



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACÉUTICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA FARMACÉUTICA
LABORATORIO NOVARTIS S.A.

***IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE OPTIMIZACIÓN EN
LA COMUNICACIÓN DE LA FUERZA DE VENTA EN
INDUSTRIA FARMACÉUTICA PARA MEDICAMENTOS
ONCOLÓGICOS***

UNIDAD DE PRÁCTICA PROLONGADA PARA OPTAR AL TÍTULO DE
QUÍMICO FARMACÉUTICO

CLAUDIA DANIELA CABEZAS SEPÚLVEDA

Profesor Supervisor
QF. María Teresa Andonaegui Alvarez
Depto. De Ciencias y Tecnología Farmacéuticas.
Universidad de Chile

Monitor de Práctica
QF. Tomás Arévalo Moena
Laboratorio Novartis S.A.

Santiago, Chile
2016

Índice

Índice.....	ii
Indice de Figuras.....	vi
RESUMEN.....	viii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. GENERALIDADES.....	1
1.2. RESEÑA DEL LABORATORIO.....	3
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	4
2.1. MARCO COMERCIAL.....	4
2.1.1. MARKETING.....	4
2.1.2. MARKETING FARMACÉUTICO.....	4
2.1.3. COMUNICACIÓN COMERCIAL.....	4
2.1.4. INFORMACIÓN AL PROFESIONAL SANITARIO.....	5
2.1.5. VISITA MÉDICA.....	5
2.2. MARCO CIENTÍFICO : CONCEPTOS BÁSICOS DE ONCOLOGÍA.....	6
2.2.1. CÁNCER.....	6
2.2.2. MECANISMOS DEL CÁNCER. ⁸	6
2.2.3. ETAPIFICACIÓN.....	6
CAPITULO III. OBJETIVOS.....	8
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	8
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA.....	9
4.1. MODELAMIENTO DE INFORMACIÓN: A TO B.....	9
4.1.1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:.....	9
4.1.1.1. INFORMACIÓN GENERAL SOBRE LOS PRODUCTOS DE NOVARTIS S.A.....	9
4.1.1.2. RECOPIACION DE OBJECIONES.....	10
4.1.2. MODELAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	11
4.1.3. ESTRUCTURACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y SEGUIMIENTO.....	14
4.2. ENTRENAMIENTO DEL EQUIPO DE LA FUERZA DE VENTAS.....	15
4.2.1. EVIDENCIA CIENTÍFICA.....	15
4.2.1.1. ANÁLISIS DE SOBREVIDA.....	15
4.2.2. REVISIÓN DE OBJECIONES.....	16

