

PMP

Estudio de Mercado Productos Farmacéuticos en Venezuela

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Caracas - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA).....	4
1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto	4
1.2. Recomendaciones para el proveedor nacional	5
2. Análisis FODA.....	5
III. Acceso al Mercado	6
1. Código y glosa SACH	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	7
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	7
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	10
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	11
6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (<i>imágenes</i>).	11
7. Requerimientos de etiquetados (<i>links a fuentes</i>).....	13
8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (<i>links a fuentes</i>)	13
IV. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)	13
1. Producción local y consumo	13
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	13
3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	13
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	17
1. Estructura de comercialización.	17
2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista	120
3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena	120
4. Estrategia y política de diferenciación de m (<i>precio, calidad</i>) y política comercial. Matriz de posicionamiento de <i>minoristas (calidad vs. precio)</i>	18
5. Segmentación de retailers y otros actores de la cadena de distribución (<i>precio, calidad</i>) y política comercial. Matriz de posicionamiento de minoristas (<i>calidad vs. precio</i>).	18
6. Exigencias de certificaciones de minoristas (<i>Ej., 'Fair Trade'</i>) según segmentación.	122
7. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y retailers y legislación local al respecto (<i>links</i>).	19
8. Tiendas especializadas del producto	19
9. Marcas propias en retail	20
10. Distribución Online	20

VI. Consumidor	20
1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, étnicos, etc.)	20
2. Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda	21
3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad, inocuidad, funcionalidad de un alimento, etc.)	21
4. Productos sustitutos y similares.....	21
5. Requerimientos según características/composición y hábitos de la población.....	21
VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	22
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	22
2. Segmentación de competidores (commodity, nicho etc).....	22
3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (<i>fair trade, sustentabilidad, eco friendly, etc</i>).	23
4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).	27
5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores	24
6. Especificaciones tamaños (imágenes).	24
7. Formato envasado: materiales (reciclado, biodegradable, etc.), formas y otros elementos diferenciadores (imágenes).	24
8. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes).....	29
9. Organismos con influencia en determinación de tendencias y decisión de compra.	26
VIII. Compras del Sector Público	26
1. Actores de la cadena de distribución.....	26
2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista (compras públicas).....	26
3. Poder de decisión de compra y toma de decisión a lo largo de la cadena (compras públicas).....	27
IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado	27
X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	28
XI. Fuentes de información (Links).....	29

II. RESUMEN EJECUTIVO

Durante los últimos años, el mercado farmacéutico en Venezuela ha presentado interesantes y sostenidas tasas de crecimiento, tanto en unidades como en valores, siendo el país latinoamericano con el más alto consumo per cápita de la región. Por su parte, aunque Venezuela es el principal destino de las exportaciones de productos farmacéuticos de origen chileno al mundo, Chile tiene aún una participación relativamente baja (1,31%) dentro de las importaciones totales venezolanas de este subsector en el año 2014 - partida 3004 y subproductos - las que se alcanzaron por encima de los USD 1.960 millones (cerca de 60 países proveedores).

El presente perfil hace un análisis del mercado farmacéutico venezolano con focalización en medicamentos para uso humano, incluidos los anticonceptivos. La producción venezolana de dicho subsector es insuficiente, por lo que resulta indispensable que el país recurra a efectuar importaciones de diversos orígenes que en su mayoría no cuentan con beneficios arancelarios en comparación con Chile (que posee arancel 0%, en el marco del Acuerdo de Complementación Económica ACE N°23).

1. Estrategia recomendada (con base en análisis FODA)

1.1. Evaluación de oportunidades en el mercado para el producto

La producción local venezolana en el sector de productos farmacéuticos, como en muchos países latinoamericanos, es insuficiente para cubrir las necesidades de la población. En consecuencia, las empresas e instituciones tanto del sector público como privado deben recurrir a importaciones, dando paso a una oportunidad para el exportador chileno de ingresar al mercado venezolano y competir con países como Alemania, Brasil, Cuba, Francia, México, Estados Unidos (partida 3004) o Brasil, Hungría, Holanda, México, España, Alemania (partida 3006), que son los principales proveedores internacionales de Venezuela para este subsector analizado de medicamentos de consumo humano, incluidos anticonceptivos.

Las relaciones comerciales entre Chile y Venezuela se rigen principalmente por el Acuerdo de Complementación Económica N° 23, que concede cero arancel para más del 97% de las mercancías intercambiables entre ambos países, incluyendo los productos para la salud (productos farmacéuticos, insumos y equipos médicos, así como productos nutricionales o funcionales). Esta ventaja arancelaria contribuye a que los precios en el mercado puedan ser competitivos y atractivos para el consumidor local.

El mercado farmacéutico está compuesto, principalmente, por laboratorios farmacéuticos (productor nacional o transnacional establecida en el país), casas de representación (importadores), droguerías (canal mayorista), cadenas de farmacias (retail) e instituciones públicas a cargo de las redes hospitalarias del país.

Las oportunidades de negocios en el mercado farmacéutico venezolano son en múltiples especialidades. A continuación, se presenta link con la lista de categorías de productos farmacéuticos de mayor demanda, en orden de importancia:

<https://www.dropbox.com/s/qh163fiyfa3r1ky/LISTA%20DE%20CATEGOR%C3%8DAS%20DE%20PRODUCTOS%20FARMAC%C3%89UTICOS%20DE%20MAYOR%20DEMANDA%20DE%20VENEZUELA.docx?dl=0>

Tal como se puede apreciar las primeras 10 categorías, de mayor demanda de medicamentos son: los antirreumáticos no esteroides, los analgésicos no narcóticos antipiréticos, los anti ulcerosos, las penicilinas de amplio espectro, los antihistamínicos, las hormonas anticonceptivas sistémicas, los alimentos infantiles, *angiotensin-II antag solo*, antigripales excepto antiinflamatorios, y los expectorantes.

Además de las oportunidades en fármacos, para la representación e importación de productos de origen chileno para este mercado con marcas de origen y/o marcas del importador, también existen oportunidades a través de posibles joint venture con empresas venezolanas del subsector para llevar adelante proyectos conjuntos, fabricación a terceros, maquila y posibles oportunidades de negocios en otra variedad de insumos y materias primas de nuestra oferta exportable que requiere la industria farmacéutica venezolana, tales como tapas, frascos de vidrio, foils de aluminio, envases de plástico, entre otros.

1.2. Recomendaciones para el proveedor nacional

- Realizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta chilena en el sector. Para tal efecto, la Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa, así como la coordinación de agendas de reuniones con empresas potenciales importadoras debidamente validadas por la Oficina Comercial.
- En caso de interés en contar con el apoyo de la Oficina Comercial, se sugiere elaborar y hacer llegar *profile* con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, incluyendo formatos y presentaciones disponibles por producto, para su posterior difusión a potenciales importadores.
- Ofrecer la posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes laboratorios y empresas del sector farmacéutico, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- Para posibles cotizaciones o ventas directas a organismos del sector público, se recomienda tener previamente un representante en Venezuela (*casa (firma)* comercial de representación debidamente registrada como tal en los organismos pertinentes).

