

---

# Estudio de Mercado Medicamentos en Guatemala

Junio 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Guatemala

pro|CHILE

## INDICE

<i>I. Producto:</i> .....	4
<b>1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:</b> .....	4
<b>2. Descripción del Producto:</b> .....	4
<b>3. Código Sistema Armonizado Local:</b> .....	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i> .....	4
<b>1. Arancel General:</b> .....	4
<b>2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):</b> .....	5
<b>3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:</b> .....	5
<b>4. Otros Impuestos:</b> .....	5
<b>5. Barreras Para – Arancelarias</b> .....	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i> .....	6
<b>1. Regulaciones de importación y normas de ingreso</b> .....	6
<b>2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:</b> .....	8
<b>3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)</b> .....	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i> .....	10
<b>1. Estadísticas 2010</b> .....	10
<b>2. Estadísticas 2009</b> .....	10
<b>3. Estadísticas 2008</b> .....	10
<i>V. Características de Presentación del Producto</i> .....	12
<b>1. Potencial del producto.</b> .....	17
<b>1.1. Formas de consumo del producto.</b> .....	18

<b>1.2.</b> Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.).....	18
<b>1.3.</b> Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	18
<b>1.4.</b> Temporadas de mayor demanda/consumo del producto. ....	18
<b>1.5.</b> Principales zonas o centros de consumo del producto.....	18
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>19</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista.....</i>	<i>23</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia .....</i>	<i>25</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto.....</i>	<i>26</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones .....</i>	<i>27</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>28</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto .....</i>	<i>28</i>

# I. PRODUCTO:

**1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:**  
SACH: 3004.2010

**2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

Medicamentos mezclados y sin mezclar que contengan otros antibióticos, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, para uso humano.

**3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:**

SAC: medicamentos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos que contengan antibióticos para uso humano.

# II. SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

**1. ARANCEL GENERAL:**

DERECHO ARANCELARIO DE IMPORTACION –DAI-: 5%

Nota: En Guatemala solamente los medicamentos genéricos (sin marca) y las materias primas para su fabricación no pagan impuestos ni aranceles de importación.

**2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (\*):**

Desde el año 2010 está vigente el Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y Chile. La partida 3004.2010 se encuentra bajo categoría B (cinco años). En la siguiente tabla se puede observar la desgravación año con año:

Cronograma de desgravación	
partida 3004.2010	
Año	DAI %
2010	4
<b>2011</b>	<b>3</b>
2012	2
2013	1
2014	0

Por encontrarse en el segundo año de vigencia, esta partida se encuentra sujeta a un DAI de 3%. Hasta el 1ero de enero del año 2014 quedará exento en su totalidad.

**3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:**

**México:** Derivado del TLC con éste país, goza de un arancel preferencial del 0% para la partida 3004.2010.

**EEUU:** Derivado del CAFTA-RD, ésta partida cuenta con un arancel preferencial del 0%.

**Colombia:** Derivado del TLC con éste país, actualmente goza de un arancel del 3%.

**4. OTROS IMPUESTOS:**

Los productos importados con objetivos comerciales se encuentran gravados con un impuesto al valor agregado (IVA), el cual es del 12% sobre el valor CIF.

Ejemplo de costos de importación:

DETALLE	US\$
Valor aduanero CIF	100
IVA 12% sobre valor de la mercadería (100 x 0,12)	12
DAI 5% sobre valor de la mercadería (100 x 0,15)	5
Total a pagar en aduana	117

\*No incluye los honorarios del agente aduanal

Nota: en Guatemala el IVA y el DAI son exclusivamente sobre el valor aduanero de la mercadería (CIF), no existe por lo tanto doble tributación.

## 5. BARRERAS PARA – ARANCELARIA

Por lo general, en Guatemala no existen barreras para arancelarias o políticas de importación adicional o específica, así que para la importación de productos de la partida 3004.2010, no se pueden citar ningún tipo de barreras. Asimismo no existen subsidios o defensa comercial que se aplique para la comercialización de estos productos.

# III. REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

## 1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

### REQUISITOS DE IMPORTACIÓN :

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Documento de transporte
- Certificado sanitario avalado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (registro sanitario) \*
- Código del importador
- Licencia de importador

Para poder distribuir y comercializar legalmente productos farmacéuticos para uso humano, el Ministerio de Salud Pública exige tener un registro sanitario, el cual se tramita en el Departamento de Regulación y Control de Productos Farmacéuticos y Afines. Seguir link: [www.mspas.gob.gt](http://www.mspas.gob.gt)

Para la importación de productos farmacéuticos, el Ministerio de Salud solicita cumplir con ciertos requisitos así como, completar ciertos formularios, seguir link:

[http://www.mspas.gob.gt/index.php?option=com\\_content&view=article&id=249&Itemid=141](http://www.mspas.gob.gt/index.php?option=com_content&view=article&id=249&Itemid=141)

La Comisión Guatemalteca de Normas COGUANOR es una dependencia del Ministerio de Economía y es la entidad encargada de dictar las normas que se requieren para el correcto etiquetado de productos farmacéuticos. La norma a consultar es la siguiente:

COGUANOR NGO/RTCA 01.01.10:03

Etiquetado:

El producto puede o no contener un empaque secundario, es decir un recipiente dentro del cual se coloca el envase primario que contiene al medicamento.

Si el producto se va a comercializar sin el envase o empaque secundario, el etiquetado del envase o empaque primario debe cumplir con todos los requisitos indicados para el envase o empaque secundario. (ver la norma)

El etiquetado o rotulado tiene que ser legible y permanente, puede ser de papel adherente o directamente impreso sobre el producto, en el empaque primario y/o secundario.

Los requisitos **dependen** de la presentación farmacéutica:

- Grageas – tabletas
- Cápsulas
- Jarabes
- Óvulos
- Gotas
- Trociscos
- Supositorios, entre otros.

Por lo general los *requisitos* del *empaque primario* son los siguientes: (para más especificaciones según el tipo de presentación del medicamento y su empaque consultar norma).

