

# Estudio de Canal de Distribución Medicamentos en El Salvador

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en El Salvador- ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



## I. TABLA DE CONTENIDO

II. DEFINICIÓN DEL CANAL.....	3
1. Características y definiciones relevantes. ....	3
2. Diagrama de flujo en el canal de distribución .....	4
III. ANALISIS DE LOS ACTORES RELEVANTES DEL CANAL .....	4
1. Identificación de los principales actores dentro del canal. ....	4
2. Importancia relativa de los actores del canal.....	5
IV. ESTRATEGIA COMERCIAL DE ACTORES RELEVANTES DEL CANAL.....	6
1. Política comercial .....	6
2. Política de proveedores.....	6
V. EXIGENCIAS Y REQUERIMIENTOS EN EL CANAL.....	7
VI. OPORTUNIDADES PARA SUBSECTORES/PRODUCTOS CHILENOS EN CANAL ANALIZADO .....	9
VII. COMENTARIOS Y RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL.....	10

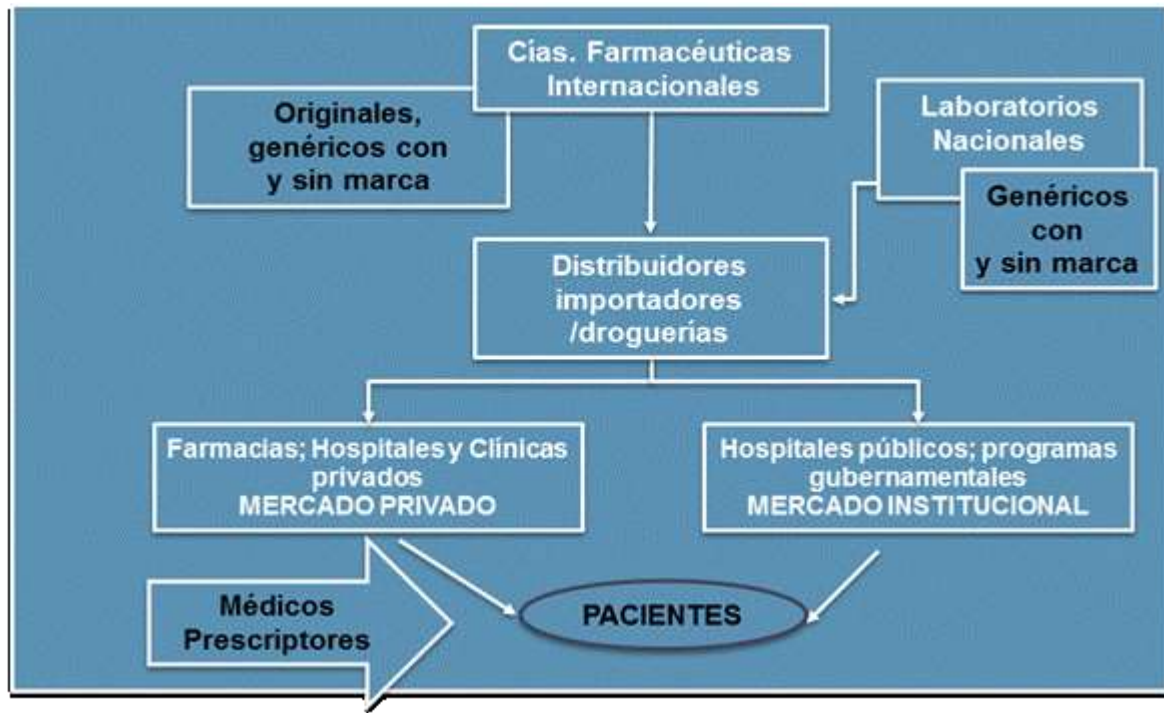
## II. DEFINICIÓN DEL CANAL

### 1. Características y definiciones relevantes.

La economía salvadoreña depende en 85.7 por ciento de la importación de 15 países para alimentar su sistema de producción y suplir gran parte del consumo de sus habitantes, según los datos de comercio exterior publicados por el Banco Central de Reserva (BCR). Sin embargo, son dos las economías que suplen la mayor parte de los bienes finales y productos intermedios que el país consume, Estados Unidos y Guatemala. El mayor proveedor de materias primas, bienes y servicios, lógicamente, es su principal socio comercial, Estados Unidos, de donde se importa el 38.3 por ciento de toda la demanda que El Salvador necesita. El segundo país del cual El Salvador depende en gran parte para suplir su demanda para consumo y producción de bienes exportables es Guatemala. De acuerdo al BCR, las importaciones de Guatemala equivalen al 9.9 por ciento de las importaciones totales salvadoreñas. México es la tercera nación a la cual los empresarios y comerciantes salvadoreños recurren para llenar sus anaqueles, ya sea de materias primas o de productos terminados listos para el consumo. De México, El Salvador demandó el 6.6 por ciento del total de las importaciones salvadoreñas. China le vendió el 5.7% del total importado, la mayor parte producto terminado. La quinta posición como país con mayor volumen y valor en dólares exportados a El Salvador es Honduras, que a su vez se posiciona como el segundo socio comercial salvadoreño en la región centroamericana, después de Guatemala.

