

Hacer negocios en Asia

LATINPHARMA

Buenos Aires, 08 de Septiembre de 2008

Ward Roofthoof, Ph.D.

Hacer negocios en Asia

Bienvenidos, colegas de Asia!

Objetivos

- Mostrar las oportunidades para hacer negocios en Asia
 - Ayudar con su futuro éxito en Asia

Datos

- Fuentes utilizadas

Las autoridades

Los documentos de “AsiaHealthCare 2008” (CCI)

El “Sectorial Report of the Pharmaceutical Industry in Pakistan” (CCI)

Estadísticas de IMS

La prensa

El internet

...y por último pero no lo menos importante...

Datos facilitados por los empresarios participantes

Datos

- ... No siempre completos ...
- ... No siempre de la misma fuente ...
 - ... No siempre del mismo año ...
- Además, hay tres niveles de mentiras.

Mentiras

Mentiras feas

Estadísticas

Datos

« Las estadísticas sirven para convencer si mismo, para convencer los demás, o para tomar el pelo a los demás » (Dr. Paul Janssen) »

Estos datos sirven para

Estimular su interés para Asia

Empezar el proceso de negocios con Asia

Tener éxito en estos negocios

Documentos que van a recibir por CD-ROM

- Los documentos de “AsiaHealthCare 2008” (CCI)

Filipinas

Malasia

Vietnam

- El “Sectorial Report of the Pharmaceutical Industry in Pakistan” (CCI)

- Esta presentación

Hacer negocios en Asia

Temas tratados

- Los requisitos regulatorios
 - Los mercados de Asia
 - El marketing en Asia

Preguntas y respuestas al término de cada capítulo

Hacer negocios en Asia

Los requisitos regulatorios

Requisitos regulatorios

Buena noticia!

- Harmonización de los requisitos regulatorios
 - Dentro de la ASEAN
 - A partir del 1 de Enero 2009

Harmonización

- “Harmonización” y no registro “pan-ASEAN”

Sigue la necesidad de registrar un medicamento en cada país individualmente

El objetivo para un registro “pan-ASEAN” tipo EMEA en Europa es 2012.

Harmonización

- Según el modelo **ICH**

*International Conference on Harmonisation of
Technical Requirements for Registration of
Pharmaceuticals for Human Use*

www.ich.org

ICH Secretariat c/o IFPMA

15 Ch. Louis-Dunant

PO Box 195, 1211 Geneva 20 – Switzerland

Tel + (22) 338.3206 – Fax + (22) 338.3230

Una iniciativa de los EEUU, la EU y Japón

Harmonización

- Con algunos requisitos específicos por país

Ejemplo: Pruebas de estabilidad en Malasia

75% de humedad en lugar de 60%

30° de temperatura en lugar de 25°

Para detalles: www.bpfk.gov.my

Pruebas de bio-equivalencia son aceptadas si el laboratorio cumple con los requisitos GMP de la EU

El mercado farmacéutico

ASEAN: 13,000,000,000 US\$

Brunei Cambodia

Filipinas Indonesia

Lao PDR Malasia

Myanmar Singapore

Tailandia Vietnam

Pakistan : 1,500,000,000 US\$

Requisitos regulatorios

El registro

		FI	MA	PA	TA	VI
1	Certificado de libre venta en el país exportador	v ¹¹	v	v	v	v
2	Certificado de producción en el país de origen	v	v	v	v	v
3	Fecha y número del registro	v	v	v	v	v
4	Diferencia en nombres comerciales: explicación	v	v ²¹		v ⁴¹	v
5	Lista de otros países donde el producto esta registrado	v	v	v		

Requisitos regulatorios

La composición

		FI	MA	PA	TA	VI
6	Nombre y concentración del principio activo	v	v	v	v	v
7	Nombre y composición de ingredientes inactivos	v	v	v	v	v
8	Cantidad de alcohol	v	v	v ³¹	v ⁴²	v
9	Ingredientes de origen animal	v	v	v ³²	v ⁴³	v
10	Descripción del embalaje primario	v	v	v	v	v

Requisitos regulatorios

Análisis – Producción - Estabilidad

		FI	MA	PA	TA	VI
11	Certificado de análisis	v	v	v	v	v
12	Método de análisis	v	v	v	v	v
13	Descripción del producto terminado	v	v	v	v	v
14	Método de producción del batch registrado	v	v	v	v	v
15	Estabilidad- Caducidad – Almacenaje	v	v ²²	v	v	v

Requisitos regulatorios

Calidad - Pruebas

		FI	MA	PA	TA	VI
16	Estudios de bio-equivalencia	v	v	v	v ⁴⁴	v
17	Estudios de bio-disponibilidad	v	v	v	v ⁴⁵	v
18	Estudios farmacológicos y toxicológicos (resumen)	v	v	v	v ⁴⁶	v
19	Estudios clínicos (productos nuevos)	v	v	v	v ⁴⁷	v
20	Referencias científicas para el análisis del producto	v	v	v	v ⁴⁸	v

Requisitos regulatorios

Muestras- Elementos económicos

		FI	MA	PA	TA	VI
21	Muestras del producto con noticia y embalaje final	v	v	v	v	v
22	Muestra del principio activo	v	v	v	v	v
23	Precio al público en el país de origen		v			v
24	Precio CIF	v				v
25	Precio CIF a otros países de Asia	v				v

Filipinas

Requisitos regulatorios – Notas

- ¹¹ Vacunas y productos biológicos

Procedimiento muy particular y muy extenso

- Productos regulados
 - aceite anhidrido*
 - penicilina/derivados*
- Productos prohibidos:
 - causando el aborto ilegal*
 - non-cumpliendo con la ley*
 - drogas causando adicción*

Malasia

Requisitos regulatorios - Notas

- ²¹ Productos importados con nombre diferente tienen que ser registrados en el país de origen con un dossier completo.
- ²² A causa del clima tropical se require estudios de:
 - *humedad: 75% en lugar de 60%*
 - *temperatura: 30° en lugar de 25°*

Pakistan

Requisitos regulatorios - Notas

- 31-32 Alcohol y Ingredientes de origen animal:
Hay restricciones

Tailandia

Requisitos regulatorios - Notas

- ⁴¹ Productos importados con nombre diferente tienen que ser registrados en el país de origen con un dossier completo.
- ⁴² Solamente para formulas jarabe y suspensión
- ⁴³ Se requiere especificación que el producto es libre de bacteria, enfermedad “vaca loca” y meningitis
- ⁴⁴ Solamente para nuevos productos genéricos
- ⁴⁵⁻⁴⁶⁻⁴⁷⁻⁴⁸ Solamente para nuevas substancias químicas

Productos naturales

Suplementos alimenticios

			MA		TA	
1	Certificado de libre venta en el país exportador		v		v	
2	Certificado de producción en el país de origen					
3	Fecha y número del registro		v			
4	Diferencia en nombres comerciales: explicación		v ²¹		v ⁴¹	
5	Lista de otros países donde el producto esta registrado		v			

Productos naturales

Suplementos alimenticios

			MA		TA	
6	Nombre y concentración del principio activo		v		v	
7	Nombre y composición de ingredientes inactivos		v			
8	Cantidad de alcohol		v			
9	Ingredientes de origen animal		v		v ⁴²	
10	Descripción del embalaje primario		v			

Productos naturales

Suplementos alimenticios

			MA		TA	
11	Certificado de análisis		v			
12	Método de análisis		v			
13	Descripción del producto terminado		v		v ⁴³	
14	Método de producción del batch registrado		v		v	
15	Estabilidad- Caducidad – Almacaje		v			

Requisitos regulatorios

Muestras- Elementos económicos

			MA		TA	
21	Muestras del producto con noticia y embalaje final				v	
22	Muestra del principio activo					
23	Precio al público en el país de origen					
24	Precio CIF					
25	Precio CIF a otros países de Asia					

Productos naturales

Suplementos alimenticios

- ²¹ Malasia: Con nombre diferente se requiere un dossier completo.
- ⁴¹ Tailandia: El nombre tiene que ser el mismo que el del certificado GMP y libre venta
- ⁴² Tailandia: Certificado “libre de vaca loca” para cápsulas de gelatina
- ⁴³ Tailandia: Especificación química y física – Contenido en arsénico y plomo limitado - Staph – Clos – Sal: prácticamente prohibidos

Hacer negocios en Asia

Mercados de Asia

El mercado farmacéutico

ASEAN: 13,000,000,000 US\$

(Association of South-Asean Nations)

Brunei Cambodia

Filipinas Indonesia

Lao PDR Malasia

Myanmar Singapore

Thailandia Vietnam

Pakistan : 1,517,000,000 US\$

Mercados farmacéuticos de Asia (millones y millones de US\$)

- ASEAN

	Población	Mercado	Importación
Filipinas	85	1,450	555
Malasia	26	1,010	714
Thailandia	65	2,454	1,204
Vietnam	83	696	548

- Pakistan

165	1,5170	151
-----	--------	-----

Pakistan

Evolución del mercado sobre 4 años

Périodo	Valor PKR mil millones	Unidades millones	Crecimiento valores	Crecimiento Unidades
MAT Q2 2004	61.7	1013	16.37	11.16
MAT Q2 2005	68.8	1084	11.59	7.10
MAT Q2 2006	76.8	1176	11.51	8.46
MAT Q2 2007	86.3	1274	12.46	8.28
MAT Q2 2008	92.7	1316	11.20	5.5

Filipinas

Importaciones

- Productos alopáticos: 503 mio US\$
El 53% son fórmulas 267 mio US%
- Productos naturales: 52 mio US\$