- Denominación del medicamento
- Nombre de los componentes activos y su concentración
- Nombre de la empresa responsable o laboratorio o logotipo que identifique al laboratorio
- Numero de lote
- Fecha de caducidad
- Contenido en unidades, volumen o masa según sea el caso
- Forma farmacéutica (cuando no tenga empaque o envase secundario)
- Número de registro sanitario (cuando no tenga empaque o envase secundario)
- Vía de administración (cuando no tenga empaque o envase secundario) para supositorios, óvulos, tabletas vaginales aunque tenga envase o empaque secundario.

Por lo general los *requisitos* del *empaque secundario* son los siguientes:

- Denominación del medicamento
- Número de lote
- Fecha de caducidad

- Contenido, volumen, unidades, masa
- Forma farmacéutica
- Vía de administración
- Composición del producto –
- Leyenda “uso pediátrico” o equivalente (productos para niños)
- Leyenda “manténgase fuera del alcance de los niños” o equivalente
- Modalidad de venta
- Número de registro
- Laboratorio y país de origen
- Laboratorio o emparador (si es diferente el fabricante)
- Condiciones de almacenamiento
- Forma de preparación (cuando aplique)
- Fecha de vencimiento
- Precauciones, contraindicaciones o advertencias (si no están incluidas en el inserto).

Para el caso de productos en los cuales es indispensable incluir indicaciones, advertencias, contraindicaciones, interacciones, dosis, etc., estas pueden ser impresas en el envase / empaque primario, secundario, en el inserto o instructivo o prospecto. Consultar norma según presentación del medicamento ya que difiere de un tipo a otro.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

### Agencia para ingresar productos de uso humano:

**Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social:** [www.mspas.gob.gt](http://www.mspas.gob.gt)

Dirección: 6ª avenida 6-45 zona 11 Guatemala C.A. 01011  
Teléfono: (502) 2475 2121

### Entidad para consultar normas de etiquetado:

**Comisión Guatemalteca de Normas COGUANOR**

Teléfono: (502) 2476 6784  
Dirección: Calzada Atanasio Itzul 27-32 zona 12 Guatemala C.A. 01012



### 3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

En la siguiente imagen se pueden observar requisitos del etiquetado, como número de lote, fecha de expiración, país de origen, laboratorio, frase “venta bajo prescripción médica” (esquina superior izquierda), registro sanitario y frase “manténgase fuera del alcance de los niños” del antibiótico de uso tópico (neomicina) Clostebol de Laboratorios Bioquímicas, S.A. adquirido en Farmacias de la Comunidad a un precio de Q18 (US\$2,30).

\*(Tipo de cambio Q7.81 x US\$1.00)



# IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

## 1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
MEXICO	50.564	4.355.780	26,16
EL SALVADOR	64.507	2.713.762	16,29
ALEMANIA	22.185	2.179.351	13,09
CHILE (posición14)	1.868	149.338	0,9
Subtotal	137.256	9.248.893	55,55
Total	210.096	16.650.598	100

## 2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto ( US\$)	% Participación en el Mercado
MEXICO	57.865	5.000.828	30,02
EL SALVADOR	61.817	2.886.073	17,32
ALEMANIA	23.622	2.083.087	12,50
CHILE (posición28)	132	13.025	0,08
Subtotal	144.304	9.969.988	59,84
Total	227.884	16.661.067	100

## 3. ESTADÍSTICAS 2008

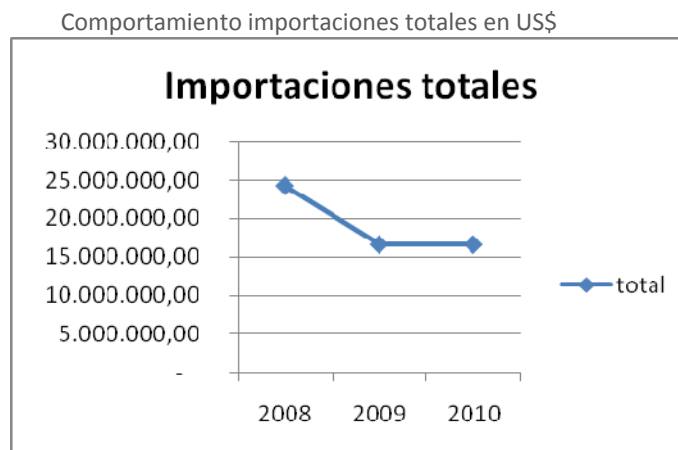
Principales Países de Origen	Cantidad kgs	Monto (US\$)	% Participación en el Mercado
EEUU	39.365	9.745.025	40,21
MEXICO	92.088	3.046.245	12,56
EL SALVADOR	32.687	2.606.726	10,75
CHILE (posición33)	7	1050	0,004
Subtotal	164.140	15.397.996	63,52
Total	290.778	24.234.299	100

Fuente: Banco de Guatemala, Depto. Estadísticas Económicas.

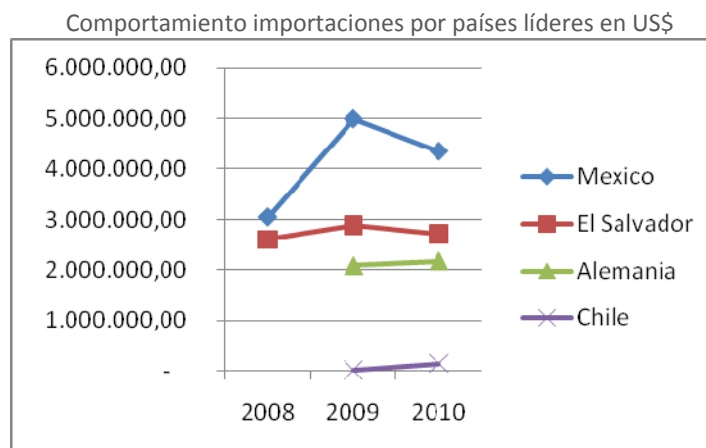
Nota: el porcentaje de participación en el mercado es calculado en base a los valores en dólares de Estados Unidos de América. Las importaciones son expresadas en valor CIF, incluye costo, seguro y flete.

Análisis del comportamiento de las importaciones:

En la grafica se puede observar que del año 2008 al 2010, las importaciones totales de medicamentos (partida 3004.2010) han sufrido una disminución del 31%, esto puede ser a causa de varios factores tales como, la crisis económica mundial que se acentuó durante ese período, lo cual pudo derivar el mayor consumo de marcas nacionales y/o el incremento en el uso de productos genéricos.



