sugiere una reducción en los gastos en viaje en comparación con años anteriores, ajustándose a las nuevas realidades del mercado.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo un gasto de 3%, que indica un manejo relativamente bajo en gastos de viaje, posiblemente debido a una reducción en la necesidad de viajes o un enfoque en operaciones más locales durante la pandemia.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó 29%, el gasto más alto en esta categoría. Este alto gasto puede ser resultado de la necesidad de mantener una infraestructura de distribución robusta o de responder a una demanda creciente durante la pandemia, lo que puede haber requerido mayores inversiones en logística y viajes.

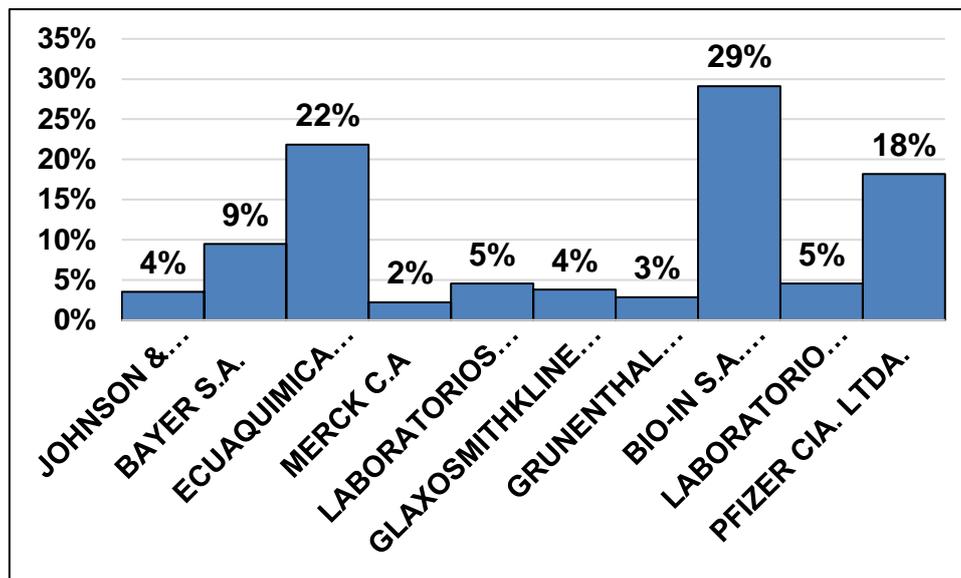
Laboratorio Clínico Ecu-Americana Lab E.A. CIA. LTDA. gastó 5%, una cifra que sugiere una cantidad moderada de gasto en viajes, posiblemente adaptándose a las condiciones del mercado y las restricciones de viaje.

Pfizer CIA. LTDA. reportó un gasto de 18%, una cifra significativa que podría reflejar la necesidad de mantener una fuerte presencia en el mercado y continuar con las actividades comerciales esenciales durante un año con desafíos operativos.

Las diferencias en los gastos de viaje en 2020 reflejan las diversas estrategias que las empresas adoptaron para enfrentar la pandemia. Empresas con gastos más altos como Ecuquímica y Pfizer podrían haber enfrentado desafíos adicionales en logística o mantenido una mayor actividad comercial esencial, mientras que empresas con gastos más bajos como Johnson & Johnson y Merck podrían haber reducido sus viajes de negocios o adaptado sus estrategias a un entorno más local y virtual. La pandemia y las restricciones globales parecen haber llevado a una variabilidad en cómo las empresas manejaron sus gastos en viaje, adaptándose a las nuevas condiciones y priorizando sus recursos de acuerdo con las necesidades emergentes del mercado.

Figura 49

Gastos de Viaje 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, los gastos en viaje de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan las estrategias de recuperación y adaptación post-pandemia. A continuación, se presenta un análisis de los gastos reportados:

Johnson & Johnson del Ecuador S.A. reportó un gasto en viaje de 4%. Aunque es un aumento en comparación con 2020, sigue siendo moderado. Esto puede indicar una recuperación gradual en la necesidad de viajes y una posible adaptación hacia un enfoque más equilibrado entre encuentros virtuales y presenciales.

Bayer S.A. tuvo un gasto de 19%, notablemente más alto que en 2020. Este incremento puede reflejar un aumento en la actividad de viajes para fortalecer relaciones comerciales, asistir a eventos o explorar nuevas oportunidades de negocio en un contexto post-pandemia.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos C.A. invirtió 31%, el monto más alto entre las empresas listadas. Este alto gasto puede estar relacionado con la necesidad de mantener o expandir una red de distribución especializada y enfrentar los desafíos logísticos asociados con el transporte de productos químicos.

Merck C.A. reportó 4%, una cifra que es comparable con el gasto de 2020. Esto sugiere que Merck pudo haber mantenido una estrategia estable en cuanto a gastos en viaje, ajustándose a las condiciones cambiantes del mercado.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA tuvo un gasto de 8%, lo cual es un aumento respecto al año anterior. Este incremento puede reflejar una mayor actividad en viajes para apoyar la recuperación y expansión de sus operaciones.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. gastó 2%, la cifra más baja entre las empresas listadas. Esto podría sugerir que la empresa continuó priorizando reuniones virtuales y limitó sus viajes para mantener costos bajo control durante la fase de recuperación.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA tuvo un gasto de 4%, un aumento moderado en comparación con el año anterior. Este incremento puede reflejar una ligera recuperación en la actividad de viajes.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó 1%, el gasto más bajo en esta lista. Esto puede indicar una estrategia conservadora en gastos de viaje o una posible dependencia en estrategias de negocio locales o virtuales.

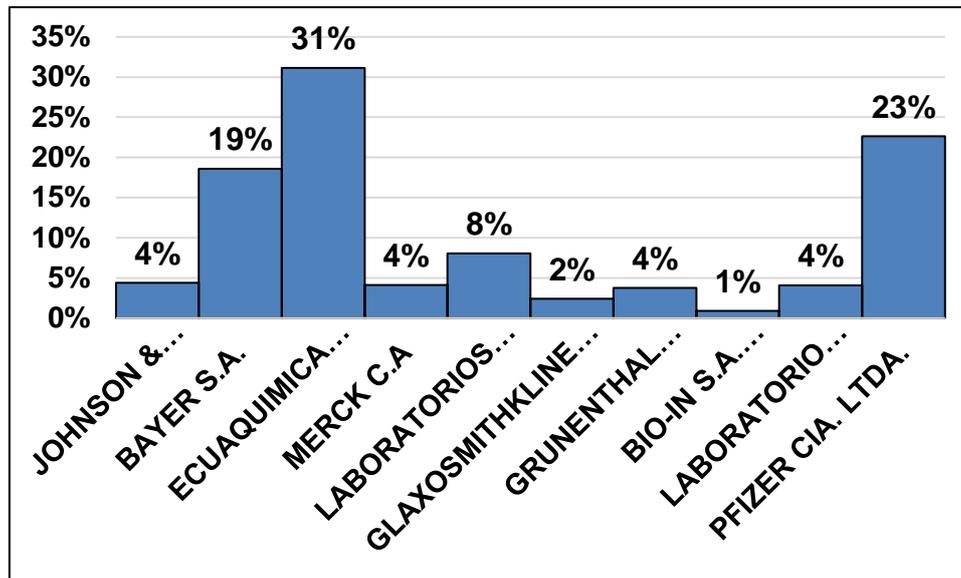
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. gastó 4%, una cifra comparable con la de 2020, lo cual podría reflejar una estabilidad en su estrategia de viajes.

Pfizer CIA. LTDA. reportó un gasto de 23%, lo que representa un aumento significativo en comparación con el año anterior. Este alto gasto puede estar asociado con una recuperación agresiva de operaciones y una mayor necesidad de interacciones presenciales para fortalecer la presencia en el mercado y asegurar el suministro de productos.

Los gastos en viaje en 2021 muestran una variabilidad significativa entre las empresas, con algunas aumentando sus gastos en respuesta a una mayor actividad comercial y recuperación post-pandemia, mientras que otras mantuvieron o redujeron sus gastos. Empresas como Ecuquímica y Pfizer, con altos gastos en viaje, podrían estar invirtiendo en expandir o mantener su red de operaciones y relaciones comerciales, mientras que empresas con gastos más bajos, como Bio-IN y GlaxoSmithKline, podrían estar priorizando estrategias más conservadoras o digitales en su enfoque comercial. La adaptación a nuevas normativas y condiciones del mercado post-pandemia parece ser un factor clave en las diferencias observadas en los gastos en viaje.

Figura 50

Gastos de Viaje 2021



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2017, los datos de comparación con ventas y utilidad con ventas para las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan una diversidad de estrategias y prioridades que impactan su rendimiento financiero y operativo.

Comparación con Ventas (Gasto en Viaje)

Johnson & Johnson del Ecuador SA (7%), reportó una alta proporción de gastos en viaje en relación con sus ventas. Este elevado porcentaje puede atribuirse a una estrategia agresiva de expansión y fortalecimiento de su red de distribución. La empresa probablemente invirtió significativamente en actividades de viaje para asegurar su presencia en mercados clave, asistir a conferencias internacionales y mantener relaciones con socios estratégicos. Además, el gasto en viaje puede reflejar una política de inversión en la capacitación de personal y en la representación en eventos cruciales para la innovación y el desarrollo de productos.

Bayer S.A. (1%) y Otras Empresas con 1% como Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA, Merck C.A., Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, GlaxoSmithKline Ecuador S.A., Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos, reportaron una comparación con ventas del 1%. Esta cifra relativamente baja indica un enfoque más moderado en los gastos de viaje en comparación con Johnson & Johnson. Para estas empresas, los gastos en viaje pueden estar más enfocados en la eficiencia operativa y la optimización de costos,

priorizando el control de gastos y limitando las actividades internacionales a lo estrictamente necesario para mantener su competitividad.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó un 2%, lo que sugiere un enfoque más equilibrado en el gasto en viaje, posiblemente relacionado con sus actividades de expansión y la necesidad de asistir a eventos relevantes para su segmento específico del mercado. La proporción de gastos podría reflejar inversiones en la mejora de sus redes de distribución o en la participación en conferencias especializadas que son cruciales para su área de negocio.

Pfizer CIA. LTDA. (0,02%)

Pfizer CIA. LTDA. reportó la proporción más baja de gastos en viaje, lo que puede indicar una estrategia conservadora en términos de inversión en viajes. Este bajo porcentaje podría reflejar un enfoque más centrado en la eficiencia operativa y la minimización de costos de viaje, optando por alternativas más económicas o virtuales para sus actividades internacionales y de representación.

Utilidad con Ventas

Bayer S.A. reportó la mayor utilidad con ventas del 35%, lo que señala una eficiencia operativa excepcional y una capacidad significativa para gestionar costos. Esta alta rentabilidad puede ser el resultado de una sólida estrategia de control de costos y un enfoque exitoso en la optimización de precios. La empresa probablemente logró una ventaja competitiva mediante la implementación de estrategias efectivas de producción y distribución, así como una sólida gestión financiera.

A pesar de un alto gasto en viaje, Johnson & Johnson del Ecuador SA reportó una utilidad con ventas relativamente baja del 2%. Este contraste sugiere que la empresa podría haber enfrentado altos costos operativos o una presión de precios que limitó su rentabilidad. La alta inversión en viajes puede haber impactado negativamente sus márgenes, subrayando la necesidad de balancear las inversiones en expansión con una gestión eficiente de costos.

Ecuquímica y otras empresas con una utilidad del 1% muestran un desempeño financiero moderado, indicando desafíos en la gestión de costos y la eficiencia operativa. La baja rentabilidad puede reflejar altos costos operativos y desafíos en la estrategia de precios. Estas empresas podrían haber enfrentado

presiones para reducir costos o mejorar la eficiencia en sus operaciones para aumentar sus márgenes de beneficio.

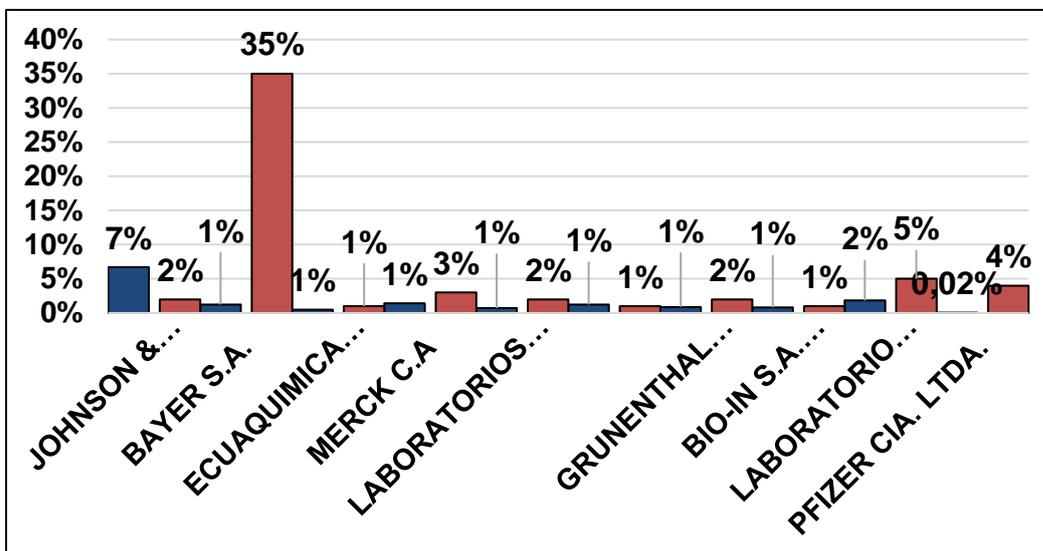
Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó una utilidad del 5%, destacándose entre las empresas con un desempeño financiero más sólido. Esta rentabilidad sugiere una gestión efectiva de costos y una estrategia de precios exitosa, junto con una posible eficiencia en la operación que contribuyó a sus márgenes más altos.

