

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE SALUD

ESCUELA DE FARMACIA



TÍTULO DEL PROYECTO

Desarrollo del proceso de digitalización de los programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS a través de una plataforma que permita automatizar los procesos de registro de canjes e inscripción de pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica a partir del año 2022

Nombre del estudiante:

José Pablo Calvo Díaz

Tutora profesional

Dra. Laura Badilla Quesada

Año 2022

Modalidad de internado en Farmacia para optar al Grado de Licenciatura en Farmacia

II. Agradecimientos

Le agradezco a Dios por la bendición que me ha dado de llegar hasta este punto de mi vida, por permitirme culminar mi carrera profesional en Farmacia, por darme la sabiduría y la fuerza para no desfallecer en los momentos difíciles que se presentaron a lo largo de estos cinco años, por permitirme seguir adelante sin importar la situación. Le agradezco a Dios por su gracia, la cual he visto reflejada en cada etapa de este proceso y por la bendición de poder culminar mi carrera rodeado de grandes personas y excelentes profesionales.

A mis papás, Francisco Calvo Montoya y Marlene Díaz Sánchez. Gracias por todo su esfuerzo y apoyo, por cada oración, por inculcarme los valores y principios necesarios para ser una buena persona y un profesional de excelencia, gracias por ser ese ejemplo de trabajo duro, esfuerzo y humildad. ¡Los amo!

A mi hermana María Calvo Díaz. Gracias por ser mi apoyo incondicional durante todo este proceso, por ser un pilar indispensable en mi vida, por todo su esfuerzo, por impulsarme a salir adelante, por brindarme su ayuda en los momentos que más lo necesité. Gracias por cada oración y por cada palabra de bendición para mi vida. Este sueño no sería posible sin su ayuda. ¡Te amo con todo mi corazón!

A mi cuñado, Dr. Pedro Jara Soto. Gracias por acompañarme durante toda mi carrera, por cada anécdota y enseñanza, por impulsarme a convertirme en un excelente farmacéutico, con principios y criterio profesional. Gracias por escucharme y aconsejarme, por compartir su experiencia y contribuir a mi formación. ¡Eres mi ejemplo a seguir como profesional!

A mi hermano Francisco Eduardo Calvo Díaz, gracias por animarme y hacerme reír siempre, por sacar de su tiempo para ayudarme, enseñarme, guiarme y aconsejarme, por acompañarme durante todo el proceso de mi formación académica.

A mi novia Priscila Salas Mora, gracias por formar parte de esta etapa en mi vida, por estar para mí, por compartir mis alegrías y entender mis preocupaciones, gracias por ayudarme cuando lo necesité, por estar pendiente, por motivarme y escucharme. ¡Eres una persona clave en este proceso!

A mi suegro Juan Salas Morales, le agradezco por estar pendiente de este proceso, le agradezco enormemente cada una de esas conversaciones llenas de conocimiento, sabiduría y críticas constructivas. Gracias por impulsarme siempre a dar lo mejor de mí.

A mi tutora y Gerenta Comercial de Calox Costa Rica, Dra. Laura Badilla Quesada, gracias por asumir el compromiso de acompañarme en este proyecto, le agradezco toda la confianza que depositó en mí. Mi gratitud por el tiempo que dedicó a enseñarme, a escucharme y aconsejarme, a transmitir su conocimiento y experiencia durante el desarrollo de este proyecto. Gracias por permitirme trabajar a su lado y darme la oportunidad de cumplir mi sueño, al dar mis primeros pasos en el mercado farmacéutico. ¡Eres una gran persona!

A Andrés Finol Rodríguez, Gerente de Inteligencia de Mercados, gracias por darme la oportunidad, por la confianza, por aceptar este proyecto y por brindarme los recursos necesarios para desarrollarlo desde el Departamento, siempre le agradeceré haberme permitido aportar a la organización y considerar mis recomendaciones para la toma de decisiones, y por escucharme y apoyarme. ¡Muchísimas gracias!

A Luis González Morales, Coordinador de Inteligencia de Mercados y Comunicación Corporativa, gracias por tanta paciencia, por compartir sus conocimientos, por escucharme, ayudarme e impulsarme; gracias por reconocer mi trabajo, por motivarme a seguir adelante y a persistir, a pesar de los obstáculos. ¡Te admiro como persona y como profesional!

En general, a Laboratorio Calox y a todos sus colaboradores, gracias a todos los departamentos involucrados en este proyecto, gracias por la experiencia, por compartir y por la enseñanza, en mí queda un poco de cada persona con la que compartí durante el desarrollo de este proyecto. Agradezco a la Universidad Internacional de las Américas, a cada persona que formó parte de este proceso de formación. A todos los profesores que dedicaron el tiempo para impartir sus enseñanzas, en especial al Dr. Juan Edgar Mora Badilla y a la Dra. Melissa Mata. A todos mis compañeros que ya se graduaron, los que están por terminar y los que continúan, gracias por cada historia que hoy llevo en mi corazón.

¡Muchas gracias a todos!

III. Dedicatoria

Le dedico este proyecto primeramente a Dios por brindarme la oportunidad de completar esta etapa de mi vida, por brindarme sabiduría, salud, los recursos y la fuerza para convertirme en profesional.

A todos los miembros de mi familia, especialmente a mi hermana María Calvo Díaz y a mis papás Francisco Calvo Montoya y Marlene Díaz Sánchez, por acompañarme en estos cinco años de formación y brindarme su apoyo incondicional.

A mí mismo, por todo el esfuerzo, por todas las semanas agotadoras de estudio, por no descansar un solo día hasta lograrlo, por no rendirme y seguir intentando sin importar las circunstancias, por disfrutar este proceso de formación al máximo.

IV. Tabla de Contenido

II. Agradecimientos	2
III. Dedicatoria.....	4
IV. Tabla de Contenido	5
V. Lista de tablas	7
VI. Lista de figuras	8
CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN.....	9
1. Introducción.....	10
1.2 Justificación	11
1.3 Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
CAPÍTULO II - MARCO REFERENCIAL.....	15
2. Marco referencial.....	16
2.1 Adherencia terapéutica	16
2.2 Estudios de mercado.....	16
2.3 Planes de lealtad	17
2.4 Mercadeo directo	18
2.5 Digitalización de mercados y automatización de procesos.	19
2.6 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.....	20
2.7 Control de inventario	22
2.8 Calidad y gestión documental.....	23
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	24
3. Metodología.....	25
3.1 Especificación operacional de las actividades y tareas a realizar (actividades generales a realizar y descripción detallada de cada una).	25
3.2 Métodos y técnicas a utilizar.	27
3.3 Determinación de los plazos o calendario de actividades (cronograma).....	29

3.4 Determinación de los recursos necesarios.....	30
3.5 Estructura organizativa y de gestión del proyecto o práctica (partes involucradas).	31
3.6 Factores externos condicionantes o prerequisites para el logro de los efectos e impacto del proyecto o práctica.....	33
3.6.1 Resistencia al cambio	33
CAPÍTULO IV- LOGROS Y RECOMENDACIONES	35
4.1 Logros.....	36
4.1.1 Estudio de mercado de programas de pacientes	36
4.1.2 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.....	41
4.1.3 Documentación de procesos	48
4.2 Recomendaciones	52
4.2.1 Estudios de mercado.....	52
4.2.2 Programas Plan Paciente CALOX y Programa de Cumplimiento Terapéutico Xaikus.....	52
4.2.3 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.....	52
CAPÍTULO V – REFERENCIAS.....	54
CAPÍTULO VI – ANEXOS	58
6. Anexos.....	58
6.1 Glosario	60
6.2 Procedimiento Operativo Estándar: Gestión del Programa Plan Paciente CALOX y Programa de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS.	60
6.3 Instructivo de Reintegro de Producto del PPC/PCT por la plataforma.	61
6.4 Instructivo de almacenamiento de producto terminado destinado a plan paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS en las oficinas de CALOX Comercial.	61
6.5 Productos participantes en Plan Paciente CALOX.....	62
6.6 Productos participantes en Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS.....	63
6.7 Página web grupocalox.com.....	63
6.8 Plataforma digital de Plan Paciente CALOX/ Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS	64
6.9 Bitácora semanal.....	64

V. Lista de tablas

Tabla 1. Cronograma de actividades.....	30
Tabla 2. Programas de pacientes del mercado actual.....	37
Tabla 3. Base de datos programas de pacientes del mercado actual.....	39
Tabla 4. Estudio de mercado producto A.....	41
Tabla 5. Hoja de pedidos Plan Paciente CALOX.....	43
Tabla 6. Base de datos pedidos PPC/PCT.....	44

VI. Lista de figuras

Figura 1. Diagrama de flujo del proceso de digitalización PPC/PCT.....	30
Figura 2. Organigrama Calox Comercial S.A.....	34
Figura 3. Espacio de almacenamiento de producto destinado a PPC/PCT.....	45
Figura 4. Mapeo de Temperatura área superior.....	46
Figura 5. Mapeo de Temperatura área medio.....	47
Figura 6. Mapeo de Temperatura área inferior.....	47
Figura 7. Humedad Relativa área superior.....	48
Figura 8. Humedad Relativa área medio.....	48
Figura 9. Humedad Relativa área inferior.....	49

CAPÍTULO I – INTRODUCCIÓN

1. Introducción

En la actualidad, las tecnologías de información y el sector digital han transformado los modelos de trabajo en el entorno empresarial, lo cual ayuda a automatizar procesos de negocio. Prueba de ello es la continua utilización de servicios y contenidos digitales en diversos ámbitos de la vida cotidiana, por ejemplo, el sector salud, en donde las compañías farmacéuticas cada vez son más susceptibles a la importancia que tiene la adaptación de estas tecnologías en sus actividades para cubrir las exigencias del mercado y fomentar su crecimiento¹.

Según lo anteriormente expuesto, este proyecto busca incentivar la adherencia de tratamientos farmacológicos a los pacientes de CALOX y XAIKUS por medio de una plataforma digital, que permita actualizar el modelo de trabajo y posicionar a la compañía en un mercado digitalizado de la industria farmacéutica, como lo son los programas de pacientes en las farmacias.

Los programas Plan Paciente CALOX (PPC) y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS (PCT) están diseñados para brindar una regalía de producto CALOX o XAIKUS al paciente, con el objetivo de generar adherencia terapéutica a los tratamientos prescritos por el médico u odontólogo, de manera que cada día más pacientes se motiven a adquirir el medicamento, sin barreras, y así puedan cumplir correctamente con la terapia indicada.

Este proyecto muestra el proceso de transición de una metodología manual a una metodología automatizada y la documentación de los nuevos procedimientos de PPC y PCT, ya que actualmente estos últimos cuentan con una plataforma digital diseñada con el propósito de inscribir puntos de venta que desean participar en los PPC y PCT, así como a los pacientes que se benefician del programa, de manera que se busque la automatización en el registro de compras y canjes realizados en los puntos de venta y, de la misma forma, automatizar el proceso de reintegro de producto.

1.2 Justificación

La transformación digital de los programas PPC y PCT es el eje central en este proyecto. El laboratorio CALOX desarrolló un nuevo modelo de trabajo por medio de una plataforma digital para su línea genérica y su línea de marca XAIKUS. Este nuevo modelo de trabajo aplica únicamente para sus programas de pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica (Fischel, La Bomba, FarmaValue, Saba, Sucre, Santa Lucía, Walmart).

Este proyecto se propone realizar un estudio de mercado para recopilar información de los programas de pacientes que actualmente trabajan con una modalidad digitalizada, con el fin de conocer los requisitos de inscripción de pacientes, los productos y las escalas de canje en las cadenas de farmacias de Costa Rica. Por su parte, la investigación de mercados permite, mediante un enfoque sistemático y objetivo, recopilar, validar, analizar e interpretar un conjunto de datos con la finalidad de obtener información útil en el proceso de toma de decisiones estratégicas en el laboratorio².

Además, por medio de la transformación digital pretende automatizar los procesos que se llevan a cabo en los programas PPC y PCT. Hablar de transformación digital realmente simboliza hablar de la transformación del negocio, ya que el laboratorio busca aprovechar las nuevas tecnologías para generar una base de datos y utilizarla como un medio de la organización para poder comunicarse de forma directa con sus pacientes, conseguir nuevos modelos con base en las demandas del cliente, optimizar procesos e implementar el cambio de la cultura interna de la empresa para poner “digital” en el corazón de todo lo que se hace³.

El proceso de transición de una metodología manual a una metodología digitalizada involucra al Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) del laboratorio CALOX, ya que el sistema documental permite formar una estructura organizativa de fácil manejo mediante el diseño de procesos, subprocesos y actividades. Al realizar el procedimiento operativo y los instructivos afines a las nuevas herramientas digitales del nuevo modelo de trabajo, se logra documentar los procesos administrativos, aplicando la mejora continua⁴.

Con respecto al enfoque a pacientes y su adherencia al tratamiento, según la Organización Mundial de la Salud (OMS) es “La medida en que la conducta de una persona, al tomar medicamentos, seguir una dieta y/o realizar cambios en su estilo de vida, corresponde con las recomendaciones acordadas por un proveedor de atención médica”⁵.