Desde Estados Unidos, se importan materias primas y productos intermedios y algunos de consumo o uso final, que El Salvador no los produce o que no lo hace en cantidades suficientes para satisfacer su demanda interna. También se le compra petróleo y algunos de sus derivados, trigo, maíz, materias primas para la industria textil como algodón, materias primas para la industria plástica, productos farmacéuticos y vehículos. A México se le compran materias primas e insumos intermedios para la industria salvadoreña, como medicamentos, vehículos, petróleo, electrodomésticos, equipos de música, televisores y algunos celulares. China es el gran proveedor de bienes de consumo, juguetes, celulares, electrodomésticos, refrigeradoras, equipos de música, televisores. El resto de países que aparecen en la lista principal son en el orden: Colombia, Costa Rica, Ecuador, Nicaragua, Venezuela, Brasil, Japón, Corea del Sur, Panamá y Taiwán.

## 2. Diagrama de flujo en el canal de distribución



FUENTE: Diego Petrecolla, Condiciones de Competencia en el Sector de Medicamentos de Centroamérica y Panamá, Informe Final. Grupo Centroamericano de Política de Competencia / BID.

# III. ANALISIS DE LOS ACTORES RELEVANTES DEL CANAL

## 1. Identificación de los principales actores dentro del canal.

**COMPAÑÍAS FARMACEUTICAS INTERNACIONALES:** Desde la oferta existen tres principales agentes económicos: las farmacéuticas internacionales, regionales y locales, las distribuidoras y las farmacias y cadenas de farmacias.

**LABORATORIOS NACIONALES:** Las firmas líderes son laboratorios transnacionales que operan a escala global, y fabricación concentradas en los países desarrollados, pero con algunas plantas industriales localizadas otras regiones, inclusive en Centroamérica, por Ej. Bayer/MK que opera desde El Salvador.

**DISTRIBUIDORES, IMPORTADORES, DROGUERIAS:** Las droguerías o distribuidores son mayoritariamente nacionales, con responsabilidad exclusiva de distribuir todos los medicamentos, al mercado privado como al institucional. Algunos laboratorios nacionales han establecido droguerías para comercializar sus medicamentos y

de terceros. En El Salvador se consideran los siguientes distribuidores como los principales: Droguería Americana, Distribuidora C. Imberton, Droguería Santa Lucía, Droguería y Laboratorio López, Droguería y Laboratorio Láinez.