2. Análisis FODA

ESTRATEGIA		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar productos con base en calidad y precios competitivos. • Atender necesidades del mercado con base a los requerimientos y especificaciones de los potenciales clientes. • Posicionarse en negociaciones aprovechando la buena imagen que posee la industria farmacéutica chilena y prestigio de los productos chilenos en el mercado. 		<ul style="list-style-type: none"> • Chile logra exportar productos para la salud con alto nivel de sofisticación tecnológica, siendo una de las industrias más innovadoras de Chile. • Contar con el apoyo de la Oficina de ProChile en Venezuela, para la prospección del mercado y gestiones ante organismos oficiales. • Ventajas arancelarias en el marco del ACE N° 23 (cero arancel) para los productos originarios de Chile. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incertidumbre cambiaria. Aunque los productos para la salud están en las prioridades en la asignación de divisas, existen considerables retrasos en las aprobaciones de las autorizaciones. • Tiempos involucrados en la obtención de registros sanitarios y demás permisos. • Aunque los productos chilenos tienen prestigio y aceptación en el mercado (principalmente inyectables de uso hospitalario, anticonceptivos, psicotrópicos y cardiovascular), sigue siendo reducida la participación de los productos chilenos en el mercado farmacéutico venezolano.
		FACTORES EXTERNOS	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda permanente (productos farmacéuticos, insumos y componentes) que favorecen el desarrollo de negocios. • Producción local insuficiente. País altamente dependiente de las importaciones. • Visto el interés del atractivo del mercado farmacéutico venezolano, algunos laboratorios venezolanos muestran interés en evaluar varios esquemas de negocios con laboratorios farmacéuticos chilenos. • Agilización de autorizaciones de divisas para aquellos importadores que atiendan demanda prioritaria del sector farmacéutico y hospitalario. • Elevada escasez de medicamentos en Venezuela, especialmente los que tienen precios regulados. • Los niveles de escasez han 			

	ocasionado un incremento sustancial de la demanda de productos equivalentes o sustitutos.		
	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> Situación actual de control cambiario y autorizaciones de importación en Venezuela. Se requiere asesoría de la Oficina Comercial. Grandes competidores de países cercanos como Cuba, Brasil han desarrollado la industria farmacéutica y cuentan con trato preferencial en la internación de sus mercancías. Competencia fuerte con proveedores internacionales que ya se encuentran en el mercado venezolano, como Alemania, Holanda y Hungría. 	<ul style="list-style-type: none"> Destacar que los medicamentos son altamente sofisticados y que cumplen con los estándares de calidad Internacionales. Apoyarse en la Oficina Comercial para generar <i>match</i> con importantes actores y potenciales compradores tanto del sector público y del sector privado. 	<ul style="list-style-type: none"> Volverse competitivo en los precios (apoyo en el marco del ACE N° 23). Evaluar una oferta de precios adecuada, en consideración de los otros competidores del sector.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa del Sistema Armonizado Chileno (SACH).

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
3004.00.00	Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 ó 30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.
3006.60.00	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas, de otros productos de la partida 29.37 o de espermicidas.

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
3004.00.00	Medicamentos (excepto los productos de las partidas 30.02, 30.05 ó 30.06) constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor.

3006.60.00	Preparaciones químicas anticonceptivas a base de hormonas, de otros productos de la partida 29.37 o de espermicidas.
------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

CÓDIGO ARANCELARIO	ARANCEL A PAGAR CON CHILE	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 1 (ALEMANIA)	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 2 (BRASIL)	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 3 (CUBA)
3004.00.00	0%	0% a 14% (*)	0%	0% (**)

(*) En el Arancel de Aduanas de Venezuela, independientemente del país proveedor, se establece un arancel cero para la internación de algunos productos clasificados dentro de la partida 3004. Los gravámenes generales, pueden variar entre un 0% a 14%, según el tipo de medicamento y su fecha de internación. De las sub partidas beneficiadas por el arancel cero a partir de abril de 2015, están: la 3004.39.11; la 3004.39.16; la 3004.39.17; la 3004.39.18; entre otras. La Oficina Comercial de Venezuela puede ampliar ésta información según interés del exportador. El siguiente link contiene el Arancel de Aduanas actualizado a junio de 2015:

<https://www.dropbox.com/s/nvphgp0w9za30nd/Arancel%20de%20Aduanas%20de%20Venezuela%20%28NCM%29.%20Actualizado%20al%20junio-15.pdf?dl=0>

(**) En la Resolución N° 015 del 22-01-2009, publicada en la Gaceta Oficial N° 5.905 Extraordinario del 26-01-2009 se estableció un listado de preferencias otorgadas por Venezuela a Cuba. Tras diversas modificaciones enmarcadas en cuatro protocolos adicionales, han cambiado sustancialmente el texto inicial del Acuerdo y su alcance. Según la Resolución N° 201 del 05-11-2012, publicada en la Gaceta Oficial N° 40.047 el 09 de noviembre de 2012, quedó establecido el Acuerdo de Complementación Económica N° 40, que otorga un nivel de preferencias recíprocas equivalente al 100% sobre todo el universo arancelario para aquellos productos originarios de sus respectivos territorios. El siguiente link presenta la Gaceta Oficial N 40.047:

<https://www.dropbox.com/s/51a20mh07j8cyiv/ACE%20N%C2%BA%2040%20%28Cuba%20-%20Venezuela%29%20-%20Gaceta%20Oficial%20N%C2%BA%2040.047%20%28p%C3%A1gina%205%29.pdf?dl=0>

CÓDIGO ARANCELARIO	ARANCEL A PAGAR CON CHILE	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 1 (BRASIL)	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 2 (HUNGRÍA)	ARANCEL A PAGAR CON COMPETIDOR 3 (HOLANDA)
3006.60.00	0%	0%	5% (desde abril/'15 hasta abril/'16) 12% (a partir de abril/'16)	5% (desde abril/'15 hasta abril/'16) 12% (a partir de abril/'16)

3.1. Arancel Preferencial Chileno

Entre Chile y Venezuela se mantiene vigente el Acuerdo de Complementación Económica N^{ro} 23 (**ACE 23**) desde el 1^o de julio de 1993, en el que se libera el pago de aranceles a gran parte de los productos que forman parte del intercambio comercial entre ambos países. El sector farmacéutico está incluido dentro del programa de liberalización, de forma que las partidas objeto de estudio y, en general, todos los equipos, insumos y productos para la salud tienen una preferencia arancelaria del 100% para su ingreso al mercado venezolano. Esta situación representa una gran oportunidad para exportadores chilenos que desean colocar sus productos en el mercado venezolano, considerando que terceros países, es decir, los que no poseen acuerdos comerciales con Venezuela, deben pagar entre 0% a 14% de arancel.