Importación en Filipinas

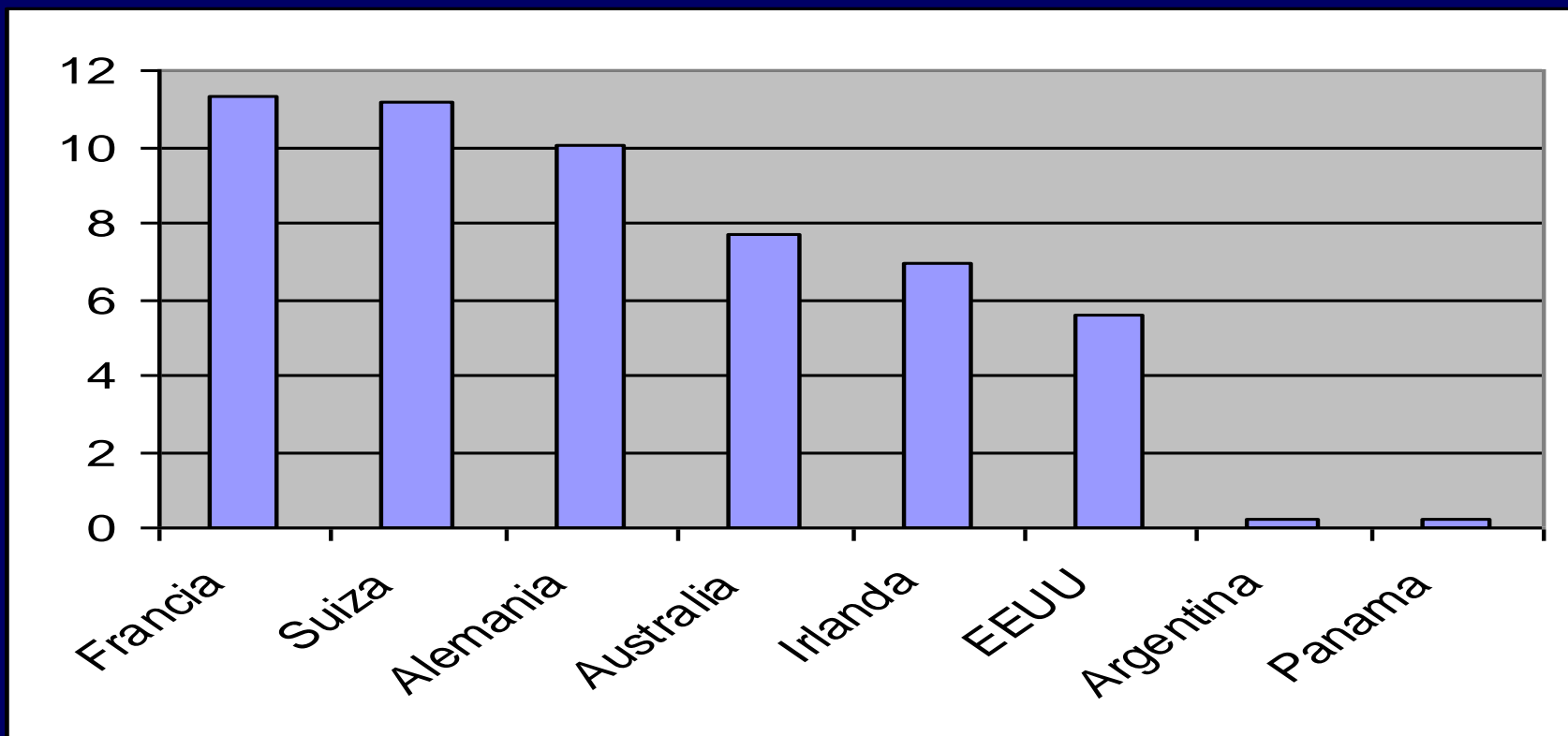
Procedencia de productos alopáticos

- Francia 11.35%
- Suiza 11.17%
- Alemania 10.03%
- Australia 7.73%
- Irlanda 6.98%
- EEUU 5.55%

- Argentina 0.26%
- Panamá 0.23%

Importación en Filipinas

Procedencia de productos alopáticos



Importación en Filipinas

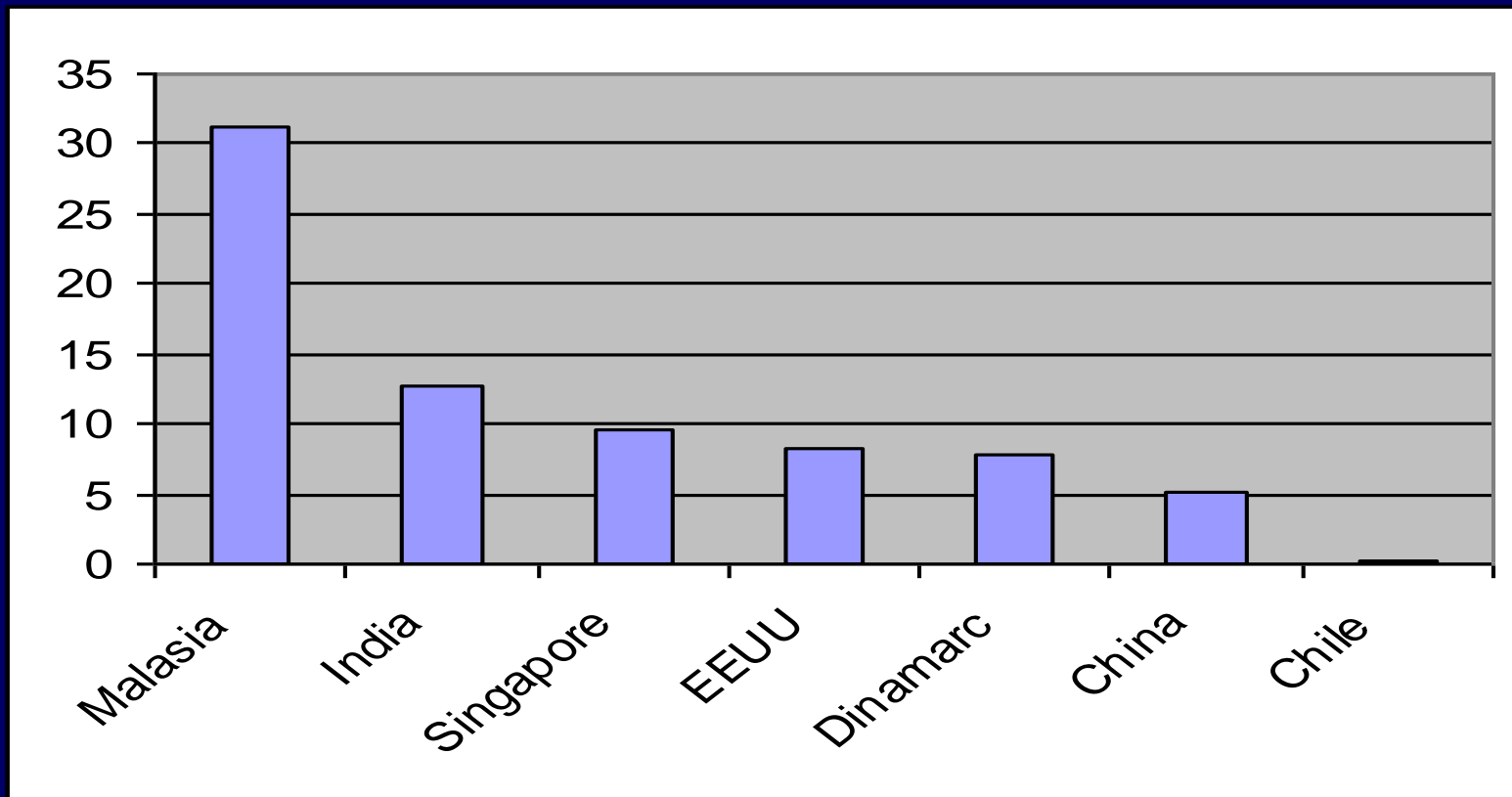
Procedencia de productos naturales

- Malasia 31.32%
- India 12.71%
- Singapore 9.66%
- EEUU 8.35%
- Dinamarca 7.77%
- China 5.14%