Pfizer CIA. LTDA. reportó una utilidad del 4%, lo que indica una buena eficiencia operativa y una capacidad para gestionar costos y precios de manera efectiva. La empresa pudo haber implementado estrategias eficaces para mantener márgenes de beneficio sólidos mientras enfrentaba desafíos en el mercado.

Las variaciones en los gastos de viaje y la utilidad con ventas reflejan las diferentes estrategias y enfoques operativos de cada empresa, así como su capacidad para gestionar costos, invertir en crecimiento, y mantener la rentabilidad en un entorno competitivo.

Figura 51

Comparación de Gastos Viaje con Ventas y la Utilidad de Ventas 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2018, los datos de comparación con ventas y utilidad con ventas para las empresas farmacéuticas en Ecuador revelan un panorama de uniformidad y variabilidad en términos de gastos y rentabilidad.

La similitud en la comparación con ventas para la mayoría de las empresas farmacéuticas en 2018 sugiere una tendencia uniforme en cuanto a los gastos de viaje en relación con las ventas. Johnson & Johnson del Ecuador SA, Bayer S.A., Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA, Merck C.A., Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, GlaxoSmithKline Ecuador S.A., Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportaron una comparación del 1%, mientras que Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportó un 0,40%. Esta uniformidad en los gastos puede indicar que las empresas adoptaron estrategias similares para gestionar sus actividades internacionales y de viaje en relación con sus ventas, posiblemente ajustando sus presupuestos de viaje en función de la estabilidad del mercado o de sus políticas de inversión.

En contraste, las diferencias significativas en la utilidad con ventas reflejan una variabilidad en la eficiencia operativa y la capacidad para gestionar costos. Bayer S.A. se destacó con una utilidad del 59%, lo que indica una gestión altamente eficiente y una sólida estrategia de control de costos y precios. Esta alta rentabilidad puede deberse a una combinación de economías de escala, una estrategia de precios efectiva y una capacidad superior para manejar los costos operativos.

Johnson & Johnson del Ecuador SA, con una utilidad del 18%, también mostró una rentabilidad notablemente alta en comparación con la mayoría de las otras empresas, reflejando una estrategia efectiva en términos de costos y precios, así como una posible ventaja competitiva en el mercado.

Por otro lado, Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA reportó una utilidad del 2%, que es significativamente más baja en comparación con otras empresas, lo que puede señalar desafíos en la gestión de costos o en la estructura de precios. Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, con utilidades del 3% y 4% respectivamente, también mostraron una rentabilidad modesta, sugiriendo que aunque estos niveles de utilidad son relativamente buenos, aún enfrentaron limitaciones en cuanto a eficiencia operativa o costos.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con una utilidad del 2%, y Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con una utilidad del 0,32%, presentaron rentabilidades menores, lo que podría reflejar dificultades en la gestión de costos o en la obtención de márgenes más altos en comparación con sus competidores.

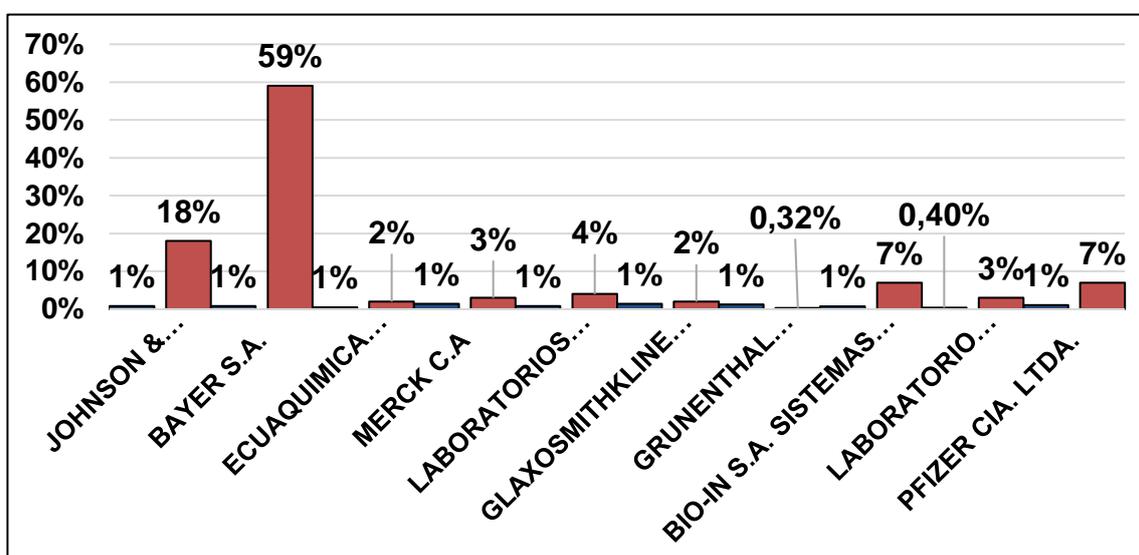
Bio-IN S.A. Sistemas Médicos y Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA. reportaron utilidades del 7% y 3%, respectivamente. Estos resultados muestran una capacidad razonable para generar beneficios en comparación con las empresas que tuvieron utilidades más bajas, sugiriendo un manejo efectivo de costos y estrategias operativas que permitieron obtener márgenes de beneficio relativamente buenos.

Finalmente, Pfizer CIA. LTDA. reportó una utilidad del 7%, alineándose con las empresas que mostraron una rentabilidad razonable, lo que indica una gestión efectiva de costos y una buena estrategia de precios.

La uniformidad en la comparación con ventas sugiere un enfoque común en los gastos de viaje en relación con las ventas, mientras que las variaciones en la utilidad con ventas reflejan diferencias en la eficiencia operativa, control de costos y estrategias de precios entre las empresas.

Figura 52

Comparación de Gastos Viaje con Ventas y la Utilidad de Ventas 2018



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

En 2019, las empresas farmacéuticas en Ecuador presentaron una notable uniformidad en la comparación con ventas, aunque hubo variaciones en la utilidad con ventas que reflejan diferencias significativas en la gestión operativa y la eficiencia.

La comparación con ventas para la mayoría de las empresas, que se mantuvo en un 1% para Johnson & Johnson del Ecuador SA, Bayer S.A., Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA, Merck C.A., Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, GlaxoSmithKline Ecuador S.A., Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos, sugiere una estabilidad en los gastos de viaje en relación con el volumen de ventas. Esta uniformidad podría estar relacionada con una tendencia general en la industria a mantener los gastos de viaje en proporciones similares frente a las ventas, posiblemente debido a estrategias consistentes en la gestión de viajes y la representación en eventos clave.

Pfizer CIA. LTDA., con una comparación del 0,30%, reporta una cifra ligeramente menor, lo que podría indicar una estrategia de reducción de gastos en viaje o una diferencia en la cobertura geográfica y las necesidades de viaje en comparación con las otras empresas. Sin embargo, esta diferencia es relativamente pequeña, lo que sugiere que la mayoría de las empresas mantienen una estrategia similar en cuanto a la proporción de sus gastos de viaje respecto a las ventas.

En términos de utilidad con ventas, las variaciones son más marcadas. Bayer S.A., con una utilidad del 60%, destacó significativamente sobre el resto. Este elevado margen puede reflejar una gestión excepcional de costos y una estrategia efectiva en la optimización de precios, así como una capacidad superior para generar ingresos netos. La alta rentabilidad sugiere que Bayer S.A. tiene un fuerte control sobre sus costos operativos y una efectiva maximización de sus ingresos.

Johnson & Johnson del Ecuador SA reportó una utilidad del 11%, que es considerablemente más alta que la de muchas otras empresas. Esta rentabilidad refleja una buena gestión operativa y una sólida estrategia en el manejo de costos, aunque no al nivel destacado de Bayer.

Por otro lado, Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA mostró una utilidad del 0,36%, que es bastante baja en comparación con sus competidores. Esta baja rentabilidad podría ser indicativa de desafíos en la gestión de costos, posiblemente debido a los altos gastos asociados con la logística y la distribución de productos químicos, que suelen requerir medidas de seguridad y transporte especializadas.

Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA, con utilidades del 0,33% y 2% respectivamente, también presentan rentabilidades bajas, lo que podría

reflejar problemas similares en la gestión de costos o la dificultad en mantener márgenes de beneficio más altos.

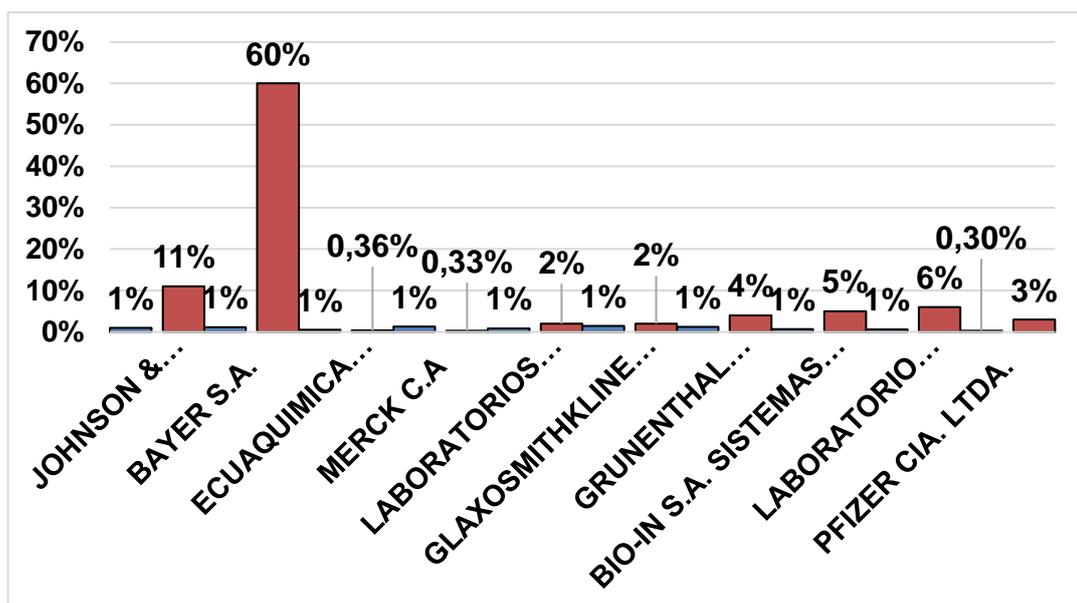
GlaxoSmithKline Ecuador S.A. reportó una utilidad del 2%, mientras que Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA y Bio-IN S.A. Sistemas Médicos mostraron utilidades del 4% y 5% respectivamente. Estos resultados indican un manejo moderado de costos y precios, con una capacidad razonable para generar beneficios, aunque sin alcanzar los niveles más altos de rentabilidad.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA., con una utilidad del 6%, demostró una eficiencia operativa relativamente alta, similar a la de Pfizer CIA. LTDA., que reportó una utilidad del 3%. Estos márgenes sugieren que ambas empresas tienen una gestión efectiva de costos y una estrategia de precios que les permite mantener una rentabilidad saludable.

En resumen, mientras que la comparación con ventas en 2019 muestra una estabilidad en los gastos de viaje respecto a las ventas para la mayoría de las empresas, las diferencias en la utilidad con ventas reflejan una amplia gama de capacidades en la gestión de costos y en la optimización de ingresos. Estas variaciones subrayan cómo las empresas pueden tener enfoques distintos para manejar sus costos operativos y maximizar su rentabilidad.

Figura 53

Comparación de Gastos Viaje con Ventas y la Utilidad de Ventas 2019



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021**Elaborado por: La Autora, 2024**

En 2020, los datos sobre la comparación con ventas y la utilidad con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador reflejan los efectos significativos de la pandemia en sus operaciones.

En cuanto a la comparación con ventas, la mayoría de las empresas reportaron cifras significativamente bajas. Johnson & Johnson del Ecuador SA tuvo una comparación con ventas del 0,13%, mientras que Bayer S.A. reportó un 0%. Esta notable reducción puede atribuirse a la disminución de actividades de viaje y eventos internacionales debido a las restricciones globales impuestas por la pandemia. Las empresas tuvieron que ajustar sus estrategias y reducir gastos no esenciales para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado.

Ecuquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA reportó una comparación del 0,26%, mientras que Merck C.A. y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA reportaron 0,16% y 0,40%, respectivamente. Estos gastos relativamente bajos en comparación con ventas sugieren un enfoque prudente en la gestión de los costos de viaje durante el año pandémico, con ajustes significativos para reducir gastos operativos en un entorno económico incierto.

GlaxoSmithKline Ecuador S.A. tuvo una comparación del 0,19%, y Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA del 0,20%, indicando también una tendencia a reducir gastos de viaje en relación con las ventas. Bio-IN S.A. Sistemas Médicos, con una comparación sorprendentemente alta del 9%, podría haber enfrentado gastos elevados debido a circunstancias especiales o una necesidad específica de mantener una alta presencia en eventos o reuniones durante un periodo crítico. Laboratorio Clínico Ecu-Americano Lab E.A. CIA. LTDA. y Pfizer CIA. LTDA., con comparaciones del 1% y 1%, respectivamente, también reflejan un ajuste moderado en sus gastos en relación con las ventas, adaptándose a las condiciones cambiantes del mercado.

En cuanto a la utilidad con ventas, las variaciones en 2020 son significativas y evidencian cómo la pandemia afectó la capacidad de las empresas para mantener márgenes de beneficio. Bayer S.A. reportó una alta utilidad del 55%, lo que sugiere una sólida capacidad de adaptación y un buen control de costos durante un año

desafiante. Johnson & Johnson del Ecuador SA tuvo una utilidad del 14%, indicando una recuperación relativamente fuerte, aunque no al nivel de Bayer.

Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA reportó una utilidad baja del 1%, reflejando las dificultades en la gestión de costos y la presión en márgenes debido a la pandemia. Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA destacó con una utilidad excepcional del 68%, posiblemente debido a una gestión extremadamente efectiva de costos y una capacidad para mantener o incluso aumentar sus márgenes en un periodo de crisis.