Al igual que en la grafica anterior los países líderes en importaciones de medicamentos (partida 3004.2010) han percibido bajas en sus ventas luego del repunte en el 2009. Países emergentes como Chile han logrado ingresar al país y aumentar su cuota de ventas.



# V ● POTENCIAL DEL PRODUCTO

## 1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

### DEMANDA:

El sistema de salud en Guatemala está conformado por tres grandes subsectores: privado lucrativo, privado no lucrativo y público. Tradicionalmente desvinculados entre sí. El subsector público lo encabeza el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS, responsable de ejercer la rectoría del sector y uno de los principales proveedores directos de servicios a población abierta. Otros proveedores públicos van dirigidos a grupos específicos del servicio civil: sanidad militar y hospital de la policía nacional; también está el IGSS, que cubre a los trabajadores afiliados al régimen. El subsector privado no lucrativo está integrado por ONG's que desarrollan acciones de salud principalmente preventivas (en un 80%) y la prestación de servicios clínicos (en un 20%). El subsector privado lucrativo presta servicios a través de compañías de seguros, servicios médicos prepagados, centros médicos u hospitales.

La demanda, por lo general, de estos tipos de medicamentos (medicamentos mezclados y sin mezclar que contengan antibióticos) es estable, no tienen períodos altos ni bajos.

Entonces, la demanda se puede dividir en dos grupos: institucional y de consumo.

Alrededor del 65-70% del total de los medicamentos en Guatemala son adquiridos por consumidores privados y el 35-30% restante, por el mercado institucional (fuente: SISCA/BID 2010).

#### 1. Demanda institucional:

Se refiere exclusivamente para uso hospitalario. Consiste en el abastecimiento de medicamentos a hospitales privados, hospitales estatales y centros de salud. Los pedidos son de grandes volúmenes y periódicos (de 3 a 6 meses).

- Hospitales privados:

En relación a la empresa privada, es decir a los hospitales privados, se pueden citar los siguientes:

- Corporación Hospitalaria (comprende Hospital Las Américas, Cedros del Líbano, Ciudad Vieja, Ciudad de Nápoles y Eskala)
- Hospital Herrera Llerandi
- Hospital Ángeles
- Hospital Esperanza
- Hospital Novicentro
- Hospital Majadas

- Hospital Centro Médico
- Hospital La Luz
- Sanatorio Hermano Pedro
- Hospital Santa Margarita
- Hospital Militar
- Hospital Nuestra Señora del Pilar, entre otros.

Estos centros son los más reconocidos en Ciudad de Guatemala, aunque también existen sanatorios y otros hospitales privados en el área metropolitana, así como en el interior del país, que adquieren sus medicamentos en los laboratorios que se mencionarán más adelante.

El hospital privado realiza sus compras médicas a través de referencias médicas y/o cotizaciones que los laboratorios ofrecen por medio de visitas periódicas a cada establecimiento. El encargado de compras decide considerando varios factores como, la calidad, que además es evaluada por los médicos; el precio; los beneficios para el hospital (material extra o promociones); y el servicio post-venta.

Por otro lado, existe el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS- y su red de clínicas u hospitales del seguro social. El IGSS, institución autónoma, cumple dos funciones esenciales:

- Atención médica, que es la prestación de servicios médico-hospitalarios a sus afiliados
- Previsión social, que consiste en proteger a los afiliados de aquellos riesgos que los privan de la capacidad de ganarse la vida, cualesquiera que sea el origen de tal incapacidad (maternidad, enfermedad, invalidez, vejez, entre otros); o, en amparar a determinados familiares, en caso de muerte de la persona que velaba por su subsistencia.

Se sugiere visitar el sitio [www.igssgt.org](http://www.igssgt.org)

Asimismo, es importante mencionar a la Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – **APROFAM**, que es una Asociación guatemalteca, privada, sin fines de lucro, sin nexos políticos ni religiosos; legalmente fundada en 1964 para satisfacer las necesidades de salud integral familiar con productos y servicios de calidad, con énfasis en la salud sexual y reproductiva de las familias, en especial de escasos recursos. **APROFAM** cuenta con: 10 centros de atención a nivel metropolitano, 19 centros de atención a nivel departamental (en el interior de la república) y 5 Unidades Móviles de Salud.

Se sugiere visitar el sitio [www.aprofam.org.gt](http://www.aprofam.org.gt)

- Hospitales públicos o estatales:

Guatemala cuenta con 44 hospitales públicos en toda la República.

A continuación se mencionan los más importantes en Ciudad de Guatemala:

- Hospital General San Juan de Dios
- Hospital Roosevelt

Las instituciones públicas realizan, la mayoría de veces, sus pedidos a través de licitaciones. Las cantidades que manejan son grandes. La licitación se publica a través del portal [www.guatecompras.gt](http://www.guatecompras.gt); en el diario oficial “Diario de Centroamérica”; y en el diario de mayor circulación, “Prensa Libre”. Los laboratorios, o empresas distribuidoras que proveen estos productos, presentan su oferta, luego la Junta Directiva de cotizaciones de cada hospital decide por puntaje y cumplimiento de los requisitos a quien se le adjudicará la compra. Dentro de los requisitos, se pueden mencionar:

- Muestras
- Constancia de IVA (Impuesto al Valor Agregado)
- Pasaporte o cédula del representante legal de la empresa
- Propuesta detallada, autenticada por abogado, con los timbres fiscales correspondientes
- Servicios varios

Las entidades públicas guatemaltecas están sujetas al Sistema de Información de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, denominado GUATECOMPRAS, el cual es un mercado electrónico, operado a través de Internet, creado para brindar mayor transparencia a las compras públicas.

El proceso de inscripción en la lista de empresas y laboratorios proveedores, toma aproximadamente de 15 días hasta 1 mes.

## 2. Demanda de consumo:

Según el informe “*Condiciones de competencia en el sector de medicamentos de Centroamérica y Panamá*” (Grupo Centroamericano de Política de Competencia/BID, enero 2011), aproximadamente el 18,3% de la población cuenta con el Seguro Social (IGSS), 27% asiste a entidades públicas, 10% paga directamente, 1% utiliza seguros privados y un 30% acude a Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que brindan asistencia a precios bajos, el resto no cuenta con cobertura de salud.