3.2. Mercado Común del Sur (MERCOSUR)

3.2.1. Acuerdos de Complementación Económica No. 63; 68 y 69 en el marco del MERCOSUR.

En el contexto del ACE N° 59, desde el año 2006 Venezuela se encontraba gestionando su ingreso como miembro pleno al Mercado Común del Sur, MERCOSUR, lo cual finalmente concretó el 31 de julio de 2012. Es importante señalar que actualmente dentro del marco comercial y bajo el hecho puntual que Venezuela ahora es miembro pleno del MERCOSUR, concede preferencias arancelarias a los productos originarios de los países miembros: Argentina, Brasil, Uruguay. En este sentido, los productos que ingresen de estos países gozan de una preferencia arancelaria porcentual vigente desde el 1ro. de enero de 2013, según lo establecido en los Acuerdo de Complementación Económica-ACE- que Venezuela suscribió con la República de Argentina (ACE N° 68), República Federativa del Brasil (ACE N° 69) y con la República Oriental del Uruguay (ACE N° 63), las cuales se indican a continuación:

PAÍS – ACUERDO	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A PAÍSES MERCOSUR	ARANCEL A PAGAR MERCOSUR
URUGUAY - (ACE No. 63)	3004.00.00	100%	0%
	3006.60.00		
ARGENTINA - (ACE No. 68)	3004.00.00	100%	0%
	3006.60.00		
BRASIL - (ACE No. 69)	3004.00.00	100%	0%
	3006.60.00		

3.2.2. Acuerdo de Complementación Económica No. 59, en el marco del MERCOSUR.

Las preferencias arancelarias porcentuales aplicables a los productos provenientes de la República del Paraguay, se mantienen según lo establecido en el marco del Acuerdo de Complementación No. 59, según lo detalla a continuación:

PAÍS – ACUERDO	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A PAÍSES MERCOSUR	ARANCEL A PAGAR MERCOSUR
PARAGUAY - (ACE No. 59)	3004.00.00	100%	0%
	3006.60.00		

Nota: en el marco de los Acuerdos Bilaterales celebrados por Venezuela con cada Estado miembro del MERCOSUR, entre Paraguay y Venezuela fue suscrito un Acuerdo de Alcance Parcial o ACE No. 64. Sin embargo, a la fecha de elaboración de este Perfil de Mercado, el mencionado Tratado no ha entrado en vigor. Sin perjuicio que fueron recientemente reanudadas las relaciones diplomáticas entre ambos países, aún se siguen aplicando las disposiciones del ACE No. 59 como marco para el intercambio comercial.

3.2.3. Preferencias Arancelarias Venezuela – países CAN.

En el año 2007, el Gobierno venezolano anunció su decisión de retirarse de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y según la normativa de este bloque subregional compuesto por Colombia, Perú, Ecuador, Bolivia y Venezuela, las exoneraciones arancelarias se mantuvieron por cinco años, es decir, hasta el 21 de abril del año 2011. Lo anterior implica que los países miembros que deseen mantener preferencias parciales o totales a los productos de su

intercambio comercial, han debido negociar en forma bilateral nuevos acuerdos de alcance parcial o total, fuera del marco de la CAN.

Luego de revisar los acuerdos establecidos tras las renegociaciones bilaterales de Venezuela con los países miembros de la CAN, se ha determinado el otorgamiento de porcentajes de preferencias arancelarias con respecto al sector de medicamentos y anticonceptivos hormonales, a los siguientes países:

- **Colombia:** tras la renegociación bilateral efectuada por Venezuela y Colombia, se suscribe el *Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre la República de Colombia y la República Bolivariana de Venezuela de 2012*, el día 28 de noviembre del año 2011, estableciendo las siguientes preferencias arancelarias:

PAÍS – ACUERDO	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A COLOMBIA	ARANCEL A PAGAR COLOMBIA
COLOMBIA - Acuerdo de Alcance Parcial (...)	3004.00.00 (*)	100%	0%
	3006.60.00		

(*) En este Acuerdo entre no se negociaron todas las subpartidas que se yacen en la partida 3004 (del Arancel de Aduanas de Venezuela). De las subpartidas beneficiadas por el Acuerdo entre Venezuela y Colombia, están: la 3004.10.10; la 3004.20.11; la 3004.31.00; entre otras más. La Oficina Comercial – Venezuela puede ampliar esta información según interés del exportador.

- **Perú:** entre Venezuela y Perú en el año 2012, se suscribió el *Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre la República Bolivariana de Venezuela y la República del Perú*. Las preferencias arancelarias para los productos objeto de estudio establecen:

País – Acuerdo	Código arancelario venezolano	Preferencia Arancelaria Aplicable a Perú	Arancel a pagar PERÚ
Perú - Acuerdo de Alcance Parcial (...)	3004.00.00 (*)	100%	0%
	3006.60.00		

(*) En este Acuerdo se establece una preferencia arancelaria del 100% para algunos productos contemplados en la partida 3004 (del Arancel de Aduanas de Venezuela). De las subpartidas beneficiadas por el Acuerdo entre Venezuela y Colombia, están: la 3004.20.11; la 3004.20.19; la 3004.31.00; la 3004.32.11; entre otras más. La Oficina Comercial – Venezuela puede ampliar esta información según interés del exportador.

- **Ecuador:** entre Venezuela y Ecuador, desde abril de 2011 está suscrito *Protocolo al Acuerdo Marco de Cooperación entre el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Gobierno de la República del Ecuador para Profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo*. Las partes acuerdan otorgar el 100% de preferencias arancelarias a los productos originarios de ambos países, estableciendo las siguientes preferencias arancelarias:

PAÍS – ACUERDO	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A ECUADOR	ARANCEL A PAGAR ECUADOR
Ecuador -	3004.00.00	100%	0%
Protocolo al Acuerdo (...)	3006.60.00		

- Bolivia:** entre Venezuela y Bolivia, desde marzo de 2011 está suscrito *el Acuerdo de Comercio de los Pueblos para la Complementariedad Económica y Productiva entre el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela y el Estado Plurinacional de Bolivia*. En concordancia lo establecido en dicho Acuerdo, se otorga el 100% de preferencia arancelaria a los productos originarios de ambos países, estableciendo las siguientes preferencias arancelarias:

PAÍS – ACUERDO	CÓDIGO ARANCELARIO VENEZOLANO	PREFERENCIA ARANCELARIA APLICABLE A BOLIVIA	ARANCEL A PAGAR BOLIVIA
Bolivia -	3004.00.00	100%	0%
Acuerdo de Comercio de los Pueblos (...)	3006.60.00		

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

4.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Según la normativa vigente, los medicamentos en Venezuela se encuentran exentos del pago de IVA, tanto para el momento de su nacionalización y en todos los eslabones de la cadena de comercialización. Para poder aplicar la exoneración, el importador involucrado debe solicitar el Certificado de No Producción correspondiente, en este caso ante el Ministerio del Poder Popular de Industrias.

4.2. Control de Cambios en Venezuela.

Desde el año 2003, en Venezuela rige un sistema de control de cambios de divisas que centraliza la compra y venta de monedas extranjeras. Actualmente, el **Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX)** <http://www.cencoex.gob.ve/la-institucion/quienes-somos> es el organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela

En el mes de marzo del 2016, las autoridades económicas anunciaron un nuevo sistema cambiario dual que entró en vigencia el 10/03/2016, no solo para dirigir/administrar sino para también captar flujos alternos de ingresos en divisas para el país que actualmente provee en un 95% las exportaciones petroleras. Según se indicó en los anuncios, es un mecanismo de transición y los “primeros pasos hacia la unificación cambiaria” luego de implementado el sistema de cambio dual. Es un sistema diseñado y orientado para que los actores de la economía traigan sus divisas y el Estado las pueda dirigir, por eso la autoridad no ve el nuevo sistema como un “Control” de Cambios.