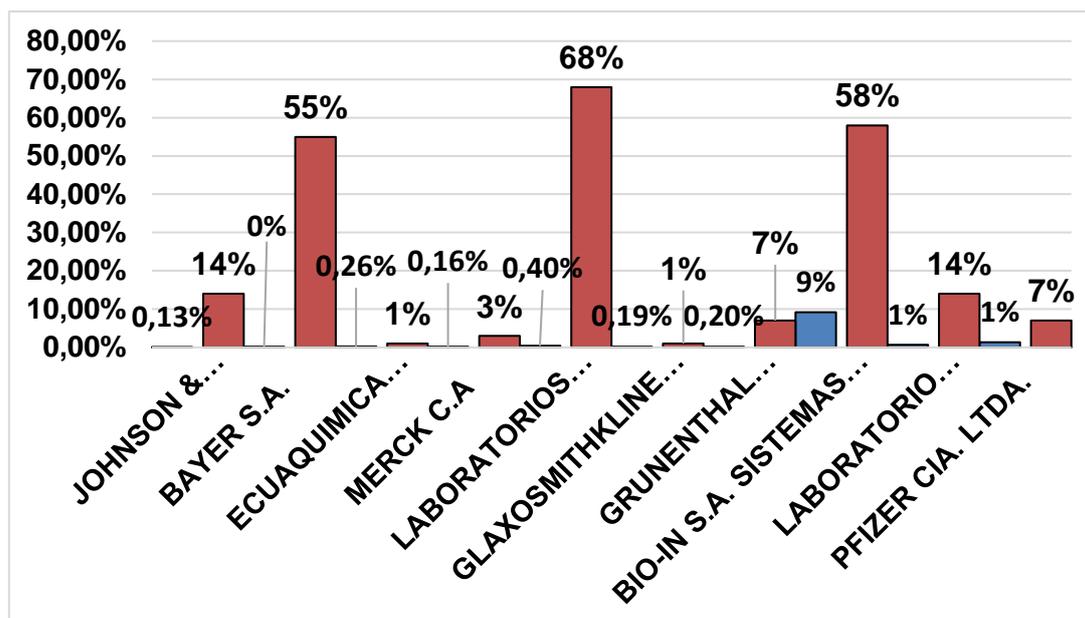
GlaxoSmithKline Ecuador S.A. reportó una utilidad del 1%, lo que sugiere desafíos en la gestión de costos operativos en el contexto de la pandemia. Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA mostró una utilidad del 7%, mientras que Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó una alta utilidad del 58%, lo que puede indicar una adaptabilidad destacada a las condiciones del mercado y una eficaz gestión de sus operaciones durante el año.

Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA., con una utilidad del 14%, y Pfizer CIA. LTDA., con una utilidad del 7%, también demostraron una capacidad considerable para gestionar costos y mantener rentabilidad en un entorno desafiante.

En resumen, los datos de 2020 reflejan el impacto de la pandemia en la gestión de costos y la eficiencia operativa de las empresas farmacéuticas. Mientras algunas lograron adaptarse y mantener altos márgenes de beneficio, otras enfrentaron dificultades significativas. La disminución en la comparación con ventas para la mayoría de las empresas y las variaciones en la utilidad con ventas ilustran la amplitud del impacto económico de la pandemia en el sector.

Figura 54

Comparación de Gastos Viaje con Ventas y la Utilidad de Ventas 2020



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

En 2021, los datos sobre la comparación con ventas y la utilidad con ventas de las empresas farmacéuticas en Ecuador indican un periodo de ajuste y recuperación económica tras el impacto severo de la pandemia.

En cuanto a la comparación con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador SA reportó un 0,16%, mientras que Bayer S.A. reportó un 0%. Este descenso en los gastos de viaje en relación con las ventas puede reflejar una recuperación gradual y un enfoque más cauteloso hacia los gastos post-pandemia. Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA reportó una comparación del 0,31%, mientras que Merck C.A. mostró un 0,26%. Estas cifras sugieren que las empresas estaban reanudando sus actividades de viaje, pero de manera controlada, priorizando la eficiencia en los costos.

Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA y Laboratorio Clínico Ecuamerican Lab E.A. CIA. LTDA. reportaron una comparación del 1%, indicando que pudieron haber aumentado sus gastos de viaje en proporción a sus ventas, posiblemente en un intento de recuperar la presencia en el mercado y expandir sus actividades comerciales. GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 0,12%, y Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA, con un 0,24%, mostraron ajustes menores en sus gastos de viaje, sugiriendo una adaptación continua a las nuevas normativas y un enfoque más conservador.

Bio-IN S.A. Sistemas Médicos reportó una comparación del 0,21%, lo que indica una estrategia equilibrada entre gastos y ventas, mientras que Pfizer CIA. LTDA. con un 1% refleja un posible esfuerzo por incrementar su presencia en el mercado tras un periodo de restricciones.

En términos de utilidad con ventas, Johnson & Johnson del Ecuador SA alcanzó una destacada utilidad del 61%, al igual que Bio-IN S.A. Sistemas Médicos. Esta alta rentabilidad puede ser el resultado de una recuperación efectiva y una capacidad sobresaliente para gestionar costos y aprovechar las oportunidades en el mercado post-pandemia. Bayer S.A. también reportó una utilidad sólida del 59%, indicando una exitosa adaptación y eficiencia operativa en un contexto de recuperación económica.

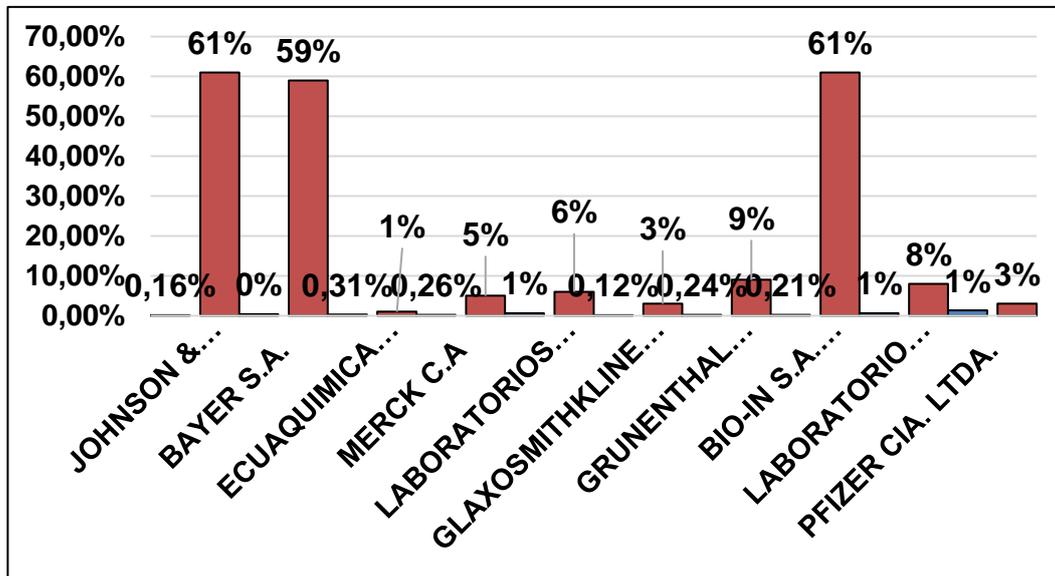
Por otro lado, Ecuaquímica Ecuatoriana de Productos Químicos CA reportó una utilidad baja del 1%, reflejando quizás dificultades persistentes en la gestión de costos y adaptación a las nuevas condiciones del mercado. Merck C.A., con una utilidad del 5%, y Laboratorios Chalver del Ecuador C LTDA., con un 6%, mostraron una recuperación moderada, mientras que GlaxoSmithKline Ecuador S.A., con un 3%, enfrentó desafíos adicionales en la optimización de su rentabilidad.

Grunenthal Ecuatoriana CIA LTDA reportó una utilidad del 9%, indicando una recuperación relativamente buena, mientras que Laboratorio Clínico Ecu-American Lab E.A. CIA. LTDA., con un 8%, también demostró una capacidad considerable para manejar costos y mantener márgenes de beneficio. Pfizer CIA. LTDA., con una utilidad del 3%, reflejó una recuperación más modesta, indicando que aún enfrentaba desafíos para alcanzar niveles más altos de rentabilidad.

En resumen, los datos de 2021 reflejan un panorama mixto de recuperación y adaptación entre las empresas farmacéuticas en Ecuador. Mientras algunas empresas lograron aprovechar las oportunidades de recuperación y mejorar su rentabilidad significativamente, otras enfrentaron dificultades en la optimización de sus costos y adaptabilidad en un entorno post-pandémico. Las diferencias en la comparación con ventas y en la utilidad con ventas reflejan cómo las empresas ajustaron sus estrategias de gasto y operativas para enfrentar las nuevas condiciones del mercado.

Figura 55

Comparación de Gastos Viaje con Ventas y la Utilidad de Ventas 2017



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

Identificar la utilidad de las empresas del sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios.

Al analizar la gráfica del comportamiento de la variable de Utilidad en las empresas del sector farmacéutico, (ver figura No. 56), donde se puede observar a través de un gráfico de barras el comportamiento del mismo. A continuación, se analizaron los periodos 2017-2021 de 10 de las empresas más representativas en la industria farmacéutica ecuatoriana tomando en cuenta que todas ellas continúan con sus actividades económicas.

Así mismo, se puede visualizar que se encontraba posicionada la empresa JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA con utilidades que ascendían a los 43% actualmente es una empresa que tiene presencia comercial en más de 175 países, consolidándose como la compañía más grande y diversificada del mundo en el campo de la salud, el cual ofrece productos de consumo, dispositivos médicos y productos farmacéuticos convirtiéndola en una de las mayores exponentes en la industria a través de sus estrategias que son pieza clave para mantenerse en el mercado como su cuidado y amigabilidad con el medio ambiente que son características importantes por el cual el mercado internacional lo ve como un atractivo para nuevos inversores,

Para el 2017 la empresa BAYER S.A. sus utilidades fueron de 17% ocupando el segundo lugar en el ranking esto se debe a que es una compañía que se enfoca en el servicio a la salud y desarrollo de productos químicos para el campo. por esta razón esta empresa se ubica en una de las empresas con ganancias representativas entre tanta competencia. Por consiguiente, encontramos a ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA donde sus utilidades estaba en 12% empresa conformada por capital ecuatoriano-suizo que tienen como enfoque el cumplimiento de la legislación vigente en materia económica, social y ambiental lo que permite que se consolide en un lugar importante dentro de la industria y sus buenas estrategias organizacionales. En cuarto lugar, se encuentra la empresa MERCK C.A donde el fundador es de origen alemán sus utilidades ascendían a 10% al ser una entidad dedicada al desarrollo de productos químicos específicamente para áreas de salud como Oncología, fertilidad y Neurología, entre otros. En quinto lugar, se encuentra la empresa

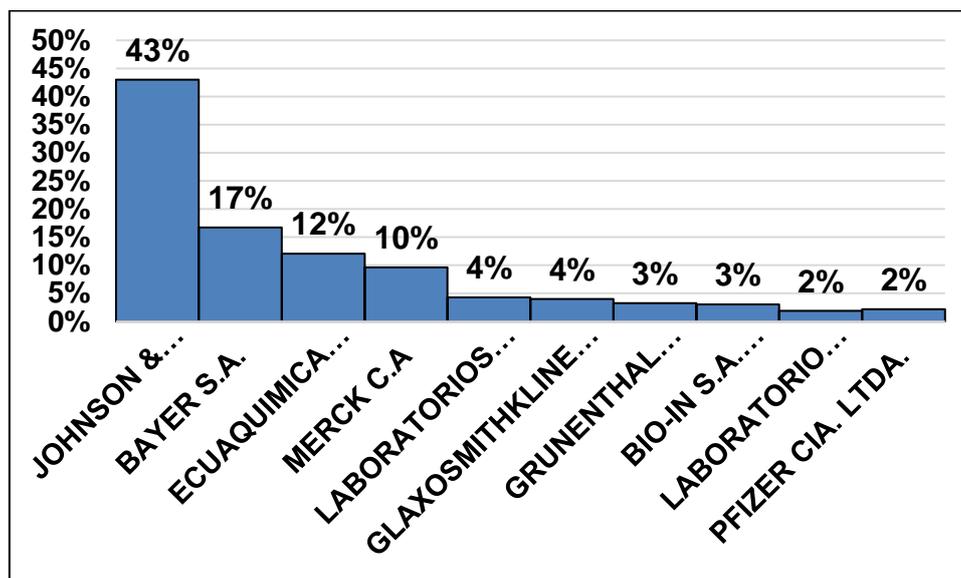
LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR LTDA la cual sus utilidades ascienden a 4%.

Esta se encuentra en Ecuador, con sede principal en Quito. Opera en Comerciantes al por Mayor de Medicamentos y Productos Relacionados del sector el cual tiene actividades desde 1985 ocupando un lugar importante en el ranking de las empresas más representativas debido a nivel de innovación y destino en investigación. En sexto lugar, se encuentra GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A empresa británica la cual sus utilidades ascienden a 4% como una compañía biofarmacéutica enfocada, dedicada al desarrollo de medicamentos y vacunas innovadoras. En séptimo lugar, se encuentra GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA representando en la utilidad una cantidad de 3% con características interesantes que la hacen diferenciarse de la competencia como la certificación que tiene por diversas autoridades latinoamericanas como ANVISA (Brasil), INVIMA (Colombia) así como por autoridades europeas (incluyendo también Cofepris, México). Es una de las pocas instalaciones en LATAM con licencia para exportar a Europa y la única en Ecuador con un certificado de buenas prácticas de Manufactura de la Unión Europea. Se espera para el 2025 una nueva instalación de 1.800 metros cuadrados permitirá la producción de hasta 300 millones de comprimidos de alta calidad al año, lo que beneficiará positivamente a la compañía.