Uno de los grandes retos de las industrias farmacéuticas es la adherencia terapéutica a los tratamientos farmacológicos de los pacientes, ya que con los avances de la medicina en los últimos años se ha otorgado una mayor descripción fisiopatológica de las enfermedades y, con ello, se han desarrollado numerosos tratamientos médicos de gran eficacia; sin embargo, la tasa de incidencia y prevalencia de muchas enfermedades sigue siendo alta y los tratamientos muestran una menor efectividad a la esperada, debido a que los porcentajes de adherencia a estos tratamientos continúan siendo bajos⁶.

La adherencia terapéutica se puede ver expuesta por circunstancias vinculadas con los pacientes y su relación con los sistemas de salud. El problema de adherencia es un fenómeno mundial y ha ocasionado un incremento en la morbimortalidad a causa de errores tanto en diagnósticos como en tratamientos⁵. La OMS señala cinco factores que se ven implicados en la adherencia terapéutica, entre ellos, el paciente, factores socioeconómicos, la enfermedad, los tratamientos y los sistemas de salud⁶.

La pobreza, el nivel escolar y analfabetismo son factores socioeconómicos que influyen en la adherencia terapéutica debido a que a muchos pacientes se les dificulta el acceso a una óptima atención de salud. Asimismo, la percepción de la enfermedad es un factor determinante, ya que la gravedad de los síntomas y el grado de discapacidad que esta causa influye en la adherencia a los tratamientos, al igual que la duración del tratamiento y la carencia de educación que se les brinda a los pacientes en los centros de salud⁶.

En referencia a la clasificación anterior, CALOX, al ser una empresa pionera en la producción y comercialización de medicamentos genéricos de alta calidad, comprometida con la salud, calidad de vida y bienestar humano⁷, con este proyecto, una vez más, siente el compromiso de ofrecer plena satisfacción a los clientes, apoyados en la competencia de los

recursos humanos, innovación, tecnología actualizada, estrictos controles de la calidad, todo lo cual influye positivamente en la calidad de vida de la comunidad⁸.

Este proyecto se desarrolla desde el Departamento de Inteligencia de Mercados, con el propósito de brindar apoyo a los distintos departamentos de Calox Comercial S. A. que participan en el proceso operativo de los programas PPC y PCT.

Ahora bien, la finalidad de generar un estudio del mercado permitirá tomar en cuenta datos clave para la toma de decisiones a futuro dentro de la organización². Al automatizar y estandarizar los procesos de control de inventario PPC y PCT según la Guía de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución, se genera un histórico que busca la trazabilidad y así cumple con las normas de dicha guía, ya que en este caso se trabaja con producto terminado, el cual debe acatar todos los estándares de calidad.

Asimismo, la documentación del procedimiento es de gran importancia, ya que es el documento básico de cada proceso y tiene como objetivo recolectar de manera ordenada las labores fundamentales de cada parte involucrada, que describen e identifican al proceso para su análisis, rediseño y mejora continua⁹.

CALOX brinda beneficios a los pacientes a través de los programas PPC y PCT con el objetivo de completar los esquemas terapéuticos y facilitar la adherencia al tratamiento. Por su parte, se fomenta el crecimiento de la compañía al digitalizar su modelo de trabajo, ya que le permite actualizarse, automatizar procesos y posicionarse en el mercado. Además, las cadenas de farmacias de Costa Rica pueden beneficiarse con este nuevo modelo de trabajo, que permite tener una mejor trazabilidad de los canjes que se realizan en sus puntos de venta, así como brindar a sus pacientes una mejor atención.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Desarrollar un proceso de digitalización de los programas de Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS a través de una plataforma que permita automatizar los procesos de registro de canjes e inscripción de pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica, a partir del año 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Demostrar, por medio de un estudio de mercado, los programas de pacientes del mercado actual, sus características, requisitos de inscripción de pacientes y escalas de canje de los productos que forman parte de estos.

Automatizar los procesos de control de inventario de Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS para la trazabilidad y estandarización, según la Guía de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.

Establecer el procedimiento operativo estándar y los instructivos asociados a los Programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS, que respalde y describa los procesos internos que se llevan a cabo para ejecutar el modelo de trabajo implementado en la actualidad.

CAPÍTULO II - MARCO REFERENCIAL

2. Marco referencial

2.1 Adherencia terapéutica

Uno de los grandes problemas relacionados con medicamentos es la falta de adherencia al tratamiento, y se convierte en la principal causa de que no se obtengan todos los beneficios que ellos pueden proporcionar a los pacientes; sin embargo, en la práctica clínica diaria, no se reconoce este hecho como la primera causa de fracaso terapéutico y, con frecuencia, se recurre a la intensificación de tratamientos o pruebas innecesarias que pueden poner en riesgo al paciente⁶.

La falta de adhesión del paciente a los medicamentos recetados plantea un reto importante a la comunidad global de la salud, por lo que se ha convertido en un tema de gran interés para la industria farmacéutica, en donde laboratorios como CALOX combaten esta problemática con sus pacientes, con la ayuda de herramientas como los programas PPC/PCT en las farmacias⁶.

2.2 Estudios de mercado

Por medio de la investigación de mercados, CALOX-XAIKUS logra anticiparse a conocer los deseos y necesidades del mercado digital de planes paciente. El propósito fundamental es que se dé una planeación y ejecución en actividades de fijación de precios y escalas de canje según el mercado del medicamento; además, cumplir con los requisitos de inscripción de pacientes y la promoción ideal de los programas PPC/PCT, para generar intercambios que satisfagan a la empresa y a sus clientes¹⁰.

La investigación de mercado es una disciplina que, mediante un enfoque sistemático y objetivo, permite recopilar, validar, analizar e interpretar un conjunto de datos clave con la finalidad de obtener información fundamental para el proceso de toma de decisiones estratégicas del laboratorio CALOX¹⁰.

Una investigación de mercado representa un aporte muy específico en el proceso de planeación de estrategias y toma de decisiones en un proyecto como los programas PPC/PCT. Gracias a la investigación de mercado se obtiene mayor y mejor información para tomar decisiones acertadas, que favorezcan el crecimiento. Más aún, ayuda a conocer el tamaño del mercado que se desea cubrir, en el caso de vender o introducir un nuevo producto, y determina las preferencias de los clientes, para que así la organización pueda responder, adaptarse y no quedar fuera del mercado. El fin siempre va a ser el mismo: encontrar la manera de optimizar recursos, mejorar las áreas de oportunidad y lograr que la empresa crezca y sea más rentable¹⁰.

2.3 Planes de lealtad

Actualmente, los laboratorios farmacéuticos buscan relacionarse con sus pacientes para elevar la satisfacción, la confianza, la lealtad a la marca y contribuir a la salud de sus pacientes, así el valor del cliente alcanza una dimensión real y contribuye de forma efectiva a la rentabilidad¹¹.

El programa de lealtad busca asegurar que los pacientes sigan siendo clientes del laboratorio CALOX a largo plazo, ya que son el resultado de una experiencia positiva, y recompensan a los usuarios que utilizan y se comprometen con la marca una y otra vez. El programa de lealtad de la empresa se convierte en una gran oportunidad de brindar beneficios a los pacientes y contribuir a su salud. Además, permite cumplir con las metas de la organización. No obstante, también se necesita mucho esfuerzo e inversión para llevar a cabo un programa de lealtad con éxito que satisfaga a los clientes y garantice un retorno de inversión para el laboratorio¹¹.

En la actualidad, aunque los clientes pueden estar conformes con la calidad, precio y resultados terapéuticos de los productos de las líneas CALOX y XAIKUS, un factor que

puede desencadenar la disminución de las ventas es el cambio de producto en el punto de venta, donde el personal de la farmacia ofrece al paciente otra marca que se encuentra en su programa de recomendación, lo cual puede ser una razón para que el cliente cambie su elección. Por este motivo, los programas PPC/PCT se convierten en una herramienta indispensable para asegurar la lealtad del paciente hacia los tratamientos del laboratorio CALOX, ya que se necesitan muchos más recursos para adquirir un nuevo cliente que para retener a un cliente existente¹¹.

Los programas PPC/PCT o programas de lealtad del cliente tienen como objetivo retener a los pacientes existentes y captar nuevos pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica. La plataforma digital PPC/PCT le permite al laboratorio CALOX generar una base de datos de sus pacientes y, a largo plazo, utilizarla para generar un canal de comunicación abierto con ellos, ya que cuando los clientes se identifican con la marca y desarrollan un vínculo, esta se fortalece¹¹.

2.4 Mercadeo directo

Hoy en día, es preciso entender el *marketing* farmacéutico no en el sentido antiguo de lograr una venta, sino en el nuevo sentido de satisfacer las necesidades del paciente. En el caso de CALOX, encontramos tres tipos de clientes: farmacias, distribuidores y consumidor final o paciente. Si se entienden bien las necesidades de los consumidores, se desarrollan estrategias y productos que ofrecen mayor valor. Por lo tanto, la venta está ligada tanto a la publicidad como al conjunto de herramientas de *marketing* que trabajan juntas para satisfacer las necesidades y crear relaciones directas con el cliente y consumidores finales¹².

“En términos generales, *marketing* es un proceso social y administrativo que se define como un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos, obteniendo a cambio el valor de los clientes”¹³.

El *marketing* directo consiste en la utilización de canales que llegan directamente a los consumidores con el fin de entregar bienes y servicios a los compradores sin necesidad de intermediarios de *marketing*. Estos canales incluyen el correo directo, mensajes de texto,

los sitios web y otros dispositivos móviles. Esta es una de las formas de atención a los consumidores; en el caso de la plataforma digital de los programas de pacientes de CALOX y XAIKUS, permite utilizar estos canales de comunicación, como la página web del laboratorio disponible en <https://grupocalox.com/>, donde las farmacias se pueden inscribir a los programas, y los pacientes pueden consultar el punto de venta más cercano para realizar sus canjes¹².

El *marketing* directo es cada vez más importante en el mercado farmacéutico, donde los principales medios de comunicación son fundamentales para poder llegar a los pacientes y dar a conocer la marca. Son varias las estrategias que se pueden crear en una campaña de *marketing*, pero para que esta tenga un verdadero efecto hay que utilizar todos los recursos que tiene a su disposición, por ejemplo, el correo electrónico, el cual permite comunicar a las farmacias los nuevos lanzamientos y las escalas de canje con las que cuenta el producto en caso de formar parte del PPC/PCT¹².

Este método tiene que ser muy selectivo. Si se trata de un nuevo lanzamiento, se organiza una campaña promocional para los tres tipos de clientes de la empresa farmacéutica; sin embargo, si se realiza una campaña de educación de pacientes de una línea terapéutica específica, se deben seleccionar los destinatarios a los que se les envían los correos electrónicos, según la información que brinda la base de datos de la plataforma PPC/PCT. De esta manera, la campaña se optimiza mucho más, ya que no es lo mismo enviar material promocional a clientes que están interesados en el producto que a los que no, puesto que se está generando una inversión al efectuar la campaña¹².

2.5 Digitalización de mercados y automatización de procesos

El proceso de transición a la automatización de procesos digitales genera un profundo cambio digital que obliga a la mayoría de empresas a alejarse de la gestión de procesos empresariales convencional y asumir una automatización de procesos digitales más actualizada, que permite desarrollar con éxito estrategias como los programas de lealtad, *marketing* directo y múltiples metodologías que le da al laboratorio la posibilidad de acompañar a sus pacientes en sus padecimientos¹⁴.

Laboratorio CALOX implementa una nueva modalidad de trabajo que digitaliza los programas PPC/PCT y brinda una mejor experiencia, ya que facilita el proceso para sus pacientes. Al digitalizar los programas, los pacientes no deben guardar sus facturas o cajas del medicamento debido a que la compra se registra en la plataforma PPC/PCT.

A nivel interno, los empleados han experimentado una mayor facilidad de colaboración, una mayor transparencia en los procesos internos y en la información como resultado de la transformación digital, pues esa nueva modalidad permite obtener un control de la cantidad de canjes que se realizan por cadena y por paciente, lo cual es información de gran interés para un adecuado control del proceso.

Gracias a la digitalización de los programas PPC/PCT, mejoran los procesos de almacenamiento y distribución del inventario destinado a la reposición de producto utilizado en los canjes, en las farmacias, debido a que la mayoría de cadenas trabajan bajo un sistema de reintegro centralizado a través de CADIFAR.

2.6 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución (BPAD)

CADIFAR, como operador logístico del laboratorio farmacéutico CALOX, cumple con las Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución, las cuales constituyen un conjunto de normas mínimas obligatorias que deben acatar los almacenes de importación, distribución, dispensación y expendio de productos farmacéuticos, destinados a garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos¹⁵.

En el caso de los programas PPC/PCT existe una cantidad de productos que se almacena durante un periodo de tiempo en las oficinas del laboratorio CALOX, los cuales se entregan a la fuerza de ventas para reintegrar el producto a las farmacias que no cuentan con un sistema de reintegro centralizado por medio de CADIFAR. En síntesis, el proyecto busca garantizar el adecuado almacenamiento y distribución del inventario que se almacena en las oficinas.