- a) DROGUERÍA AMERICANA / DISTRIBUIDORA C. IMBERTON. Son las mayores distribuidoras de productos farmacéuticos de El Salvador. Sus dueños se han asociado creando un laboratorio propio llamado Farmacéutica Rodim. C Imberton cuenta con más de 70 años de antigüedad en el mercado y distribuye alrededor de 4.200 productos de consumo masivo y farmacéuticos. Droguería Americana es considerada actualmente la mayor distribuidora de El Salvador.
- b) DROGUERÍA SANTA LUCÍA. Es otra de las distribuidoras líderes de farmacéuticos en El Salvador, activa desde la década del 70'. Distribuye tanto productos farmacéuticos como productos de consumo masivo.
- c) DROGUERÍA Y LABORATORIOS LÓPEZ Y DROGUERÍA Y LABORATORIOS LÁINEZ. Estos dos laboratorios recientemente vinculados (año 2007), también son importantes distribuidores de medicamentos de otros laboratorios.

### **MEDICOS PRESCRIPTORES:**

La decisión de compra de los pacientes se encuentra determinada por la prescripción de los médicos y por la existencia del medicamento en las listas de los seguros de salud, además del propio precio del medicamento

## **2. Importancia relativa de los actores del canal**

El subsector público de salud, está formado por la seguridad social, los servicios del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y otros servicios de salud sectoriales. El Ministerio cuenta con una red nacional de 527 servicios, de los cuales 23 son hospitales, 21 centros de salud, 343 unidades de salud, 62 puestos de salud, 11 puestos comunitarios, 8 dispensarios y 33 centros rurales de nutrición. El Ministerio tiene asignado 60% del total de los habitantes del país, aunque en la realidad la cobertura es menor a la asignada. Tienen también carácter público la Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), la Compañía de Alumbrado Eléctrico (CEL), Bienestar Magisterial —que sirve a los maestros— y Sanidad Militar. Estas instituciones cubren a los trabajadores o afiliados correspondientes y a sus familiares; en conjunto proporcionan servicios de salud a 2,3 % de la población.

La seguridad social, organizada en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), proporciona cobertura a los trabajadores de empresas privadas y empleados del Estado, con sus beneficiarios respectivos, alcanzando una cobertura de 40% de la población. El ISSS cuenta con 10 hospitales, 35 unidades médicas y 24 clínicas comunales. El sistema privado cuenta con hospitales y clínicas del segundo y tercer nivel asistencial, concentradas en los tres principales departamentos de la República. El ISSS brinda atención eminentemente curativa. La asistencia es prestada por profesionales universitarios (médicos, odontólogos, etc.) en base a la demanda de sus derechohabientes.

En vista de lo anterior, vemos que La industria farmacéutica, en El Salvador, tiene dos “jugadores” importantes: el mercado público o institucional —o sea, las compras que realizan los centros de salud del Estado— y el mercado privado, que son las farmacias. El Estado provee servicios de salud para toda la población empleada a través del Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS) y este entrega los medicamentos, sin costo adicional, al paciente. Se estima que el 68.8% de los salvadoreños empleados utiliza los servicios del ISSS. Además del ISSS también tiene participación importante en las compras de medicamentos, el Ministerio de Salud del país, quien es el

responsable del abastecimiento de los centros de atención médica que son públicos y libres de costo. A este Ministerio pertenecen todos los hospitales públicos de caridad y las clínicas públicas que funcionan en el País. A estos centros de salud tiene acceso toda la población, sin embargo son utilizados por aquellos de muy escasos recursos o personas desempleadas que no tienen acceso al ISSS.

## IV. ESTRATEGIA COMERCIAL DE ACTORES RELEVANTES DEL CANAL

### 1. Política comercial

La promoción de las ventas es efectuada por medio de visitas, presentación de muestras, material escrito, celebración de eventos de capacitación y divulgación de los productos, servicios y condiciones de venta. También son efectuadas a través de exposiciones en eventos de participación masiva. Asimismo, se hace por medios publicitarios, debiendo obtenerse autorización previa del Consejo de Superior de Salud Pública sobre el contenido del texto y del mensaje. Se considera que la actividad promocional más adecuada, para este tipo de productos, está relacionada con la importancia que para el fabricante tenga el hecho de convertirse en asesor de sus clientes, para esto es conveniente que el fabricante y el importador se den a la tarea de formación de “agentes comerciales” con amplio conocimiento de las bondades de su producto, así como de las cualidades de los productos de la competencia, con la finalidad de proporcionar la información necesaria para la toma de decisiones correctas por parte del comprador; deberá auxiliarse con muestras, información escrita y gráfica, e información técnica sobre estudios clínicos de aplicación del producto.