En este tipo de demanda se encuentra el consumidor final, las personas que compran los medicamentos al por menor en farmacias o centros de salud. Para adquirir estos productos, se necesita tener receta médica firmada y avalada por un médico. Estos se adquieren en las farmacias, que son los distribuidores locales. Algunas de las farmacias que se pueden mencionar son:

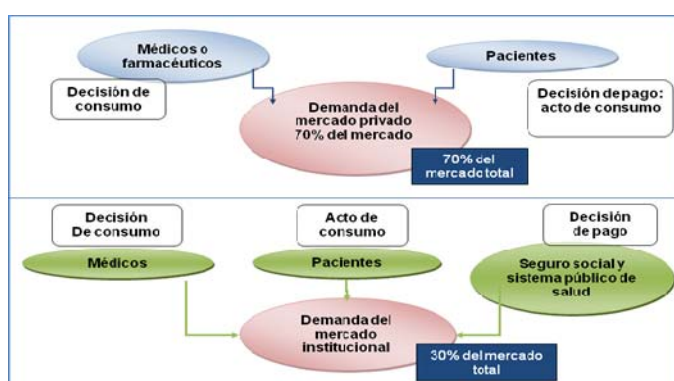
- Farmacias Meykos
- Farmacias Carolina & H
- Autofarmacias del Ejecutivo
- Farmacias FAYCO
- Farmacias Galeno
- Farmacias Godoy
- Farmacias Zuiva
- Droguería y Farmacias José Gil
- Farmacias El Gran Descuento
- Farmacias Batres, entre otras.

La decisión de compra de los pacientes se encuentra determinada por la prescripción o receta que extienden los médicos, quienes deciden la marca, el laboratorio, la dosis, etc. Algunas veces se rigen también por el precio del medicamento. Finalmente, la fuente de financiamiento es la que decide si deben optar por una marca más económica que cumpla con el mismo efecto, considerar la opción de un medicamento genérico, o seguir las indicaciones del médico. Al hablar de la fuente de financiamiento se refiere a la persona o entidad que costeará los medicamentos, las cuales pueden ser el paciente, el Seguro Social, el sistema público de salud o algún seguro médico privado. Cuando el paciente cuenta con los medios económicos o con un seguro médico privado, el precio no es un inconveniente pero cuando el paciente no cuenta con los medios necesarios, el precio sí es un factor importante que influye en la decisión de compra.

Las fuentes de financiamiento del gasto en medicamentos en Guatemala está conformado por un 65% del mercado privado y un 35% del mercado institucional. (Fuente: "Condiciones de competencia en el sector de medicamentos de Centroamérica y Panamá", Grupo Centroamericano de Política de Competencia/BID, enero 2011).

Un rango aproximado entre 12 y 18% de la población no tiene acceso a los servicios de salud y el 82% no cuenta con cobertura de seguro social ("Condiciones de competencia en el sector de medicamentos de Centroamérica y Panamá", Grupo Centroamericano de Política de Competencia/BID, enero 2011).

En el siguiente gráfico se puede observar el funcionamiento de los principales agentes de la demanda de medicamentos:



### PRODUCTOS SUSTITUTOS

Dentro de esta categoría se encuentran los productos genéricos, que son medicamentos con los mismos componentes pero sin marca. Su precio es más económico y sus características son similares a los que poseen marca. En Guatemala, existen varias farmacias dedicadas a la venta de genéricos:

- Farmacias Económicas (Laboratorios Lanter)
- Farmacias de la Comunidad (Industrias Bioquímicas, S.A) que pertenecen a Grupo Pharma. [www.farmaciasdelacomunidad.net](http://www.farmaciasdelacomunidad.net)



- Farmacias Similares (producto mexicano) [www.farmaciasdesimilares.com.mx](http://www.farmaciasdesimilares.com.mx) Estas farmacias cuentan con una pequeña clínica para consulta médica. El precio por consulta es muy bajo.



Como dato adicional, se puede mencionar el mercado informal y el contrabando de medicamentos a través de algunas fronteras, ya que, por ejemplo, un pequeño porcentaje de personas individuales y propietarios de pequeñas farmacias optan por abastecerse en Tapachula, México (frontera entre Guatemala y México) aprovechando de la exoneración de impuestos que dicho país tiene para los medicamentos. Estos productos al ser ingresados a Guatemala no cuentan con registro puesto que no pasan legalmente por la aduana y por lo tanto tampoco pagan impuestos. Tapachula se encuentra a unos 250 km aproximadamente de Ciudad de Guatemala, lo cual resulta accesible.



## PRODUCCION

En el país operan alrededor de 75 laboratorios farmacéuticos, así como aproximadamente 15 laboratorios de cosméticos. Los laboratorios que ofrecen el servicio de análisis de calidad son únicamente 4, que cubren las necesidades de las industrias que no cuentan con laboratorios de análisis propios, o que requieren de sus servicios en forma parcial (Fuente: “Plan de desarrollo de la industria farmacéutica y cosmética, y análisis de la industria farmacéutica y cosmética en Guatemala”, Universidad de San Carlos, Dirección General de Investigación, noviembre 2001).

En Guatemala se pueden encontrar varios laboratorios nacionales, tales como:

- Laboratorios Laprin [www.laprin.com](http://www.laprin.com)
- Industrias Bioquímicas, S.A. [www.grupopharma.com.gt](http://www.grupopharma.com.gt)
- Laboratorios Quinfica [www.quinfica.com](http://www.quinfica.com)
- Laboratorios Pharmadel, S.A. [www.pharmadel.com.gt](http://www.pharmadel.com.gt)



- Lancasco, S.A. [www.lancasco.com](http://www.lancasco.com)
- Industria Farmacéutica, S.A. [www.infasa.net](http://www.infasa.net)
- Laboratorio Qualipharm [www.qualipharm.info](http://www.qualipharm.info)
- Laboratorios LAMFER, entre otros.

Muchos de estos laboratorios fabrican también productos genéricos. Por ejemplo, Industrias Bioquímicas, S.A., tiene su propio punto de venta, que son la cadena de Farmacias de la Comunidad.