- Chile 0.14%

Importación en Filipinas

Procedencia de productos naturales



Importación en Pakistan

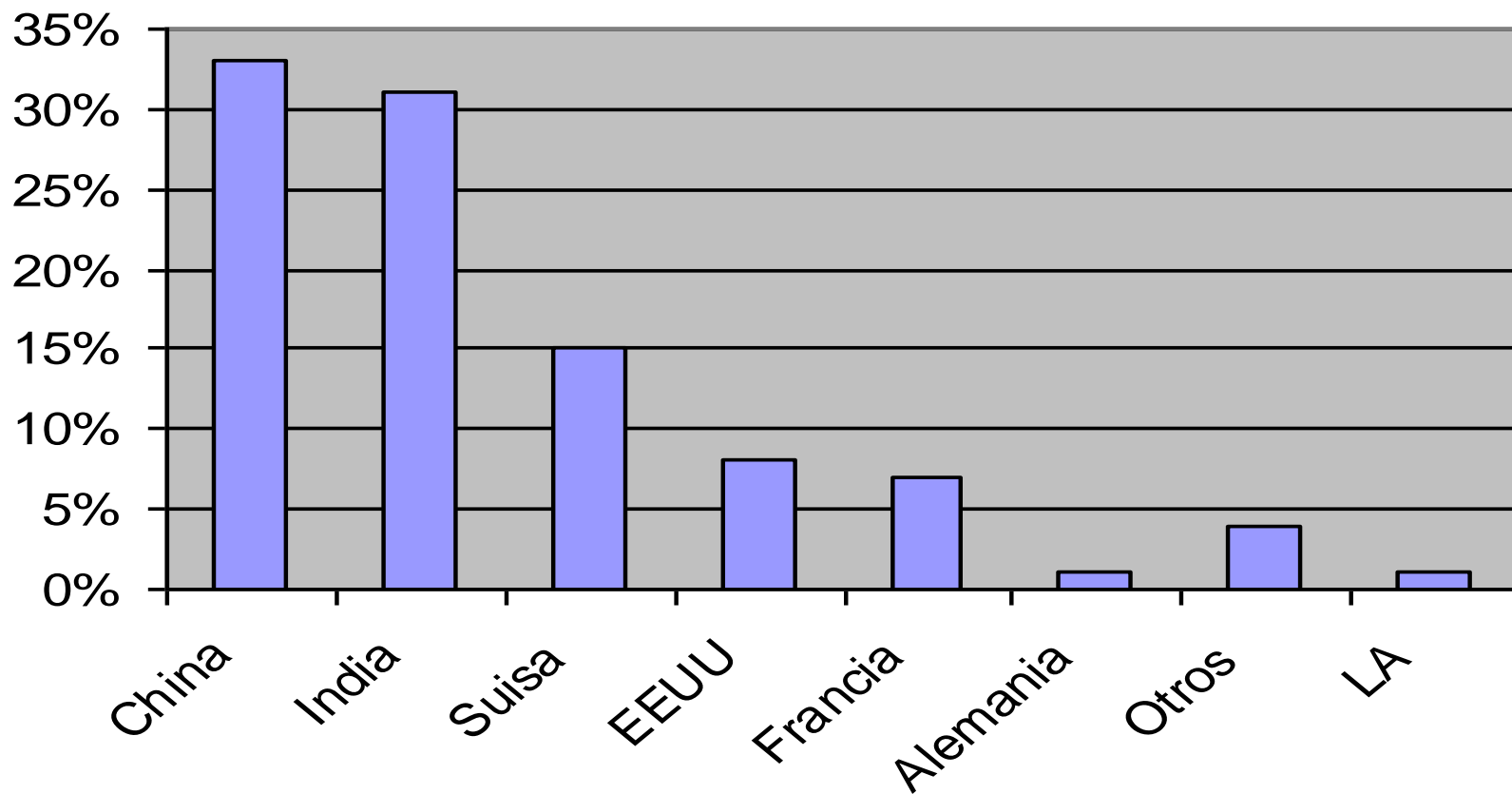
Procedencia de productos importados

- China 33.00%
- India 31.00%
- Suiza 15.00%
- EEU 8.00%
- Francia 7.00%
- Alemania 2.00%

- Latinoamérica 2.00%

Pakistan

Origen de formulas importadas



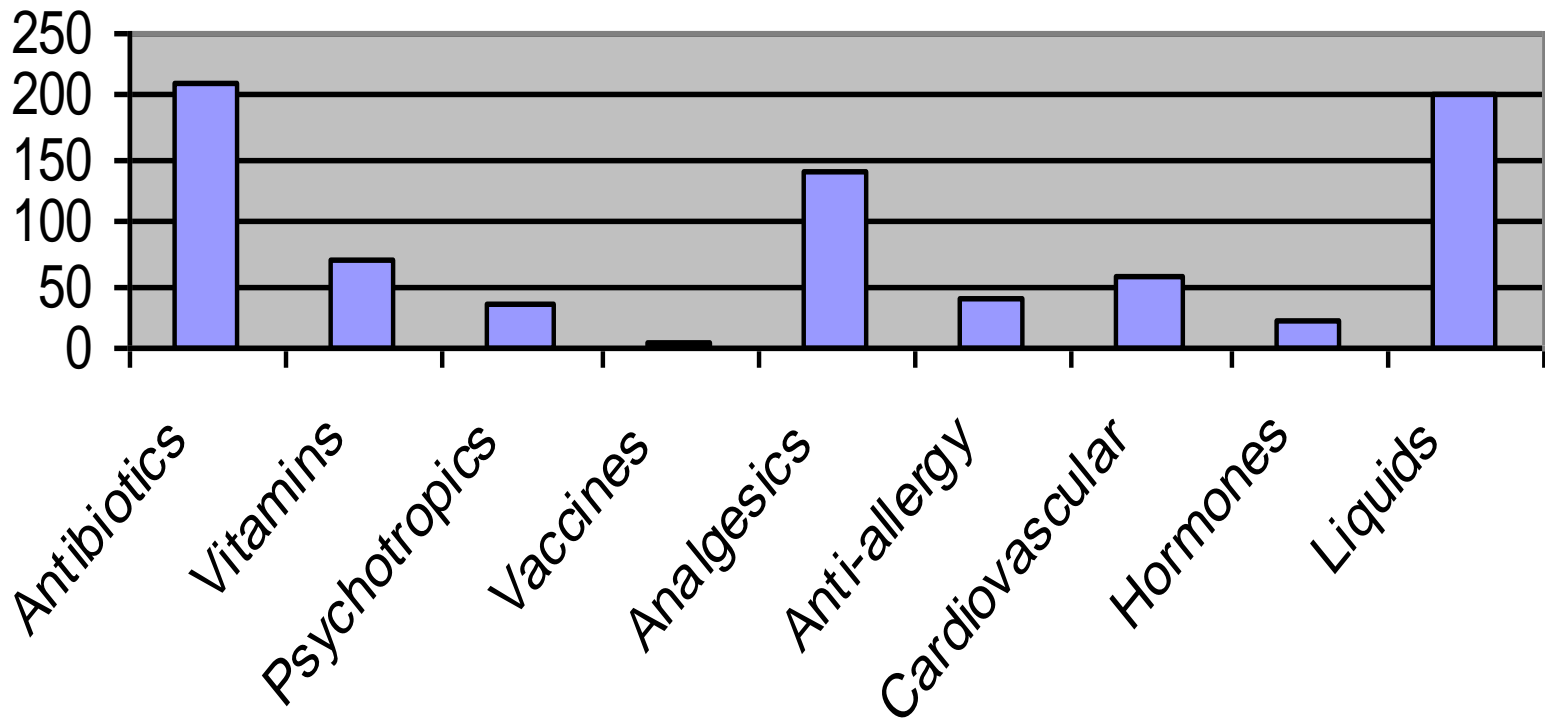
Pakistan

Tipo de productos importados

Tipo	Total Unidades
Antibióticos	210.45
Vitaminas	70.6
Psicotrópicos	36.65
Vacunas	1.23
Analgesicos	138.48
Anti-alergicos	38.98
Cardiovasculares	58.7
Hormonas	21.1
Líquidos	200

Pakistan

Tipo de formuals importadas (unidades)



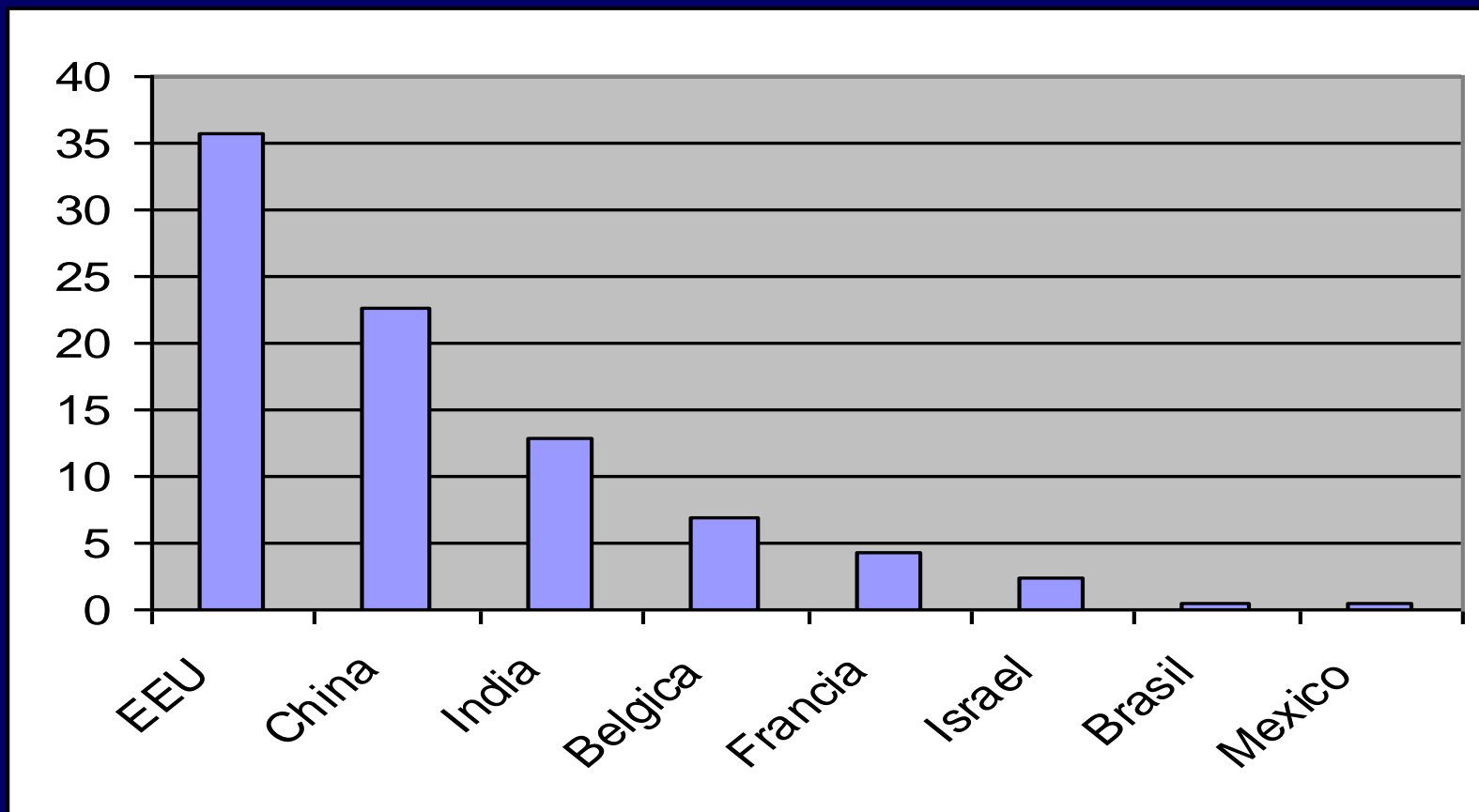
Importación en Tailandia

Procedencia de productos

• EEUU	35.83%
• China	22.61%
• India	12.80%
• Belgica	6.98%
• Francia	4.32%
• Israel	2.41%
• Brasil	0.54%
• México	0.44%