En la actualidad, desde marzo de 2016 (1), existen dos mecanismos para la adquisición de divisas los

que se describen a continuación:

Nombre del mecanismo	Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Protegido -DIPRO-	Operaciones de divisas con Tipo de Cambio Complementario (Flotante de Mercado) -DICOM-
Tipo de Cambio	<p>1 US\$ = Bs. 9,975 para la compra</p> <p>1 US\$ = Bs. 10 para la venta (58,7% de ajuste inicial) y se ajustará progresivamente poniendo fin al anclaje cambiario según monitoreo y lo vaya considerando una Comisión conformada por el Banco Central de Venezuela, Vicepresidencia Económica y Ministerio del Poder Popular para las Finanzas</p>	<p>La paridad se estableció en base a la anterior tasa SIMADI que al 10 de marzo primera jornada luego de los anuncios se ubicaba en 1US\$ 215 por dólar</p> <p>Actualizado al 6/04/2016 (2)</p> <p>1 US\$ = Bs. 300,4893 para la compra</p> <p>1 US\$ = Bs. 301,2425 para la venta</p>
Descripción del mecanismo	<p>Este tipo de cambio es aplicado a la importación de los rubros pertenecientes a los sectores alimentos, salud y de las materias primas e insumos asociados para la producción de estos sectores en la búsqueda de la protección social a sectores vulnerables y con el fin de cubrir las necesidades básicas del país y de los sectores productivos (3)</p>	<p>Este mecanismo (llamado por la autoridad esquema abierto) regirá para todas las transacciones no incluidas bajo el tipo de cambio protegido (DIPRO) y fluctuará según la dinámica económica del país. Es un sistema libre de oferta y demanda y el precio lo establecerá el mismo mercado, dependiendo de flujo de divisas. El objetivo del nuevo sistema es darle racionalidad al sistema de flotación del tipo de cambio con el compromiso de oferta en divisas por parte del sector privado y del sector público a través de la colocación de cerca de US\$ 5.000 millones /año y se estima que se inicie con US\$ 400 a USD 500 millones. Se estima que el grueso de la economía va a dirigirse a este sistema de flotación y el Banco Central de Venezuela intervendrá con oferta para evitar alzas importantes.</p>
Organismo que lo administra	<p>Centro de Comercio Exterior -CENCOEX-: Organismo que vela por la adjudicación de divisas oficiales de la República Bolivariana de Venezuela.</p> <p>Marco Legal: Convenio Cambiario N° 35 http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf</p>	<p>Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública y el Banco Central de Venezuela, a través de la participación de las instituciones bancarias, casas de cambio, operadores de valores autorizados y de la Bolsa Pública de Valores Bicentenario.</p> <p>Marco Legal: Convenio Cambiario N° 35 http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf</p> <p>Marco Legal normas que rigen la operación de divisas en el sistema financiero nacional: Convenio Cambiario N° 33 http://www.bcv.org.ve/ley/convenio33.pdf</p>

De acuerdo a los procedimientos establecidos, para el importador poder acceder a dólares a tasa preferencial de Bolívars 10 por dólar, el importador debe gestionar previamente un Certificado de No Producción correspondiente, ante el Ministerio correspondiente según la naturaleza del producto, además de contar previamente con la Autorización de Adquisición de Divisas (AAD) que emite el CENCOEX (anteriormente CADIVI), en forma previa al embarque.

Notas:

- (1) Gaceta Oficial N° 40.865 del 9 de marzo de 2016: <http://images.eluniversal.com//2016/03/10/303679934-gaceta-oficial-n-408.pdf>
- (2) Para conocer el valor actualizado del Tipo de Cambio Flotante DICOM, se sugiere consultar el sitio Web del Banco Central de Venezuela www.bcv.gob.ve
- (3) Para el caso particular del presente estudio y según Gaceta Oficial Extraordinaria No. 6.169 de fecha 27 de enero de 2015, último listado oficial disponible, el aceite de oliva en Venezuela es considerado prioritario para el abastecimiento nacional. Por lo tanto, tendría posibilidad de acceder al tipo de Cambio Protegido -DIPRO-, equivalente a Bs. 10 por dólar. Sin embargo, en los anuncios del nuevo sistema cambiario dual las autoridades económicas indicaron que próximamente publicarán nueva lista oficial de los productos e ítems arancelarios que tendrán acceso al Tipo de Cambio Protegido, DIPRO. Mayor información <http://www.finanzasdigital.com/wp-content/uploads/2015/01/Gaceta6169Simplificaciondeimportaciones.pdf>

4.3. Régimen Tarifario de Servicios Portuarios¹

El 25 de marzo de 2009, mediante Decreto N° 6.645 de fecha 24 de marzo de 2009 y publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.146, se creó la empresa del Estado **BOLIVARIANA DE PUERTOS (BOLIPUERTOS), S.A.** que está adscrita al Ministerio del Poder Popular para Transporte Acuático y Aéreo, la cual tiene por objeto gestionar, acondicionar, administrar, desarrollar, mantener, conservar y aprovechar los bienes y servicios que comprenden la infraestructura portuaria. Esto incluye las operaciones realicen tanto personas naturales como jurídicas.

En conformidad con el Decreto N° 1.397, publicado en Gaceta Oficial bajo el N° 6.150 Extraordinario, el *Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Tasas Portuarias* tiene por objeto establecer y regular las tasas a las cuales estarán sujetas las actividades realizadas por personas naturales o jurídicas en los puertos públicos administrados por el Poder Público Nacional. Las tasas portuarias establecidas en dicho decreto serán aplicadas por los hechos imposables generados y que se dividen en: derecho de arribo, derecho de muelle, derecho de embarque y desembarque, derecho de uso de superficie, derecho de depósito, derecho de almacenamiento, derecho de estacionamiento de vehículos y maquinarias, y derecho de registro.

Posteriormente, mediante Resolución N° 009 presentada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.618 se establece y regulan las tarifas a las cuales estarán sujetos los siguientes servicios: Servicios a la Carga, Servicios al Buque, y Otros Servicios. Las personas naturales o jurídicas usuarias de los servicios portuarios deberán pagar las tarifas correspondientes antes de proceder a retirar

¹ FUENTE: Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS), S.A., disponible en: <http://www.bolipuertos.gob.ve>

definitivamente la carga ubicada dentro del recinto portuario, con excepción de aquellos créditos que sean concedidos por la autoridad facultada para ello y las mismas serán expresadas y pagadas en moneda nacional, de acuerdo al monto de la Unidad Tributaria vigente.

Para consultar la Gaceta Oficial de Régimen Tarifario de Servicios Portuarios vigente: <http://www.finanzasdigital.com/wp-content/uploads/2015/03/Gaceta40618-tarifasProtuaras.pdf>

4.4.- Transporte.