**OFERTA:**

Existen tres principales agentes económicos dentro de la oferta:

1. Farmacéuticas internacionales, regionales y locales
2. Importadores y/o distribuidores
3. Farmacias y cadenas de farmacias

En relación a la producción nacional ya fue mencionada en el punto anterior.

También existen distribuidoras de medicamentos importados y nacionales, las cuales son empresas grandes que resultan valiosas para ciertos laboratorios porque poseen y manejan un canal de distribución amplio y especializado. Cuentan con personal capacitado como fuerza de ventas, denominados visitadores médicos y además personal de reparto. Estas empresas básicamente realizan las dos actividades más importantes: venta-promoción y distribución. Son empresas representantes o filiales que se dedican exclusivamente a la distribución de sus productos. Entre éstas están:

- Amicelco [www.amicelco.com.gt](http://www.amicelco.com.gt)
- Química Universal [www.quinfica.com](http://www.quinfica.com)
- Droguerías José Gil [www.josegil.net](http://www.josegil.net)
- Centro Distribuidor S.A. [www.centrodistribuidor.com](http://www.centrodistribuidor.com)
- Resco S.A. [www.resco.com.gt](http://www.resco.com.gt)
- Agencia J.I.Cohen [www.jicohen.com](http://www.jicohen.com)
- Biocross S.A. Teléfono (502) 2328 1122
- Bodega Farmacéutica, S.A. –BOFASA- Teléfono (502) 2328 4000

Las droguerías o distribuidores tienen la responsabilidad exclusiva de distribuir los medicamentos tanto al sector privado como al institucional.

Laboratorios internacionales con oficinas en el país, que se dedican a la distribución de sus productos:

- Bayer
- Abbott
- Schering Plough
- Smithkline
- Novartis
- Bristol-Myers Squibb de Guatemala
- Merck

Laboratorios internacionales con planta en el país:

- Grupo Unipharm [www.grupounipharm.com](http://www.grupounipharm.com)
- Donovan Werke
- Sanofi Aventis
- Laboratorios Menarini

### 1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.



Un antibiótico es un medicamento que se utiliza para tratar una infección bacteriana y que, por su efecto, elimina o impide el crecimiento de ciertas clases de bacterias, pero que normalmente es inofensivo para el huésped (aunque ocasionalmente puede producirse una reacción adversa al medicamento o puede afectar a la flora bacteriana normal del organismo, como efectos secundarios). Un antibiótico es una sustancia secretada por un microorganismo, que tiene la capacidad de afectar a otros microorganismos como bacterias y hongos.

Existen diversas clases de antibióticos y antibacterianos sintéticos de uso común, como lo son la tetraciclina, sulfamidas, clavamox, entre las más comunes.

Las distintas presentaciones que se pueden encontrar son:

- En polvo
- Capsulas
- Tabletas
- Suspensiones
- Vía transdérmica
- Supositorios
- Crema
- Gotas
- Polvos, gránulos o soluciones para preparar
- Jarabes

**1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).**

Farmacias Meykos, Zuiva, Carolina & H, Fayco y Galeno han implementado el servicio para compra online desde sus sitios en internet: [www.meykos.com](http://www.meykos.com), [www.zuiva.com](http://www.zuiva.com), [www.farmaciasfayco.com](http://www.farmaciasfayco.com), [www.farmaciasgaleno.com.gt](http://www.farmaciasgaleno.com.gt), [www.carolinayh.com](http://www.carolinayh.com).

En Guatemala, la mayoría de farmacias cuenta con servicio a domicilio sin recargo y las principales cadenas ofrecen servicio de venta las 24 horas. Este servicio a domicilio consiste en que el cliente hace el pedido vía telefónica o vía internet y luego la farmacia hace la entrega del medicamento a la puerta de su domicilio o del lugar que se le indique.

También, hay farmacias que han desarrollado un mecanismo de venta denominado “autoservicio”. En este sistema, el local de la farmacia está debidamente habilitado para el desplazamiento en auto, con ventanillas para atención al público. La venta consiste en que, sin necesidad de descender del auto y a través de una ventanilla, el cliente solicita el medicamento y realiza la compra. En el caso puntual de la cadena de **Farmacias y Autofarmacias Del Ejecutivo**: [www.autofarmacias.com](http://www.autofarmacias.com) su funcionamiento es específicamente bajo este sistema por lo que cuentan con un local habilitado con varias ventanillas y un **semáforo** instalado en cada una para indicar en qué estado se encuentra cada ventanilla, en donde el color **VERDE** significa que está disponible, el color **ROJO** indica que la ventanilla está ocupada; y sin iluminación, que está FUERA DE SERVICIO. Actualmente cuentan con 8 puntos de venta en diferentes zonas de la Ciudad.

Otra innovadora modalidad en la que ha incursionado la farmacéutica Novartis, en alianza con farmacias Meykos y las empresas de remesas Money Gram y Western Union, es el programa en el cual los guatemaltecos que viven en EE.UU pueden comprar los medicamentos para sus familiares en Guatemala. Desde cualquier ciudad de EE.UU se puede pagar para que los productos sean entregados a domicilio con un recargo de US\$1 sobre el precio.

**1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).**

Los importadores buscan que los productos cuenten con:

- Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura
- Certificación de FDA
- Certificación de la Comunidad Europea
- ISO
- Precios y costos de transporte
- Convenios entre los países interesados

**1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La demanda, por lo general, de estos tipos de medicamentos (medicamentos mezclados y sin mezclar que contengan antibióticos) es estable, no tiene periodos altos ni bajos. Sin embargo, la región en donde se observa un mayor consumo es en el área metropolitana o la zona urbana.

**1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.**

La población de Guatemala, que crece a una tasa anual de 2.5%, llegó a 14.3 millones de habitantes en el 2010, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística (INE). El 53.9% es población rural y 46.1% es urbana, por otro lado, las mujeres representan el 51% de la población y los hombres el 49% del total.

Guatemala es un país joven, el 70% de sus habitantes tienen menos de treinta años. La ciudad capital de Guatemala se encuentra localizada en el centro geográfico del país y cuenta con un promedio de 4.5 millones de habitantes.

Los grupos étnicos se dividen en 55% de mestizos, 43% de indígenas y el 2% restante pertenecen a otros grupos.