4.2.3. VIDEOS Y ROLEPLAY	17
4.3.1. DISEÑO DEL MATERIAL PROMOCIONAL.....	17
4.3.1.1. BASADO EN MATERIALES APROBADOS POR NOVARTIS LATINOAMERICA Y CANADA (LACAN).	17
4.3.1.2. MATERIAL PROMOCIONAL NUEVO	18
4.3.2. MARCO LEGAL SOBRE LA PROMOCIÓN DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS.....	18
4.3.3. APROBACION DE MATERIALES PROMOCIONALES. ¹⁷	19
4.3.3. DISTRIBUCION DEL MATERIAL PROMOCIONAL.....	21
4.4. MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCIÓN EN MÉDICOS	22
4.5. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA DE LA POBLACION CHILENA PARA DETERMINAR PACIENTES POTENCIALES.....	26
4.5.1. INFORMACION PRELIMINAR	26
4.5.1.1. SEGMENTACION.....	26
4.5.1.2. EPIDEMIOLOGÍA:CONCEPTOS DE INCIDENCIA, PREVALENCIA.....	26
4.5.2. ANÁLISIS DE PACIENTES POTENCIALES.	26
CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	29
5.1. TABLA DE OBJECIONES BASADA EN METODOLOGIA A TO B.	29
5.1.1. AFINITOR® : CÁNCER DE MAMA.....	29
5.1.2. VOTRIENT® : CÁNCER RENAL.....	30
5.1.3. MEKINIST®/ TAFINLAR®: MELANOMA METASTÁSICO.	31
5.1.4. SANDOSTATIN LAR® : ACROMEGALIA	32
5.2. ENTRENAMIENTO DE LA FUERZA DE VENTAS.	33
5.3.CREACION DE MATERIAL PROMOCIONAL.....	34
5.4. MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCION DE MEDICOS	35
5.4.1. CANCER DE MAMA.....	35
5.4.1.1. DISTRIBUCION DE MEDICOS EN EL PAIS Y SEGÚN SISTEMA DE SALUD	35
5.4.1.2. MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCIÓN MÉDICOS EN CÁNCER DE MAMA.	35
5.4.2. CANCER RENAL.....	36
5.4.2.1. DISTRIBUCION DE MEDICOS EN EL PAIS Y SEGÚN SISTEMA DE SALUD.	36
5.4.2.2. MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCION MEDICOS EN CÁNCER RENAL.	36
5.4.3. MELANOMA METASTÁSICO	37
5.4.3.1. DISTRIBUCION DE MEDICOS EN EL PAIS Y SEGÚN SISTEMA DE SALUD.	37
5.4.3.2. MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCIÓN EN MELANOMA METASTÁSICO.	37

5.4.4.	ACROMEGALIA	38
5.4.1.1.	DISTRIBUCION DE MEDICOS EN EL PAIS Y SEGÚN SISTEMA DE SALUD.	38
5.4.4.2.	MATRIZ POTENCIAL VERSUS ADOPCIÓN MEDICOS PARA ACROMEGALIA	38
5.5.	SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA DE LA POBLACION CHILENA	39
5.5.1.	CÁNCER DE MAMA.....	39
5.5.1.1.	PACIENTES REALES DE EXEMESTANO EN ETAPA METASTÁSICA.....	39
5.5.1.2.	POTENCIAL A NIVEL NACIONAL EN CÁNCER DE MAMA METASTÁSICO	39
5.5.1.3.	POTENCIAL ZONA NORTE EN CÁNCER DE MAMA METASTÁSICO.....	40
5.5.1.4.	POTENCIAL ZONA CENTRAL EN CÁNCER DE MAMA METASTÁSICO	40
5.5.1.5.	POTENCIAL ZONA SUR EN CÁNCER DE MAMA METASTÁSICO	41
5.5.2.	CANCER RENAL.....	41
5.5.2.1.	PACIENTES REALES DE PAZOPANIB Y SUNITINIB.....	41
5.5.2.2.	PACIENTES POTENCIALES A NIVEL NACIONAL EN CÁNCER RENAL DE CÉLULAS CLARAS.	42
5.5.2.3.	POTENCIAL ZONA NORTE EN CÁNCER RENAL DE CÉLULAS CLARAS.	42
5.5.2.4.	POTENCIAL ZONA CENTRAL EN CÁNCER RENAL DE CÉLULAS CLARAS ETAPA METASTÁSICA.....	43
5.5.2.5.	POTENCIAL ZONA SUR EN CÁNCER RENAL DE CÉLULAS CLARAS EN ETAPA METASTÁSICA.....	44
5.5.3.	ACROMEGALIA	44
5.5.3.1.	PACIENTES REALES DE LANREOTIDE LAR Y OCTREOTIDE LAR.....	44
5.5.3.2.	PACIENTES POTENCIALES A NIVEL NACIONAL EN ACROMEGALIA.....	44
5.5.3.3.	POTENCIAL ZONA NORTE EN ACROMEGALIA.	44
5.5.3.4.	POTENCIAL ZONA CENTRO EN ACROMEGALIA.	45
5.5.3.5.	POTENCIAL ZONA SUR EN ACROMEGALIA.....	46
5.5.4.	RESUMEN DE RESULTADOS A NIVEL NACIONAL	46
	CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN.....	47
	CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES.....	49
	CAPÍTULO VIII. BIBLIOGRAFÍA.....	50
	CAPÍTULO IX. ANEXO.....	52
9.1.	DIAGRAMAS A TO B PARA CADA MEDICAMENTO SEGÚN LA INDICACIÓN SELECCIONADA.	52
9.2.	EJEMPLO DE TABLA DE DATOS.....	54
9.3.	PROTOCOLO DE LLENADO DE TABLAS DE OBJECIONES.....	55