Según la información suministrada por representantes de navieras que cubren la ruta Chile-Venezuela, a modo referencial, el costo del flete marítimo en la actualidad es el siguiente:

PUERTO DE SALIDA	PUERTO DE LLEGADA	TARIFA CONTENEDOR 20' st.* (USD)	TARIFA CONTENEDOR 40' st.* (USD)	TARIFA CONTENEDOR 40' hc.** (USD)
San Antonio	Puerto Cabello	1800	2400	2400
San Vicente	Puerto Cabello	1900	2600	2600

*Pies estándar

**Pies High cubite.

Observaciones:

A estas cifras se le agregan:

- Cobro de USD 180 por concepto de DTHC - Destination Handling Charge. Este recargo se refiere al manejo de carga en destino. DSH en origen: 85 USDCGF San Antonio 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD.
- CGF San Vicente 57 USD Dv /20/ 40DV/ HCB 90 USD Cobro de USD 50 por TEU, por concepto de BRS - Bunker Recovery Surcharge. Este recargo hace referencia al costo por combustible.
- Cobro de Bs. 1.500,00 + IVA (12%) por concepto de elaboración de B/Ls (Bill of Lading)

Fuente: Hapag-Lloyd Venezuela, C.A (Representantes de Compañía Sudamericana de Vapores).

Nota: Estas tarifas son actualizadas a junio de 2015, vigentes hasta el 30 de septiembre de 2015, variando según el caso, producto y ruta.

5. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

El Artículo 19 de la Ley de Medicamentos² vigente en Venezuela establece que el Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” es el organismo técnico del Ministerio del Poder Popular para la Salud que tendrá a su cargo la evaluación de todos los medicamentos introducidos a trámite de Registro Sanitario, así como los análisis de control de los productos farmacéuticos aprobados y comercializados. Desde 2005 hasta la fecha, por decreto presidencial, el Ministerio de la Salud y Desarrollo Social (MSDS) se reconoce bajo el nombre de **Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS)**.

Dicho lo anterior, el Procedimiento para Registro Sanitario de Especialidades Farmacéuticas en Venezuela, de conformidad con la Ley de Medicamentos, Gaceta Oficial N° 37.006, de fecha 3 de agosto de 2000, la Ley del

² FUENTE: Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS), disponible en: <http://goo.gl/d2oUDI>

Ejercicio de Farmacia y las Normas de la Junta Revisora del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” julio 1998, se requiere que todo producto farmacéutico esté registrado para su comercialización. A continuación, se presenta link con los pasos a seguir para registrar sanitariamente los productos farmacéuticos en Venezuela (forma breve):

<https://www.dropbox.com/s/ac1gji0gpy16g9/PASOS%20A%20SEGUIR%20PARA%20REGISTROS%20SANITARIOS%20DE%20ELABORACIONES%20FARMAC%C3%89UTICAS.pdf?dl=0>

Según lo establece el Arancel de Aduanas venezolano2 (Nomenclatura Común del Mercosur), para la importación de productos del sector farmacéutico (contemplados en la partida 3004 o la subpartida 3006.60.00) deben cumplir con los regímenes legales número 12 (Registro Sanitario expedido por el Ministerio del Poder Popular para la Salud). Es necesario que la mercancía lleve consigo el Certificado de Origen emitido por la autoridad chilena pertinente, para poder gozar de las preferencias establecidas en el ACE No. 23 mencionadas anteriormente.

6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (imágenes).

Para información de las regulaciones de etiquetados requeridos para ingreso de medicamentos al país, ingrese en el siguiente link:

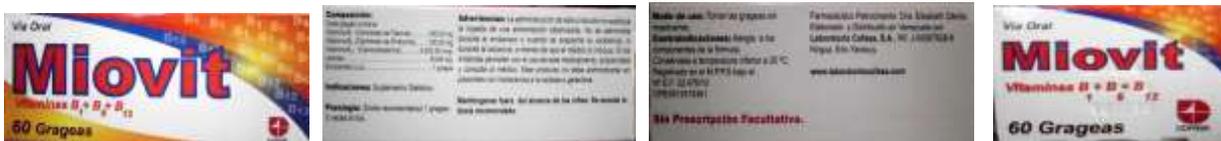
<https://www.dropbox.com/s/2af69y8x99t1r3x/Etiquetados%20requeridos%20para%20ingreso%20de%20medicamentos%20al%20mercado%20venezolano.pdf?dl=0>

A continuación algunos ejemplos de etiquetado:

Etiquetado de tabletas (Metformina Clorhidrato) – CON uso facultativo



Etiquetado de grageas (Vitaminas B1 + B6 + B12) – SIN uso facultativo



La última imagen (de izquierda a derecha), medicamento SIN uso facultativo muestra la fecha de elaboración, fecha de vencimiento y lote al que pertenece el producto. Es importante resaltar que el tipo de *gravado de relieve* usado para mostrar estos datos suele repetirse en diversos productos farmacéuticos.

7. Requerimientos de etiquetados (*links a fuentes*)

Debido a que todos los productos farmacéuticos objeto de estudio están sujetos al cumplimiento obligatorio de los regímenes legales codificados como 12 del artículo 21 del Arancel de Aduanas Venezolano, aquellos productos importados sometidos a reglamentos técnicos y al régimen de normas venezolanas COVENIN, sin perjuicio de lo que establecen dichas normas, quedan exceptuados de la presentación de la Constancia de Registro (pues así lo establece el artículo 21 del Arancel de Aduanas de Venezuela³).

8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (*links a fuentes*)

- ✓ **Instituto Nacional de Higiene “Rafael “Rangel”:** solicitud de emisión de Registros Sanitarios.
Página web: <http://www.inhrr.gob.ve/>
- ✓ **Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT):** Pago de servicios tributarios que graven la mercancía.
Página web: www.seniat.gob.ve
- ✓ **Centro Nacional de Comercio Exterior (CENCOEX):** solicitudes de adquisición y liquidación de divisas.
Página web: <http://www.cencoex.gob.ve/>
- ✓ **Banco Central de Venezuela (BCV):** SICAD o SIMADI.
Página web: <http://www.bcv.org.ve/>
- ✓ **Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS) S.A.:** solicitud de uso de los servicios portuarios que generan hecho imponible.
Página web: <http://www.bolipuertos.gob.ve/>
- ✓ **Ministerio del Poder Popular para Industrias:** solicitud y tramitación de Certificado de No Producción (CNP).
Página web: <http://www.mppi.gob.ve/ministerio>

IV. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)

1. Producción local y consumo

Venezuela posee una Industria farmacéutica de alta tecnología en la que coexisten empresas orientadas a la investigación, manufactura y comercialización. En Venezuela, como mayor parte de la región, no existe una industria farmoquímica nacional, por lo que la manufactura implica la importación de todos los componentes de los medicamentos.