En octavo lugar, se encuentra BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS reflejando para el año 2017 con utilidades que ascendían a 3% empresa conocida por su buena práctica de almacenamiento, distribución y transporte como base principal, por otro lado, el sistema de gestión de calidad en sus productos es primordial. Como antepenúltima tenemos a LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA. empresa que obtuvo utilidades que ascendían en 2% la cual se dedica al servicio de controles de tamizaje, imagen diagnosticada, medicina ocupacional y laboratorio molecular. Cuentan con más de 40 años de experiencia integral de servicios de salud, implementando tecnología y equipos médicos actualizados.

En último lugar, se encuentra la empresa PFIZER CIA. LTDA. Fue creada por dos personas alemanas que abrieron su primer laboratorio en EEUU ubicándose como una empresa productora de medicina, en el año 2015 esta empresa obtuvo el Top 6 de las empresas más representativas del sector farmacéutico y ubicándose en el Top 7 de mujeres líderes en la participación dentro de la empresa, ubicándola como una compañía que se preocupa por su entorno empresarial.

Figura 56.

10 EMPRESAS FARMACEUTICAS Y SU UTILIDAD EN EL AÑO 2017

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

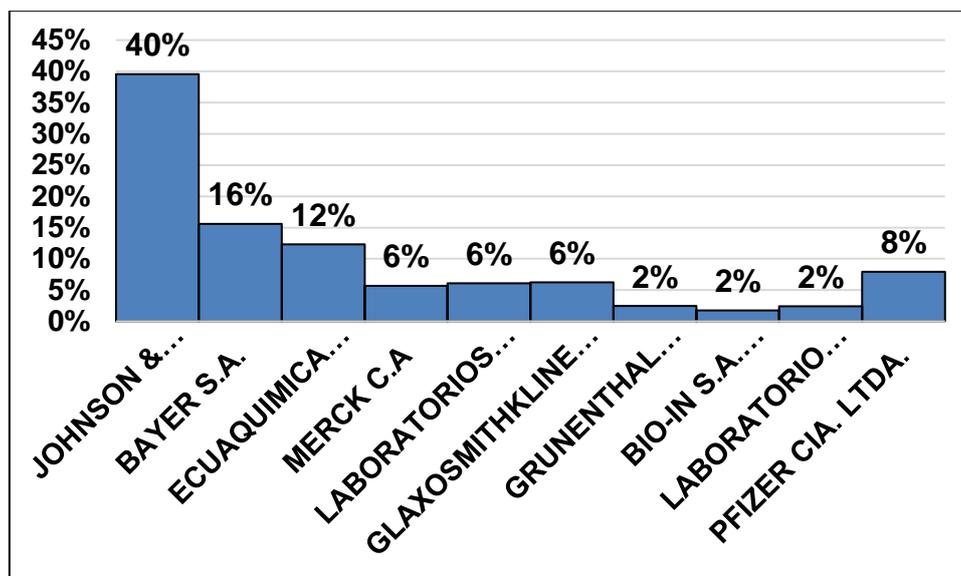
Observando la figura 57 muestra el comportamiento de 10 empresas pertenecientes al sector farmacéutico del Ecuador con mejor rendimiento en su utilidad para el año 2018, en primer lugar, se encontraba la empresa JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA con utilidad de 40%. En segundo lugar, se encontraba la empresa farmacéutica BAYER S.A. con utilidades aproximadas a 16% reflejando una disminución de alrededor de un millón de dólares al año anterior, seguida de la empresa ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA que se encuentra en tercer lugar con un total de 12% en su utilidad para el año 2018. En cuarto lugar, se encontraba la empresa MERCK C. A con utilidades que ascendían a 6% reflejando disminución en comparación al año anterior donde probablemente los factores que incidieron a esta disminución sean los costos de producción que se ven relacionados directamente con la materia prima y la mano de obra, también los costos de promoción, publicidad y fuerza de ventas.

En quinto lugar, se encontraba la empresa LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA con utilidades que ascendían a 6%. Mientras GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A. que se encontraba, en el sexto lugar de las empresas farmacéuticas con más potencialidad en sus utilidades tenía valores que ascendían en 6% donde visualmente en comparación con el periodo anterior hubo

incremento en la utilidad. En séptimo lugar del ranking, se encontraba la empresa GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA con un total de 2% en sus utilidades del año 2018 donde se visualiza una permanencia en cuanto a sus valores en cuanto a sus márgenes de ganancias debido a la competencia generalizada en el mercado farmacéutico en mantener un promedio regular es una gran ventaja. En octavo lugar, se encontraba la empresa BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS el cual tenía utilidades que ascendían a los 2% en todo el periodo anual, reflejando disminución en sus valores debido a la sensibilidad de ciertas variables que son cambiantes con el tiempo o la falta de financiamiento para invertir en investigación y desarrollo lo cual es clave importante para mantenerse en el mercado comercial. En noveno lugar, se encontraba LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA. Con valores que ascendían a 2% en sus ganancias, mientras para finalizar encontrábamos a PFIZER CIA. LTDA. empresa americana con utilidades que rondaban entre 8% visualizando un incremento en utilidades en comparación con el año anterior, tomando en cuenta posibles factores como el lanzamiento de nuevos productos, patentes o licencias que benefician directamente al incremento de utilidades.

Figura 57.

10 EMPRESAS FARMACEUTICAS Y SU UTILIDAD EN EL AÑO 2018.



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

Elaborado por: La Autora, 2024

Analizando la figura 58 muestra que para el año 2019 de las 10 empresas seleccionadas para este estudio se encontraba a JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA empresa que ocupaba el primer lugar por sus utilidades que ascendían a 38% en el año 2019 liderando en el ranking empresarial farmacéutico al ser una empresa que evalúa consecutivamente el mercado tomando en cuenta la demanda actual y futura de los productos que ofrecen. Así mismo, el análisis de la competencia, en los precios y la cuota de mercado, sin olvidar el considerar el impacto de las regulaciones gubernamentales en la producción y venta de productos farmacéuticos. Además, el flujo de efectivo de inversión que incluyen los gastos en investigación, desarrollo y adquisición de equipos son aspectos que influyen al funcionamiento sobre todo en las áreas financieras de la empresa.

En segundo lugar, se encuentra la empresa BAYER S.A. donde su utilidad ascendía a 20% Bayer es una de las principales empresas farmacéuticas y de ciencias de la vida del mundo que abarcan diversas áreas de estrategias desde la innovación en productos hasta la optimización de operaciones. En tercer lugar, se encuentra a ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA posicionada con montos de 5% en su utilidad al ser una empresa que ofrece una variedad de productos químicos y farmacéuticos que atienden a diferentes sectores, como agricultura, salud y consumo, lo que ayuda a mitigar riesgos y depender menos de un solo mercado.

En quinto lugar, se encuentra con 7% a la empresa MERCK C.A la cual ha experimentado un crecimiento sostenido en sus ingresos, impulsado en gran parte por su cartera de productos de éxito, como Keytruda, que ha sido un motor de crecimiento significativo en el área de oncología. Su utilidad ha estado influenciada por diversos factores que incluyen el lanzamiento de nuevos productos, expansiones en mercados emergentes y una estrategia de inversión en investigación y desarrollo (I+D) constante. En sexto lugar del ranking, se posiciona la empresa LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTD

Como todas las empresas farmacéuticas, Chalver ha enfrentado desafíos como cambios en la regulación, fluctuaciones en la demanda, y competencia tanto local como internacional. La habilidad de la empresa para navegar estos desafíos ha influido en su desempeño financiero. En sexto lugar del ranking, se encuentra

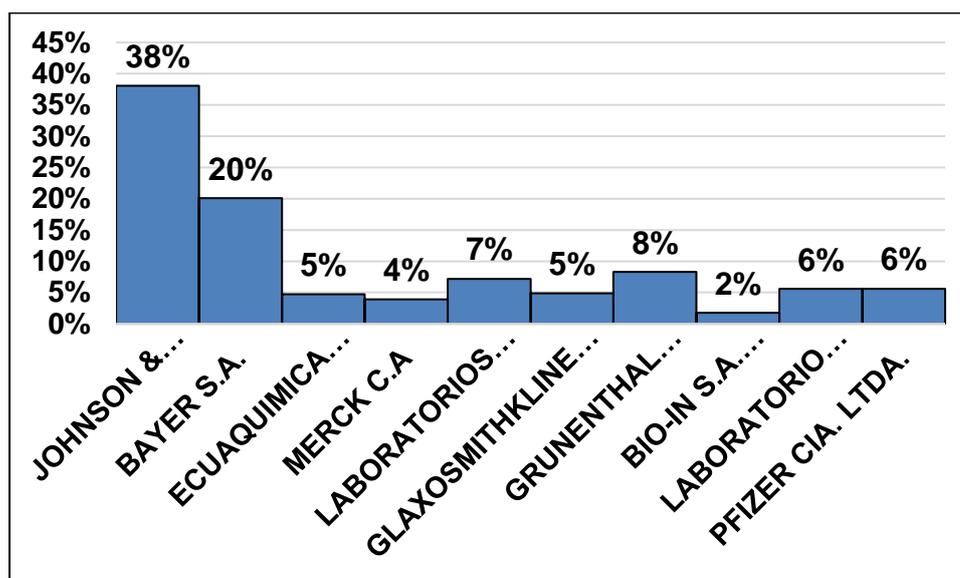
GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A. donde sus utilidades ascendían en 5% quien se mantenido debido a la inversión en innovación y desarrollo de productos,

mediante la colaboración y alianzas. En séptimo lugar, se encuentra GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA con montos que ascienden a 8% esta empresa se enfoca en el desarrollo y la comercialización de medicamentos innovadores, principalmente en el área del manejo del dolor. Además, ha continuado invirtiendo en investigación y desarrollo para introducir nuevas terapias y productos en el mercado ecuatoriano.

En octavo lugar, se encuentra BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS tenía valores que ascendían a 2% donde se puede asumir que los factores que pudieron influenciar en su lento crecimiento serían el lento crecimiento de ingresos y el mal control de costos. En noveno lugar, se encuentra LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA. con un monto de 6% para el año 2019, al ser un laboratorio clínico con presencia establecida en Ecuador, que proporciona servicios de diagnósticos y análisis clínicos a pacientes como también a profesionales de la salud. Por último, se encuentra PFIZER CIA. LTDA. con valores que ascendían en 6% ubicándola entre una de las mejores empresas que ha seguido una estrategia de innovación constante, desarrollando y lanzando nuevos medicamentos para diversas enfermedades, con un enfoque particular en áreas de alta demanda como la oncología, enfermedades cardiovasculares, y vacunas.

Figura 58.

10 EMPRESAS FARMACEUTICAS Y SU UTILIDAD EN EL AÑO 2019.



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021

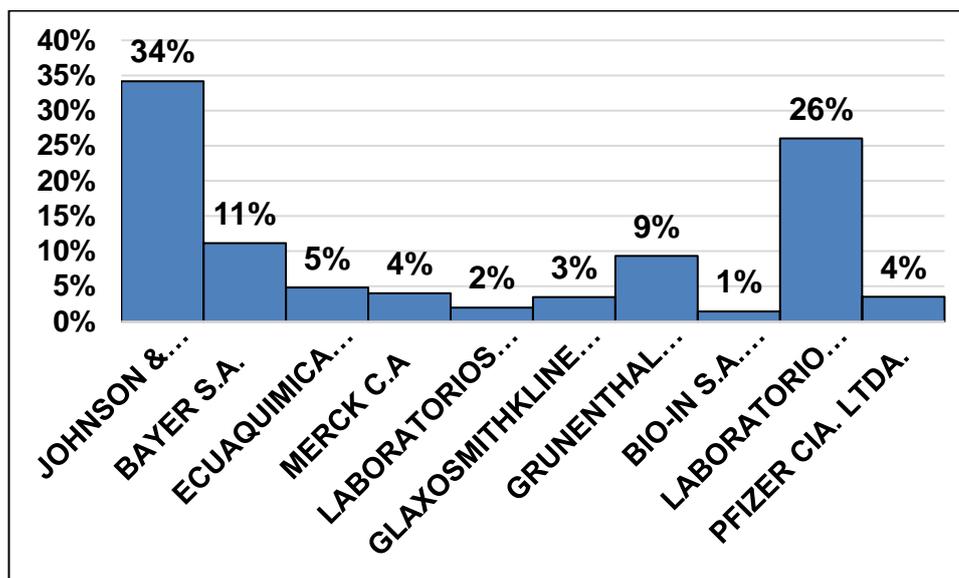
Elaborado por: La Autora, 2024

Analizando la figura 59 muestra que para el año 2020 se encuentra la empresa JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA con un total de 34% en sus utilidades, tomando en cuenta que tuvo un papel crucial durante la pandemia de COVID-19, tanto en términos de ventas como en estrategias para abordar los desafíos del mercado. Satisfaciendo la demanda de productos de higiene personal y desinfectantes aumentó significativamente. Johnson & Johnson, con su amplio portafolio de productos de cuidado personal y de salud, vio un aumento en las ventas de artículos como jabones, geles antimaterial, productos de primeros auxilios, equipo médico y Suministros especialmente para productos relacionados con el cuidado crítico y equipos médicos necesarios en hospitales y clínicas debido a la emergencia sanitaria.

En segundo lugar, se encuentra a BAYER S.A. con utilidades que ascendían en 11% presentando una disminución en sus ganancias en comparación con el periodo anterior, esto se debe a que ya desde este año se presentaron colaboraciones y alianzas donde Bayer colaboró con otras empresas farmacéuticas, biotecnológicas y centros de investigación para acceder a nuevas tecnologías buscando medicamentos para el COVID-19 que pudieran ayudar a contrarrestar la gravedad del caso. En tercer lugar, se encuentra a ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA con un total de 5% en sus utilidades del periodo 2020.

En cuarto lugar, se encuentra MERCK C.A con valores en sus utilidades que ascendían a 4%. En quinto lugar, se encuentra a LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA con un total de 2% en sus utilidades. En sexto lugar, se encuentra a GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A. con la utilidad que ascendía a 3%. En séptimo lugar, se encuentra GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA con un total en sus utilidades que ascendían en 9%. En octavo lugar, se encuentra BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS con un monto en sus utilidades de 1%. Como antepenúltima, se encuentra a LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA. con un total en sus utilidades que ascendía en 26%. Como última empresa, se encuentra a PFIZER CIA. LTDA.