Además de lo anterior, en el mercado vemos que es muy común la entrega de artículos promocionales conteniendo el nombre del laboratorio o de la medicina en si como los que copian a continuación:



### 2. Política de proveedores.

La última década ha sido testigo de un importante crecimiento y diversificación del mercado privado de medicamentos (farmacias). En este caso, debemos notar la presencia en el mercado de 5 importantes cadenas nacionales de farmacias quienes distribuyen medicinas por todo el país. También existen aquellas farmacias que

no son cadenas sino mas bien marcas individuales pero con mucha tradición y años de existencia. Al igual que en otros sectores económicos, las farmacias tuvieron que crear nuevas estrategias para lograr obtener mejores precios en sus compras, créditos a más largo plazo y alternativas para promocionar sus productos, con el fin de obtener mayores ganancias o competir en precio con sus vecinos, sobre todo en sitios como el centro de las ciudades o poblados en los cuales se pueden encontrar hasta dos farmacias en una cuadra. A mediados del año 2008, El Salvador recibió a la primera cadena de farmacias extranjera, las farmacias similares de México.

Hay dos tipos de formatos de comercialización de medicamentos de prescripción médica: las farmacias tradicionales y las cadenas de farmacias. Los medicamentos de venta libre suman canales adicionales de venta minorista (grandes almacenes e hipermercados y tiendas).

Las grandes cadenas de farmacias que poseen una amplia red de establecimientos tienen mayor capacidad y solvencia para comprar cantidades mayores, cuentan con personal más entrenado y ofrecen servicios adicionales (entrega a domicilio, aplicación de productos inyectables, entre otros.). Tienen mejores instalaciones comerciales, ofrecen variedad de marcas, productos y precios. Estas cadenas a veces se encuentran integradas verticalmente con droguerías o distribuidoras que realizan la importación de los productos

Una práctica ya establecida es que todas las farmacias otorgan entre el 15-25% de descuento al consumidor que paga en efectivo su compra. Esto significa que la farmacia exige al proveedor un margen para negociar. Debido a que en este mercado aun es común que los consumidores escuchen la opinión de el dependiente de farmacia en cuanto a la medicina o la marca que deben consumir, en una práctica que podría considerarse poco ética, los proveedores de las farmacias tienen diseñado un sistema ya muy establecido en el que ofrecen una comisión por venta a los dependientes de farmacia, de esta manera se aseguran que estas personas darán más promoción a su producto cuando llega una persona y les consulta a ellos.

Como se puede notar al analizar el presente informe, las *compras gubernamentales* son muy importantes, razón por lo que se vuelve primordial el hecho de que los exportadores chilenos de medicinas realicen visitas a posibles distribuidores o representantes de casas extranjeras que califiquen para ser ofertantes, tanto del ISSS como del Ministerio de Salud. Es importante hacer notar que el sistema de registro sanitario es bastante ágil y la mayoría de medicamentos está libre de impuestos así que el ingreso de un producto nuevo en este sector no tiene ni altos aranceles ni normas técnicas demasiado complicadas. Es importante pensar que debido al tamaño del mercado de medicinas en la región, sería importante contar con un distribuidor a nivel regional. Se considera tomar en cuenta los puntos anteriores como parte de la estrategia a seguir para penetrar este mercado.