En cuanto al consumo⁴, Venezuela está entre los primeros 20 países del mundo en gasto en medicamentos. Tiene el mayor crecimiento de consumo de medicamentos en América Latina (incluso más que México, Brasil y Argentina). Es importante resaltar que a junio de 2015, se estima que el mercado privado consume unos 700 millones de medicamentos anuales. Es decir, que en proporción a la población, Venezuela consume unos 23,3 medicamentos por persona. Nota: estas cifras no incluyen compras ni importaciones directas del sector público.

³ FUENTE: Arancel de Aduanas de Venezuela (Nomenclatura Común del Mercosur)

⁴ FUENTE: Entrevista al Ministro de Salud de Venezuela, Henry Ventura, en una de las principales televisoras privadas del país (24-abril-2015) con base a cifras de IMS Health Venezuela <https://www.youtube.com/watch?v=L9lvdUuUJ2M>

El mercado farmacéutico venezolano es uno de los más rentables de la región. Según información proporcionada por asociaciones gremiales del sector, este mercado ha aportado entre un 60 y 80% a la rentabilidad de las operaciones de las transnacionales establecidas en América Latina.

2. Centros de consumo y estacionalidad de demanda

En Venezuela, la demanda de productos farmacéuticos es permanente a lo largo del año, consumidos por todos los estratos sociales, incluye desde niños hasta adultos de edad avanzada y en todas las regiones del país.

Para la venta al por menor de los productos farmacéuticos, se toman en cuenta los distintos tipos de farmacias que existen en el país⁵, que son: cadenas nacionales, cadenas regionales, farmacias independientes y otros canales de distribución como los denominados autoservicios (supermercados con venta de productos farmacéuticos), en reciente implementación en Venezuela. Según cifras informadas por el Ministro para la Salud, Henry Ventura, existen unas 6.439 farmacias en todo el país.

3. Importaciones (*valor, volumen y precios promedio*) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.

Venezuela es un país altamente dependiente de las importaciones, tanto de materias primas, bienes intermedios y productos terminados. Según data recopilada por importantes actores dentro del mercado, la oferta de medicamentos está representada un 45% por productos Importados y un 55% por ensamblaje local. El valor estimado actual del mercado farmacéutico venezolano es de 11.7 billones de dólares americanos (US\$) a mayo de 2015 (12 meses). A continuación, se presenta tabla con los principales países proveedores de medicamentos según cifras oficiales locales y posición de Chile:

⁵FUENTE: Noticiero digital "Producto", con data del IMS Health Venezuela, disponible en línea:
<http://www.producto.com.ve/pro/nacionales/cadenas-farmacias-nacionales-ganan-posicionamiento-sector>

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (partida 3004.00.00) 2012-2014								
	2012			2013			2014		
	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)
ALEMANIA	1.220.951,78	1.045.893,88	188.096.753,58	1.109.761,16	954.562,22	214.159.255,39	1.509.572,85	1.292.103,80	199.313.799,61
BRASIL	2.795.041,64	2.426.394,10	239.707.301,77	2.615.878,24	2.328.438,55	224.826.271,66	1.744.495,28	1.485.721,88	191.574.688,58
CUBA	3.498.290,05	3.222.245,62	315.065.154,78	3.400.127,50	3.231.688,09	216.902.648,52	2.410.399,20	2.318.666,95	185.054.037,73
CHILE	501.565,41	311.760,83	38.015.742,24	257.990,63	152.884,07	30.888.259,58	204.997,31	116.383,95	25.825.922,09
Otros países	46.112.124,50	43.051.937,56	1.955.855.263,26	46.914.765,66	43.637.503,18	1.879.532.347,17	22.410.225,60	20.478.340,00	1.358.310.255,64
TOTAL	54.127.973,38	50.058.231,99	2.736.740.215,63	54.298.523,19	50.305.076,11	2.566.308.782,32	28.279.690,24	25.691.216,58	1.960.078.703,65
Participación de Chile en mercado venezolano (%)	0,93	0,62	1,39	0,48	0,30	1,20	0,72	0,45	1,32

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) de la República Bolivariana de Venezuela. **Consulta:** mayo de 2015.

Análisis de Importaciones de Venezuela (partida 3004): el mercado farmacéutico venezolano realizó un total de importaciones promedio anual de los últimos 3 años valoradas en 2.421 millones US\$. De este mercado de importaciones, Chile aporta un promedio mayor a 31 millones US\$. Es decir, aún queda muchísimo mercado de la industria farmacéutica en el cual Chile puede crecer. Los principales proveedores que exportaron más de 50 millones US\$ en medicamentos a Venezuela en el 2014, fueron los siguientes: Alemania, Brasil, Cuba, Francia, México, Estados Unidos, Italia, Colombia, Suiza, Argentina, Reino Unido, Uruguay y España. Chile se ubica en el puesto dieciséis como proveedor de Venezuela con exportaciones valoradas en 25 millones US\$, en una lista total de cincuenta y siete países.

Con excepción de países del MERCOSUR, Cuba y Colombia, el resto de los principales países proveedores de medicamentos a Venezuela, no poseen acuerdos comerciales que permitan un trato preferencial arancelario. El siguiente link contiene una lista de todos los países que surtieron medicamentos a Venezuela en 2014: <https://www.dropbox.com/s/j7rv369w8twb0cg/Importaciones%20%28partida%203004%29%2C%20Venezuela%20-%20Mundo%2C%20a%C3%B1o%202014.xlsx?dl=0>

PAÍS	IMPORTACIONES DE VENEZUELA (partida 3006.60.00) 2012-2014								
	2012			2013			2014		
	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)	VOLUMEN BRUTO (KG)	VOLUMEN NETO (KG)	VALOR FOB (US\$)
BRASIL	191.865,40	176.674,08	35.668.299,48	83.685,70	81.354,00	22.021.620,61	57.934,67	52.952,90	17.545.221,54
HUNGRÍA	19.859,00	18.110,00	6.774.183,00	29.225,00	26.140,00	9.385.373,30	40.238,10	35.501,94	15.470.108,00
HOLANDA	18.051,79	16.618,52	6.706.292,94	20.426,07	17.708,38	6.416.718,23	25.934,64	21.070,14	10.130.567,24
CHILE	11.290,40	10.017,40	2.973.178,44	18.214,00	16.180,15	4.199.882,57	7.543,90	6.867,54	1.423.236,80
Otros países	151.521,49	128.414,39	32.821.185,65	169.575,58	144.261,74	35.654.668,88	80.328,35	66.198,24	19.737.548,39
TOTAL	392.588,08	349.834,39	84.943.139,51	321.126,35	285.644,27	77.678.263,59	211.979,66	182.590,76	64.306.681,97
Participación de Chile en mercado venezolano (%)	2,88	2,86	3,50	5,67	5,66	5,41	3,56	3,76	2,21

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE) de la República Bolivariana de Venezuela. Consulta: mayo de 2015.