Los temas que comprende la legislación de Costa Rica con respecto a las áreas de almacenamiento involucran lo siguiente¹⁵:

- Gestión de calidad, donde la droguería debe establecer, implementar y mantener un sistema para el alcance de sus actividades y procesos.
- Establecer y mantener un sistema de documentación que incluya los procedimientos estándares operativos y las instrucciones de trabajo para asegurar que los procesos se cumplan, controlen y registren de manera consistente y segura, con el fin de mantener la calidad y seguridad de cada uno de los productos.
- Trazabilidad o rastreabilidad del producto a través de la cadena de fabricación, almacenamiento y distribución.
- Las instalaciones deben ubicarse, diseñarse, construirse, adaptarse y mantenerse de conveniencia con las operaciones propias del área de almacenamiento.
- Las áreas de almacenamiento deben tener espacio suficiente para facilitar el manejo ordenado y segregado de los medicamentos, definir el flujo del personal, material y productos y favorecer la limpieza. Se debe realizar un estudio de las condiciones ambientales (mapeo) de temperatura y humedad relativa dentro del área de almacenamiento
- Recepción: se establece que, al ingresar un medicamento a la droguería, debe permanecer en cuarentena, física o virtual, siempre y cuando esté validado el sistema, hasta que se autorice su liberación.
- En un caso de reclamos y quejas, se debe disponer de un medio que permita al cliente comunicarse para presentar su inconformidad o dudas sobre los productos farmacéuticos, y contar con procedimientos escritos para el manejo de los reclamos del mercado.
- En el caso de retiros, las droguerías deben contar con procedimientos escritos para el manejo de los productos farmacéuticos que se retiran del mercado, donde el regente farmacéutico es el responsable de la coordinación y seguimiento del proceso.
- Devoluciones: En este caso, se debe contar con procedimientos escritos para el manejo de los productos farmacéuticos devueltos del mercado; todas las devoluciones

deben ser colocadas en cuarentena, estar debidamente identificadas y registradas en el inventario como una devolución. En el caso de los productos que salen de las droguerías y son devueltos, es responsabilidad del regente farmacéutico decidir si se incorporan de nuevo al inventario para su distribución, conforme a procedimientos escritos.

- **Contratos a terceros:** Este capítulo indica que cualquier actividad relacionada con el proceso de importación, almacenamiento y distribución de un producto farmacéutico que se delega a otra persona o entidad, se realizará de acuerdo con un contrato escrito establecido entre el contratante y el contratista.
- **Auditorías:** Las droguerías deben contar con procedimientos escritos para llevar a cabo las auditorías o autoinspecciones, las cuales deben contemplar la revisión de los requisitos técnicos y de gestión que garanticen el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución vigentes. Los auditores internos deben contar con la capacitación y calificación para realizar su función y deben auditar actividades independientes a las que realiza¹⁵.

Al Ministerio de Salud de Costa Rica le corresponde la verificación y el control del cumplimiento de lo establecido en este reglamento. Es necesario que se aplique la normativa durante las diferentes fases del proceso de almacenamiento y distribución de un medicamento, para asegurar que el producto de CALOX Corporación que llega al paciente mantiene intactos los niveles de calidad, identidad, pureza y seguridad con los que ha sido elaborado en la planta farmacéutica¹⁵.

2.7 Control de inventario

Por otra parte, el inventario o *stock* “es la cantidad de bienes que una empresa mantiene en existencia en un momento dado”¹⁶, bien sea para la venta ordinaria o para ser consumidos en la producción de medicamentos para su posterior comercialización. Constituye el nexo entre la producción y la venta de un producto y representa una inversión considerable para el laboratorio, por lo que debe ser controlado cuidadosamente¹⁶.

En este sentido, en una empresa manufacturera de medicamentos como CALOX, el inventario está conformado por la materia prima, insumos o productos en proceso necesarios para la fabricación y posterior comercialización de productos terminados. En este caso, el proyecto busca llevar un control y trazabilidad de producto terminado destinado al reintegro de producto de los programas PPC/PCT¹⁶.

2.8 Calidad y gestión documental

El Sistema de Gestión de Calidad puede definirse como un sistema cuya función es definir la política que seguirá la organización y las metas que fijará para la obtención de la calidad. El sistema de gestión de calidad consiste en una forma de estructurar y organizar las operaciones para dirigir y asegurar el buen funcionamiento del departamento y de la organización, para que esta sea más rentable, competitiva y adaptable a las nuevas y cambiantes situaciones del mercado. Así, los elementos del sistema de gestión de calidad tienen la misión de lograr un impacto positivo en el rendimiento de toda la organización⁹.

El procedimiento operativo de los programas PPC/PCT de laboratorio CALOX es el documento básico del proceso y tiene como objetivo recopilar, de manera organizada, los elementos fundamentales que describen e identifican cada tarea para su análisis, rediseño y mejora. Es necesario debido a que facilita el trabajo de todas las partes involucradas y reúne los elementos más importantes a considerar⁹.

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

3. Metodología

En este capítulo se detallan todos los aspectos relacionados con el apartado metodológico, muestra las estrategias y el proceso pertinente para desarrollar el proyecto y cumplir con los objetivos inicialmente propuestos. De manera específica, se presentan las actividades y tareas a realizar durante el tiempo de internado, métodos y técnicas a utilizar y cronograma de actividades. También se determinan los recursos necesarios, se muestra la estructura organizativa y se destacan las personas de cada departamento que participan en el proceso operativo de los programas PPC/PCT.

3.1 Especificación operacional de las actividades y tareas a realizar (actividades generales a realizar y descripción detallada de cada una)

- 3.1.1 **Reporte mensual de reintegro de producto PPC-PCT:** Consiste en utilizar la información de la plataforma PPC/PCT para generar los reportes, para que la Gerencia Comercial y la fuerza de ventas coordinen y efectúen el reintegro de producto a las cadenas que lo realizan por un método centralizado, y a las cadenas en la que los Visitadores Médicos y Asesores Comerciales reintegran el producto en cada visita a los puntos de venta.
- 3.1.2 **Entrega semanal de producto para reintegro a farmacias:** En el caso de las cadenas que reciben el producto por punto de venta, se prepara la cantidad solicitada para cada cadena y se entrega lo solicitado al Visitador Médico, para que este se encargue de entregarlo.
- 3.1.3 **Reporte auditoría PPC/PCT:** Cada tres meses se debe efectuar una auditoría de control a las cadenas que trabajan con la plataforma digital, para disminuir las inconsistencias encontradas por las alertas de la herramienta digital, como lo es el caso de las facturas duplicadas o clientes que consumen más de cinco medicamentos del programa en un mes. Para esto, se realiza una auditoría directamente con los encargados de cadena o en cada punto de venta por medio de

la fuerza de ventas, por lo que es necesario generar un reporte con una muestra aleatoria de facturas para realizar la revisión.

- 3.1.4 **Estudio de mercado (Productos, Precios, Planes Paciente):** Se lleva a cabo un estudio de precios para Costa Rica, en donde se definen los competidores directos de cada producto por medio de la herramienta FlexView; luego se procede con la investigación de mercado por medio de las aplicaciones de las cadenas de farmacias.
- 3.1.5 **Estudios de precios de productos CALOX y XAIKUS:** Cada dos semanas se efectúa un estudio de precios por medio de las aplicaciones de las cadenas de farmacias de Costa Rica, para conocer el precio de los medicamentos CALOX-XAIKUS.
- 3.1.6 **Reportes mensuales IMS:** Conocer el mercado y posicionamiento de la organización y sus productos en el mercado total de laboratorios farmacéuticos, en el mercado genérico para la línea CALOX, y en el mercado de marcas para la línea XAIKUS.
- 3.1.7 **Programación y diseño de herramienta de pedidos:** Diseño de herramienta en Microsoft Excel para digitalizar y estandarizar los pedidos generados por la fuerza de ventas para reintegrar el producto de los programas PPC/PCT a las farmacias. Además, permite llevar un control y trazabilidad del inventario que se almacena en las oficinas de CALOX-XAIKUS.
- 3.1.8 **Aseguramiento del correcto almacenamiento de producto destinado a PPC/PCT en las oficinas de CALOX de Costa Rica:** Verificar el adecuado almacenamiento de producto terminado destinado a reintegro de producto de los canjes de PPC/PCT.

3.1.9 **Elaboración de procedimientos e instructivos afines a PPC/PCT:** Se elabora la documentación de todos los procesos relacionados con los programas PPC/PCT e instructivos afines para el uso adecuado de las nuevas herramientas digitales.

3.2 Métodos y técnicas a utilizar

El presente proyecto presenta, fundamentalmente, un propósito institucional puro aplicado, ya que en este caso es el laboratorio farmacéutico CALOX quien solicita que se realice la investigación del mercado, con el fin de utilizar los resultados de este trabajo para resolver problemas que se puedan presentar, y buscar la mejora continua a corto, mediano o largo plazo en los programas PPC/PCT¹⁷.

No obstante, este proyecto cuenta con dos fases: en la primera fase, la investigación se centra en un método inductivo, pues va de hechos particulares a generales. En este caso parte de los medicamentos de las líneas CALOX-XAIKUS al investigar su mercado (precios, presentaciones, escalas de canje y posicionamiento con respecto a la competencia)¹⁷.

En una segunda fase se analiza el mercado total de planes pacientes, y busca generar una base de datos que se ponga en práctica al impulsar un nuevo lanzamiento o inclusión de productos a los programas PPC/PCT, por lo que, en la segunda fase, la investigación se centra en un método deductivo, ya que analiza el mercado total y se aplica a las líneas terapéuticas del laboratorio CALOX-XAIKUS¹⁷.

El siguiente apartado muestra la técnica de investigación por desarrollar para abordar el proceso de digitalización de los programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS. Debido a lo anterior, se considera que “La investigación conjunta implica la elaboración de una investigación bibliográfica y de campo”¹⁷, por lo que este proyecto ejecuta una investigación de campo, pero, a su vez, respalda la importancia de la información recopilada por medio de la revisión bibliográfica de artículos científicos y normas con las que debe cumplir CALOX-XAIKUS para asegurar la calidad de sus productos¹⁷.

La Investigación de Campo, como su nombre lo indica, es cuando se trabaja fuera de un lugar acondicionado, es decir, en el lugar natural donde ocurren los hechos. En este caso se da analizando los mercados en los que participa CALOX Corporación, como lo son los mercados genéricos y marcas en los que también participa la línea de productos XAIKUS¹⁷.

Asimismo, el proyecto se realiza como un estudio retrospectivo, debido a que se indagan hechos ocurridos en el pasado por medio de la herramienta FlexView, que permite tener una visión del mercado farmacéutico en periodos anteriores y, de esta forma, tomar decisiones a futuro según los resultados obtenidos en la investigación. Además, se realiza una toma de datos actuales de los medicamentos, por lo que la secuencia del estudio es transversal, ya que estudia las variables simultáneamente en un determinado tiempo¹⁷.

Según la relación con el problema, el proyecto corresponde a un estudio descriptivo exploratorio, debido a que se enfoca a responder características de cómo está posicionado CALOX-XAIKUS y cuál es su situación con respecto a un problema o variable, en este caso el mercado farmacéutico de planes paciente. Además, el proyecto permite ampliar la información descriptiva, ya que posibilita investigar las diferencias que pueden existir entre las variables de mercado¹⁷. A continuación, se muestra la figura 1, la cual evidencia, por medio de un diagrama de flujo, el proceso de digitalización de los programas PPC/PCT.

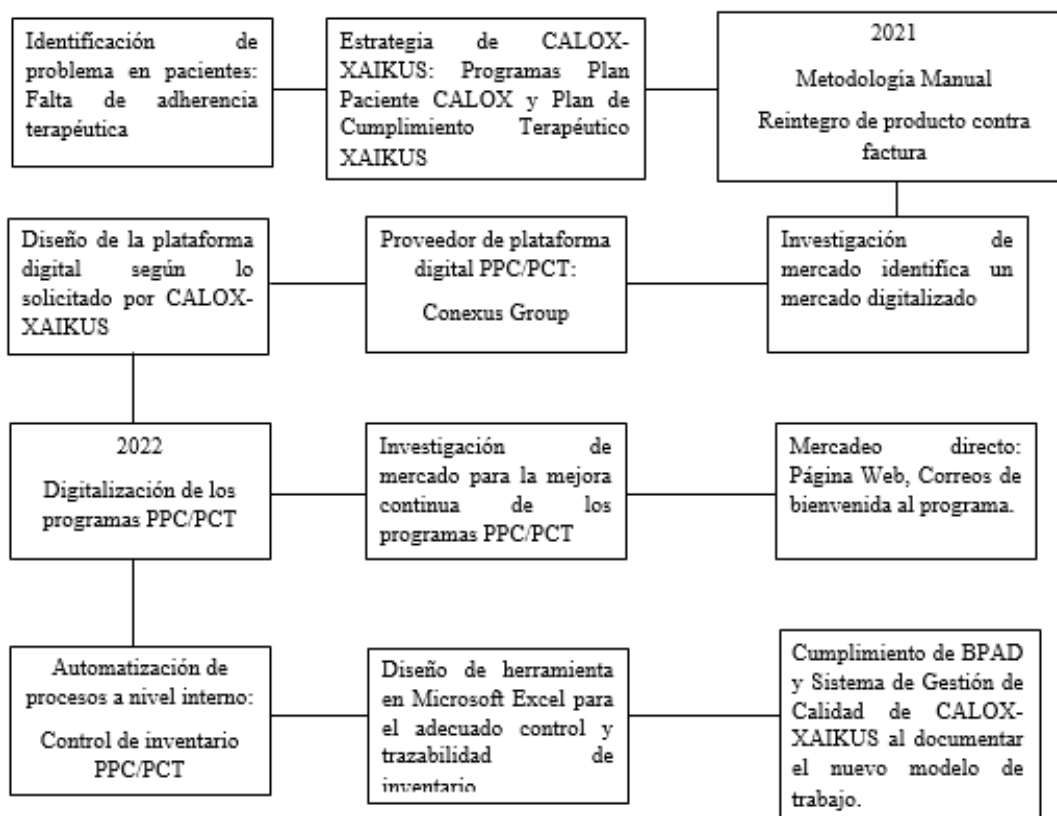


Figura 1: Diagrama de flujo del proceso de digitalización PPC/PCT

Fuente: elaboración propia, 2022.