Las principales ciudades son:

- Ciudad de Guatemala
- Quetzaltenango
- Escuintla
- Retalhuleu
- Huehuetenango

# VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En la siguiente grafica se puede observar el funcionamiento de la cadena de valor de los medicamentos.



El 100% del precio del producto se divide aproximadamente de la siguiente forma:

55% para el laboratorio

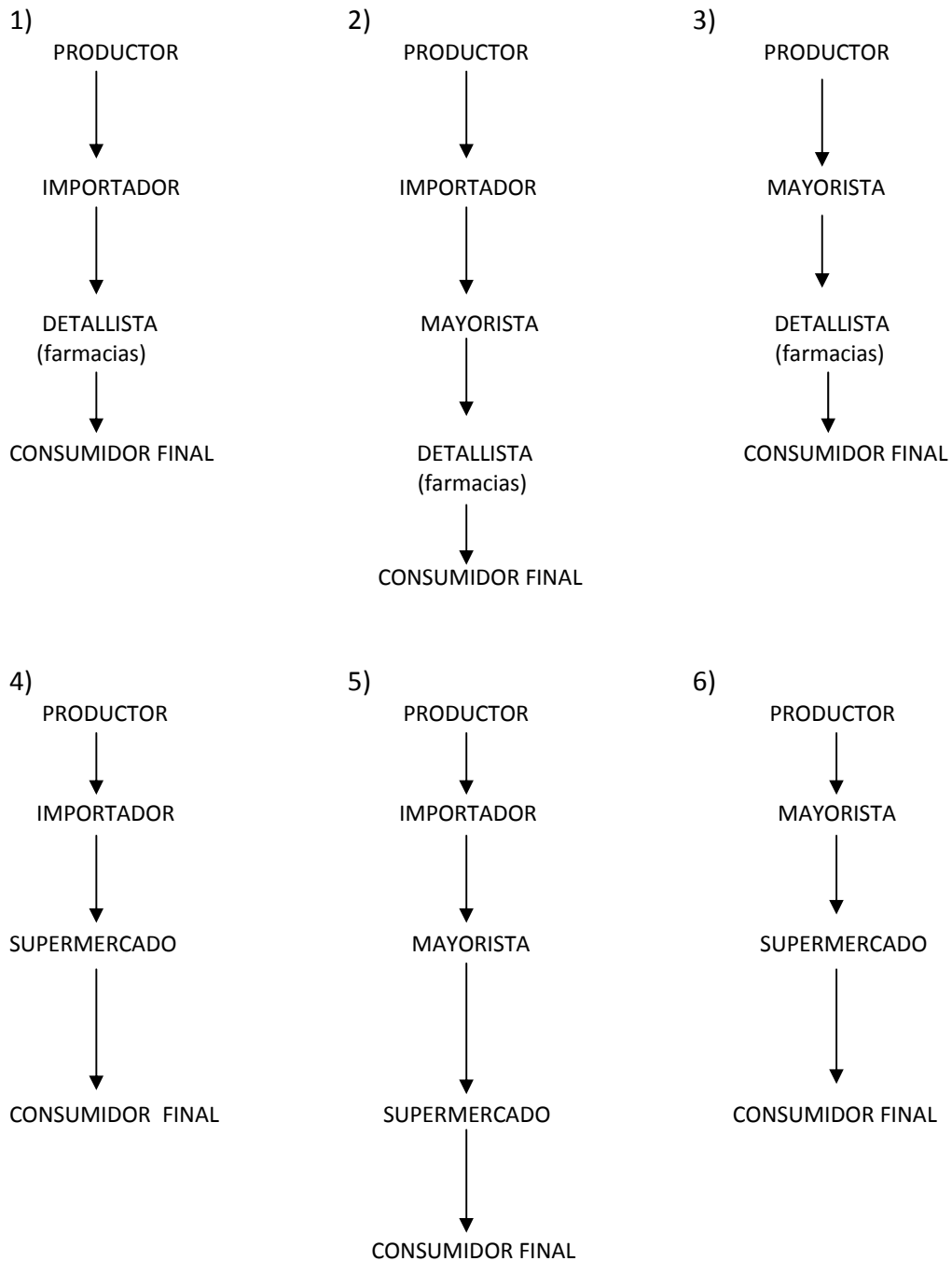
11% para la droguería

18% para la farmacia

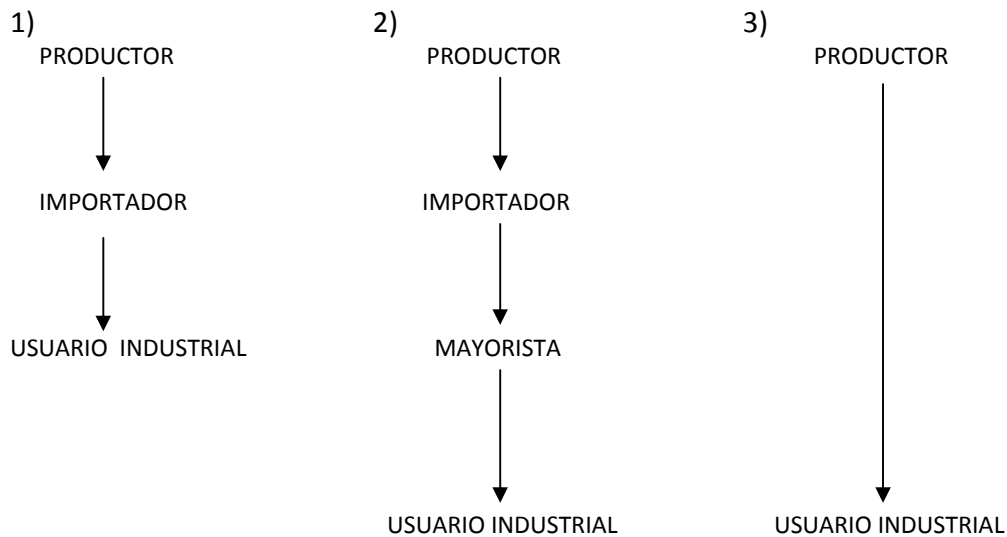
14% impuestos

(Fuente: *Condiciones de competencia en el sector de medicamentos de Centroamérica y Panamá*”, Grupo Centroamericano de Política de Competencia/BID, enero 2011).