Importación en Tailandia

Procedencia de productos



Importación en Vietnam

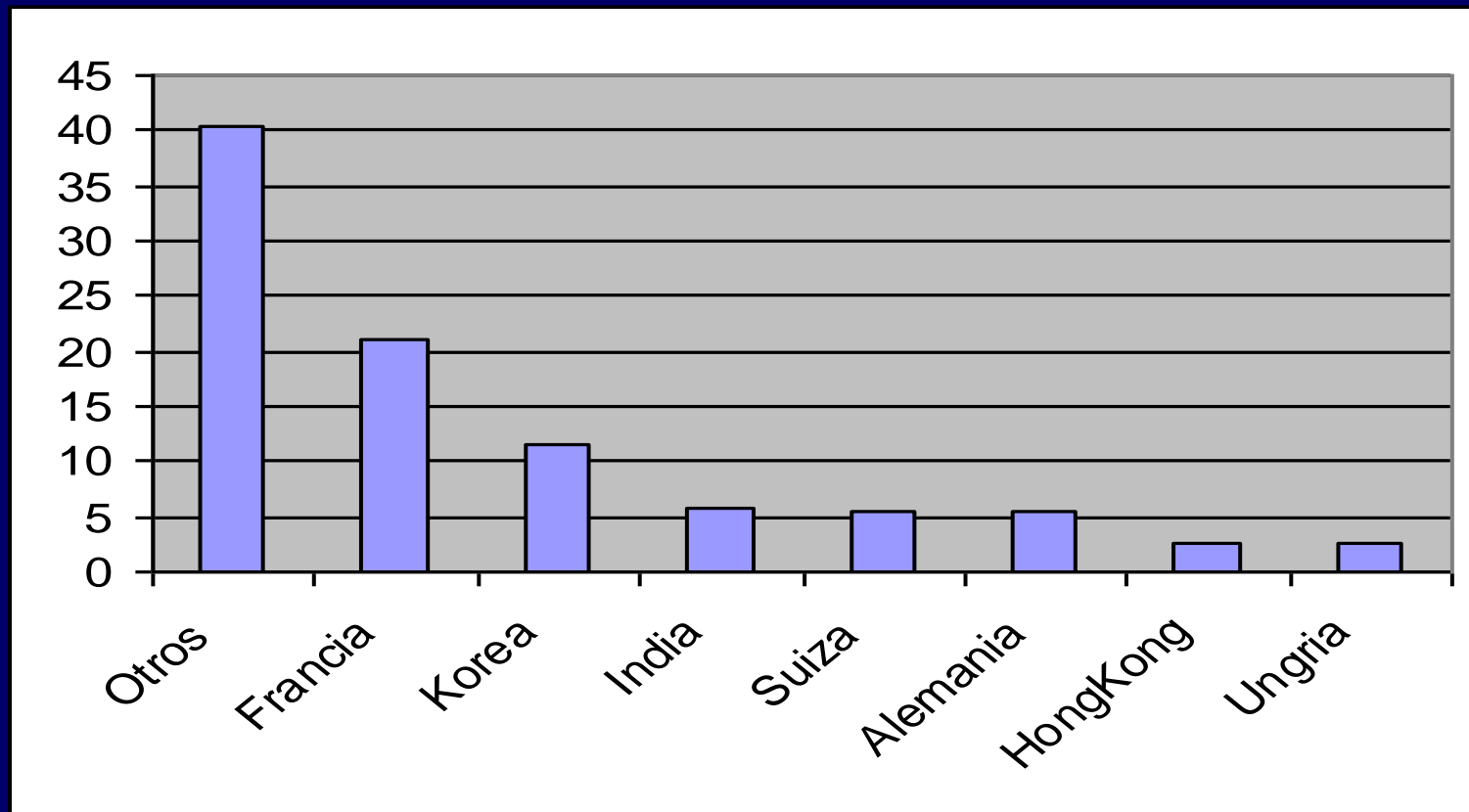
Procedencia de productos

- Otros 40.52%
- Francia 21.00%
- Korea 11.46%
- India 5.75%
- Suiza 5.60%
- Alemania 5.50%
- Hong Kong 2.63%
- Ungría 2.54%

- America Latina ???

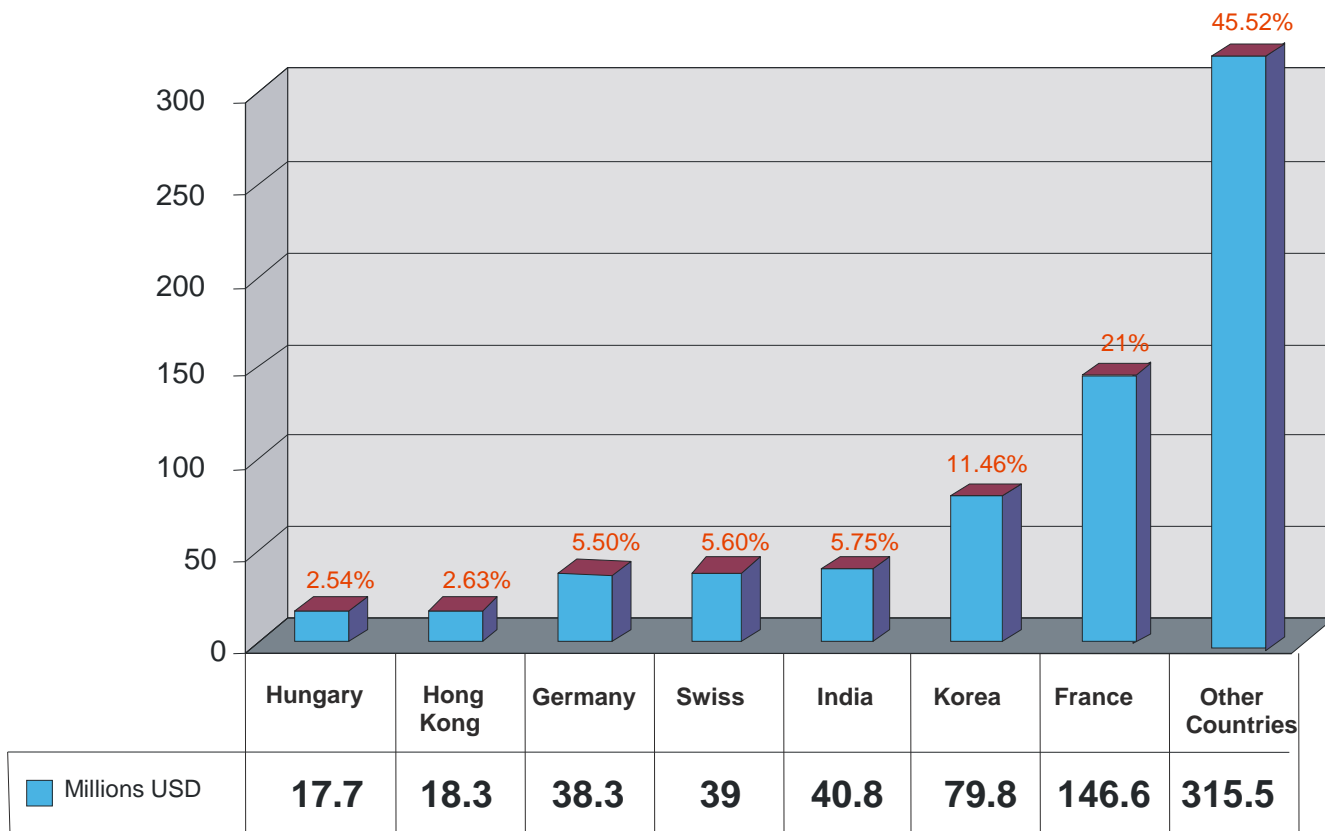
Importación en Vietnam

Procedencia de productos



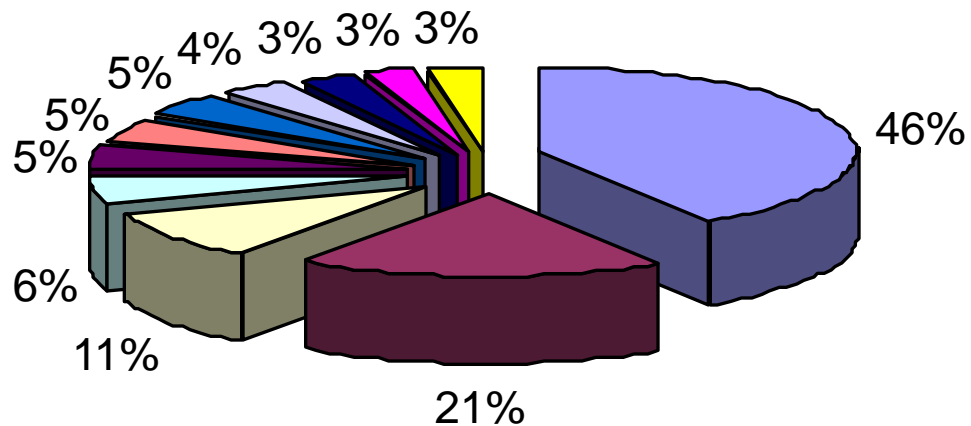
Importación en Vietnam

Procedencia de productos



Vietnam

Origin of imported finished products in %



Other countries	46%
France	21%
Korea	11%
India	6%
Swiss	5%
Thailand	5%
Germany	5%
Singapore	4%
Hongkong	3%
Australia	3%
Netherlands	3%