3.3 Determinación de los plazos o calendario de actividades (cronograma)

La tabla 1 muestra el cronograma de actividades a seguir para crear el proyecto, así como las fechas establecidas para las entregas de avances.

Tabla 1. Cronograma de actividades

Meses del bloque II (cada mes debe dividirse según el número de semanas que este tenga)																														
No	Actividades por realizar	Julio				Agosto					Septiembre					Octubre					Noviembre					Diciembre				
		1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Estudio de Mercado	X			X		X		X	X	X		X					X		X	X									
2	Buenas Prácticas de	X		X	X	X			X		X	X	X	X	X															

Por medio de las páginas web de programas de pacientes de los laboratorios farmacéuticos, se recopiló información acerca de productos participantes, escalas de canje y requisitos de inscripción.

La plataforma digital Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico Xaikus elaborada por Conexus Group permite registrar las compras y los canjes en las cadenas de farmacias de Costa Rica, esto posibilita una mejor trazabilidad, control y facilidad al reintegrar producto a las farmacias. Asimismo, Conexus Group desarrolla la página web disponible en <https://grupocalox.com/>, en la cual los pacientes se pueden inscribir al programa.

El Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 37700-S establece una serie de normas, con las cuales debe cumplir el laboratorio para almacenar el producto terminado en las oficinas de Calox y garantizar la calidad del producto.

Por medio de Microsoft Excel se diseñó una herramienta para digitalizar y estandarizar los pedidos generados por la fuerza de ventas para reintegrar el producto de los programas PPC/PCT a las farmacias. También, por medio de Microsoft Excel se realiza un control y trazabilidad del inventario que se almacena en las oficinas de CALOX-XAIKUS.

Se utilizaron los Datalogger del Departamento de Control de Calidad, los cuales son de la marca Rotronic, para trazar el mapeo de temperatura y humedad del espacio destinado al almacenamiento de los productos de PPC/PCT.

3.5 Estructura organizativa y de gestión del proyecto o práctica (partes involucradas)

3.5.1 Inteligencia de mercados

3.5.1.1 Gerente de Inteligencia de Mercados

3.5.1.2 Coordinador de Inteligencia de Mercados y Comunicación Corporativa

3.5.1.3 Pasante Inteligencia de Mercados (José Pablo Calvo Díaz)

3.5.2 Ventas

3.5.2.1 Gerente Comercial Costa Rica y Tutora de Internado (Laura Badilla Quesada)

3.5.2.2 Fuerza de ventas: 8 Visitadores Médicos línea Calox, 6 Asesores Comerciales línea Calox, 6 Visitadores Médicos línea Xaikus, 2 Asesores Comerciales línea Xaikus.

3.5.3 Servicio al cliente y facturación

3.5.3.1 Jefe de Servicio al Cliente

3.5.3.2 Oficinista

3.5.4 Coordinador de proyectos y farmacovigilancia

3.5.5 Conexus Group: Proveedor de plataforma PPC/PCT

3.5.5.1 Ejecutivo de cuenta

Como se aprecia en la figura 2, el organigrama de CALOX COMERCIAL muestra los departamentos y personas involucradas con los programas de pacientes PPC/PCT de CALOX y XAIKUS. Los departamentos de Servicio al Cliente y Facturación trabajan en conjunto con la fuerza de ventas (Visitadores Médicos y Asesores Comerciales), quienes reportan directamente a la Gerencia Comercial que, en conjunto con el Gerente de Inteligencia de Mercados, departamento en el que se lleva a cabo el proyecto, reportan directamente al Director Comercial, el cual, a su vez, le rinde cuentas de manera directa al Presidente Ejecutivo. Por su parte, el Coordinador de Proyectos y Farmacovigilancia es quien brinda apoyo con el cumplimiento de BPAD.

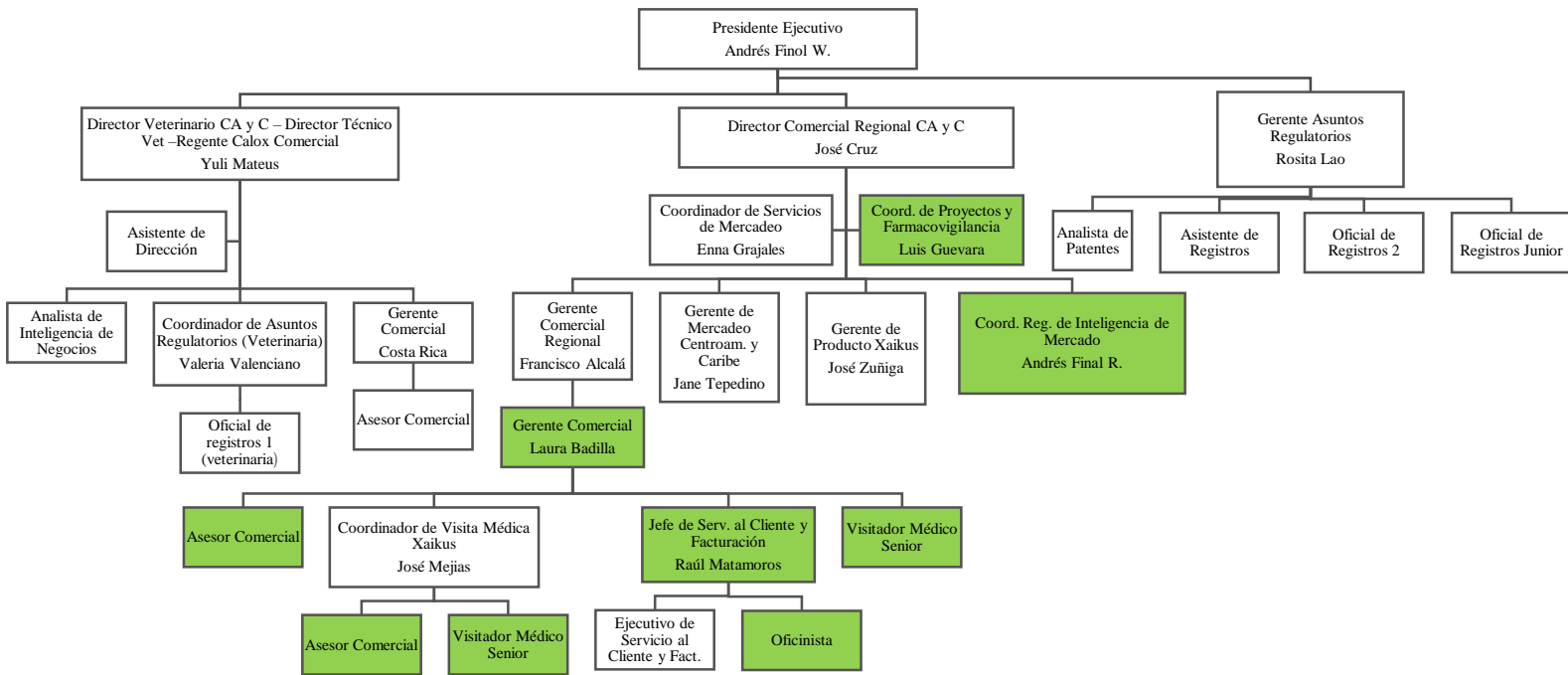


Figura 2: Organigrama Calox Comercial S. A.

Fuente: elaboración propia con base en la referencia⁸.

3.6 Factores externos condicionantes o prerrequisitos para el logro de los efectos e impacto del proyecto o práctica

3.6.1 Resistencia al cambio

El paso a la tecnología digital ha provocado extensas modificaciones en los procesos tanto de los empleados como de los clientes, motivo por el cual las empresas se ven obligadas a desarrollar sus herramientas y estrategias para estar al día¹⁸.

El cambio es visualizado como un requisito para el progreso de las líneas CALOX-XAIKUS para así obtener mayores ganancias, alcanzar una mayor participación en el mercado y hacer frente a la volatilidad en el mercado farmacéutico. Las organizaciones deben cambiar permanentemente para maximizar el margen de utilidad y dichos cambios provienen

de la observación constante de las necesidades de los consumidores en términos de producto, además del ajuste permanente en los análisis de mercado¹⁸.

La resistencia al cambio organizacional es la falta de intención para adaptarse a nuevas circunstancias por parte de las personas trabajadoras. Detectarla es importante porque permite a los líderes de las empresas desarrollar medidas y estrategias efectivas destinadas a gestionar positivamente esa resistencia de los colaboradores. Esto evitará problemas a futuro con respecto a la baja de productividad y falta de compromiso que suele presentarse en los trabajadores descontentos por los cambios implementados¹⁸.

Durante el proceso de transición de una metodología manual a una metodología automatizada digitalmente, se han presentado escenarios de resistencia al cambio a nivel interno por parte de colaboradores de CALOX, y a nivel externo por parte de los clientes. Lo antes expuesto indica que la resistencia al cambio en la metodología de trabajo ha generado constantes desafíos durante el desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO IV- LOGROS Y RECOMENDACIONES

4.1 Logros

En esta sección se presentan los resultados obtenidos durante el proyecto, de manera que cada resultado expuesto a continuación da respuesta a los objetivos específicos propuestos. En consecuencia, se estarán mostrando los resultados del estudio de mercado de planes paciente, el cumplimiento de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución y la documentación respectiva del nuevo proceso operativo de los programas de pacientes de CALOX y XAIKUS.

4.1.1 Estudio de mercado de programas de pacientes

A continuación, se presenta un resumen de los datos obtenidos, con el fin de presentar los datos relevantes del proyecto. Las tablas 2, 3 y 4 se basan en el primer objetivo, el cual se enfoca en demostrar, por medio de un estudio de mercado, los programas de pacientes del mercado actual y sus características.

Tabla 2. Programas de pacientes del mercado actual

Laboratorios	Nombre del plan
ABOTT	Abox plan
ASOFARMA	Asofarma te cuida
ASTRA ZENECA	Disfruto mi salud
BAYER	Baconmigo
JANSSEN	-
MENARINI	De todo corazón
MEGASALUD	-
MERK	Cuidarme
SERVIER	Servier a tu lado
MSD	-

NOVARTIS	Soy iSalud
NUTRICARE	-
PFIZER	-
PROSANE	-
EUROFARMA	Cerca de usted
UPJOHN	Upjohn A tu lado (pfizer)
ALTERNATIVA	A tu lado
ORGANON	Junto a ti
EXELTIS	Siempre contigo
GSK	-
GUTIS	-
NEWPORT	-
CALOX	-
XAIKUS	-

Fuente: elaboración propia, 2022.

La tabla 2 muestra el mercado de programas de pacientes digitalizados del mercado actual en las cadenas de farmacias de Costa Rica. En la primera columna se muestra el nombre de la casa farmacéutica y en la segunda, el nombre de cada programa de pacientes. Con base en este mercado, se recopilamos datos por medio de las páginas web de los programas y aplicaciones de las farmacias, de las cuales se compilamos datos de los productos participantes y requisitos de inscripción de pacientes. La tabla 3 muestra un ejemplo de los datos recopilados para generar la base de datos que a futuro puede ser utilizada para la toma de decisiones de CALOX- XAIKUS, al organizar lanzamientos e incorporar productos a sus programas de pacientes.