## V. EXIGENCIAS Y REQUERIMIENTOS EN EL CANAL

El mercado de la industria farmacéutica tiene características especiales, ya que la finalidad de los productos es satisfacer las necesidades de recuperación de la salud, lo que le da un marco de presión imperativo a la demanda de los productos. La preferencia hacia determinados productos está determinada por la confianza que el

comprador tiene sobre la efectividad de estos; en tal sentido las condiciones de variedad, colores y estilos no tienen influencia determinante en los consumidores. La demanda real se determina por la pérdida de salud, la capacidad de pago y la eficacia del producto. De acuerdo a estadísticas recientes, la población ha envejecido, aumentando la demanda de medicamentos, el poder adquisitivo ha crecido y se han realizado mejoras en las medidas regulatorias que facilitan la comercialización de medicamentos como el registro sanitario único. El Salvador cuenta con varios tratados de libre comercio los cuales facilitan el ingreso de inversiones extranjeras.

Las clases terapéuticas con mayor demanda son antihistamínicos y expectorantes, seguidas por antiinflamatorios, analgésicos, antiulcerosos y anticonceptivos. Son relevantes los antibióticos sistémicos de mayor valor: fluorquinolonas y eritromicina. Se destacan los medicamentos que atienden dolencias del aparato circulatorio (antihipertensivos y reguladores de colesterol) y los medicamentos del sistema nervioso (antidepresivos y antiepilépticos). Las clases de mejor desempeño comercial han sido los reguladores del colesterol y triglicéridos y los antihipertensivos del tipo angiotensinas II antagonistas por la importancia creciente de las enfermedades circulatorias.

La barrera más importante de entrada al mercado es el conocimiento de los aspectos claves de la actividad local, en particular los procedimientos de inscripción y re-inscripción de medicamentos en los registros sanitarios, de participación en compras públicas, de sensibilización de médicos prescriptores (a través de los visitantes médicos), y de vinculación comercial con las farmacias.

Se utilizan 4 criterios de clasificación de medicamentos ampliamente difundidos para el análisis de distintos aspectos relevantes del sector farmacéutico :

- **Mercado ético / mercado popular** (medicamentos de venta bajo receta/ medicamentos de venta libre u OTC). En El Salvador este mercado representa un 70% de las ventas.
- **Mercado institucional y mercado privado .**
- **productos genéricos con marca, productos genéricos sin marca.**
- **Clases terapéuticas** (Sistema de Clasificación Anatómica, Terapéutica y Química - ATC). Es el nivel de desagregación que en la jurisprudencia internacional, prima facie determina los mercados antitrust relevantes. Los medicamentos originales y genéricos de marca son el 90% del mercado.

#### **Autorización para comercialización / Registro Sanitario**

En El Salvador, es obligatoria la autorización pública para fabricar, importar, exportar, distribuir y comercializar medicamentos. Cuando un medicamento cumple con las normas nacionales sobre calidad, seguridad y eficacia, queda autorizado para su comercialización y es inscrito en los registros sanitarios nacionales, por un plazo de 5 años, renovable. Existe un mecanismo de reconocimiento mutuo establecido entre El Salvador y Guatemala, Honduras y Nicaragua.

#### **Compra Pública**

Las compras institucionales se encuentran reguladas por la Ley de compras gubernamentales. Existe una iniciativa reciente, de desarrollar compras públicas regionales, con apoyo de la OMS/OPS.

#### **Exclusividades**



La distribución mayorista de medicamentos sólo puede ser llevada a cabo por droguerías. Los laboratorios como tales no pueden realizar ventas directas a farmacias o participar en licitaciones. Las farmacias no pueden realizar importaciones de medicamentos. Existen normas del ejercicio de la profesión farmacéutica que regulan la distancia mínima entre las farmacias.

## VI. OPORTUNIDADES PARA SUBSECTORES/PRODUCTOS CHILENOS EN CANAL ANALIZADO

La mayor parte de los medicamentos fabricados por laboratorios chilenos comercializados en El Salvador son de venta bajo prescripción médica, por lo que los esfuerzos promocionales de los laboratorios y/o distribuidores se encuentran orientados al cuerpo médico. Lo anterior, explica que no existan marcas chilenas muy visibles, ya que no se realizan campañas para posicionar los productos en la mente del consumidor sino en la del médico que lo receta.