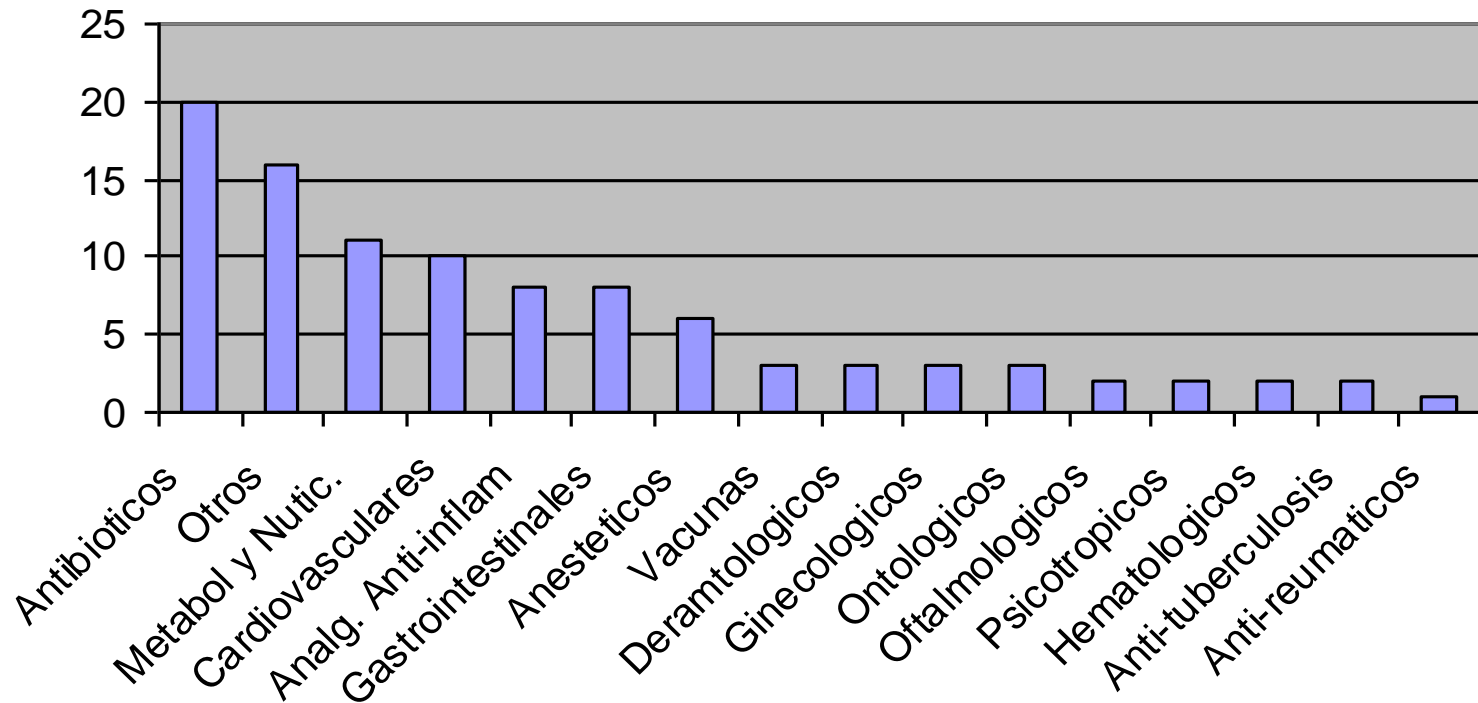
Vietnam

Tipo de fórmulas importadas en % 2007

Antibióticos	20	Ontologicos	3
Otros	16	Vacunas	3
Metabol. y Nutric.	11	Dermatologicos	3
Cardiovasculares	10	Anti-tuberculosis	2
Gastrointestinales	8	Oftalmologicos	2
Analg. – Anti-inflam.	8	Psicotropicos	2
Anesteticos	6	Hematologicos	2
Ginecologicos	3	Anti-reumatologicos	1

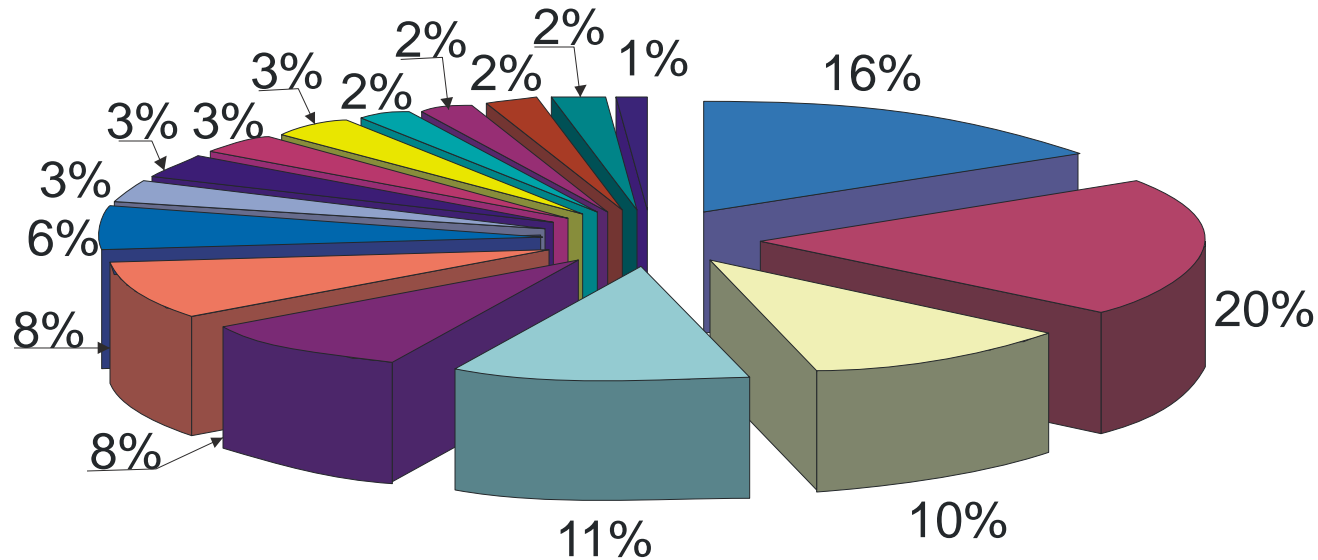
Vietnam

Tipo de fórmulas importadas en % 2007



Vietnam

Tipo de fórmulas importadas en % 2007



Other Agents	16%	Antibiotics	20%	Cardiovasculars	10%
Metabolism & Nutrition	11%	Gastrointestinal tract	08%	Analgesics	08%
Anesthesia	06%	Vaccines	03%	Anti-Inflammatorys	03%
Gynecologics	03%	Dermatologics	03%	Onchologics	03%
Antituberculous Agent	02%	Ophtalmologics	02%	Psychotropics	02%
Rhumathologics	01%			Heamatologics	02%

Filipinas: Productos naturales y Suplementos alimenticios aprobados

Lagundi (*Vetex Negundo*) asthma, tos y catarro

Yerba Buena (*Mentha Cordifolia*) dolor

Sambong (*Blumea Balsamifera*) piedras tracto urinario

Tsaang Gubat (*Ehnetia Microphylla*) diarrea

Niyug-niyogan (*Qusiqualis Indica*) antihelmintico

Bayabas (*Psidium Guajava*) astringente

Akapulko (*Cassia Alata*) antifungal

Ulasimang Bato (*Peperonia Pellucida*) gota

Bawang (*Allium Sativa*) Hyper cholesterolemia

Ampalaya (*Momordica Charantia*) hypercalemia

Filipinas – Importación de fórmulas Licencias y Aranceles

- Importación en principio libre salvo para:
 Productos regulados
 *los cuales requieren aprobación por
 autoridades competentes*
- Aranceles (sobre el valor de transacción)
 Vitaminas y hormonas: 5%
 Todos los demás: 3%

Malasia – Importación de fórmulas Licencias y Aranceles

- Importación libre

Para productos legalmente registrados

- Aranceles: No hay aranceles

Pakistan – Importación de fórmulas Licencias y Aranceles

- Pakistan es un “mercado abierto”