Tabla 3. Base de datos programas de pacientes del mercado actual

Laboratorio	Producto	Principio Activo	Plan	Requisitos
Asofarma	Colmibe 10MG/10MG	Atorvastatina+Ezetimibe	2+1	Las facturas deben ser registradas en el momento en que se realizan las compras, hay un tiempo límite de 15 días calendario desde que se estas se efectúan para registrarlas o, de lo contrario, no podrían ser aplicadas para poder obtener el beneficio, es decir, ya no serán reconocidas como parte de las compras necesarias para hacer el canje correspondiente. Las facturas se registran donde se adquieren los medicamentos para ser válidas y recibir el canje. El paciente debe brindar los siguientes datos para inscribirse al programa de pacientes: nombre y apellidos, género, fecha de nacimiento, tipo de identificación, número de identificación, debe brindar mínimo dos métodos de contacto como correo electrónico, celular, teléfono, dirección.
	Colmibe 20MG/10MG	Atorvastatina+Ezetimibe	2+1	
	Dolovartalon1500/15MG	Meloxicam+ Glucosamina sulfato	1 Vartalon Duo	
	Eutebrol 10mg x 30 comprimidos	Memantina	2+1	
	Eutebrol 20mg x 30 comprimidos	Memantina	2+1	
	Fapris 100mg x 30 comprimidos	Desvenlafaxina	2+1	
	Fapris 50 mg x 30 comprimidos	Desvenlafaxina	2+1	
	Iltux 20 mg x 28 tabletas	Olmesartán Medoxomilo	2+1	
	Iltux 40 mg x 28 tabletas	Olmesartán Medoxomilo	2+1	
	Iltux HCT 20mg/12.5mg x 28 tabletas	Olmesartán Medoxomilo+ Hidroclorotiazida	2+1	
	Iltux HCT 40mg/12.5mg x 28 tabletas	Olmesartán Medoxomilo+ Hidroclorotiazida	2+1	
	Iltux HCT 40mg/25mg x 28 tabletas	Olmesartán Medoxomilo+ Hidroclorotiazida	2+1	
	Iltuxam 20/5mg x 28 comprimidos	Olmesartán Medoxomilo+ Amlodipino	2+1	
	Iltuxam 40/10 mg x 28 comprimidos	Olmesartán Medoxomilo+ Amlodipino	2+1	
	Iltuxam 40/5 mg x 28 comprimidos	Olmesartán Medoxomilo+ Amlodipino	2+1	
	Nabila Nevibolol 5 mg x 28 comprimidos	Nevibolol	2+1	

Parmital 0,25 mg x 30 tabletas	Pramipexol	2+1
Parmital 1 mg x 30 tabletas	Pramipexol	2+1
Quetiazic 100 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Quetiazic 200 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Quetiazic XR 300 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Quetiazic XR 200 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Quetiazic 25 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Quetiazic 300 mg x 30 tabletas	Quetiapina	2+1
Tamsulon duo x 30 tabletas	Tamsulosina	2+1
Tamsulon 0,4 mg x 30 tabletas	Tamsulosina	2+1
Vartalon duo x 30 sobres	Glucosamina/ Condroitin	2+1
Vedipal 900/100 mg x 30 tabletas	Diosmina- hesperidina	2+1
Zoltum 20 mg x 14 comprimidos	Pantoprazol	2+1
Zoltum 40 mg x 14 comprimidos	Pantoprazol	2+1
Zoltum 40 mg x 28 comprimidos	Pantoprazol	2+1

Fuente: elaboración propia, 2022.

En la tabla 3 se observa un ejemplo de información que se recopiló para generar la base de datos del mercado actual de programas de pacientes, donde, en la primera columna se encuentra el nombre de la casa farmacéutica, en la segunda, el nombre de los productos que forman parte de los programas de pacientes, y en la tercera, el nombre del principio activo. Lo anterior, con el fin de facilitar la búsqueda, ya que los productos de la línea genérica de CALOX llevan el nombre del principio activo. Seguidamente, se encuentra una columna con la escala de canje que ofrece el laboratorio para cada producto y, por último, los requisitos con los que debe cumplir el paciente para recibir la regalía de producto.

Hay que mencionar, además, que como parte del estudio de mercado se recopiló el precio de los medicamentos de CALOX- XAIKUS y sus competidores. Esta es una información que permite que CALOX-XAIKUS pueda personalizar su programa de pacientes con el fin de que tenga un impacto positivo en ellos y, de esta forma, combatir los problemas de adherencia a tratamientos que se presentan en el país. La tabla 4 presenta un ejemplo que se realizó con uno de los productos del programa de PPC/PCT.

Tabla 4. Estudio de mercado producto A

Producto	Laboratorio	Precio Farmacia	Escala de Canje	Precio Real Canje aplicado	Diferencia real de precio %	Vs B9 sin receta %
A 1	B 1	₡28 900	-	₡28 900	-75 %	-50 %
A 2	B 2	₡21 002,27	-	₡21 002,27	-65 %	-31 %
A 3	B 3	₡20 335	-	₡20 335	-64 %	-29 %
A 4	B 4	₡19 679,6	3+1	₡14 759	-51 %	-3 %
A 5	B 5	₡19 400	1+1	₡9700	-26 %	47 %
A 6	B 6	₡17 690	-	₡17 690	-59 %	-19 %
A 7	B 7	₡17 680	-	₡17 680	-59 %	-19 %
A 8	B 8	₡14 368,50	1+1	₡7184,25	-0,47 %	99 %
A 9	B 9	₡14 300	1+1(Únicamente pacientes que	₡7150		

			presenten receta médica)			
--	--	--	-----------------------------	--	--	--

Fuente: elaboración propia, 2022.

Los datos de la tabla 4 indican que el producto A9 cuenta con escala de canje 1+1 y es el único producto del mercado que restringe la regalía a pacientes que presenten receta médica; por lo tanto, aquellos pacientes del laboratorio B9 que realizan su compra sin contar con receta médica no reciben el beneficio 1+1. Al no recibir la regalía, el paciente paga un precio del 47 % más alto que los pacientes del laboratorio B5, y un precio del 99 % más alto que los pacientes del laboratorio B8, como se muestra en la última columna.


Partiendo de lo mencionado anteriormente, el objetivo de las empresas al realizar un estudio de mercado es obtener información útil que ayude a la organización a mejorar sus estrategias. Dicha información se obtiene a través de estudiar los comportamientos y actuaciones de aquellas organizaciones que se identifican como competidores. Esto no significa copiar ideas de la competencia, sino aprender de ellas, a fin de poder crear la máxima eficacia. Por consiguiente, conocer el mercado de programas de pacientes y comparar los productos en cuanto a precios y escalas de canje brinda la oportunidad de crecer, satisfacer las expectativas de los clientes y, finalmente, fortalecer la calidad en el servicio¹⁹.

4.1.2 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución

Es necesario destacar un punto por considerar, pues evidencia la necesidad de fortalecer la calidad en el servicio. Para esto, el proyecto responde al segundo objetivo específico, el cual establece la automatización de los procesos de control de inventario de Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS para la trazabilidad y estandarización, según la Guía de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.

La siguiente tabla muestra el documento de pedidos que se generó con el fin de que cada Visitador Médico solicite la cantidad de producto suficiente para reponer a las farmacias y brindar un servicio de calidad.

Tabla 5. Hoja de pedidos Plan Paciente CALOX

		Datos	
		Nombre	Jorge Murillo Astua
		Cédula	
		Mes	Enero
		Semana	S1
Codigo SAP	Nombre Producto	Pedido Cajas	Pedido Tabletas
101008	AZITROMICINA 500MG X 15 TAB R	6	
15201002	CITICOLINA 500MG X 10 TAB CR	0	
801007	CIPROFLOXACINA 500MG X 30 TAB R	0	
4001004	CETIRIZINA 10MG X 30 TAB R	2	
7001004	CLARITROMICINA 500MG X 10 TAB. CR	0	
14141002	DIOSMINA-HESPERIDINA 450/50MG AB R	4	
10601003	LEVOFLOXACINO 500MG X 10 TAB. CR	2	
10601004	LEVOFLOXACINO 750MG X 5 TAB. CR	0	
8501004	MELOXICAM 15MG X 30 TAB. CR	1	
13702002	SECNIDAZOL + ITRACONAZOL X 12 CAPS	4	
18701010	TADALAFILO 5MG X 30 TABS	1	
12714001	MOMETASONA 0,05% SPRAY NAS 140 D	5	
19401003	OLMESARTAN 40 MG	0	
19401004	OLMESARTAN 20 MG	0	
22901004	RIVAROXABAN 15 MG X TAB	0	
22901002	RIVAROXABAN 20 MG X TAB	0	
23101003	ROSUVASTATINA 20MG	3	

Fuente: Elaboración propia con base en los Programas PPC/PCT, 2022.

En la tabla 5 se muestra una hoja de pedidos de producto, en donde el Visitador Médico o Asesor Comercial realiza su pedido indicando en las columnas que llevan por nombre “pedido cajas” o “pedido tabletas”, la cantidad de producto que necesitan. Con base en los pedidos presentados, se genera una base de datos en donde se da un registro digital en la nube para dar trazabilidad al inventario y un control de las entregas de producto, los faltantes o pendientes de entrega. Además, se genera un pedido sugerido con base en la rotación del inventario, como lo muestra la tabla 6.

Tabla 6. Base de datos pedidos PPC/PCT

Nombre Producto	PedidoCajas	Pedido Tabletas	Entrega Cajas	Entrega Tabletas	Comentarios Analisis de Inventario	Pedido Cajas CADIFAR
	S1	S1	S1	S1		
AZITROMICINA 500MG	6		6		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 6 cajas
CITICOLINA 500MG	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
CIPROFLOXACINA 500MG	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
CETIRIZINA 10MG X 30 TAB R	2		2		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 2 cajas
CLARITROMICINA 500MG X 10 TAB. CR	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
DIOSMINA-HESPERIDINA 450/50MG AB R	4				Cajas pendientes de Entrega 4 /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
LEVOFLOXACINO 500MG X 10 TAB. CR	2		2		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 2 cajas
LEVOFLOXACINO 750MG X 5 TAB. CR	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
MELOXICAM 15MG X 30 TAB. CR	1		1		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 1 cajas
SECNIDAZOL + ITRACONAZOL X 12 CAPS	4		4		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 4 cajas
TADALAFILO 5MG X 30 TABS	1		1		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 1 cajas
MOMETASONA 0,05% SPRAY NAS 140 D	5		4		Cajas pendientes de Entrega 1 /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 4 cajas
OLMESARTAN 40 MG	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
OLMESARTAN 20 MG	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
RIVAROXABAN 15 MG X TAB	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
RIVAROXABAN 20 MG X TAB	0				Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 0 cajas
ROSUVASTATINA 20MG	3		3		Pedido de cajas Completo /Pedido de tabletas Completo	Pedido Sugerido 3 cajas

Fuente: Elaboración propia con base en los programas PPC/PCT, 2022.

La administración del inventario es de gran importancia, pues permite determinar la cantidad de inventario que se debe mantener en la oficina para no incurrir en faltantes al entregar el producto a la fuerza de ventas, ni tampoco el exceso de producto que pueda llegar a cumplir su fecha de caducidad. Asimismo, el inventario permite conocer la fecha en que se deben efectuar pedidos, la cantidad de unidades que se debe solicitar en cada orden de pedido y el tipo de inventario que requiere mayor atención. Por supuesto, tomando en cuenta que se debe afrontar la demanda para fortalecer la calidad de servicio y evitar la insatisfacción de los clientes¹⁶.

Además, para garantizar la calidad del servicio y del producto se acondicionó un espacio en las oficinas de CALOX-XAIKUS, que cumple con la normativa del Reglamento Técnico Centroamericano 37700-S de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución

(BPAD). Como se muestra en la figura 3, el producto se almacena de forma ordenada, el espacio se encuentra rotulado, cuenta con el espacio de cuarentena en la parte inferior y todo el producto se encuentra almacenado bajo llave²⁰.



Figura 3: Espacio de almacenamiento de producto destinado a PPC/PCT

Fuente: Elaboración propia con base en la referencia²⁰.

En cuanto a las condiciones de almacenamiento, se trazó un mapeo de temperatura y humedad durante dos semanas, en donde se utilizaron tres datalogger de la marca Rotronic para registrar los datos en tres áreas del mueble, ya que por la diferencia de altura las condiciones pueden variar. Los resultados del mapeo de temperatura y humedad se reflejan en los siguientes gráficos.