Figura 59.

10 EMPRESAS FARMACEUTICAS Y SU UTILIDAD EN EL AÑO 2020.

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

Debido a la emergencia sanitaria COVID-19, a partir del mes de marzo del 2021 se registraron un total de 2.127 productos farmacéuticos regulados bajo resolución de fijación de precios techo por parte de la secretaria técnica de Fijación de Precios de Medicamentos. Este exceso de regulaciones aumenta la demanda por los productos farmacéuticos al incidirse en un precio techo, mientras que, disminuyen los incentivos de oferta por parte del sector privado, lo que deriva en la escasez de insumos farmacéuticos, la creación de mercados paralelos, falta de transparencia y la reducción de ingresos para el sector económico.

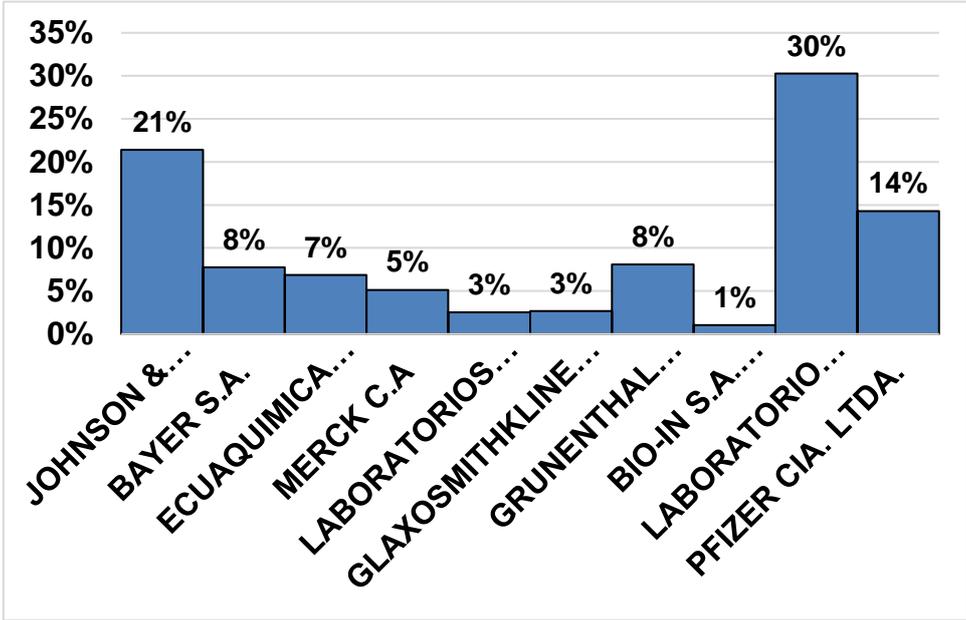
De acuerdo a la figura 60 se puede visualizar que la empresa JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA presenta utilidades que ascendían en 21%. En segundo lugar, se encuentra a la empresa BAYER S.A. con un monto total que ascendía en 8%. Mientras que ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA ocupando el tercer lugar en el ranking de empresas más representativas de la industria de fármacos presenta un total de 7%. En cuarto lugar, se encuentra a la empresa MERCK C.A con un total en sus utilidades que ascendían a 5%.

En quinto lugar, se encuentra a LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA con valores que ascendían en 3%. En sexto lugar se encuentra a

GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A. con un total en sus utilidades que ascendían en 3%. En séptimo lugar, se encuentra a la empresa GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA con un total de 8% en sus utilidades. En octavo lugar, se encuentra a BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS con valores que ascienden en 1%. En noveno lugar, se encuentra a la empresa LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA. con valores de 30%. Como última empresa, se encuentra PFIZER CIA. LTDA. con utilidades que ascendían a 14%.

Figura 60.

10 EMPRESAS FARMACEUTICAS Y SU UTILIDAD EN EL AÑO 2021.



Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2021
Elaborado por: La Autora, 2024

Establecer la relación mediante un modelo de Datos de Panel entre los gastos de promoción y publicidad con la utilidad del sector.

Dentro del objetivo, se estima un modelo de mínimo cuadrados ordinarios para poder establecer la relación que tiene los gastos de promoción y publicidad, como primero paso, al momento de estimar con datos de panel tenemos que observar si existe o no heterogeneidad individual inobservable, donde primero estimamos el modelo MCO.

Modelo 1: MCO combinados, utilizando 50 observaciones

Se han incluido 10 unidades de sección cruzada

Largura de la serie temporal = 5

Variable dependiente: UTILIDAD

Tabla 1.
Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO)

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	valor p	
const	3,03697e+06	1,39715e+06	2,174	0,0352	**
GASTO_PROMO_PUBLI	0,317812	0,388150	0,8188	0,4173	
GASTO_GESTION	-6,98036	7,87302	-0,8866	0,3801	
GASTO_SUMINISTROS	0,910573	2,24979	0,4047	0,6876	
GASTO_TRANSPORTE	0,108499	0,986484	0,1100	0,9129	
GASTODEVIAJE	3,82482	1,16131	3,294	0,0020	***
Media de la vble. dep.	4761571		D.T. de la vble. dep.	5214813	
Suma de cuad. residuos	9,52e+14		D.T. de la regresión	4650814	
R-cuadrado	0,285772		R-cuadrado corregido	0,204609	
F (5, 44)	3,520990		Valor p (de F)	0,009183	
Log-verosimilitud	-835,3787		Criterio de Akaike	1682,757	
Criterio de Schwarz	1694,230		Crit. de Hannan-Quinn	1687,126	
rho	0,880272		Durbin-Watson	0,450024	

Elaborado por La Autora, 2024

Después de la estimación, ejecutamos un modelo de datos de panel de efecto fijos o aleatorios para determinar qué modelo es el recomendable para nuestro estudio.

Modelo 2: Efectos fijos, utilizando 50 observaciones**Se han incluido 10 unidades de sección cruzada****Largura de la serie temporal = 5****Variable dependiente: UTILIDAD****Tabla 2.*****Datos de Panel por Efectos Fijos***

	Coefficiente	Desv. Típica	Estadístico t	valor p	
const	6,04097e+06	1,79633e+06	3,363	0,0019	***
GASTO_PROMO_PUBLI	-0,593967	0,638277	-0,9306	0,3584	
GASTO_GESTION	-0,286852	7,38713	-0,03883	0,9692	
GASTO_SUMINISTROS	-11,1632	4,12025	-2,709	0,0104	**
GASTO_TRANSPORTE	1,92912	2,31130	0,8346	0,4096	
GASTODEVIAJE	2,04494	0,779363	2,624	0,0128	**
Media de la vble. dep.	4761571	D.T. de la vble. dep.	5214813		
Suma de cuad. residuos	2,74e+14	D.T. de la regresión	2798833		
R-cuadrado MCVF (LSDV)	0,794246	R-cuadrado 'intra'	0,334879		
F(14, 35) MCVF	9,650426	Valor p (de F)	3,08e-08		
Log-verosimilitud	-804,2657	Criterio de Akaike	1638,531		
Criterio de Schwarz	1667,212	Crit. de Hannan-Quinn	1649,453		
rho	0,194537	Durbin-Watson	1,010355		

Elaborado por La Autora, 2024**Contraste conjunto de los regresores (excepto la constante) -**Estadístico de contraste: $F(5, 35) = 3,5244$ **con valor p = $P(F(5, 35) > 3,5244) = 0,0110062$** **Contraste de diferentes interceptos por grupos -**

Hipótesis nula: [Los grupos tienen un intercepto común]

Estadístico de contraste: $F(9, 35) = 9,6105$ **con valor p = $P(F(9, 35) > 9,6105) = 3,35471e-07$**

Para determinar la heterogeneidad se analiza las pruebas de contraste de diferentes intercepto por grupos, donde tenemos un valor p de 0,000 lo que indica que debemos rechazar H_0 de que los grupos tienen un intercepto común y concluimos que existe heterogeneidad individual inobservable.

Después de terminar de que existe heterogeneidad, se utiliza un modelo de datos de panel, pero en este caso debemos estimar cual es el mejor a utilizar dependiendo si es de efectos fijos o aleatorios.

Modelo 3: Efectos aleatorios (MCG), utilizando 50 observaciones

Se han incluido 10 unidades de sección cruzada

Largura de la serie temporal = 5

Variable dependiente: UTILIDAD

Tabla 3.

Datos de Panel por Efectos Aleatorios

	Coefficiente	Desv. Típica	z	valor p	
const	3,03697e+06	1,39715e+06	2,174	0,0297	**
GASTO_PROMO_PUBLI	0,317812	0,388150	0,8188	0,4129	
GASTO_GESTION	-6,98036	7,87302	-0,8866	0,3753	
GASTO_SUMINISTROS	0,910573	2,24979	0,4047	0,6857	
GASTO_TRANSPORTE	0,108499	0,986484	0,1100	0,9124	
GASTODEVIAJE	3,82482	1,16131	3,294	0,0010	***
Media de la vble. dep.	4761571		D.T. de la vble. dep.	5214813	
Suma de cuad. residuos	9,52e+14		D.T. de la regresión	4598848	
Log-verosimilitud	-835,3787		Criterio de Akaike	1682,757	
Criterio de Schwarz	1694,230		Crit. de Hannan-Quinn	1687,126	
rho	0,194537		Durbin-Watson	1,010355	

Elaborado por La Autora, 2024

Varianza 'entre' (between) = 0

Varianza 'dentro' (Within) = 7,83347e+012

theta usada para quasi-demeaning (cuasi-centrado de los datos) = 0

Contraste conjunto de los regresores (excepto la constante) -

Estadístico de contraste asintótico: Chi-cuadrado (5) = 17,6049

con valor p = 0,00348453**Contraste de Breusch-Pagan -**

Hipótesis nula: [Varianza del error específico a la unidad = 0]

Estadístico de contraste asintótico: Chi-cuadrado (1) = 22,183

con valor p = 2,4786e-06**Contraste de Hausman -**

Hipótesis nula: [Los estimadores de MCG son consistentes]

Estadístico de contraste asintótico: Chi-cuadrado (5) = 113,016

con valor p = 9,43984e-23

Una vez estimando el modelo de efectos aleatorios nos da una comparación de modelos mediante el contraste de Hausman que nos va a indicar que modelo de efectos es consistente para este caso, obtenemos las siguientes hipótesis:

- H0: "los estimadores de MCG son consistentes"

- H1: “los estimadores de MCG no son consistentes”

Nos refleja un valor p de 0,000 mostrando que se rechaza hipótesis nula por lo que el estimador de efectos aleatorios muestra que los estimadores MCG son consistentes, donde en este caso utilizaremos el modelo de efectos fijos.

Modelo 2: Efectos fijos, utilizando 50 observaciones

Se han incluido 10 unidades de sección cruzada

Largura de la serie temporal = 5

Variable dependiente: UTILIDAD

Tabla 4.

WAIT

	<i>Coefficiente</i>	<i>Desv. Típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>valor p</i>	
const	6,04097e+06	1,79633e+06	3,363	0,0019	***
GASTO_PROMO_PUBLI	-0,593967	0,638277	-0,9306	0,3584	
GASTO_GESTION	-0,286852	7,38713	-0,03883	0,9692	
GASTO_SUMINISTROS	-11,1632	4,12025	-2,709	0,0104	**
GASTO_TRANSPORTE	1,92912	2,31130	0,8346	0,4096	
GASTODEVIAJE	2,04494	0,779363	2,624	0,0128	**
Media de la vble. dep.	4761571	D.T. de la vble. dep.	5214813		
Suma de cuad. residuos	2,74e+14	D.T. de la regresión	2798833		
R-cuadrado MCVF (LSDV)	0,794246	R-cuadrado 'intra'	0,334879		
F (14, 35) MCVF	9,650426	Valor p (de F)	3,08e-08		
Log-verosimilitud	-804,2657	Criterio de Akaike	1638,531		
Criterio de Schwarz	1667,212	Crit. de Hannan-Quinn	1649,453		
rho	0,194537	Durbin-Watson	1,010355		

Elaborado por La Autora, 2024

Contraste conjunto de los regresores (excepto la constante) -

Estadístico de contraste: $F(5, 35) = 3,5244$

con valor p = $P(F(5, 35) > 3,5244) = 0,0110062$

Contraste de diferentes interceptos por grupos -

Hipótesis nula: [Los grupos tienen un intercepto común]

Estadístico de contraste: $F(9, 35) = 9,6105$

con valor p = $P(F(9, 35) > 9,6105) = 3,35471e-07$

Donde se observa que el gasto de suministro y los gastos de viaje son variables significativas, es decir, que por cada gasto de suministro que se realice nuestra utilidad bajara en un -11,1632, al igual que por cada dólar que se gasta de viaje la utilidad aumentara de manera directa en un 2,04494.

Realizamos el contraste de normalidad de los residuos donde nos arroja un valor de 0,00 siendo menor al valor de significancia del 0,05 indicando que los errores no se distribuyen normalmente,

Contraste de normalidad de los residuos -

Hipótesis nula: [El error tiene distribución Normal]

Estadístico de contraste: Chi-cuadrado (2) = 18,7559

con valor p = 8,4569e-05

Se realiza la heterocedasticidad de Wald donde nos muestra un valor p de 0,00 siendo al valor de significancia del 0,05, mostrando que las variables están correlacionadas.

Contraste de heterocedasticidad libre de distribución de Wald -

Hipótesis nula: [Las unidades tienen la misma varianza de la perturbación]

Estadístico de contraste asintótico: Chi-cuadrado (10) = 2709,05

con valor p = 0,00

DISCUSIÓN

Márquez (2019), quien destacó la importancia de la inversión en estrategias de marketing como un factor crucial para mantener la competitividad en la industria farmacéutica, especialmente en un entorno caracterizado por la alta competencia y la necesidad de diferenciar productos en el mercado son elementos clave para la búsqueda del éxito empresarial en el sector.