El canal de comercialización de los productores chilenos, por lo general, cuenta con la intermediación de un distribuidor y ellos son los que se encargan de distribuirlos en farmacias a través de quienes llega al consumidor final.

En los últimos años, y como resultado de un minucioso trabajo de la Oficina Comercial, Chile ha empezado a cobrar importancia en el panorama nacional. Aunque actualmente cuenta solamente con el 1% del mercado, se destaca que es uno de los pocos países que tuvo un crecimiento positivo el año pasado, pasando de un millón de dólares a tres.

El perfil epidemiológico del país es un perfil en transición, donde todavía persisten enfermedades infecciosas principalmente de los aparatos respiratorio y digestivo, que son padecidas en su mayoría por la población más vulnerable: niños menores de 5 años y adultos mayores. Sin embargo, a partir de 1995 aparecen enfermedades como la hipertensión arterial y otras enfermedades de tipo crónico psicósomáticas relacionadas al aparato digestivo como: gastritis, gastroenteritis, colitis y gastroduodenitis, presentándose en la población mayor de 30 años. También, es de resaltar que, desde el 2000, han tomado relevancia las lesiones de causa externa como resultado de la violencia en el país.

Las compras gubernamentales son muy importantes, razón por lo que se vuelve primordial el hecho de que los exportadores chilenos de medicamentos realicen visitas a posibles distribuidores o representantes de casas extranjeras que califiquen para ser ofertantes, tanto del ISSS como del Ministerio de Salud. Es importante hacer notar que el sistema de registro sanitario es bastante ágil y la mayoría de medicamentos está libre de impuestos, así que el ingreso de un producto nuevo en este sector no tiene ni altos aranceles ni normas técnicas demasiado complicadas. Es importante pensar que debido al tamaño del mercado de medicinas en la región, sería importante contar con un distribuidor a nivel regional. Se considera tomar en cuenta los puntos anteriores como parte de la estrategia a seguir para penetrar este mercado. En lo referente a las compras de medicamentos

realizadas por el Ministerio de Salud Pública, éste funciona de manera centralizada. Los proveedores son laboratorios nacionales que participan en las licitaciones de compra del MSPAS, así como a distribuidores nacionales (droguerías) que representan a laboratorios internacionales. Los procesos de licitación se hacen generalmente cada año y pueden tardar entre seis y ocho meses. Se hace una sola compra de manera centralizada (aunque posteriormente se puedan dar compras de emergencias por falta de algún medicamento). Para la selección de los medicamentos a adquirir, El Salvador cuenta con un **Listado de Medicamentos Esenciales** común a las diversas instituciones públicas y privadas.

## VII. COMENTARIOS Y RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL

Diseñar una estrategia adecuada, antes de pensar contactar clientes la empresa debe entonces contar con información sobre :

- Listas de Precio de exportación
- Logística de transporte
- Aranceles e impuestos
- Barreras no arancelarias / normas
- Países competidores

Selección correcta de los canales de distribución / comercialización en el mercado meta :

- Canales ya establecidos
- Distribuidores / representantes / mayoristas
- Infraestructura

Escuchar al representante / distribuidor / cliente y seguir sus sugerencias en cuanto a:

- Características del producto
- Empaque / presentación del producto
- Afinar / seleccionar medio de transporte adecuado
- Evaluar opciones
- Minimizar costos

Cobros:

- Ofrecer plazos de mercado y minimizar riesgos
- Evaluar condiciones de crédito comercial

Participar en ferias internacionales

- Sondear el mercado
- Hacer contacto con clientes potenciales
- Tener una actitud proactiva
- Dar seguimiento a las entrevistas / contactos

- Cumplir rápidamente compromisos de información

Tener en cuenta aspectos legales / abogados locales

- Registros de marca
- Contratos de exclusividad o no
- Prever conflictos
- Conocer legislaciones locales relacionadas

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*