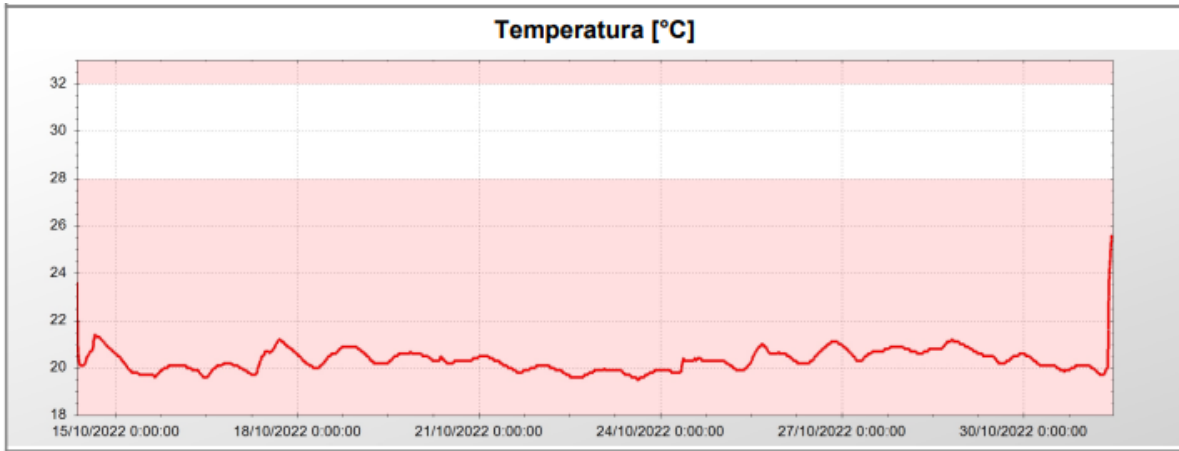


Figura 4: Mapeo de Temperatura área superior

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

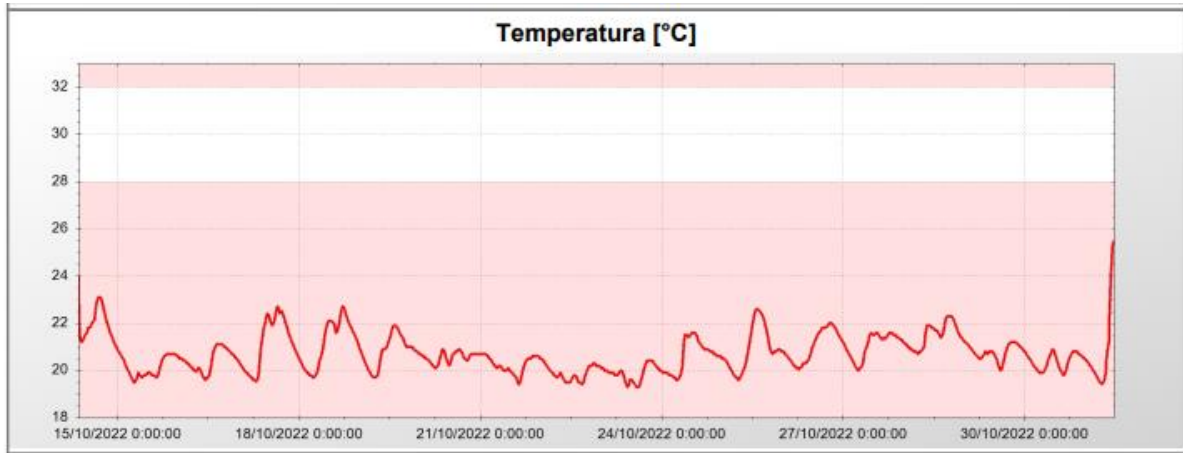


Figura 5: Mapeo de Temperatura área medio

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

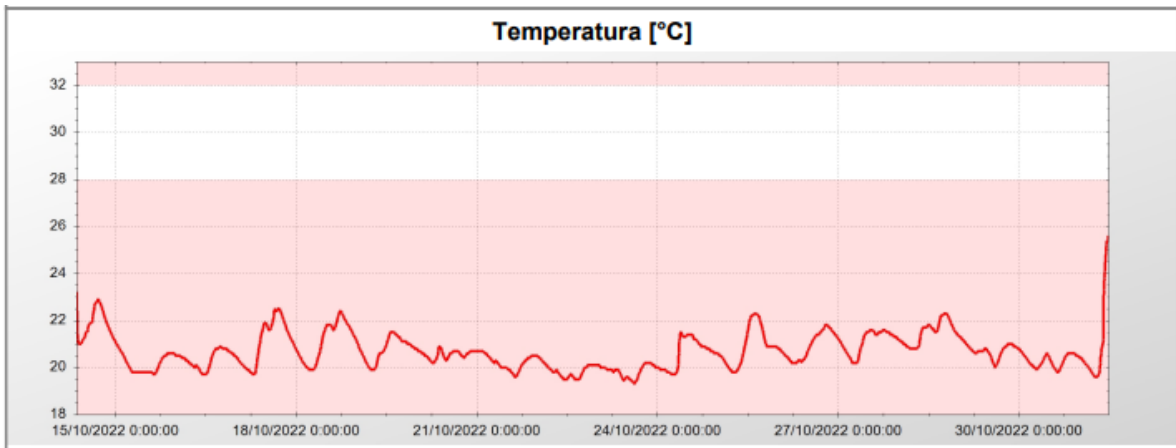


Figura 6: Mapeo de Temperatura área inferior

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

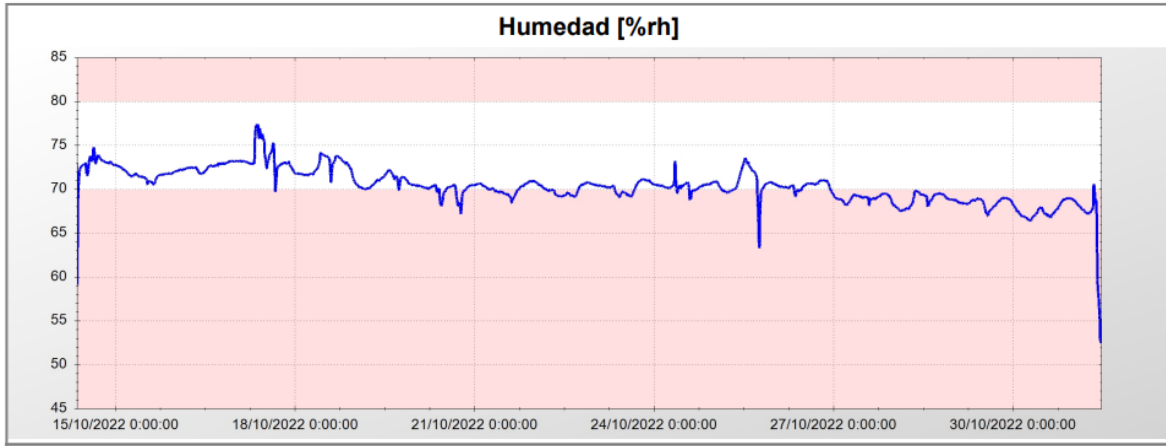


Figura 7. Humedad Relativa área superior

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

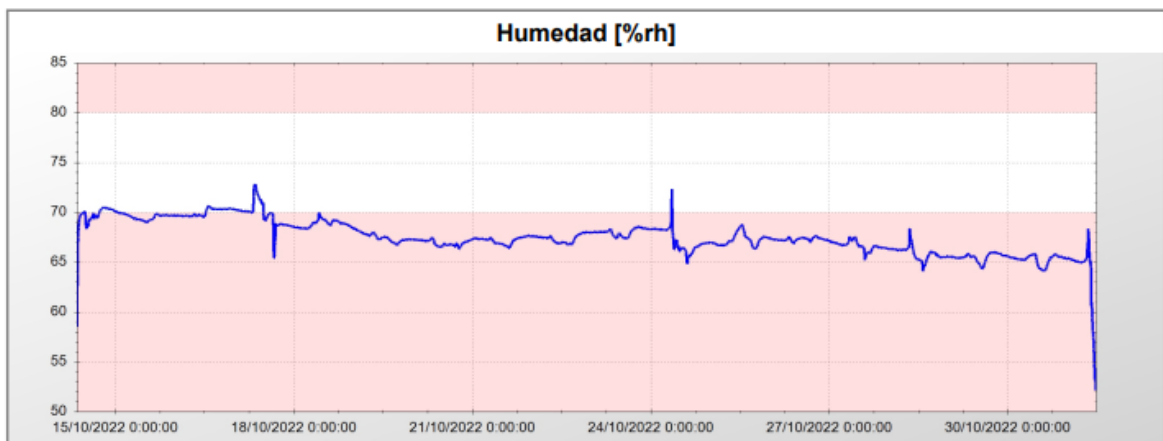


Figura 8: Humedad Relativa área medio

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

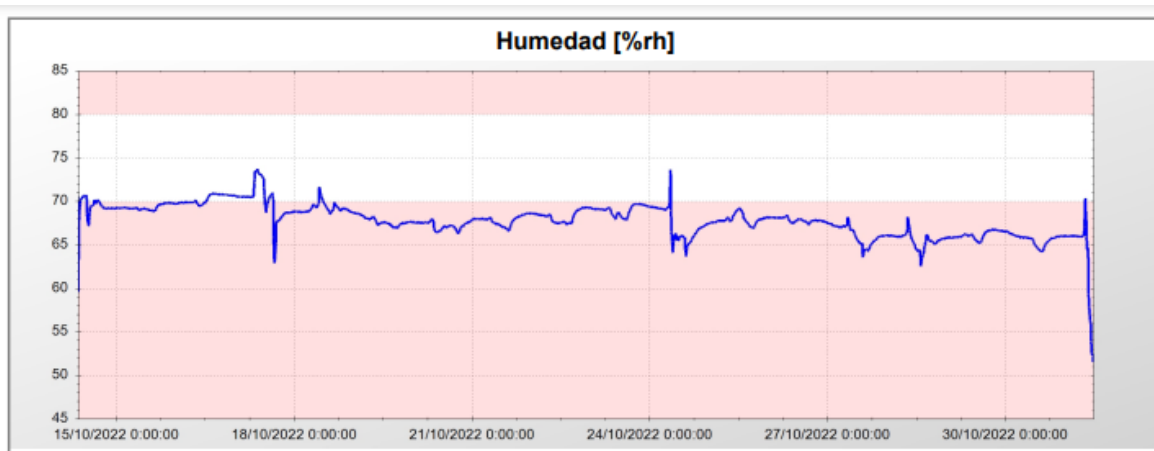


Figura 9: Humedad Relativa área inferior

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de Data Logger Rotronic, ubicado en el espacio de almacenamiento PPC/PCT, 2022.

El Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 11.01.04:10 de Estudios de Estabilidad de Medicamentos para uso Humano indica que las condiciones temperatura y humedad relativa deben ser de $30\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2\text{ }^{\circ}\text{C}$, $65\% \pm 5\%$, respectivamente, para la zona climática IVa, a la cual pertenece Costa Rica²¹.

Con base en la información anterior, se observa en las figuras 4, 5 y 6 que la condición de temperatura en las tres áreas del espacio acondicionado para el almacenamiento de producto de PPC/PCT cumple con lo establecido, ya que ningún punto sobrepasa los $30\text{ }^{\circ}\text{C}$.

Seguidamente, las figuras 7, 8 y 9 indican los resultados del mapeo de Humedad Relativa, la cual debe encontrarse a un máximo de un $65\% \pm 5\%$ por la zona climática de Costa Rica²¹. Sin embargo, los gráficos muestran puntos que superan las condiciones requeridas por el reglamento, alcanzando un máximo de hasta un 77,41 % de Humedad Relativa en el estante superior, un 72,84 % en el medio y un 73,70 % en el área inferior. La figura 7 evidencia que el estante superior presenta mayor cantidad de puntos de humedad elevada y más constantes en el transcurso del tiempo.

El Reglamento 37700-S de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución en la sección 12.7 indica que las condiciones de almacenamiento deben ser acordes con las requeridas para cada producto farmacéutico²⁰. Los estudios de estabilidad de medicamentos CALOX-XAIKUS se realizan en condiciones climáticas de Zona IVb, debido a la exportación de medicamentos hacia países que se encuentran en esa zona climática. El RTCA 11.01.04:10 de Estudios de Estabilidad de Medicamentos para uso Humano indica que las condiciones temperatura y humedad relativa para la Zona IVb deben ser de $30\text{ }^{\circ}\text{C} \pm 2\text{ }^{\circ}\text{C}$ y $75\% \pm 5\%$, respectivamente²¹; por lo tanto, no hay problema al almacenar el producto en estas condiciones, ya que se encuentra dentro del rango de los estudios de estabilidad de los medicamentos y se cumple con lo establecido en el Reglamento 37700-S.

4.1.3 Documentación de procesos

Para garantizar el adecuado proceso operativo de los Programas de Pacientes CALOX-XAIKUS se elaboró la documentación de los procesos del programa de pacientes de acuerdo con el Sistema de Gestión de Calidad de CALOX-XAIKUS, cumpliendo así con el tercer objetivo, el cual indica que se debe establecer el procedimiento operativo estándar y los instructivos asociados de los Programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS que respalden y describan los procesos internos que se llevan a cabo para ejecutar el modelo de trabajo implementado en la actualidad. Se elaboró un total de tres documentos: el procedimiento Operativo Estándar y dos instructivos afines.

En el procedimiento operativo estándar, el cual se encuentra en el anexo 6.2, se detalla la planificación anual en donde se establece el paso a paso para determinar la inclusión, continuidad o exclusión de productos de los programas PPC/PCT. Se establece el proceso de promoción de los programas PPC/PCT con prescriptores y farmacias, también se documenta el proceso respectivo para la incorporación de nuevas farmacias al programa digital PPC/PCT, la de gestión de inventario para el reintegro de producto, las auditorías y alertas de los programas PPC/PCT.

Por su parte, el instructivo de reintegro de producto (el cual se encuentra en el anexo 6.3) establece la forma correcta de la realización del reporte de reintegro de producto por medio de la plataforma digital de PPC/PCT, en donde se detalla la cantidad de producto que se debe reintegrar a las farmacias por medio del Visitador Médico o por medio de CADIFAR.

El instructivo de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución, el cual se encuentra en el anexo 6.4, establece el proceso para almacenar todo producto terminado destinado a reintegro de Plan Paciente, según los requerimientos establecidos por ley en el Decreto n.º 37700-S, en las oficinas de CALOX Comercial.

La documentación es una parte esencial de cualquier Sistema de Calidad y su magnitud puede variar según el tamaño de la organización, tipo de actividad, complejidad e interacción de los procesos y la competencia del personal. La elaboración de la documentación no debe ser un fin en sí mismo, sino una actividad que añade valor. El procedimiento operativo y los instructivos de los programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS establecen las responsabilidades, interrelaciones y vías de comunicación; además, delega autoridad en áreas y personas para el diseño, control y ejecución de todo el proceso²².

El desarrollo de la digitalización de los programas PPC y PCT ha contribuido a implementar mejoras tecnológicas que aumentan la eficiencia y eficacia del proceso operativo, lo cual permite automatizar las tareas de registro de canjes e inscripción de pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica. Todo esto posiciona a la compañía en un mercado digitalizado, y le da acceso a una mejor visualización y control del programa.

Por medio de las Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución y la documentación se establece la mejora continua como un objetivo permanente para lograr la

satisfacción del cliente, involucrando a todas las personas vinculadas con el proceso operativo, fortaleciendo así la calidad de servicio que se brinda tanto a nivel interno como a nivel externo, a farmacias y pacientes²².

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Estudios de mercado

Se prosigue con los estudios de mercado de productos, precios, escalas de canje y beneficios que brindan los competidores a sus pacientes, con la intención de gestionar la mejora continua, buscar oportunidades en el mercado para ofrecer un servicio de calidad a los pacientes y generar adherencia a la marca y así mejorar el posicionamiento de los productos CALOX-XAIKUS, adaptándose a las tendencias y comportamientos del mercado farmacéutico.