Aunque Márquez (2019) se centra en las estrategias de publicidad en el sector farmacéutico ecuatoriano, esta investigación profundiza el impacto específico que el gasto de promoción y publicidad tiene sobre la utilidad, donde se realizó el estudio de tres principales compañías demostrando que, Johnson & Johnson del Ecuador SA, tiene un promedio aproximadamente del 4%, Bayer S.A. del 9% y GlaxoSmithKline Ecuador S.A. del 5% por medio del análisis se observa que estas son las más relevantes. Johnson y Johnson a pesar de ser una de las empresas que más ha invertido en publicidad su utilidad con ventas ha sido relevante con un valor de 0.61%, Comparado con Bayer S.A. y GlaxoSmithKline Ecuador S.A que invirtieron un 9% y 5% en publicidad sin embargo su utilidad con ventas fue aproximadamente un 3% no llegaban al margen de utilidad por lo que no han tenido mucha rentabilidad.

Plaza (2021), analizó el comportamiento de compra de la marca Cegamed en farmacias de Guayaquil. La investigación revisa la evolución del mercado farmacéutico, destacando el surgimiento de cadenas de farmacias frente a las tradicionales. Examina la salud como un derecho desde perspectivas internacional y nacional, así como el impacto económico del desempleo y la tendencia hacia la desinformación y la automedicación. El estudio también explora cómo los factores externos, culturales y sociales influyen en las decisiones de compra, subrayando su importancia en la investigación de campo.

En este trabajo de investigación el análisis de los datos de comparación con ventas y utilidad con ventas entre 2017 y 2021 revela un panorama de adaptación y recuperación en el sector farmacéutico en Ecuador. Las diferencias en estos indicadores reflejan la capacidad de las empresas para gestionar sus gastos de viaje, adaptarse a cambios económicos y operativos, y optimizar sus márgenes de beneficio en un entorno marcado por desafíos y oportunidades fluctuantes. La capacidad para manejar eficientemente los costos y ajustarse a las condiciones del

mercado ha sido clave para mantener y mejorar la rentabilidad a lo largo del tiempo. Teniendo similitud con el estudio antes mencionado.

Sengunthar et al. (2023) se centró en analizar el impacto de los gastos de viaje en distribución y promoción en la rentabilidad de 137 empresas del sector farmacéutico en la India, abarcando el período comprendido entre 2017 y 2022. Utilizo el modelo de datos de panel, evidenció que los gastos destinados a la distribución y la promoción tienen una incidencia significativa. Los resultados sugieren que aquellas compañías logran incrementar su rentabilidad.

Por medio del análisis de los gastos en promoción y publicidad en el sector de ventas de productos farmacéuticos en el Ecuador se realizó un estudio de las 10 empresas más grandes en el periodo de 2017 al 2021. A pesar de los esfuerzos en publicidad, la efectividad de estos gastos no siempre se refleja de manera proporcional en las ventas, los resultados muestran que las empresas que han invertido mayores cantidades en recursos de promoción y publicidad no han podido mantener o aumentar su utilidad, entre los gastos de promoción y publicidad no existe una correlación directa y consistente entre ambas, Aunque las empresas que invierten más en Marketing a menudo tienen mayores gastos, esto no garantiza automáticamente una alta rentabilidad. En constancia con estudios recientes en Ecuador, se realizó un análisis de otras variables para saber si eran significativas o no como el gasto de gestión, gasto de transporte, gasto de suministro, gasto de viajes en comparación al gasto de promoción y publicidad con el modelo Datos de Panel donde se observa que el gasto de suministro y el gasto de viaje son variables significativas es decir, que por cada dólar de gasto de suministro que se realice nuestra utilidad bajara en un -11,1632, al igual que por cada dólar que se gasta de viaje la utilidad aumentara de manera directa en 2,04494. Sin embargo, el gasto de promoción y publicidad disminuirá nuestra utilidad en -0,59 y por gestión por cada dólar invertido se disminuirá en un -0,28.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Se concluye que para el objetivo 1 los gastos en promoción y publicidad del sector bajo el CIIU G4649.22 ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios muestran variaciones que las empresas con más renombres suelen hacer inversiones grandes para que estas puedan ser reflejadas en el público y así poder aumentar sus ventas ya que al utilizar una buena estrategia de publicidad y brindar promociones permite que los usuarios se sientan atraídos a realizar el gasto dentro de las empresas a comparación de las empresas pequeñas ya que no cuentan con el ingreso de hacer una campaña grande sino que se ven limitados al momento de realizar estas promociones.

Para el objetivo 2 que nos habla de la utilidad de las empresas del sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios se concluye que empresas como Bayer y Johnson & Johnson suelen tener una alta rentabilidad, mientras que las empresas más pequeñas enfrentan desafíos para mantener márgenes positivos una de estas consecuencias fue el Covid-19 ya que muchas empresas pequeñas no podrían hacer el frente a la pandemia ya que muchas no cuentan con un plan de contingencia, mientras que las empresas grandes si pudieron solventar esa problemática aunque tanto empresas grandes como pequeñas sufrieron pérdidas significativas.

Para el objetivo 3 al utilizar el modelo de MCO se obtiene un R cuadrado de 0,28 con un valor p (de f) de 0,009, donde se compara con el modelo de efectos fijos y aleatorios donde comparado con el contraste se tiene que el modelo efectos aleatorios será el indicando mostrando un 0,79 de explicación del modelo teniendo en conclusión que se acepta la hipótesis nula por lo que el estimador de efectos fijos muestra que los estimadores de MCG son consistentes, teniendo como conclusión que por cada dólar de gastos de suministro la utilidad disminuye en un -11,1632, al igual que por cada dólar que se gasta de viaje la utilidad aumentara de manera directa en un 2,04494.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que para detallar de mejor manera la incidencia de los gastos en la utilidad del sector farmacéutico se realicen futuras investigaciones detallando los periodos de manera trimestral, considerando otras variables como la inversión en activos fijos y saber si existe un aumento o relación.

Se recomienda que para analizar la rentabilidad en el sector farmacéutico se considere más indicadores esenciales para entender la rentabilidad y la eficiencia operativa de una empresa desde distintas perspectivas, como el Du Pont, el Margen Bruto, el Margen Operacional y la Rentabilidad Neta de Ventas.

Luego analizar los resultados obtenidos del estudio de las 10 empresas más grandes se recomienda analizar 10 empresas medianas del sector ya que en base a mi investigación se pudo observar que las compañías que son más pequeñas no invierten mucho sin embargo tienen mayor utilidad.

Se sugiere que, para desarrollar un modelo econométrico más preciso, se incluyan otras cuentas de las empresas del sector farmacéutico y consideren factores externos, ya que estos también pueden tener un impacto en su desempeño.

Se propone una gestión y supervisión más rigurosa de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, asegurando que cumplan con la presentación adecuada de sus estados financieros empresariales.

Recomienda utilizar el modelo MCO o el método de mínimos cuadrados ordinarios, que es el más utilizado para calcular el coeficiente de regresión para el gasto en general.

Recomendamos que haya actualizaciones periódicas: Dado que estas industrias tienen constante movimientos, es importante actualizar periódicamente el análisis de utilidad ya que sus ventas pueden variar para de esa forma reflejar los cambios y tendencias del mercado.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Agostini, J. (2011). *Monopoly and oligopoly: causes of enterprises closed in venezuela. A case study in the zulia state*. Grupo SIDERPRO. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/782/78218453004.pdf>
- Amavilah, V. H. (2012). *Baumol, Panzar, and Willig's Theory of contestable markets and industry structure: A summary of reactions*. Retrieved from <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/41974/>
- Béjar, M. (2019). La gestión del marketing y la venta al detalle en las farmacias tradicionales del Ecuador. *Revista Espacios*. Retrieved from <http://www.revistaespacios.com/a19v40n40/a19v40n40p07.pdf>. 0}-258M.74
YUK B.,M, NBM ,J
- Carrera, S., Martínez, T., & Pérez, A. (2013). *DISEÑO LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA DISTAPIZ CÍA. LTDA. (TESIS)*. Universidad de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20297/1/DISE%C3%91O%20DE%20LA%20ESTRUCTURA%20ORGANIZACIONAL%20Y%20FUNCIONAL%20DE%20LA%20EMP.pdf>
- Castillo Robalino, G. F. (20117). *Estrategia financiera para empresas del Sector Farmacéutico. Caso: Eurofarma S.A. (Tesis de Maestría)*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10644/5846>
- Cevallos, G., & Mejía, H. (2020). *El Sector Farmacéutico en el Ecuador*. Retrieved from https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/wp-content/uploads/2020/04/Perspectiva-2020-04_2.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Decreto Legislativo, Constitución de la República del Ecuador. Retrieved from <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Constitución Política de la República del Ecuador. (2008). Asamblea Nacional. Retrieved from <https://pdba.georgetown.edu/Parties/Ecuador/Leyes/constitucion.pdf>
- Contreras, H. (2010). *Costos de mercadotecnia*. Chile. Retrieved from <https://www.intercostos.org/documentos/temas/17-1.pdf>
- Cusco, R. (2015). *LOS GASTOS OPERATIVOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL LUIS FELIPE OLMEDO ARIAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2014. (TESIS)*. Universidad Técnica de Ambato. Retrieved from <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17809/1/T3109i.pdf>
- Ganchozo, M., & Orrala, G. (2018). *PROPUESTA DE REDUCCIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN Y GASTOS GENERALES PARA CORPORACIÓN SANTA ANA S.A. (TESIS)*. Universidad de Guayaquil . Retrieved from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37335/1/Tesis%20Propuesta%20>

de%20reduccion%20de%20costos%20de%20Operacionbes%20y%20gastos%20generales%20para%20CORPORACION%20SANTA%20ANA%20S.pdf

- García Villavicencio , k. L., & Pincay Montoya, T. T. (2019). *Estrategias de marketing digital para promover el posicionamiento de las farmacias comunitarias en el cantón Durán. (Tesis) DE MARKETING DIGITAL PARA PROMOER EL.* Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45602/1/EMPASTADO%20TESIS%20FINAL.pdf>
- Jones, G. (2008). *Teoría organizacional.* Pearson Education. Retrieved from <https://web.politecnico metro.edu.co/wp-content/uploads/2021/08/Teoria-organizacional4taEdicionGarethRJones.pdf>
- Kotler, P., García , J., Flores Zamora, J., Bowen, J., & Makens, J. (2012). *Marketing Turístico.* Madrid, España. Retrieved from <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/80-marketing-turistico-kotler.pdf>
- Krugman, P., Wells, R., & Graddy, K. (2015). *Fundamentos de Economía.* Retrieved from <https://www.reverte.com/media/reverte/files/book-attachment-2247.pdf>
- Márquez, M. (2019). *Configuración económica de la industria farmacéutica.* Universidad de Los Andes, Venezuela. Retrieved from <https://www.redalyc.org/journal/257/25757716005/html/>
- Marveya Márquez . (2019). *Configuración económica de la industria farmacéutica. Actualidad Contables Faces, 22(38).* Retrieved from https://www.redalyc.org/jatsRepo/257/25757716005/html/index.html#redalyc_2
- Mejía Gutiérrez , T. A. (2002). *Estructura presupuestal de un proyecto económico.(Tesis).* Universidad Santo Tomás, Bogotá. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11634/32293>
- Orrego Salazar, S. (2018). *Impacto de la publicidad directa de medicamentos de prescripción en el comportamiento del consumidor, caso Estados Unidos: Una Revisión Teórica.* Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA, Bogotá. Retrieved from <https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2282/ADM2018-26786.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Plaza López, G. P. (2021). *Análisis del comportamiento de compra de la marca CEGAMED en farmacias de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de Maestría).* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15911/1/T-UCSG-POS-MMDE-9.pdf>
- Ríos Viena, K. M. (2019). *Mezcla de marketing y posicionamiento de cadenas farmacéuticas en la ciudad de Tingo María. (Tesis).* Universidad Nacional Agraria de la Selva, Perú. Retrieved from https://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1497/RVKM_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Solidario conmigo. (2008, Octubre 2). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. Retrieved from <https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>

Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. (2020). *Constitución de compañías por vía electrónica*. Superintendencias de Compañías, Valores y Seguros. Retrieved from https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf

Tirado, A. (2015). *LA GESTIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA LADRILLERA TIRADO EN EL PERIODO 2013 AL 2014. (TESIS)*. Universidad Técnica Ambato, Ambato. Retrieved from <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17493/1/T3260ig.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	TIPO DE MEDICIÓN E INDICADOR	TECNICAS DE TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
Utilidad del sector farmacéutico	La utilidad es el provecho que obtiene una empresa o negocio, producto de su actividad, inversión, dividendos o intercambios. Contablemente, es la diferencia entre ingresos y egresos que se obtiene en un período, generalmente anual, aunque puede ser menos.	Medición cuantitativa Utilidad (Miles de \$) año base 2015- 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de estadística descriptiva	Determinar la incidencia entre el gasto de promoción y publicidad con la utilidad en el sector de ventas al por mayor de productos farmacéuticos y veterinarios en el Ecuador
Gastos de Gestión	Es la verdadera práctica probada para gestionar integralmente todas las relaciones con el proveedor y las compras de la empresa a fin de identificar cada dólar gastado y sacar el máximo provecho.	Medición cuantitativa Indicador Gastos de Gestión (Miles de \$) año base 2015– 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de estadística descriptiva	
Gastos de Promoción y Publicidad	Desembolsos destinados a resultados a corto plazo con el propósito de promocionar la adquisición o venta de productos o servicios.	Medición cuantitativa Indicador Índice de Gastos de promoción y publicidad (Miles de \$) año base 2015– 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de estadística descriptiva	

Gastos de Viaje	Hacen referencia a los desembolsos destinados a los trabajadores que deben movilizarse a un sitio distinto de su puesto de trabajo.	Medición cuantitativa Indicador Índice de Gastos de Viaje (Miles de \$) año base 2015– 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de estadística descriptiva	
Gastos de Transporte	los transportes a cargo de la empresa realizados por terceras personas cuando no deban ser incluidos en el precio de adquisición de cualquier material adquirido.	Medición cuantitativa Indicador Índice de Gastos de transporte (Miles de \$) año base 2015- 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de Estadística descriptiva.	
Gastos de Suministros	Insumos que intervienen indirectamente por relación al producto en los procesos de producción o comercialización, o procesos complementarios, como el de mantenimiento.	Medición cuantitativa Indicador Índice de Gastos de Suministros. (Miles de \$) año base 2015– 2021	Información secundaria, Super de Compañías Mediante el uso de Estadística descriptiva.	