Los diferentes canales de distribución se pueden clasificar así:  
 Los medicamentos se comercializan en una red de farmacias públicas y privadas.



Canal para el usuario industrial



Por lo general, en el sector farmacéutico no se aplican slottings fees o “tarificación de espacio preferente”, que es la cuota que las empresas de medios cobran a los anunciantes por el posicionamiento preferente en su sitio, exclusividad de categoría u otro trato especial. También se refiere a “tasa de asignación de fechas”, pago por estancia, que es un canon impuesto a los productos o empresas fabricantes de supermercados distribuidores (minoristas), a fin de que sus productos sean comercializados en sus estantes. La tasa varía mucho dependiendo del producto, el fabricante y las condiciones del mercado.

## VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los siguientes son algunos de los precios de medicamentos que corresponden a la partida 3004.2010 (precios para el consumidor final):

Producto	Laboratorio	Presentación	Precio Q	Precio US\$
Amoxidal	Roemmers	capsulas unidad 500mg	5,40	0,68
Amoxidial	Roemmers	polvo suspension 250mg	76,36	9,72
Denvar	Merk	polvo suspension 100mg	458,71	58,43
Denvar	Merk	12 capsulas 200mg	383,13	48,80
Clavulin	Roemmers	250mg suspension pediatrica	106,84	13,61
Clavulin	Roemmers	500mg comprimidos	246,79	30,85
Azitromicina	Calox	500mg tabletas sueltas	31,61	4,03
Avelox	Bayer	comprimido 400mg unidad	65,40	8,33
Azitromicina	Mackesson	600mg x 15ml	188,30	23,99
Koptin	Chinoi	500mg x 3 tabletas	201,41	25,65
Klaricid	Abott	suspension 500mg x 60ml	353,12	44,99
Tetraciclina	Mackesson	tabletas unidad	1,52	0,19
Tetraciclina	Lancasco	tabletas unidad 500mg	1,25	0,16
Zithromax	Pfizer	blister 3 talbetas 500mg	468,01	59,61
Claritromicina	Infasa	500mg tabletas	13,4	1,7
Zithromax	Pfizer	suspension 1200mg	468,01	59,62
Claritromicina	American Generics	500mg x 10 tabs	202,65	25,81
Ciriax 500	Roemmers	comprimido recubierto unidad	20,64	2,62

Fuente: Precios obtenidos de las principales distribuidores.

Notas: QT=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%). Tipo de cambio: Q7.85 quetzales x US\$1.00



Koptin tabletas



Chinoi Klaricid suspensión



Calox Azitromicina suspensión Abbott



El origen de algunas de las marcas presentes en el mercado:

Marca	Origen
Roemmers	Argentina
Chinoín	México
Calox	Venezuela
Menarini	España
Novartis	Suiza
Pfizer	EE.UU
Glaxo	Gran Bretaña
MK	El Salvador
Merck	EE.UU
Sanofi	Francia
Abbott	EE.UU
Bayer	Alemania
Lancasco	Guatemala
Infasa	Guatemala

Para la venta destinada a usuarios industriales (hospitales y centros de salud), los precios varían según cantidad, periodicidad, marca y tipo.

Precios productos genéricos:

Producto	Tipo	Presentación	Precio Q	Precio US\$
amoxicilina	500mg	10 tabletas	50	6,36
ampicilina	500mg	10 tabletas	30	3,82
aprofloxacina	500mg	5 tabletas	25	3,18
tetraciclina	500mg	10 tabletas	12	1,53
ofloxacina	400mg	10 tabletas	33	4,2

Fuente: Precios obtenidos de las principales distribuidores.

Notas: QT=precio expresado en Quetzales incluye IVA (12%). Tipo de cambio: Q7.85 quetzales x US\$1.00.

# VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

## 1. Promoción:

- Al usuario industrial – sector privado:

Se realizan descuentos en productos según el volumen de compra u ofertas ocasionales según sea la temporada. También se han detectado promociones en producto, como por ejemplo: 14 unidades por el precio de 12.

- Al usuario industrial – sector público:

No existen promociones ya que el precio de venta es menor debido a las cantidades que el estado consume. La única estrategia es competir con el mejor precio.

- Al consumidor final:

En Guatemala existe una estrategia de promoción permanente que utilizan casi todas las farmacias. Estas ofrecen un descuento a todo producto que se adquiera, estos descuentos van desde un 20% hasta un 30% sobre el valor del medicamento. Algunas farmacias aplican este descuento únicamente al cancelar en efectivo, pero otras aplican el descuento independientemente de la forma de pago (efectivo o tarjeta de crédito).



También se ha identificado que las farmacias hacen ofertas esporádicas para ciertos medicamentos.

Otra estrategia utilizada por algunas cadenas de farmacias es la tarjeta de cliente frecuente. Por ejemplo, Farmacias Meykos cuenta con la tarjeta *Meykos+Plus* que forma parte del programa de retribución y descuentos en los productos para la salud. Con esta tarjeta se puede tener acceso a precios y eventos especiales.

## 2. Publicidad:

En Guatemala, a diferencia de otros países, la publicidad en televisión, radio y medios escritos, de productos médicos de venta con receta médica es legalmente prohibida. Son las farmacias quienes hacen publicidad para sus locales o puntos de venta.

## 3. Venta Personal:

Se refiere a la venta personal o como localmente se le denomina “visita médica”, la cual consiste en la visita de un representante o ejecutivo de ventas de los distintos laboratorios, quienes van periódicamente a las clínicas de los médicos ofreciendo los productos. La función de este equipo de fuerza de ventas es entregar muestras (sin valor comercial), listado de precios e información básica de los distintos productos. Los médicos a su vez, después de estudiarlos y de utilizarlos, los incorporan a su lista de medicamentos para recetar. Así es como llegan a manos del consumidor final, quien lo adquiere debido a que su médico se lo prescribió.

# IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Este tipo de medicamentos, según sea su presentación, así será el empaque y el embalaje. En lo que a embalaje se refiere, lo común es encontrar cajas que contienen 100 unidades. Cada unidad representa una caja que contiene un frasco o un blister de hasta 10 tabletas, dependiendo del tipo de producto.