4.2.2 Programas Plan Paciente CALOX y Programa de Cumplimiento Terapéutico Xaikus

Utilizar la información que ofrece la plataforma digital PPC/PCT diseñada por Conexus Group para dar seguimiento al desempeño del programa, tomando en cuenta las alertas brindadas de facturas repetidas, cadenas que no realizan canjes, para efectuar auditorías y mejorar el desempeño de los programas PPC/PCT.

Involucrar a los Gerentes de Producto de la línea de marca XAIKUS en las reuniones de seguimiento de programas de pacientes, a fin de utilizar la información recopilada de pacientes para idear estrategias desde el Departamento de Mercadeo, dándole valor al paciente y acompañándolo en sus padecimientos, brindando una terapia de calidad y satisfaciendo las necesidades del paciente con el propósito de incentivarlo a cumplir la terapia recomendada por el médico, todo con el objetivo de impulsar el crecimiento de la marca.

4.2.3 Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución

Adquirir un datalogger permanente para el espacio destinado al almacenamiento de producto de PPC/PCT para llevar un mapeo diario de las condiciones de almacenamiento del producto y cumplir con lo establecido en el Reglamento de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.

CAPÍTULO V – REFERENCIAS

1. Ayllón Abadía L. El impacto de la digitalización en la empresa, y cómo está afectando a las empresas del área de influencia de la UMH en sus resultados financieros [Tesis de Fin de Grado en Administración y Dirección de Empresas]. España. Universidad Miguel Hernández; 2017.
2. Tobar L. La investigación aplicada a los estudios de mercado. RyR [Internet]. 2019 [citado el 03 de agosto del 2022]; 50: 19-30. DOI: 10.5377/ryr.v50i50.9040
3. Llorente J, Zarzalejos J, Huichalaf P, Rodríguez J, Espinosa L, Monteiro B et al. La transformación digital. Uno [Internet]. 2016 [citado el 03 de agosto del 2022]; 24: 1-66. <https://www.revista-uno.com/wp-content/uploads/2014/04/UNO24.pdf>
4. Becerra F, Andrade A, Díaz L. Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación. Rev. actual. investig. educ. [Internet]. 2019 [citado el 03 de agosto del 2022]; 19: 1-32. DOI: 10.15517/aie.v19i1.35235
5. Hernández I, Sarmiento N, González I, Galarza S, Bastida A, Terán S et al. Adherencia al tratamiento en los pacientes de consulta externa de los centros de salud de Quito. Rev Metro Ciencia [Internet]. 2018 [citado el 04 de agosto del 2022]; 26: 07-11 Disponible en: <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2019/03/981555/adherencia-al-tratamiento.pdf>
6. Ortega J, Sánchez D, Rodríguez O, Ortega J. Adherencia terapéutica: un problema de atención médica. Acta méd. Grupo Ángeles [Internet]. 2018 [citado el 04 de agosto del 2022]; 16 (3): 226-232. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-72032018000300226
7. Calox Centroamérica [Internet]. Centroamérica: El laboratorio [consultado el 04 de agosto del 2022] Historia; [2 pantallas aprox]. Disponible en: <https://caloxca.com/historia/>
8. Calox Centroamérica [Internet]. Centroamérica: El laboratorio [consultado el 04 de agosto del 2022] Quiénes Somos; [2 pantallas aprox]. Disponible en: <https://caloxca.com/quienes-somo/>
9. Morales O, González R, Oquendo H, Loredo N, Filiberto Y, Galindo P. Procedimiento para la documentación de los procesos en los sistemas de gestión de

- la calidad de la ciencia y la técnica universitaria. Retos de la dirección [Internet]. 2017 [citado el 04 de agosto del 2022]; 11(2): 111-135. <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir08217.pdf>
10. Salazar A, Aceves J, Valdez D. Importancia de una investigación de mercado. ITSON [Internet]. 2015 [citado el 23 de setiembre del 2022];1-14. Disponible en: <https://docplayer.es/5841555-Importancia-de-una-investigacion-de-mercado-the-importance-of-marketing.html>
 11. Guadarrama E, Rosales E. Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. Reccys [Internet]. 2015 [Citado el 23 de setiembre del 2022]; 40(2): 307-340. Disponible en: redalyc.org marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica.
 12. Gázquez J, Cannière M. Marketing directo: Delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor. Universia Bus. Rev [Internet].2008 [Citado el 27 de setiembre de 2022] 20(1):100-121. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43302008.pdf>
 13. Kotler P. Mercadotecnia análisis, planeación, implementación y control [Internet]. 8ª. ed. Estados Unidos: Pearson Educación; 2001 [consultado el 27 de setiembre del 2022]. Disponible en: <https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>
 14. Forrester Consulting. La excelencia del proceso en la era digital del cliente. 1ª. ed. Estados Unidos: IBM; 2017
 15. Zavaleta G. Tema de importancia creciente: Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución. Farm [Internet].2015 [Citado el 30 de setiembre de 2022] 1-4. Disponible en:<http://www.colfar.com/revistas/1420476556/Farmacia%20Industrial.pdf1447363678.pdf>
 16. Durán Y. Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. Rev Visión gerencial [Internet].2012 [citado el 30 de setiembre del 2022];1:55-78. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545892008.pdf>

17. Parreño A. Metodología de investigación en salud [Internet]. 1ª. ed. Ecuador: La caracola editores; 2016 [citado el 30 de setiembre del 2022]. Disponible en: <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-224845-metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20en%20salud-comprimido.pdf>
18. Borgucci E. Resistencia al cambio en las organizaciones desde la perspectiva del estructuralismo construccionista. Rev. Venez. de Gerencia [Internet]. 2008 [citado el 30 de septiembre del 2022]; 11(43): 442-467. Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000300007
19. Hernández C, Cano M. La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones. IIESCA [Internet]. 2017. [citado el 1 de noviembre del 2022]; 31-42. Disponible en: <https://www.uv.mx/iesca/files/2018/03/04ca201702.pdf>
20. Sistema Costarricense de Información Jurídica [Internet]. Costa Rica: Poder Ejecutivo; 2013 [consultado el 5 de noviembre del 2022]. Disponible en: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=74926&nValor3=92670&strTipM=TC
21. Sistema Costarricense de Información Jurídica [Internet]. Costa Rica: Poder Ejecutivo; 2011 [consultado el 6 de noviembre del 2022]. Disponible en: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=70606&nValor3=85364&strTipM=TC
22. Díaz M, Pastor N, Meneau R, García K, Sánchez Y. La documentación y su importancia en un Sistema de Aseguramiento de la Calidad y su alcance dentro del Sistema de Gestión. CENIC [Internet]. 2010 [citado el 04 de noviembre del 2022]; 41: 1-9. Disponible en: https://www.redalyc.org/pdf/1812/Resumenes/Resumen_181220509052_1.pdf

CAPÍTULO VI – ANEXOS

6. Anexos

6.1 Glosario

Plan Paciente Calox (PPC): Programa diseñado para brindar una regalía de producto CALOX al paciente, con el objetivo de generar adherencia terapéutica a los tratamientos prescritos por el médico u odontólogo, de manera que cada día más pacientes cumplan con el medicamento que requieren.

Plan de Cumplimiento Terapéutico Xaikus (PCT): Programa diseñado para brindar una regalía de producto XAIKUS al paciente, con el objetivo de generar adherencia terapéutica a los tratamientos prescritos por el médico, de manera que el paciente adquiera el medicamento, sin barreras, para cumplir la terapia.

Plataforma digital PPC y PCT: Plataforma digital diseñada con el objetivo de automatizar la inscripción de puntos de venta y pacientes, de manera que se automatice el registro de compras, canjes y, de la misma forma, automatizar el reintegro de producto a través de los distribuidores.

Metodología manual: Modelo de trabajo del laboratorio Calox en el que los procesos operativos, como el control de canjes y el reintegro de producto de los programas de pacientes, se realizan por medio de servicio al cliente, visitadores médicos y asesores comerciales.

Metodología automatizada: Modelo de trabajo que utiliza la plataforma digital de PPC y PCT para la inscripción de pacientes, control de canjes y reintegro de producto.

IMS: Intercontinental Marketing Service

FlexView: Herramienta digital de empresa IQVIA, que permite tener una visión del mercado farmacéutico.

CADIFAR: Operador logístico de Calox de Costa Rica que se dedica al almacenamiento y distribución de producto terminado.

BPAD: Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.


RTCA: Reglamento Técnico Centroamericano.

SCG: Sistema de Gestión de Calidad.


Conexus Group: Proveedor externo de plataforma digital.

Data Logger: Es un dispositivo electrónico que registra datos en el tiempo o en relación con la ubicación por medio de instrumentos y sensores propios o conectados externamente. Por lo general, son pequeños, con pilas, portátiles, y equipados con un microprocesador, memoria interna para almacenamiento de datos y sensores.


6.2 Procedimiento Operativo Estándar: Gestión del Programa Plan Paciente CALOX y Programa de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS

		CALOX COMERCIAL	
Procedimiento Operativo Estándar Procedimiento		Gestión del Programa Plan Paciente CALOX y Programa de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS	
Documento XX-XX-XXXX		Página: Emitido: Próxima revisión:	
Elaborado: José Pablo Calvo Pasante de Inteligencia de Mercado	Revisado: Laura Badilla Gerente Comercial CR	Aprobado: Francisco Alcalá Gerente Comercial Regional	

6.3 Instructivo de Reintegro de Producto del PPC/PCT por la plataforma



		CALOX COMERCIAL	
Procedimiento Operativo Estándar Instructivo		Instructivo de Reintegro de Producto del PPC/PCT por la plataforma	
Documento XX-XX-XXXX		Página: Emitido: Próxima revisión:	
Elaborado: Jose Pablo Calvo Pasante de Inteligencia de Mercados	Revisado: Laura Badilla Gerente Comercial	Aprobado: Francisco Alcalá Gerente Comercial Regional	

6.4 Instructivo de almacenamiento de producto terminado destinado a plan paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS en las oficinas de CALOX Comercial

		CALOX COMERCIAL	
Instructivo		Almacenamiento de Producto Terminado destinado a Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS en las oficinas de CALOX Comercial	
Documento Nº: XX-XXX-001	Versión:	Página: 1 de 2	
1		Emitido: Setiembre 2022 Próxima revisión: Setiembre 2023	
Sustituye a: No aplica			
Elaborado: Jose Pablo Calvo Pasante Inteligencia de Mercados	Revisado: Luis Guevara Coordinador de Proyectos y Farmacovigilancia	Aprobado: Laura Badilla Gerente Comercial de Costa Rica	

6.5 Productos participantes en Plan Paciente CALOX



Plan Paciente   CALOXCentroamerica
www.caloxca.com

PRODUCTO	PLAN PACIENTE	REQUISITO
Azitromicina 500mg	2+1 3+2	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Ciprofloxacino 500mg	7+3 10+4	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Clarithromicina 500mg	7+3 10+4	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Levofloxacino 500mg	5+2 7+3 10+4	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Levofloxacino 750mg	4+1 5+2 7+3 10+4	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Cetirizina tabletas	10+5 20+10	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Diosmina -hesperidina 450/50 mg	10+5 20+10	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Meloxicam 15mg	10+5 20+10	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Rivaroxabán 15 mg	2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Rivaroxabán 20 mg	2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Rosuvastatina 20 mg	2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Secnidazol -itraconazol	1+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Tadalafil 5mg	20+10 (Tabs) 2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Citicolina 500 mg	2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Olmesartán 20 mg y 40 mg	2+1 (Cajas)	Reimpresión de factura + Datos Px (Opcional)
Momentasona Spray Nasal	1+1 (Con copia Receta)*	Reimpresión de facturas+ copia de receta. *No aplica por recomendación, sólo con receta con sticker CALOX 1+1 e indicación del médico de la marca CALOX 1+1

SIEMPRE A TU LADO

6.6 Productos participantes en Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS



Programa de Cumplimiento Terapéutico Xaikus
Una División de CALOX

PRODUCTO	PCT			
Sindolan (Acetaminofén / Cafeína / Dihidroergotamina)	4+1	7+3	10+4	
Goixe 8 mg (Ticcolchicosido)	7+3		10+5	
Goixe D 4/50 mg (Ticcolchicosido/Diclofenaco)	7+3		10+5	
Ompex 40 mg (Bromuro de Otilonio)	10+5		20+10	
Dinaton 500 mg (Levofloxacino)	4+3	6+4	9+5	
Dinaton 750 mg (Levofloxacino)	3+2	4+3	6+4	9+5

Requisito:
Reimpresión de facturas + copia de receta o datos del paciente

PROGRAMA CUMPLIMIENTO TERAPÉUTICO Xaikus Una División de CALOX

www.xaikus.com
Síguenos en: Xaikus

6.7 Página web grupocalox.com



BIENVENIDO
a nuestro Programa
INSCRÍBASE Y DISFRUTE



Grupo CALOX le da la bienvenida a nuestro Plan Paciente, nuestro objetivo es que cada día más pacientes obtengan el medicamento que su médico les prescribe y necesitan para cumplir su tratamiento.
Gracias por permitirnos brindarle salud y bienestar.