Pero con precios controlados, incluso para importaciones

- Preocupaciones con importaciones no deseadas

sub-facturación

contrabando

declaraciones aduaneras falsas

copias inválidas de medicamentos

- Aranceles: 12.70%

Tailandia – Importación de fórmulas

Licencias y Aranceles

- No se requiere una licencia de importación para productos sino solamente para empresas
- Las empresas requieren una licencia para la importación de:
 - medicamentos*
 - productos medicinales*
 - equipo médico*
- Aranceles: 10% sobre el valor de transacción
30% sobre suplementos alimenticios

Vietnam – Importación de fórmulas Licencias y Aranceles

- Licencias son requeridas para

Productos adictivos y psicotrópicos

Lista de 30 productos de “importación prohibida”

- Aranceles

Regla general: los aranceles son de 0% a 5%

Pero hay un sistema complicado de excepciones:

- *Aranceles “preferenciales: 5 - 10%*
- *Aranceles “generales”: 5 – 7.5 – 10 – 15%*

Precios

Canasta de productos en Pakistan

- aciclovir 20 comprimidos 200 mg	2.60
- acido acetylsalicilico 20 comprimidos 100 mg	0.34
- amoxicilina 21 comprimidos 250 mg	0.84
- chloroquina 30 comprimidos 150 mg	0.30
- codeina 12 comprimidos 30 mg	0.46
- ibuprofen 40 comprimidos 400 mg	1.00
- mebedazol 6 comprimidos 100 mg	0.24
- miconazol 30 g crema 2%	0.50
- ranitidina 20 comprimidos 150 mg	1.60
- salbutamol 40 comprimidos 2 mg	0.39

ASEAN

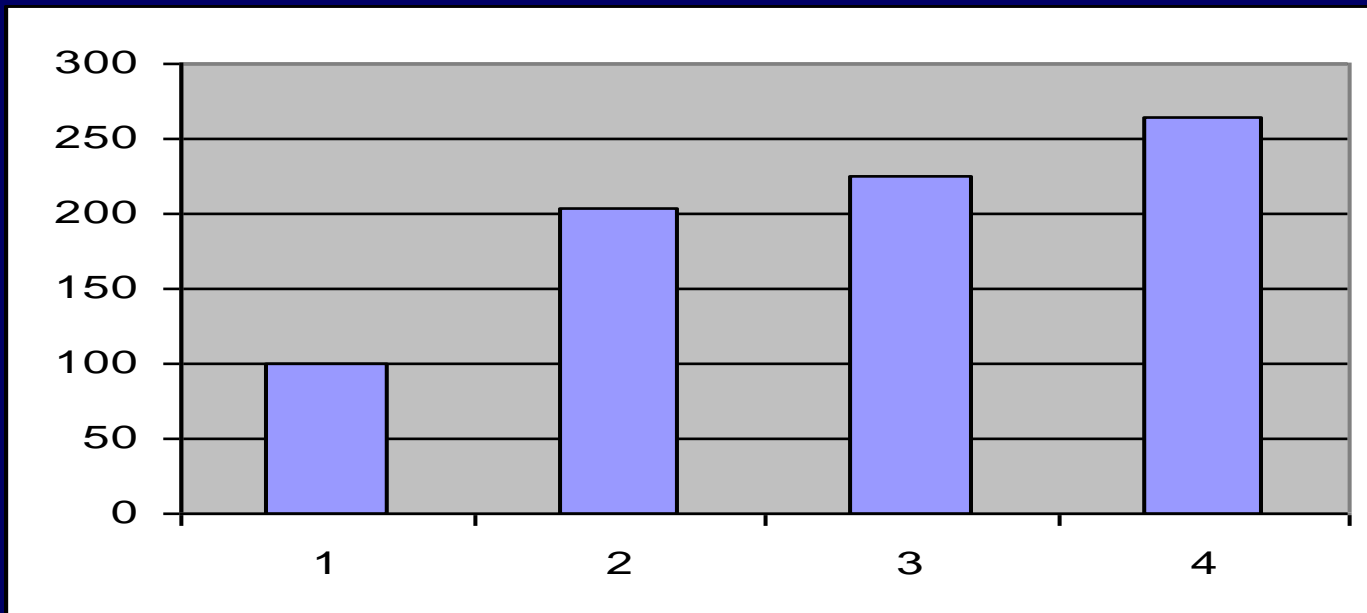
Precios: un ejercicio en anarquía

- Estructura de precios muy diferente de un país al otro
- Precios al público muy diferentes de un país al otro
- Precios al público muy diferentes dentro de un solo país

Estructura de precios muy diferente de un país al otro

Pakistan

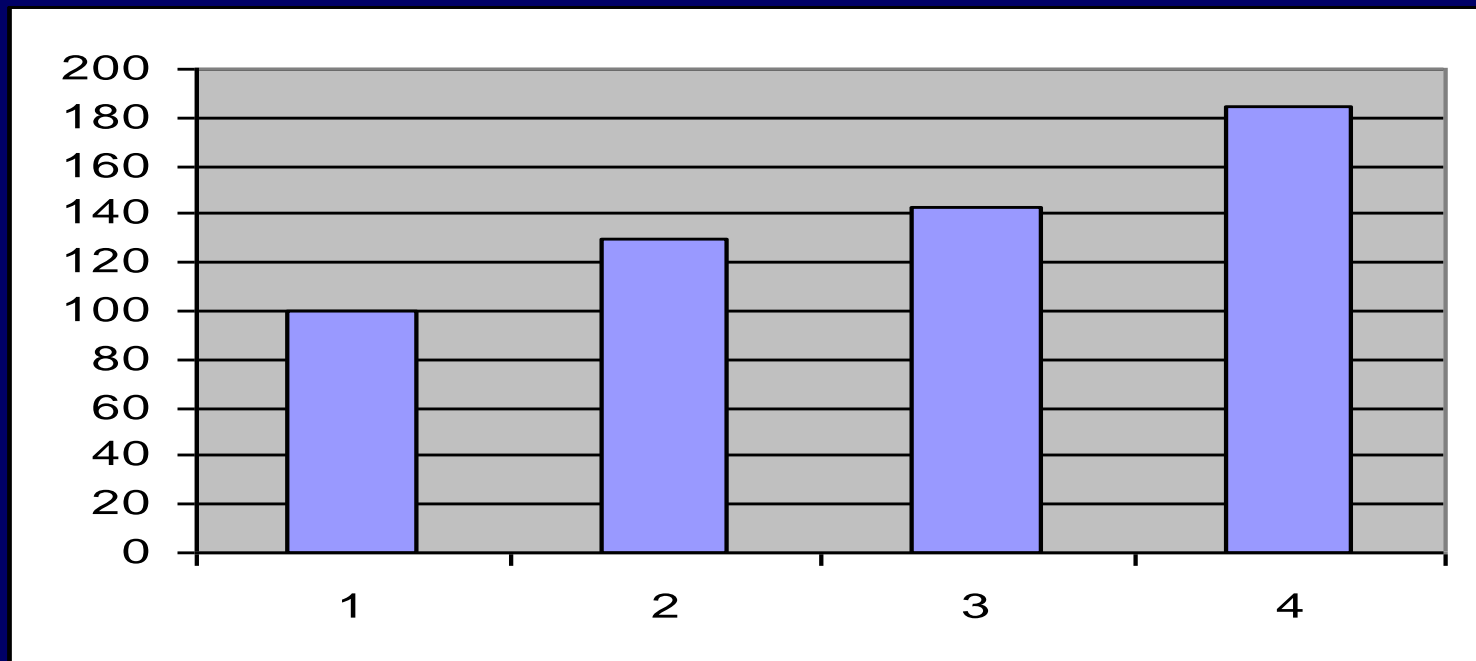
1. Precio de venta a “Landed Cost” = 100
2. Precio al mayorista : = 202.73
3. Precio a la farmacia = 225.25
4. Precio al público = 265.00



Estructura de precios muy diferente de un país al otro

Tailandia

1. Precio de venta a “Landed Cost” = 100
2. Precio al mayorista = 130
3. Precio a la farmacia = 143
4. Precio al público = 185.00