Análisis de Importaciones de Venezuela (subpartida 3006.60.00): el mercado farmacéutico venezolano –segmento de anticonceptivos hormonales–, realizó un total de importaciones promedio anual de los últimos 3 años valoradas en poco más de 25 millones US\$. De este mercado de importaciones, Chile aporta un promedio cerca de 3 millones US\$, es decir: aún queda muchísimo mercado de la industria farmacéutica en el cual Chile puede crecer. Los principales proveedores que exportaron más de 1 millón US\$ en anticonceptivos hormonales a Venezuela en el 2014, fueron los siguientes: Brasil, Hungría, Holanda, México, España, Alemania, Uruguay, Irlanda y Chile. Chile se ubica en el noveno puesto como proveedor de Venezuela, en una lista de dieciséis países. En cuanto a los países competidores, es muy **evidente** que Brasil (país que encabeza la lista de competidores) ha tenido una importante baja en su participación dentro del subsector. Mientras que, Hungría y Holanda -países que siguen la lista-, han tenido un alza en su participación dentro del mercado.

Con excepción de países del MERCOSUR, los demás principales países proveedores de anticonceptivos hormonales a Venezuela, no tienen acuerdos comerciales que permiten un trato preferencial arancelario. El siguiente link contiene una lista de los demás países, que surtieron de anticonceptivos hormonales a Venezuela en 2014: <https://www.dropbox.com/s/6efvsmqn5isglum/Importaciones%20%28partida%203006.60.00%29%2C%20Venezuela%20-%20Mundo%2C%20a%C3%B1o%202014..xlsx?dl=0>

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Estructura de comercialización.

Los principales actores de la cadena de distribución en la comercialización del mercado farmacéutico en Venezuela (sector privado), son:

- ✓ Casas de Representación (de laboratorios farmacéuticos o de cadenas de farmacias autorizadas para la representación e importación directa).
- ✓ Droguerías (distribuidores mayoristas).
- ✓ Tiendas especializadas: *retailers* de productos farmacéuticos como: cadenas de farmacias nacionales, cadenas de farmacias regionales o farmacias independientes.
- ✓ Otros canales de distribución: clínicas, hospitales, ambulatorios u otros centros de salud autoservicios (supermercados con venta de productos farmacéuticos), en auge en Venezuela.

2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista (canal privado)



Legenda: (*) Es importante destacar que desde el jueves 23 de abril de 2015 el ministro para la Salud, Henry Ventura, activó el nuevo Sistema Integrado de Acceso a Medicamentos (SIAMED⁶) que según indicó permitirá que los medicamentos se distribuyan de manera equitativa según las necesidades de los consumidores finales. El SIAMED funciona de la siguiente manera: 1. El paciente se registra en la farmacia más cercana a su domicilio. 2. Recibe un mensaje de aprobación de registro. 3. Se le notifica vía SMS una vez que su medicamento ha llegado a la farmacia. 4. Retira su medicamento

El Sistema actualmente funciona con medicamentos para tratar enfermedades cardiovasculares, endocrino – metabólicas y neurológicas porque son las 3 primeras causas de mortalidad en el país. Posteriormente, funcionará con otros medicamentos.

En levantamiento de información de mercado con actores relevantes de la industria, y avalado por el Ministro de la Salud, se conoce de la existencia de un mercado no oficial de comercialización de medicamentos por parte de personas naturales hacia Colombia e islas del Caribe de los medicamentos y demás implementos de la Salud, en especial aquellos que tienen un Precio de Venta Máxima al Público (PVMP). Esto ha incidido en el incremento del consumo per cápita de medicamentos que presenta Venezuela.

3. Poder de decisión compra y toma de decisión a lo largo de la cadena

⁶ FUENTE: portal oficial del MPPS, para mayor información: <http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/SIAMEDweb.pdf>

Según información proporcionada por actores calificados dentro del sector público, las características a evaluar en los potenciales proveedores es que los productos estén alineados a las demandas de medicamentos de la nación (pues actualmente hay menos divisas para comprar y mayores necesidades), así como que exista un equilibrio en el factor precio/calidad. Asimismo, los medicamentos ofrecidos por proveedores extranjeros deben contar con la aprobación de los respectivos Registros Sanitarios en Venezuela.

Los proveedores de componentes para ensamblaje de medicamentos o productos finales para consumo humano, deben cumplir con las rigurosas y efectivas normas para Registros Sanitarios del MPPS. La toma de decisión de compra radica en los en las Casas de Representación.

4. Estrategia y política de diferenciación de minoristas (precio, calidad, sustentabilidad, mix, etc.).

De acuerdo a la información recopilada, en las categorías investigadas no se observan políticas de diferenciación de minoristas en función del precio o calidad, etc., pues el consumidor venezolano tiende a ser muy fiel a las marcas (en función de la disponibilidad), adicional que existe regulación de precios en una buena lista de productos que deben tener un precio máximo de venta al público.

Para consultar última lista de medicamentos prioritarios que poseen regulación de precios máximos de venta al público, publicada por las autoridades, visitar el siguiente link: <http://historico.tsj.gob.ve/gaceta/septiembre/260907/260907-38777-07.html>

Sin perjuicio de lo anterior, existen políticas de diferenciación de minoristas, específicamente en las principales cadenas retail de farmacias Locatel y Farmatodo, que realizan actividades de responsabilidad social, tales como jornadas de vacunación, chequeos nutricionales u oftalmológicos gratuitos, actividades deportivas, entre otros.

5. Segmentación de *retailers* y otros actores de la cadena de distribución (*precio, calidad*) y política comercial. Matriz de posicionamiento de *minoristas (calidad vs. precio)*.

Según data publicada por la Revista Producto en base a cifras del IMS Health Venezuela, disponible en <http://www.producto.com.ve/pro/nacionales/cadenas-farmacias-nacionales-ganan-posicionamiento-sector> en el año 2014 las cadenas de farmacias nacionales representaron un alza en su participación como canal de distribución de medicamentos, a pesar de que las farmacias independientes siguen llevándose la mayor parte de la torta. El mercado *retail* de todos los medicamentos se divide en:

- ✓ Farmacias independientes (crecieron 5,3%, alcanzando 50% de participación de mercado).
- ✓ Cadenas nacionales farmacéuticas (representaron 38,2% en su participación de mercado, tuvieron un incremento del 12% con respecto a 2013 gracias a la apertura de más puntos de venta). Este tipo de cadenas han sido muy bien recibidas por la población en general.
- ✓ Cadenas regionales farmacéuticas (que representaron un 10,6% en su participación, decrecieron al menos 2% con respecto a 2013).
- ✓ Otros canales de distribución son los denominados *autoservicios* (supermercados con venta de productos farmacéuticos, en auge en Venezuela, con participación del 1,2%).

6. Exigencias de certificaciones de minoristas (*'Fair Trade'*) según segmentación.

Las empresas *retailers*, del sector de medicamentos, dedicadas al almacenamiento y distribución de medicamentos deben apegarse a las Normas de Buenas Prácticas de Distribución de la Junta Revisora del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel". Debido a que el sector farmacéutico cuenta con una reconocida significativa y efectiva regulación sanitaria (por parte del sector público y privado), las tiendas minoristas no compran a cualquier proveedor solo por obtener mejores costos. A continuación, se muestran breves y significantes exigencias a cumplir para el funcionamiento de un Establecimiento *retail* :

- ✓ Permiso de instalación y funcionamiento del establecimiento otorgado por el Ministerio del Poder Popular para la Salud.
- ✓ Título profesional del farmacéutico Regente.
- ✓ Registros que avalen el cumplimiento de lo señalado en el permiso de funcionamiento.