6.8 Plataforma digital de Plan Paciente CALOX/ Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS



6.9 Bitácora semanal

Bitácora Semanal			
Semana	Descripción breve de actividades semanales (aspectos objetivos)	Su reflexión acerca de las actividades semanales (aspectos subjetivos)	Firma del tutor

1	<p>1. Propuesta de Tema 2. Inicio del estudio de mercado según lo solicitado por la Gerencia de Inteligencia de Mercados. 3. Proyecto Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución.</p>	<p>1. Se define el título del proyecto (Desarrollo del proceso de digitalización de los programas Plan Paciente CALOX y Plan de Cumplimiento Terapéutico XAIKUS a través de una plataforma que permita automatizar los procesos de registro de canjes e inscripción de pacientes en las cadenas de farmacias de Costa Rica a partir del año 2022.) 2. Se definen parámetros a evaluar en estudio de mercado (Competidores directos para cada molécula de Calox y Xaikus con base en <i>ranking</i> en Valores según la data de IMS. Datos a recopilar de cada competidor: Nombre del laboratorio, Ventas Unidades, Crecimiento por periodo, Precio, Plan Paciente. 3. Inicio de mapeo de temperatura y humedad para verificar el cumplimiento de Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución de Inventario PPC/PCT. Aprendizaje: Importancia de los estudios de mercado y parámetros a evaluar para la toma de decisiones a futuro, de una organización.</p>	Laura Badilla
2	<p>1. Se definen objetivos del proyecto. 2. Competidores directos para cada molécula.</p>	<p>1. Estudio de mercado. 2. Buenas prácticas de almacenamiento y distribución. 3. Elaboración de procedimientos e instructivos del nuevo modelo de trabajo. 4. Se inició con la recopilación de datos de estudio de mercado definiendo competidores directos para moléculas de línea Calox. Aprendizaje: Uso de herramienta IQVIA (IMS) para estudio de mercado.</p>	Laura Badilla

3	<p>1. Proyecto Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución</p> <p>2. Mapeo de temperatura y humedad</p> <p>3. Desarrollo del proyecto escrito</p> <p>4. Reunión de seguimiento Conexus</p>	<p>1. Se define en conjunto con el coordinador de proyectos y farmacovigilancia los requisitos con los que se debe cumplir para el adecuado almacenamiento y distribución del inventario destinado a PPC/PCT.</p> <p>2. Se obtienen resultados de mapeo de temperatura y humedad</p> <p>3. Se define que el espacio de almacenamiento debe ser mejorado. (Más espacio, ubicación adecuada del espacio para almacenamiento, mejora en condiciones de Humedad).</p> <p>Aprendizaje: Importancia del adecuado almacenamiento y distribución de producto según el reglamento 37700-S y todos sus apartados (condiciones de temperatura humedad, trazabilidad).</p>	Laura Badilla
4	<p>1. Reunión de seguimiento Conexus</p> <p>2. Estudio de Mercado</p> <p>3. Elaboración de herramienta para pedidos y trazabilidad de PPC/PCT</p> <p>4. Revisión del proyecto escrito con tutora (Gerencia Comercial)</p>	<p>1. Se define en conjunto con el ejecutivo de cuentas de la Plataforma PPC/PCT las alertas de auditoría para las cadenas de farmacias.</p> <p>2. Se definen competidores directos para moléculas de línea Xaikus.</p> <p>3. Elaboración de herramienta para pedidos y trazabilidad de inventario PPC/PCT.</p> <p>4. Se organiza reunión de seguimiento con Gerencia Comercial (Tutora) para revisión de primer avance.</p> <p>Aprendizaje: Importancia de las auditorías a farmacias para minimizar riesgos en el proyecto de PPC/PCT. Importancia de la digitalización de mercados.</p>	Laura Badilla

5	<p>1. Entrega Primer Avance 2.Funciones en Departamento de Ventas y Servicio al Cliente con relación a PPC/PCT. 3.Capacitación y coordinación de prueba piloto de herramienta de pedidos y trazabilidad de PPC/PCT 4.Reunión de seguimiento Conexus.</p>	<p>1.Se presentó el primer avance del proyecto (Tema, Introducción, Justificación, Objetivos). 2.Funciones en ventas con relación a PPC/PCT: Elaboración de Reportes de Reintegro de Producto para VM/AC que deben reintegrar PPC/PCT a las farmacias. Elaboración de reporte de auditoría de facturas para las farmacias. 3.Se coordina con dos Visitadores Médicos para prueba piloto de herramienta de pedidos y trazabilidad de PPC/PCT. 4.Detalles finales para lanzamiento de página web PPC/PCT. Aprendizaje: Uso adecuado de plataforma PPC/PCT para la elaboración de reportes de reintegro de producto, conocimiento en la planeación de estrategias comerciales y mercadeo.</p>	Laura Badilla
6	<p>1.Reunión de seguimiento Conexus 2.Recopilación de precios de competidores directos de Calox</p>	<p>1. Lanzamiento página web: Herramienta que apoya con la captación de pacientes y éxito de los PPC/PCT, desarrollada por Conexus Group, según lo solicitado por equipo Calox. 2. Se efectúa estudio de precios por medio de las aplicaciones de farmacias en Costa Rica. Aprendizaje: Conocimiento del mercado de cada molécula (nombres comerciales, presentación, precios).</p>	Laura Badilla
7	<p>1. Reporte de reintegro de producto 2. Reunión de seguimiento Conexus</p>	<p>1. Se elabora reporte de reintegro de producto para farmacias de cadena, se define que se deben elaborar y enviar a Visitadores Médicos, Asesores Comerciales y Gerencia Comercial al inicio de cada mes. Aprendizaje: Se aplican los conocimientos adquiridos durante la semana 5 sobre la elaboración de reportes de reintegro de producto.</p>	Laura Badilla


8	1.Herramienta digital para pedidos y trazabilidad de producto destinado a PPC/PCT	1. Rediseño de la herramienta de pedidos PPC/PCT de acuerdo con las recomendaciones de los visitadores médicos luego de la prueba piloto. Aprendizaje: Retroalimentación por parte de la fuerza de ventas para la mejora en el diseño de herramienta para pedidos. Diseñar herramienta lo más amigable posible para un uso sencillo, funcional y automatizado.	Laura Badilla
9	Reportes de reintegro de producto Estudio de Mercado Reunión de seguimiento Conexus	1. Elaboración a inicio de mes de los reportes de reintegro de producto. } 2. Gerencia de Inteligencia de Mercados solicita definir competidores con base en venta en unidades, precios en dos modelos de farmacias. Se presenta resumen de estudio de mercado de los datos recopilados en semanas anteriores. 3. Se define en reunión de seguimiento darle un mayor espacio a las farmacias, por lo que se cambiará el parámetro de registro de factura cambiando el actual de 10 días a 30 días. 4. Solicitar datos a farmacias para inscripción de nuevas cadenas a los programas PPC/PCT. Aprendizaje: Importancia de la calidad de servicio y satisfacción de los clientes para mantener buenas relaciones comerciales entre el laboratorio y las farmacias en los programas PPC/PCT.	Laura Badilla
10	Desarrollo de la metodología del proyecto Estudio de mercado Reporte auditoría facturas	1. Se inicia con la recolección de datos para estudio de mercado con base en competidores directos, según <i>ranking</i> en unidades de IMS. 2. Desarrollo de la metodología y marco referencial del proyecto. 3. Reporte auditoría facturas. Aprendizaje: Análisis de información.	Laura Badilla

11	<p>Reunión de seguimiento Conexus. Desarrollo de mejoras para herramienta de PPC/PCT Desarrollo de la metodología</p>	<p>1. Se ejecutan mejoras finales a la herramienta de pedidos y trazabilidad de PPC/PCT 2. Capacitación a Jefe de Servicio al Cliente y Facturación acerca del uso de la herramienta de pedidos y trazabilidad PPC/PCT. Aprendizaje: Importancia de brindar la adecuada capacitación y documentar los nuevos procesos con el fin de la correcta utilización de nuevas herramientas y modelos de trabajo.</p>	Laura Badilla
12	<p>Reunión de seguimiento Conexus Implementación de herramienta de pedidos y trazabilidad PPC/PCT (periodo de prueba) Estudio de mercado</p>	<p>1. Se revisaron alertas del programa PPC/PCT y se identifica que es necesario efectuar auditorías con los encargados de cadenas. 2. Se puso en práctica la herramienta de pedidos y trazabilidad de PPC/PCT. 3. Recopilación de datos para estudio de mercado con base en competidores directos según <i>ranking</i> de ventas en unidades de la data de IMS. Aprendizaje: Importancia de herramientas digitales como IQVIA para el desarrollo de estudios de mercado.</p>	Laura Badilla
13	<p>Reunión con ejecutivo de cuentas Conexus Desarrollo y entrega del segundo avance del TFG Elaboración de Instructivos BPAD.</p>	<p>1. Se ejecuta auditoría de facturas para una de las cadenas de farmacias. 2. Desarrollo y entrega del marco referencial, metodología y bitácora semanal. 3. Se inicia la elaboración de instructivos afines para el adecuado almacenamiento de producto terminado y el uso apropiado de nueva herramienta para la trazabilidad de los programas PPC/PCT. Aprendizaje: Importancia de la documentación y las auditorias para evitar inconsistencia en los procesos.</p>	Laura Badilla

14	<p>Reunión Coordinador de Farmacovigilancia</p> <p>Reunión de seguimiento Conexus.</p> <p>Contrato nueva Farmacia.</p>	<p>1. Se logran avances en el instructivo de BPAD</p> <p>2. Se efectúan auditorías de facturas, según la alerta de facturas duplicadas en cadenas de farmacias.</p> <p>3. Se inicia proceso de incorporación de una nueva cadena a los programas PPC/PCT, y se gestiona la firma del contrato o acuerdo comercial.</p> <p>Aprendizaje: Importancia de la documentación para el adecuado orden y funcionamiento en las labores de cada departamento.</p>	Laura Badilla
15	<p>Finalización de herramienta de pedidos PPC/PCT</p> <p>Elaboración de instructivo para uso adecuado de la herramienta</p> <p>Capacitación a oficinista y Jefe de Servicio al Cliente y Facturación para uso adecuado de la herramienta</p>	<p>1. Se finaliza desarrollo de herramienta de pedidos PPC/PCT</p> <p>2. Se elabora instructivo que documenta el uso adecuado de la herramienta.</p> <p>3. Se capacita al oficinista y Jefe de Servicio al Cliente y Facturación para el uso adecuado de la herramienta.</p> <p>Aprendizaje: Importancia del control de inventarios</p>	Laura Badilla
16	<p>Revisión de reportes de visita médica</p> <p>Reportes reintegro de producto farmacia</p> <p>Estudio de precios Costa Rica</p> <p>Nueva Cadena en programas PPC/PCT</p>	<p>1. Se lleva a cabo un análisis de cobertura de los visitadores médicos</p> <p>2. Se elaboran los reportes mensuales de reintegro de producto</p> <p>3. Se analiza información de estudio de precios, y se inicia con propuesta de precios para el próximo año.</p> <p>Aprendizaje: Importancia del análisis de cobertura y alcance de la fuerza de ventas</p>	Laura Badilla
17	<p>Informes Mensuales IMS</p> <p>Análisis de información IMS</p> <p>Lanzamiento Herramienta de pedidos</p>	<p>1. Se elaboran informes mensuales de IMS.</p> <p>2. Se analiza la data de IMS.</p> <p>3. Se envía correo oficial con herramienta de pedidos.</p> <p>Aprendizaje: Análisis de data de IMS</p>	Laura Badilla

18	Capacitación Nueva Cadena Estudio de precios Calox- Xaikus-Xainatur	1. Se capacita a una nueva cadena de farmacias y se envían credenciales para iniciar a trabajar con la plataforma digital PPC/PCT. 2. Se elabora estudio de precios de los productos de las líneas CALOX-XAIKUS-XAINATUR.	Laura Badilla
----	---	--	---------------

		Aprendizaje: Importancia de capacitar a las farmacias para evitar errores en el registro de canjes y pacientes.	
19	Estudio de mercado Mometasona Spray Nasal Publicidad página web Plan Paciente Desarrollo de avance 3	1. Se realiza estudio de mercado de uno de los productos que forman parte del programa de pacientes y se genera una propuesta de mejora. 2. Se elabora estrategia de publicidad para la página web de los programas PPC/PCT. 3. Se desarrolla el tercer avance del TFG Aprendizaje: Análisis de información, planeamiento desde mercadeo.	Laura Badilla
20	Informes mensuales de Ventas SAP Encuesta Servicio al Cliente Elaboración de rótulo de prohibiciones en área de almacenamiento Desarrollo de avance 3	1. Se prepara informe mensual de ventas en SAP 2. Se levanta una encuesta de Servicio al Cliente 3. Se elabora rótulo de prohibiciones para el espacio de almacenamiento. 4. Se desarrolla el tercer avance del TFG Aprendizaje: Uso correcto de SAP paragenerar reportes de ventas.	Laura Badilla
21	Revisión del procedimiento operativo. Revisión de avance 3	1. Se revisa y actualiza el procedimiento operativo de los programas PPC/PCT. 2. Se revisa el informe final del TFG. Aprendizaje: Importancia de la documentación para la mejora de procesos.	Laura Badilla


 Firmado digitalmente por
 Laura Badilla
 Fecha:
 2022.11.18
 16:43:47 -06'00'