

## REPUTATION AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTERNATIONAL MARKET ENTRY IN THE PHARMACEUTICAL

JOSE G. VARGAS-HERNÁNDEZ & ÁNGEL TOMÁS WONG DAN

CUCEA, Universidad de Guadalajara Periférico Norte 799 Edif. G201-7; Los Belenes; C.P. 45100, Zapopan, Jalisco,  
México

### ABSTRACT

The present research attempts to analyze from a theoretical and methodological view of the competitive advantage that companies have to use the reputation as a generating tool of market value and this is a difficult intangible factor to imitate that facilitates the company to enter international markets. The largest pharmaceutical companies in the world and Mexico will be studied, from its inception and its market value. Finally it is concluded that the pharmaceutical industry has been characterized as one of the most difficult markets to enter for their high entry barriers and reputational capital.

**KEYWORDS:** Reputation, Pharmaceutical Industry, Internationalization

**JEL:** M160, D430, I11

### Resumen

En el presente trabajo de investigación se pretende analizar desde un punto de vista teórico-metodológico la ventaja competitiva que tienen las empresas al utilizar la reputación como herramienta generadora de valor en el mercado, de tal modo que este sea un factor intangible difícil de imitar, de tal forma que facilite a la empresa entrar a mercados internacionales. Se investigan las empresas farmacéuticas más importantes del mundo y de México, desde sus inicios y su valor en el mercado. Finalmente se concluye que la industria farmacéutica se ha caracterizado como uno de los mercados más difíciles de entrar por sus grandes barreras de entrada de capital y reputación. Palabras clave Industria farmacéutica, internacionalización, reputación.

**Palabras clave:** Industria farmacéutica, internacionalización, reputación