Elaborado por: La Autora, 2024

Anexo N° 2: Cronograma de Actividades

Año y meses	2022			2023						2024		2025
Actividades	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Ene
Recepción del proyecto de titulación												
Aprobación del tema y asignación del tutor.												
Elaboración del capítulo I.												
Elaboración del Capítulo II.												
Designación del tribunal de anteproyecto												
Sustentación del trabajo de titulación.												
Análisis e interpretación de resultados (Objetivo 1, 2 y 3)												
Revisión del trabajo final (conclusiones, recomendaciones)												
Culminación del trabajo de titulación												

Elaborado por: El Autora, 2024

APÉNDICES

Apéndices N° 1: Gastos de promoción y publicidad del año 2017

AÑO	NOMBRE	GASTO_PROMO_PUBLI	%	VENTAS		COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	BAYER S.A.	\$ 5,216,474.00	26%	\$ 109,871,254.75	16%	5%	3%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 3,328,524.00	17%	\$ 47,016,684.85	7%	7%	1%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 3,042,966.00	15%	\$ 192,894,682.20	28%	2%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 2,703,965.00	14%	\$ 51,987,788.76	8%	5%	3%
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 2,329,750.00	12%	\$ 64,152,737.40	9%	4%	2%
2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 2,304,361.00	12%	\$ 48,780,488.98	7%	5%	2%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 633,261.00	3%	\$ 111,264,724.70	16%	1%	4%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 214,889.00	1%	\$ 24,211,246.72	4%	1%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 47,576.00	0%	\$ 8,345,326.68	1%	1%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 26,469.00	0%	\$ 19,308,447.20	3%	0.14%	5%

Apéndices N° 2: Gastos de promoción y publicidad del año 2018

AÑO	NOMBRE	GASTO_PROMO_PUBLI		VENTAS		COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	BAYER S.A.	\$ 5,138,226.00	23%	\$ 85,346,995.00	14%	6%	59%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 3,799,002.00	17%	\$ 44,352,503.48	8%	9%	2%
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 3,639,732.00	17%	\$ 66,562,344.04	11%	5%	18%
2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 3,546,970.00	16%	\$ 193,539,411.82	33%	2%	2%

2018	MERCK C.A	\$ 2,664,181.00	12%	\$ 51,507,504.89	9%	5%	3%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 2,483,152.00	11%	\$ 40,723,831.57	7%	6%	0.32%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 650,168.00	3%	\$ 34,477,851.50	6%	2%	7%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 76,518.00	0%	\$ 22,293,626.78	4%	0.34%	4%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 37,174.00	0%	\$ 7,188,081.16	1%	1%	7%
2018	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 10,570.00	0%	\$ 45,149,320.30	8%	0.02%	25%

Apéndices N° 3: Gastos de promoción y publicidad del año 2019

AÑO	NOMBRE	GASTO_PROMO_PUBLI		VENTAS		COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 4,284,566.00	22%	\$ 66,276,932.50	12%	6%	11%
2019	BAYER S.A.	\$ 4,260,484.00	22%	\$ 87,910,726.60	16%	5%	60%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 3,356,425.00	17%	\$ 188,141,940.00	34%	2%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 1,071,446.00	6%	\$ 27,483,323.00	5%	4%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 76,210.00	0%	\$ 23,558,208.70	4%	0.32%	2%
2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 3,824,559.00	20%	\$ 44,413,687.20	8%	9%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 1,781,413.00	9%	\$ 39,415,756.90	7%	5%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 12,191.00	0%	\$ 7,268,085.91	1%	0.17%	5%
2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 16,300.00	0%	\$ 33,268,731.10	6%	0.05%	21%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 737,681.00	4%	\$ 34,113,455.70	6%	2%	3%

Apéndices N° 4: Gastos de promoción y publicidad del año 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO_PROMO_PUBLI		VENTAS		COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 3,001,158.00	19%	\$ 60,417,866.50	11%	5%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 5,741,721.00	36%	\$ 98,160,502.00	18%	6%	55%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,168,555.00	14%	\$ 186,645,893.00	35%	1%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 506,803.00	3%	\$ 30,810,696.20	6%	2%	3%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 308,074.00	2%	\$ 25,181,086.20	5%	1%	68%
2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 2,691,269.00	17%	\$ 44,307,113.70	8%	6%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 954,082.00	6%	\$ 32,385,631.10	6%	3%	7%
2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 7,768.00	0%	\$ 7,104,883.28	1%	0.11%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 12,205.00	0%	\$ 15,859,539.84	3%	0.08%	4%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 580,336.00	4%	\$ 31,002,606.30	6%	2%	7%

Apéndices N° 5: Gastos de promoción y publicidad del año 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO_PROMO_PUBLI		VENTAS		COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 2,175,731.00	12%	\$ 56,750,662.01	10%	4%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 8,573,704.00	47%	\$ 98,711,362.92	18%	9%	59%
2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,699,440.00	15%	\$ 210,389,176.13	37%	1%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 625,790.00	3%	\$ 33,345,936.91	6%	2%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 144,763.00	1%	\$ 27,836,887.63	5%	1%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 2,236,504.00	12%	\$ 43,070,149.99	8%	5%	3%

2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 1,048,979.00	6%	\$ 33,515,439.96	6%	3%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 89,668.00	0%	\$ 8,575,768.84	2%	1%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 36,037.00	0%	\$ 13,168,664.90	2%	0.27%	1%
2021	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 674,680.00	4%	\$ 36,218,238.18	6%	2%	3%

Apéndices N° 6: Utilidad 2017

AÑO	NOMBRE	UTILIDAD	VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 22,900,001.00	\$ 64,152,737.40	36%	2%
2017	BAYER S.A.	\$ 8,893,385.00	\$ 109,871,254.75	8%	3%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 6,424,062.00	\$ 192,894,682.20	3%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 5,113,878.00	\$ 51,987,788.76	10%	3%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 2,274,028.00	\$ 24,211,246.72	9%	2%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 2,138,245.00	\$ 47,016,684.85	5%	1%
2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 1,723,750.00	\$ 48,780,488.98	4%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 1,614,199.00	\$ 8,345,326.68	19%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,157,034.00	\$ 19,308,447.20	6%	5%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 1,009,026.00	\$ 111,264,724.70	1%	4%

Apéndices N° 7: Utilidad 2018

AÑO	NOMBRE	UTILIDAD	VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 19,591,405.00	\$ 66,562,344.04	29%	18%
2018	BAYER S.A.	\$ 7,729,478.00	\$ 85,346,995.00	9%	4%
2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 6,109,972.00	\$ 193,539,411.82	3%	2%
2018	MERCK C.A	\$ 2,822,901.00	\$ 51,507,504.89	5%	3%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 3,005,069.00	\$ 22,293,626.78	13%	4%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 3,079,273.00	\$ 44,352,503.48	7%	2%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 1,217,942.00	\$ 40,723,831.57	3%	0.32%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 850,377.00	\$ 7,188,081.16	12%	7%
2018	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,189,030.00	\$ 45,149,320.30	3%	25%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 3,935,941.00	\$ 34,477,851.50	11%	7%

Apéndices N° 8: Utilidad 2019

AÑO	NOMBRE	UTILIDAD	VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 12,439,834.00	\$ 66,276,932.50	19%	11%
2019	BAYER S.A.	\$ 6,556,968.00	\$ 87,910,726.60	7%	5%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 1,534,810.00	\$ 188,141,940.00	1%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 1,265,401.00	\$ 27,483,323.00	5%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 2,346,968.00	\$ 23,558,208.70	10%	2%

2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 1,589,164.00	\$ 44,413,687.20	4%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 2,705,313.00	\$ 39,415,756.90	7%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 566,494.00	\$ 7,268,085.91	8%	5%
2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,818,139.00	\$ 33,268,731.10	5%	21%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 1,825,804.00	\$ 34,113,455.70	5%	3%

Apéndices N° 9: Utilidad 2020

AÑO	NOMBRE	UTILIDAD	VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 14,755,077.00	\$ 60,417,866.50	24%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 4,818,056.00	\$ 98,160,502.00	5%	3%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,077,840.00	\$ 186,645,893.00	1%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 1,735,029.00	\$ 1,520,060.00	114%	56%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 860,660.00	\$ 25,181,086.20	3%	68%
2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 1,491,134.00	\$ 44,307,113.70	3%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 4,029,487.00	\$ 32,385,631.10	12%	7%
2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 620,224.00	\$ 7,104,883.28	9%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 11,244,306.00	\$ 15,859,539.84	71%	4%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 1,520,060.00	\$ 31,002,606.30	5%	7%

Apéndices N° 10: Utilidad 2021

AÑO	NOMBRE	UTILIDAD	VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 12,691,022.00	\$ 56,750,662.01	22%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 4,596,890.00	\$ 98,711,362.92	5%	3%
2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 4,060,625.00	\$ 210,389,176.13	2%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 3,036,116.00	\$ 33,345,936.91	9%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 1,502,355.00	\$ 27,836,887.63	5%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 1,589,163.52	\$ 43,070,149.99	4%	3%
2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 4,801,302.00	\$ 33,515,439.96	14%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 608,277.00	\$ 8,575,768.84	7%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 17,942,493.00	\$ 13,168,664.90	136%	1%

Apéndices N° 11: Gastos de gestión – ventas 2017

AÑO	NOMBRE	GASTO DE GESTION		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 107,768.00	7%	\$ 64,152,737.40	0.17%	2%
2017	BAYER S.A.	\$ 117,989.00	7%	\$ 109,871,254.75	0%	35%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 139,276.00	9%	\$ 192,894,682.20	0.07%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 201,763.00	13%	\$ 51,987,788.76	0.39%	3%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 203,172.00	13%	\$ 24,211,246.72	1%	2%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 353,645.00	22%	\$ 47,016,684.85	1%	1%

2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 295,562.00	19%	\$ 48,780,488.98	1%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 47,100.00	3%	\$ 8,345,326.68	1%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 114,385.00	7%	\$ 19,308,447.20	1%	5%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 9,047.00	1%	\$ 111,264,724.70	0.01%	4%

Apéndices N° 12: Gastos de gestión – ventas 2018

AÑO	NOMBRE	GASTO DE GESTION		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 136,603.00	11%	\$ 66,562,344.04	0.21%	18%
2018	BAYER S.A.	\$ 50,560.00	4%	\$ 85,346,995.00	0%	59%
2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 124,756.00	10%	\$ 193,539,411.82	0.06%	2%
2018	MERCK C.A	\$ 165,849.00	13%	\$ 51,507,504.89	0.32%	3%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 144,820.00	11%	\$ 22,293,626.78	1%	4%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 226,759.00	18%	\$ 44,352,503.48	1%	2%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 143,522.00	11%	\$ 40,723,831.57	0.35%	0.32%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 42,092.00	3%	\$ 7,188,081.16	1%	7%
2018	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 201,310.00	16%	\$ 45,149,320.30	0.45%	25%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 33,600.00	3%	\$ 34,477,851.50	0.10%	7%

Apéndices N° 13: Gastos de gestión – ventas 2019

AÑO	NOMBRE	GASTO DE GESTION		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 199,287.00	18%	\$ 66,276,932.50	0.30%	11%
2019	BAYER S.A.	\$ 47,531.00	4%	\$ 87,910,726.60	0%	60%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 133,923.00	12%	\$ 188,141,940.00	0.07%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 166,748.00	15%	\$ 27,483,323.00	1%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 105,226.00	9%	\$ 23,558,208.70	0.45%	2%
2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 27,891.00	2%	\$ 44,413,687.20	0.06%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 309,317.00	28%	\$ 39,415,756.90	1%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 31,220.00	3%	\$ 7,268,085.91	0.43%	5%
2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 71,343.00	6%	\$ 33,268,731.10	0.21%	21%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 31,501.00	3%	\$ 34,113,455.70	0.09%	3%

Apéndices N° 14: Gastos de gestión – ventas 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO DE GESTION		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 93,764.00	10%	\$ 60,417,866.50	0.16%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 31,945.00	3%	\$ 98,160,502.00	0%	55%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 61,564.00	6%	\$ 186,645,893.00	0.03%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 184,471.00	19%	\$ 30,810,696.20	1%	3%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 219,258.00	23%	\$ 25,181,086.20	1%	68%

2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 28,547.00	3%	\$ 44,307,113.70	0.06%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 247,394.00	26%	\$ 32,385,631.10	1%	7%
2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 34,912.00	4%	\$ 7,104,883.28	0.49%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 30,705.00	3%	\$ 15,859,539.84	0.19%	4%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 24,479.00	3%	\$ 31,002,606.30	0.08%	7%

Apéndices N° 15: Gastos de gestión – ventas 2021

AÑO	NOMBRE	GASTO DE GESTION		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 98,727.00	11%	\$ 56,750,662.01	0.17%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 121,062.00	13%	\$ 98,711,362.92	0%	59%
2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 97,508.00	11%	\$ 210,389,176.13	0.05%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 73,643.00	8%	\$ 33,345,936.91	0.22%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 252,456.00	27%	\$ 27,836,887.63	1%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 15,294.00	2%	\$ 43,070,149.99	0.04%	3%
2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 110,833.00	12%	\$ 33,515,439.96	0.33%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 33,775.00	4%	\$ 8,575,768.84	0.39%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 63,136.00	7%	\$ 13,168,664.90	0.48%	1%
2021	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 58,142.00	6%	\$ 36,218,238.18	0.16%	3%