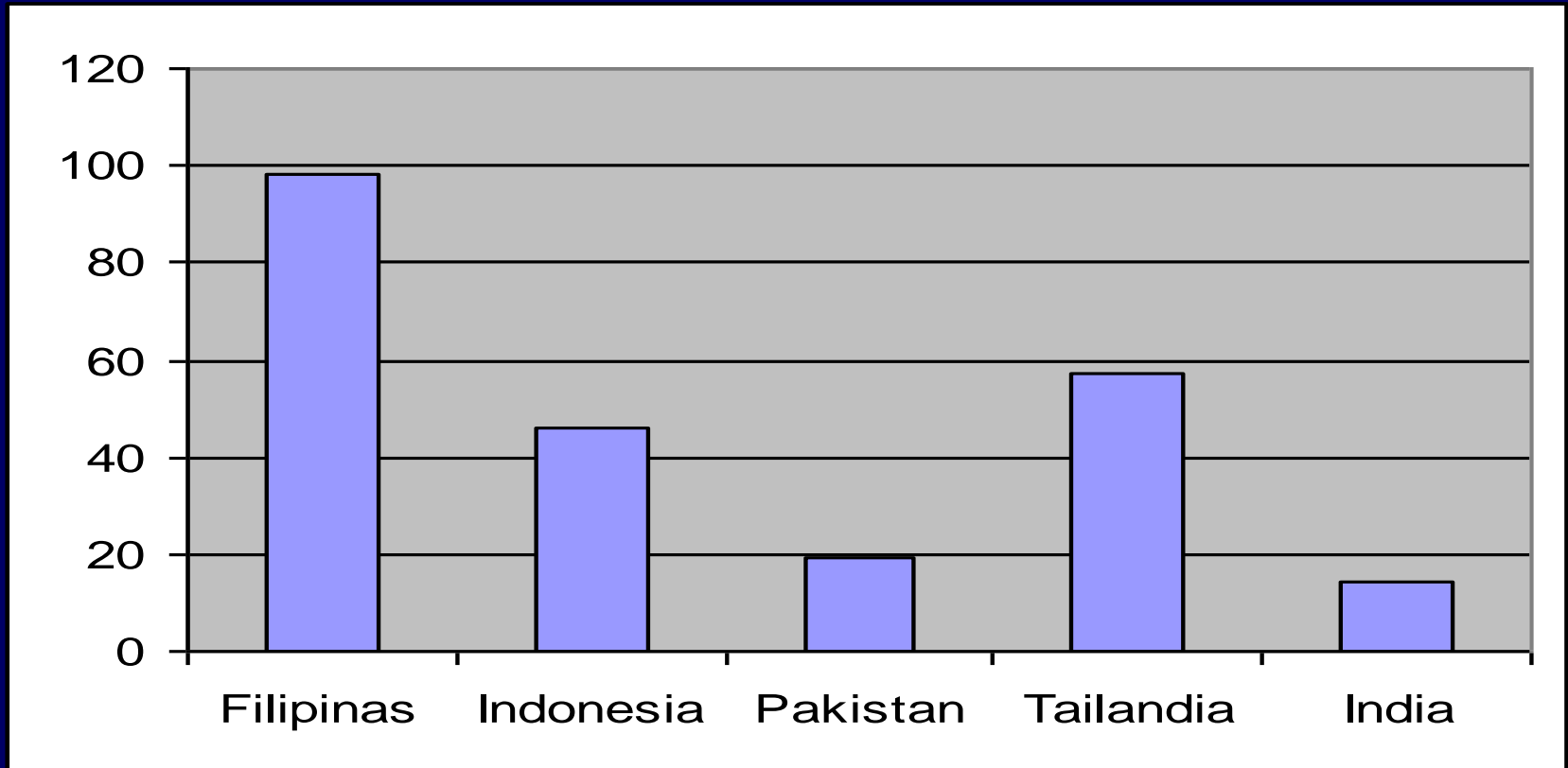
Precios al público muy diferentes de un país al otro

El famoso caso de amlodipina - NOVASEC

amlodipina	PP 1 comp 5mg	10 mg
• Filipinas	0.98	1.64
• Indonesia	0.46	0.84
• Pakistan	0.19	0.37
• Tailandia	0.57	1.00
• India	0.14	0.20

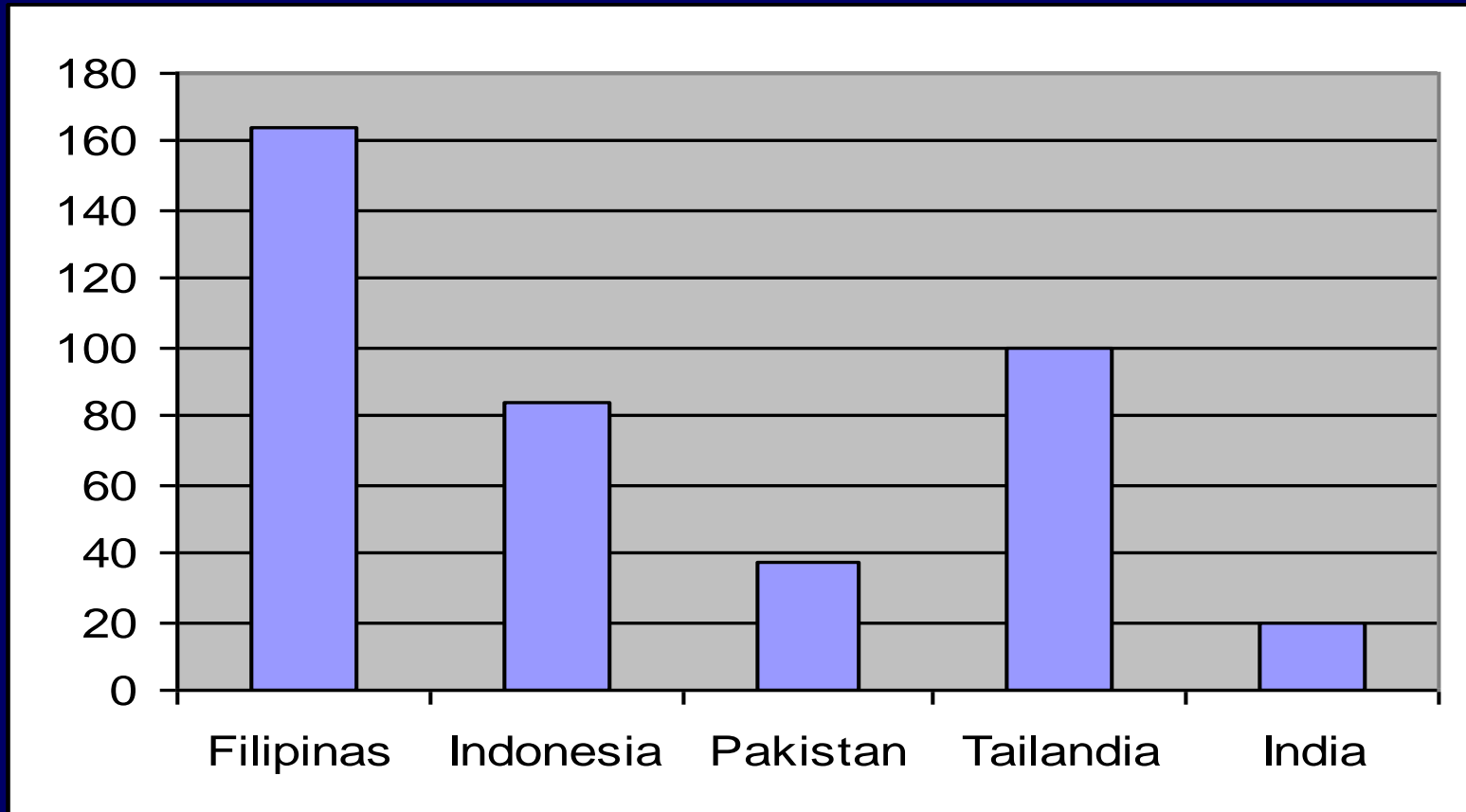
Precio al Público

amlodipina 1 comprimido 5 mg

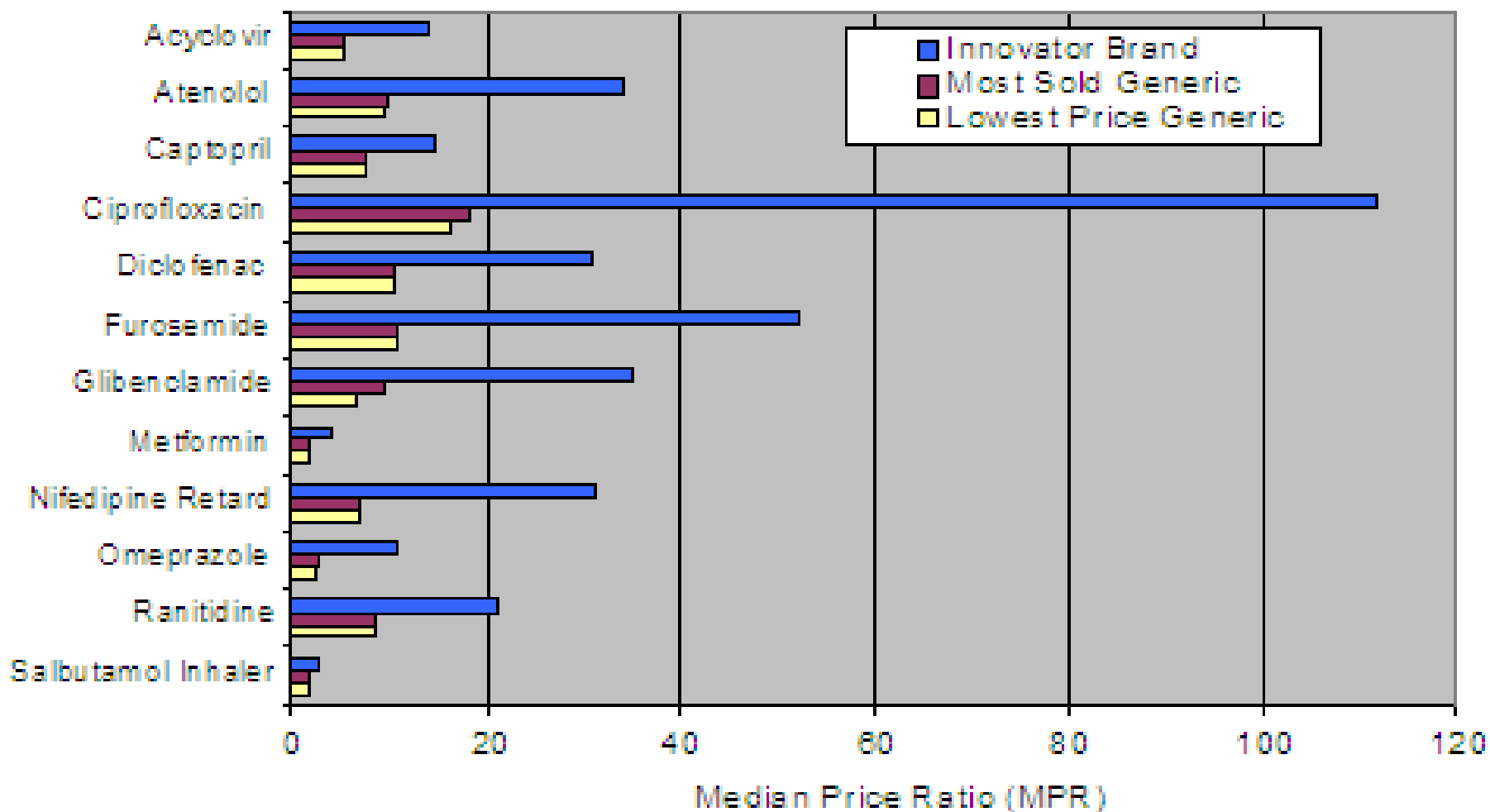


Precio al Público

amlodipina 1 comprimido 10 mg



Precios al público muy diferentes dentro de un solo país: Malasia



Precios: un caso particular

Las licitaciones

- Tailandia: un monopolio: GPO
- Pakistan: laboratorios especializadas

En general precios son 50% del mercado privado

Características del mercado Filipinas

- Dos participantes dominantes

Producción: UNILAB

Distribución: MERCURY

- Mercado de productos genéricos poco importante

Entre 3% y 5% del mercado total!