9.4. EVOLUCION MENSUAL DE TABLA DE DATOS PARA CADA MEDICAMENTO.....	55
9.5. EJEMPLO DE ENTRENAMIENTO A LA FUERZA DE VENTAS.....	60
9.6. REQUISITOS GENERALES GRAFICOS PARA APROBACION DE MATERIAL PROMOCIONAL.	63
9.7. FILTROS APLICADOS POR MEDICAMENTO PARA ESTABLECER LA SEGMENTACION GEOGRAFICA DE PACIENTES POTENCIALES.	65

Índice de Figuras

Figura 1. Diagrama de modelamiento de la información.	13
Figura 2. Matriz potencial versus adopción.	22
Figura 3. Matriz previa a la que se seleccionó.	23
Figura 4. Oportunidad de acuerdo a la inversión.....	24
Figura 5. Evolución de los resultados mensuales de la tabla de objeciones para cáncer de mama.....	29
Figura 6.Evolución de los resultados mensuales de la tabla de objeciones para cáncer renal.....	30
Figura 7.Evolución de los resultados mensuales de la tabla de objeciones de melanoma metastásico.....	31
Figura 8. Evolución de los resultados mensuales de la tabla de objeciones de acromegalia.	32
Figura 9. Oportunidad de acuerdo a la inversión para la patología de cáncer de mama....	35
Figura 10. Oportunidad de acuerdo a la inversión para la patología de cancer de renal....	36
Figura 11. Oportunidad de acuerdo a la inversión para la patología de melanoma metastásico.....	37
Figura 12. Oportunidad de acuerdo a la inversión para la patología de acromegalia.....	38

Índice de Tablas.

Tabla 1. Objeciones de los medicamentos y su indicación seleccionada.....	11
Tabla 2. Definición numérica de los potenciales por patología.....	24
Tabla 3. Definición conceptual de los potenciales para todas las patologías.....	25
Tabla 4. Valores de prevalencia e incidencia de las patologías analizadas.....	27
Tabla 5. Contenido de los entrenamientos realizados.....	33
Tabla 6. Materiales promocionales realizados durante los siete meses de práctica.	34
Tabla 7. Población chilena potencial al tratamiento de Afinitor para cáncer de mama.	39
Tabla 8. Potencial zona norte en cáncer de mama.....	40
Tabla 9. Potencial zona central en cáncer de mama.....	40
Tabla 10. Hospitales de la región metropolitana que tratan mujeres con cáncer de mama metastásico.....	41
Tabla 11. Potencial zona sur en cáncer de mama.....	41
Tabla 12. Potencial a nivel nacional en cáncer renal de células claras.....	42
Tabla 13. Potencial zona norte en cáncer renal de células claras.....	42
Tabla 14. Potencial zona central en cáncer renal de células claras.....	43
Tabla 15. Hospitales de la Región Metropolitana que tratan cáncer renal de células claras.	43
Tabla 16. Potencial zona sur en cáncer renal de células claras.....	44
Tabla 17. Pacientes potenciales a nivel nacional en acromegalia.....	44
Tabla 18. Potencial zona norte en acromegalia.....	44
Tabla 19. Potencial zona central en acromegalia.....	45
Tabla 20. Hospitales de la Región Metropolitana que tratan acromegalia.	45
Tabla 21. Potencial zona sur en acromegalia.....	46
Tabla 22. Resumen de resultados a nivel nacional.....	46