Apéndices N° 16: Gastos de suministro - ventas 2017

AÑO	NOMBRE	GASTO DE SUMINISTRO		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 43,881.00	2%	\$ 64,152,737.40	0.07%	2%
2017	BAYER S.A.	\$ 461,519.00	19%	\$ 109,871,254.75	0%	35%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 503,581.00	21%	\$ 192,894,682.20	0.26%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 36,001.00	1%	\$ 51,987,788.76	0.07%	3%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 37,180.00	2%	\$ 24,211,246.72	0.15%	2%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 80,754.00	3%	\$ 47,016,684.85	0.17%	1%
2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 51,902.00	2%	\$ 48,780,488.98	0.11%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 113,945.00	5%	\$ 8,345,326.68	1%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,087,689.00	45%	\$ 19,308,447.20	6%	5%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 20,454.00	1%	\$ 111,264,724.70	0.02%	4%

Apéndices N° 17: Gastos de suministro - ventas 2018

AÑO	NOMBRE	GASTO DE SUMINISTRO		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 84,907.00	4%	\$ 66,562,344.04	0.13%	18%
2018	BAYER S.A.	\$ 214,947.00	10%	\$ 85,346,995.00	0%	59%

2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 427,989.00	19%	\$ 193,539,411.82	0.22%	2%
2018	MERCK C.A	\$ 17,702.00	1%	\$ 51,507,504.89	0.03%	3%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 35,068.00	2%	\$ 22,293,626.78	0.16%	4%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 50,850.00	2%	\$ 44,352,503.48	0.11%	2%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 23,056.00	1%	\$ 40,723,831.57	0.06%	0.32%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 129,207.00	6%	\$ 7,188,081.16	2%	7%
2018	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,226,919.00	55%	\$ 45,149,320.30	3%	25%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 15,657.00	1%	\$ 34,477,851.50	0.05%	7%

Apéndices N° 18: Gastos de suministro - ventas 2019

AÑO	NOMBRE	GASTO DE SUMINISTRO		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 99,643.00	5%	\$ 66,276,932.50	0.15%	11%
2019	BAYER S.A.	\$ 219,769.00	10%	\$ 87,910,726.60	0%	60%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 401,758.00	19%	\$ 188,141,940.00	0.21%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 41,815.00	2%	\$ 27,483,323.00	0.15%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 29,119.00	1%	\$ 23,558,208.70	0.12%	2%
2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 31,275.00	1%	\$ 44,413,687.20	0.07%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 9,344.00	0%	\$ 39,415,756.90	0.02%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 66,697.00	3%	\$ 7,268,085.91	1%	5%

2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 1,178,670.00	56%	\$ 33,268,731.10	4%	21%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 19,495.00	1%	\$ 34,113,455.70	0.06%	3%

Apéndices N° 19: Gastos de suministro - ventas 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO DE SUMINISTRO		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 7,496.00	1%	\$ 60,417,866.50	0.01%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 159,049.00	14%	\$ 98,160,502.00	0%	55%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 290,903.00	25%	\$ 186,645,893.00	0.16%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 47,763.00	4%	\$ 30,810,696.20	0.16%	3%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 53,160.00	5%	\$ 25,181,086.20	0.21%	68%
2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 85,973.00	7%	\$ 44,307,113.70	0.19%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 28,075.00	2%	\$ 32,385,631.10	0.09%	7%
2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 15,281.00	1%	\$ 7,104,883.28	0.22%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 470,524.00	40%	\$ 15,859,539.84	3%	4%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 6,376.00	1%	\$ 31,002,606.30	0.02%	7%

Apéndices N° 20: Gastos de suministro - ventas 2021

AÑO	NOMBRE	GASTO DE SUMINISTRO		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 19,860.00	1%	\$ 56,750,662.01	0.03%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 24,193.00	2%	\$ 98,711,362.92	0%	59%
2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 275,832.00	21%	\$ 210,389,176.13	0.13%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 18,370.00	1%	\$ 33,345,936.91	0.06%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 36,742.00	3%	\$ 27,836,887.63	0.13%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 69,855.00	5%	\$ 43,070,149.99	0.16%	3%
2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 5,292.00	0%	\$ 33,515,439.96	0.02%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 29,052.00	2%	\$ 8,575,768.84	0.34%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 846,522.00	63%	\$ 13,168,664.90	6%	1%
2021	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 14,137.00	1%	\$ 36,218,238.18	0.04%	3%

Apéndices N° 21: Gasto de transporte – ventas 2017

AÑO	NOMBRE	GASTO - TRANSPORTE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 1,420,399.00	23%	\$ 64,152,737.40	2%	2%

2017	BAYER S.A.	\$ 838,414.00	13%	\$ 109,871,254.75	1%	35%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,236,631.00	36%	\$ 192,894,682.20	1%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 562,037.00	9%	\$ 51,987,788.76	1%	3%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 195,155.00	3%	\$ 24,211,246.72	1%	2%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 413,795.00	7%	\$ 47,016,684.85	1%	1%
2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 223,417.00	4%	\$ 48,780,488.98	0%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 112,164.20	2%	\$ 8,345,326.68	1%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 104,394.00	2%	\$ 19,308,447.20	1%	5%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 142,931.00	2%	\$ 111,264,724.70	0.13%	4%

Apéndices N° 22: Gasto de transporte – ventas 2018

AÑO	NOMBRE	GASTO - TRANSPORTE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 1,185,352.00	23%	\$ 66,562,344.04	2%	18%
2018	BAYER S.A.	\$ 13,252.00	0%	\$ 85,346,995.00	0.02%	59%
2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,332,308.00	46%	\$ 193,539,411.82	1%	2%
2018	MERCK C.A	\$ 496,387.00	10%	\$ 51,507,504.89	1%	3%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 211,787.00	4%	\$ 22,293,626.78	1%	4%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 432,821.00	9%	\$ 44,352,503.48	1%	2%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 261.00	0%	\$ 40,723,831.57	0.00%	0.32%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 23,280.00	0%	\$ 7,188,081.16	0.32%	7%

2018	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 28,209.00	1%	\$ 45,149,320.30	0.06%	25%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 344,909.00	7%	\$ 34,477,851.50	1%	7%

Apéndices N° 23: Gasto de transporte – ventas 2019

AÑO	NOMBRE	GASTO - TRANSPORTE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 1,064,018.00	24%	\$ 66,276,932.50	2%	11%
2019	BAYER S.A.	\$ 5,325.00	0.1%	\$ 87,910,726.60	0.01%	60%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,376,560.00	53%	\$ 188,141,940.00	1%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 194,758.00	4%	\$ 27,483,323.00	1%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 198,652.00	4%	\$ 23,558,208.70	1%	2%
2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 457,908.00	10%	\$ 44,413,687.20	1%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 19,800.00	0%	\$ 39,415,756.90	0.05%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 23,731.00	1%	\$ 7,268,085.91	0.33%	5%
2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 47,428.00	1%	\$ 33,268,731.10	0.14%	21%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 104,806.00	2%	\$ 34,113,455.70	0.31%	3%

Apéndices N° 24: Gasto de transporte – ventas 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO - TRANSPORTE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 771,737.00	16%	\$ 60,417,866.50	1%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 16,968.00	0%	\$ 98,160,502.00	0.02%	55%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 2,764,969.00	57%	\$ 186,645,893.00	1%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 244,357.00	5%	\$ 30,810,696.20	1%	3%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 226,372.00	5%	\$ 25,181,086.20	1%	68%
2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 531,335.00	11%	\$ 44,307,113.70	1%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 38,457.00	1%	\$ 32,385,631.10	0%	7%
2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 51,718.00	1%	\$ 7,104,883.28	1%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 149,745.00	3%	\$ 15,859,539.84	1%	4%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 97,893.00	2%	\$ 31,002,606.30	0.32%	7%

Apéndices N° 25: Gasto de transporte – ventas 2021

AÑO	NOMBRE	GASTO - TRANSPORTE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 956,435.00	15%	\$ 56,750,662.01	2%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 602,374.00	9%	\$ 98,711,362.92	1%	59%

2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 3,158,547.00	49%	\$ 210,389,176.13	2%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 263,753.00	4%	\$ 33,345,936.91	1%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 243,356.00	4%	\$ 27,836,887.63	1%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 630,664.00	10%	\$ 43,070,149.99	1%	3%
2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 59,365.00	1%	\$ 33,515,439.96	0.2%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 42,130.00	1%	\$ 8,575,768.84	0.49%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 280,967.00	4%	\$ 13,168,664.90	2%	1%
2021	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 144,789.00	2%	\$ 36,218,238.18	0.40%	3%

Apéndices N° 26: Gasto de viaje – ventas 2017

AÑO	NOMBRE	GASTO - VIAJE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2017	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 4,289,015.28	48%	\$ 64,152,737.40	7%	2%
2017	BAYER S.A.	\$ 1,372,245.70	15%	\$ 109,871,254.75	1%	35%
2017	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 970,439.04	11%	\$ 192,894,682.20	1%	1%
2017	MERCK C.A	\$ 737,074.04	8%	\$ 51,987,788.76	1%	3%
2017	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 176,385.73	2%	\$ 24,211,246.72	1%	2%
2017	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 586,335.15	7%	\$ 47,016,684.85	1%	1%
2017	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 430,115.92	5%	\$ 48,780,488.98	1%	2%
2017	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 69,605.56	1%	\$ 8,345,326.68	1%	1%
2017	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 352,899.70	4%	\$ 19,308,447.20	2%	5%
2017	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 18,334.30	0%	\$ 111,264,724.70	0.02%	4%

Apéndices N° 27: Gasto de viaje – ventas 2018

AÑO	NOMBRE	GASTO - VIAJE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2018	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 549,927.51	11%	\$ 66,562,344.04	1%	18%
2018	BAYER S.A.	\$ 718,269.80	15%	\$ 85,346,995.00	1%	59%
2018	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 1,005,986.66	21%	\$ 193,539,411.82	1%	2%
2018	MERCK C.A	\$ 721,079.42	15%	\$ 51,507,504.89	1%	3%
2018	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 177,671.30	4%	\$ 22,293,626.78	1%	4%
2018	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 614,835.57	13%	\$ 44,352,503.48	1%	2%
2018	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 503,904.13	10%	\$ 40,723,831.57	1%	0.32%
2018	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 56,055.59	1%	\$ 7,188,081.16	1%	7%
2018	LABORATORIO CLINICO ECUA- AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 182,278.50	4%	\$ 45,149,320.30	0.40%	3%
2018	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 364,069.81	7%	\$ 34,477,851.50	1%	7%

Apéndices N° 28: Gasto de viaje – ventas 2019

AÑO	NOMBRE	GASTO - VIAJE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2019	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 634,153.61	14%	\$ 66,276,932.50	1%	11%

2019	BAYER S.A.	\$ 1,014,285.54	22%	\$ 87,910,726.60	1%	60%
2019	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 1,028,749.28	22%	\$ 188,141,940.00	1%	0.36%
2019	MERCK C.A	\$ 350,275.95	7%	\$ 27,483,323.00	1%	0.33%
2019	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 203,249.87	4%	\$ 23,558,208.70	1%	2%
2019	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 632,484.75	13%	\$ 44,413,687.20	1%	2%
2019	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 475,355.33	10%	\$ 39,415,756.90	1%	4%
2019	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 47,400.27	1%	\$ 7,268,085.91	1%	5%
2019	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 209,299.32	4%	\$ 33,268,731.10	1%	6%
2019	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 100,680.06	2%	\$ 34,113,455.70	0.30%	3%

Apéndices N° 29: Gasto de viaje – ventas 2020

AÑO	NOMBRE	GASTO - VIAJE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2020	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 78,636.90	4%	\$ 60,417,866.50	0.13%	14%
2020	BAYER S.A.	\$ 212,698.32	9%	\$ 98,160,502.00	0%	55%
2020	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 490,322.93	22%	\$ 186,645,893.00	0.26%	1%
2020	MERCK C.A	\$ 49,591.40	2%	\$ 30,810,696.20	0.16%	3%
2020	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 101,894.70	5%	\$ 25,181,086.20	0.40%	68%
2020	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 85,150.55	4%	\$ 44,307,113.70	0.19%	1%
2020	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 63,879.17	3%	\$ 32,385,631.10	0.20%	7%

2020	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 654,128.00	29%	\$ 7,104,883.28	9%	58%
2020	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 101,794.78	5%	\$ 15,859,539.84	1%	14%
2020	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 408,398.04	18%	\$ 31,002,606.30	1%	7%

Apéndices N° 30: Gasto de viaje – ventas 2021

AÑO	NOMBRE	GASTO - VIAJE		VENTAS	COMPARACION CON VENTAS	UTILIDAD CON VENTAS
2021	JOHNSON & JOHNSON DEL ECUADOR SA	\$ 92,356.85	4%	\$ 56,750,662.01	0.16%	61%
2021	BAYER S.A.	\$ 391,599.39	19%	\$ 98,711,362.92	0%	59%
2021	ECUAQUIMICA ECUATORIANA DE PRODUCTOS QUIMICOS CA	\$ 656,418.25	31%	\$ 210,389,176.13	0.31%	1%
2021	MERCK C.A	\$ 86,222.27	4%	\$ 33,345,936.91	0.26%	5%
2021	LABORATORIOS CHALVER DEL ECUADOR C LTDA	\$ 169,616.72	8%	\$ 27,836,887.63	1%	6%
2021	GLAXOSMITHKLINE ECUADOR S.A.	\$ 50,848.57	2%	\$ 43,070,149.99	0.12%	3%
2021	GRUNENTHAL ECUATORIANA CIA LTDA	\$ 79,181.90	4%	\$ 33,515,439.96	0.24%	9%
2021	BIO-IN S.A. SISTEMAS MEDICOS	\$ 18,369.29	1%	\$ 8,575,768.84	0.21%	61%
2021	LABORATORIO CLINICO ECUA-AMERICAN LAB.E.A. CIA. LTDA.	\$ 85,813.17	4%	\$ 13,168,664.90	1%	8%
2021	PFIZER CIA. LTDA.	\$ 476,987.05	23%	\$ 36,218,238.18	1%	3%