Estímulo del programa “Half Price Medicines”

Alta tensión entre el gobierno y las CMN

Características del mercado Malasia

- Fuerte esfuerzo para estimular la I&D
 - Centros de estudios clínicos*
 - Laboratorios de bio-equivalencia*
 - Productos naturales – Productos “halal”*
 - Interés por tener productos “halal”
 - Status “halal” acordado por el gobierno*
- Incentivos para la industria farmacéutica
 - I&D - “high tech” – biotech - fabricación

Características del mercado Pakistan

- Fuerte ambición de internacionalización
Laboratorios ya muy presentes en Africa

- Calidad

Nueva politica de control de calidad muy fuerte

- Avance de los laboratorios Pakistani

- *Laboratorios nacionales ganan terreno a los LMN*
- Fuerte énfasis sobre relaciones con los médicos
Congresos, conferencias, viajes, ...
- El primer genérico gana participación de mercado;
los demás tienen que competir con precio

Características del mercado Tailandia

- Fuerte industria nacional

576 manufacturas de medicamentos

- El casi monopolio de GPO para el sector público

Obligatoriamente compra el 80% a GPO.

Precios: 50% del mercado privado

- FDA muy estricta

- Fuerte promoción de los productos genéricos

Estimulado por el programa “30 Bath”

Características del mercado Vietnam

- Renovación de la industria farmacéutica

Sistema gubernamental- privado combinado

- Exportación

Posición ya fuerte en países limítrofes

- Expansión

Crecimiento muy fuerte del mercado

- Apertura del mercado

Por la entrada de Vietnam en la OMC

Los líderes - Filipinas

Laboratorios	Productos	Productos nuevos
United	Ventolin	Zegen
GSK	Norvasc	Crestor
Pfizer	Ceelin	Myra E
Wyeth	Enervon C	Lifezar
Astra Zeneca	Bioqesic	Glucovance
Sanofi-Aventis	Solmux	Avandamet
Abbott	Neozep	Natravox
Boehringer Ing.	Augmentin	Revicon Ion
Novartis	Plavix	Revicon Max
BMS	Plandi Er	Quadtab

Los líderes - Malasia

Laboratorios	Productos	Productos nuevos
Pfizer	Norvasc	Arcoxia
GSK	Subutex	Reduc til
Sanofi-Aventis	Lipitor	Cialis
MSD	Plavix	Vytorin
Astra Zeneca	Viagra	Iressa
Schering Plough	Fosamax	Yasmin
Roche	Avandia	Pediacel
Novartis	Diamicron	Crestor
Abbott	Eprex	Ezetrol
Servier	Augmentin	Lantus

Los líderes - Pakistan

Laboratorios	Productos	Productos nuevos
GSK	Augmentin	Prevenar
Abbott	Amoxil	Ruling
Novartis	Ponstan	Amoxiclav
Pfizer	Velosef	Polymalt
Sanofi Aventis	Flagyl	Diagesic P
Getz	Pegasys	Yasmin
Roche	Ampiclox	Cefiget
Merck	Uniferon	Moxibact
Hilton	Brufen	Rolip
Sami	Methycobal	Baraclude

Los líderes - Tailandia

Laboratorios	Productos	Productos nuevos
Pfizer	Lipitor	AMK
Sanofi – Aventis	Plavix	Bonviva
Novartis	Meronem	Euc Hylarion
Astra Zeneca	Crestor	Prevnar
GSK	Celebrex	Baraclude
GPO	Diovan	Vytorin
Roche	Ambes	Lyrica
Siam Pharm	Neurontin	Erbitux
Merck	Zefaxone	Prexige
Bayer Shering	Viatriil S	Exjade

Leaders - Vietnam - Yr 2007

Companies	Products
Pfizer	Amlor, Lipitor
Aventis	Plavix, Profenid
Novartis	Voltaren, Zaditen
Astra Zenica	Crestor, Zestril, Zoladex
GSK	Celebrex, Zantac, Zinnat, Zovirax
GPO	Diovan
Roche	Rocaltrol, Rocephine
Siam Pharm	Neurontin
Merck&Co	Glucophage, Praxilene, Renitec, Zocor
Bayer Shering	Adalate, Ciprobay, Glucobay

Requisitos comerciales típicos en Asia

- Registro completo en inglés
 - Productos

granel (mas frecuentemente deseado)

fórmula terminada (excepcional)

- Incoterms: FOB y CIF
 - Pago

inicialmente L/C 90 o 120 dias

Otras formas de pago negociables después

- Forma de colaboración deseada:
inicialmente: distribución

Hacer negocios en Asia

El marketing

Por qué?

- Por qué Asia no compra en Latinoamérica?
 - Latinoamérica es desconocida
 - No web site en inglés*
 - No documentos en inglés*
 - No folletos en inglés*
 - La preocupación con la logística
 - La percepción de precios altos

El “Marketing Mix” para Asia

- Los “4 P”
 - P de Producto
 - P de Plaza (Distribución)
 - P de Precio
 - P de Promoción

Producto

- El nivel de **UNICIDAD** determinara el éxito de un producto
 - Peso corporal bajo = **dosis más bajos**
- **Unidades pequeñas** para facilitar la primera compra
- Altísima necesidad de ofrecer embalajes y noticia interior en el **idioma local**
- **La calidad NO debería ser un elemento competitivo**

La calidad es una condición para poder vender y está cada dia mas controlada por las autoridades

Plaza (Distribución)

- Estar dispuesto para explorar **canales originales** de distribución

Ejemplo: MLM (Multi-Level Marketing)

- El papel **crítico** de la distribución

Ejemplo: Filipinas, país de islas

- Contar con **estructura local** del mercado

El “mark-up” dentro de la red de distribución es muy diferente de un país a otro y a veces de una región a la otra

Precio

- Precios **competitivos**

Orden de “competividad”:

primero: unicidad

luego: disponibilidad

por fin: popularidad

- Precios **justificables y justificados**

Fuerza de ventas capaz de manejar el precio

- Evitar la **guerra de precios**

Evitar segmentos donde solamente el precio cuenta

Promoción

- Respetar la **cultura**

Dar confianza al socio local

- Relaciones **personales**

En Asia son mucho mas importantes para el éxito en negocios que en el resto del mundo

- Fuerza de ventas bien **capacitada**

No es diferente de otras partes del mundo:

el mejor siempre vencerá

- Soluciones **creativas**

Ejemplo: “MLM” (Multi-Level-Marketing)

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 1. Buscar un buen socio local

Para funcionar bien en la cultura local

Por el alto interés de buenas relaciones personales

Escojer un socio en negocios

“El hombre cuando se embarca ha de
rezar una vez,
cuando va a la guerra dos,
y cuando se casa tres”

...y cuando escoje un socio en
negocios,
cuatro veces!

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 2. Practicar el ‘niche marketing’

Para evitar las “guerras de precios”

*Porque los mercados de volumen ya están ocupados
por productores locales
y/o exportadores de la India y China*

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 3. Asegurarse de un máximo de “novedad”

- Número de manufacturas locales:

Filipinas 258 - Malasia 45 - Pakistan 450

Tailandia 576 - Vietnam 460

Olvídense del ácido acetylsalicílico y del paracetamol!

Ser primero, especialmente con productos genéricos

Nueva sal!

Nueva forma galénica!

Nuevo enfoque promocional!

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 4. Observar y penetrar los mercados “nuevos”

Productos naturales

Suplementos alimenticios

Productos biológicos

Productos destinados a la medicina preventiva

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 5. **Estar preparado para Asia**

- *Documentos del registro en inglés*
- *Folletos y website de su empresa en inglés*
- *Prototipos de material promocional en inglés*
 - *Hacer “Asia” un proyecto de prioridad*
 - *Con su mejor gente*
- *Demostrando la importancia a todo su personal*

Como Coca-Cola:

beber Asia – comer Asia – soñar Asia

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 6. Concluir alianzas estratégicas

Los felicito con sus ventas de fórmulas!

Pero este es solamente el inicio

Habrá que buscar

formas de colaboración más intensas:

I&D

producción

distribución

exploración común de mercados extranjeros

Hacer negocios en Asia

Recomendaciones

- 7. Y por último...

Participar en el próximo

AsiaHealthCare!

Gracias!

para más información:

Ward Roofthoof, Ph.D.

WR@eri-x.com