Las distintas presentaciones que se pueden encontrar en el mercado son:

- Polvo
- Capsulas
- Tabletas
- Óvulos
- Suspensiones
- Supositorios
- Crema
- Gotas
- Jarabes o soluciones para preparar
- Jarabes

## X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Los medicamentos y en especial los antibióticos se considera que tienen precios altos, en su mayoría. Por lo anterior, en Guatemala se pueden encontrar farmacias “sociales”, es decir farmacias que comercializan únicamente productos genéricos. Este tipo de medicina no tiene marca o sea, no cuenta con el sello de algún laboratorio reconocido, pero los fabricantes aseguran que poseen los mismos componentes y los mismos efectos que la medicina original. El consumo de este tipo de medicamento es común en Latinoamérica ya que representa una ayuda para todas aquellas personas de escasos recursos que no pueden adquirir ciertos medicamentos de marca.

Para el ingreso de fármacos de Chile existen varias formas en donde la principal sería el tener una empresa representante instalada en Guatemala, la cual sería la encargada de todos los trámites legales y certificados para ingresar, distribuir y promover los productos.

Es importante que el exportador chileno esté consciente de que deberá competir con marcas reconocidas y establecidas en el mercado, por lo que se recomienda incursionar a través de una fuerza de ventas grande, que sea propia, o sino capacitar a los vendedores de su distribuidor o representante. Se debe también seleccionar, junto con la empresa importadora-distribuidora el incoterm adecuado para la internación del producto, así podrían compartir costos y con esto lograr que el precio final del producto sea competitivo.

Para poder competir en el mercado, se sugiere que el exportador chileno contacte o busque al distribuidor adecuado, que cuente con una red de distribución amplia y que tenga el compromiso y la seriedad para no “castigar la marca” anteponiendo otras con más reconocimiento o prestigio. La otra opción es simplemente ingresar con su propia fuerza de ventas. Para conocer de las licitaciones estatales se recomienda visitar frecuentemente el sitio de GUATECOMPRAS y si es posible revisar los dos diarios encargados de las publicaciones (el diario oficial: Diario de Centroamérica y el diario de mayor circulación: PRENSA LIBRE), asimismo se recomienda llenar los requisitos o especificaciones establecidos en las bases de la licitación y postular. Todo este procedimiento lo puede realizar el representante legal o importador/distribuidor de la marca en el país.

Finalmente, otra sugerencia a tomar en cuenta para ingresar al mercado son las relaciones públicas. Un ejemplo puede ser el realizar alguna donación de producto a una entidad que trabaje en el interior de la república, o a una unidad de un hospital público. Bajo este contexto se invita a la prensa y a las autoridades correspondientes del Ministerio de Salud. Esta es una manera en la cual los médicos también empiezan a familiarizarse con la marca y al momento de hacer pedidos (en lo privado) o de hacer licitaciones (en lo público) existirían las referencias médicas sobre el medicamento y no sería descartado por ser una marca nueva y/o desconocida. Además la empresa fabricante estaría en conocimiento de los estándares exigidos por dichas entidades.

## XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

En Guatemala no existe alguna feria o evento relevante enfocado a este sector.

## XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

### ARANCELES

Secretaría de Integración Económica Centroamericana [www.sieca.int](http://www.sieca.int)

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

Superintendencia de Administración Tributaria [www.sat.gob.gt](http://www.sat.gob.gt)

### TRATADOS COMERCIALES

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

### ASOCIACIONES LOCALES

Colegio de Farmacéuticos y Químicos de Guatemala [www.colegiodefarmaceuticos.com](http://www.colegiodefarmaceuticos.com)

Asociación de Exportadores [www.export.com.gt](http://www.export.com.gt)

Federación Centroamericana de Laboratorios Farmacéuticos [www.fedefarma.org](http://www.fedefarma.org)

Cámara de Comercio de Guatemala [www.negociosguatemala.com](http://www.negociosguatemala.com)

Cámara de Industria de Guatemala [www.industriaguatemala.com](http://www.industriaguatemala.com) Gremial de Fabricantes de Productos Farmacéuticos

### ESTADISTICAS

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

Banco de Guatemala [www.banguat.gob.gt](http://www.banguat.gob.gt)

### NORMAS:

Comisión Guatemalteca de Normas [www.coguanor.org](http://www.coguanor.org)

Ministerio de Finanzas [www.minfin.gob.gt](http://www.minfin.gob.gt)

Ministerio de Economía [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt)

Superintendencia de Administración Tributaria [www.sat.gob.gt](http://www.sat.gob.gt)

### DISTRIBUIDORES - FARMACIAS:

Carolina & H [www.carolinayh.com](http://www.carolinayh.com)

Farmacias Meykos [www.meykos.com](http://www.meykos.com)

Farmacias Fayco [www.farmaciasfayco.com](http://www.farmaciasfayco.com)

Farmacias Zuiva [www.zuiva.com](http://www.zuiva.com)

Farmacias Galeno [www.farmaciasgaleno.com](http://www.farmaciasgaleno.com)  
Droguería y Farmacia José Gil [www.josegil.net](http://www.josegil.net)  
Autofarmacias del Ejecutivo [www.autofarmacias.com](http://www.autofarmacias.com)  
Farmacias de la Comunidad [www.farmaciasdelacomunidad.net](http://www.farmaciasdelacomunidad.net)

**USUARIOS INDUSTRIALES:**

Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS: [www.igssgt.org](http://www.igssgt.org)  
Sanatorio Nuestra Señora del Pilar [www.sanatorioelpilar.com](http://www.sanatorioelpilar.com)  
Grupo Hospitalario [www.hospitalesdeguatemala.com](http://www.hospitalesdeguatemala.com)  
Hospital Centro Médico [www.centromedico.com.gt](http://www.centromedico.com.gt)  
Hospital Universitario Esperanza [www.hospitalesperanza.com](http://www.hospitalesperanza.com)  
Hospital Herrera Llerandi [www.herrerallerandi.com](http://www.herrerallerandi.com)  
Asociación Pro Bienestar de la Familia de Guatemala – APROFAM- [www.aprofam.org.gt](http://www.aprofam.org.gt)