Adicionalmente, en cada establecimiento deben existir otros documentos complementarios que se contemplan en las Normas de Buenas Prácticas de Distribución⁷. Nótese que el **artículo 11** hace hincapié en que los medicamentos importados, deben estar registrados o autorizados, según el caso por el Ministerio del Poder Popular para la Salud y deben quedar respaldados por la documentación exigida por las normas anteriormente expuestas.

7. Organismos certificadores aceptados o exigidos por importadores y *retailers* y legislación local al respecto (*links*).

Los diferentes procesos involucrados en la compra, importación, recepción, almacenamiento, despacho y distribución de los medicamentos deben realizarse cumpliendo procedimientos establecidos que garanticen el mantenimiento de la calidad de los medicamentos. De esta forma, la Junta Revisora del Instituto Nacional de Higiene "Rafael Rangel" (INH"RR") a través de las Normas de Buenas Prácticas de Distribución establece las condiciones necesarias para habilitar la comercialización de productos farmacéuticos.

Dice el artículo 13 de estas normas: la compra de medicamentos debe realizarse bajo las siguientes condiciones:

- ✓ La compra de medicamentos debe realizarse solo a proveedores debidamente registrados ante el Ministerio del Poder Popular para la Salud, el cual deberá mantener actualizada y disponible la lista de los mismos.
- ✓ Los medicamentos deben estar avalados por un Certificado de Control de Calidad original o copia que avale la fiabilidad de los resultados

8. Tiendas especializadas del producto

Las tiendas especializadas en la venta de medicamentos farmacéuticos lo constituyen en Venezuela las farmacias, que se dividen en cadenas nacionales, cadenas regionales y farmacias independientes. Dentro de las cadenas de farmacias con cobertura a nivel nacional, se destacan:

FARMATODO, C.A. es la empresa pionera en la implantación y desarrollo del concepto de farmacias autoservicio en Venezuela y que se dedica a la comercialización directa de medicamentos. Inició en 1918, como Droguería

⁷ Para mayor información visite el Portal Oficial del INHH"RR", disponible en línea: http://www.inhrr.gob.ve/pdf/pdf_jr/normas_de_buenas_practicas_de_distribucion.pdf

Lara, y con el pasar de tiempo paso a ser una de las Cadenas Nacionales Farmacéuticas más importantes del país. Gracias a su ética, accesibilidad y compromiso ha establecido una conexión con el consumidor venezolano de reconocimiento “*La Casita Azul*”. A la fecha, FARMATODO tiene 167 sucursales en todo el Territorio Nacional. Para mayor información de esta Cadena Nacional Farmacéutica: www.farmatodo.com.ve

LOCATEL, AUTOMERCADO DE SALUD, es una corporación con un concepto único, innovador y exitoso. Al igual que otras Cadenas Nacionales, gracias a sus objetivos de cuidar la salud de sus clientes, y sustentado en los distintos planes y jornadas de salud que lleva a cabo, ha sido muy aceptada por el consumidor venezolano, creando una conexión con sus clientes de forma rápida. LOCATEL inició en Venezuela en 1979 y cuentan con las farmacias más surtidas y con la más variada oferta en productos de la salud. A la fecha, cuenta con más de 60 sucursales en todo el territorio del país. Su visión es *ser reconocido como la primera opción de salud y bienestar al detal para toda la población*. Para mayor información de esta empresa, visitar: www.locatel.com.ve

De las farmacias como tiendas especializadas, según cifras fuente IMS Health Venezuela difundidas por el Ministro Henry Ventura a través de una entrevista en una de las principales televisoras del país, se calcula que existen más de 6.400 farmacias (se toman en cuenta: las farmacias independientes, cadenas nacionales farmacéuticas y cadenas regionales farmacéuticas). Adicionalmente, están otros canales de distribución se consideran las clínicas, los ambulatorios, los hospitales, los distintos centros médicos y los denominados autoservicios (supermercados con venta de productos farmacéuticos, en auge en Venezuela).

Según información suministrada por la Asociación Venezolana de Clínicas y Hospitales (AVCH⁸), existen unas 236 clínicas afiliadas a este organismo gremial.

9. Marcas propias en *retail*

De los productos objeto de estudio no se observan marcas propias en *retailers*. Pero es importante destacar que Farmatodo, C.A., la cadena nacional farmacéutica líder en Venezuela cuenta el programa **Fórmula Magistral**⁹ que consiste en la elaboración de fórmulas dermatológicas personalizadas (según rúcipe con la receta que formuló el doctor). Programa habilitado en las 167 sucursales del territorio nacional. Esto está sujeto a la existencia de los componentes para la elaboración del producto.

10. Distribución Online

Varias de las principales cadenas farmacéuticas cuentan con una base de datos *online* que permite a los consumidores finales consultar ubicación, disponibilidad, precio y otras características de los medicamentos y demás productos para la salud, así como asesoría para compras corporativas. Las compras corporativas se manejan como servicio especializado para clientes corporativos, bajo el modelo de Convenios, que permite ofrecer servicios de continuo suministro de medicamentos a través de las distintas redes de farmacias a nivel nacional. Las principales cadenas que cuentan con este servicio, son: *FARMATODO, LOCATEL, VENEZUELA Y FARMACIAS FARMAHORRO*.

⁸ FUENTE: Asociación Venezolana de Clínicas y Hospitales (AVCH), disponible en: <http://avch.org.ve/>

⁹ FUENTE: Portal web de FARMATODO, C.A.: <http://www.farmatodo.com.ve/Salud/F%C3%B3rmulasMagistrales.aspx>

VI. Consumidor

1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, étnicos, etc.).

En el subsector de medicamentos para consumo humano se comercializan en Venezuela en todas las regiones del país, en todos los estratos sociales de acuerdo a las patologías, necesidades y prioridades del consumidor en el momento de la compra según indicaciones de su médico y sin distinción étnica, cultural o religiosa, siendo el factor determinante en la actualidad, la disponibilidad del producto en el punto de venta y desde luego el precio. Con relación a los anticonceptivos, subpartida 3006.60.00, el target de consumidor usualmente son los mayores de edad, que en Venezuela es a partir de los 18 años, sin embargo, al tratarse de métodos anticonceptivos, los menores de edad (16 o 17 años) son frecuentes y potenciales consumidores también.

Por lo general, el consumidor venezolano en el sector farmacéutico es tradicionalmente fiel a las marcas, que se asocian a buena calidad, sin embargo, en la actualidad, debido a los altos niveles de escasez, la fidelidad de marca ha pasado a segundo lugar, siendo preponderante la consecución de un producto con marca comercial o genérico del mismo principio activo originalmente buscado o en su defecto, la búsqueda de productos similares o sustitutos, previa consulta con el médico tratante.

2. Centros de consumo (regiones/ciudades) y estacionalidad de demanda

El consumo de productos farmacéuticos en Venezuela es constante durante el año y en todas las regiones del país, no existe a la fecha, estacionalidad de la demanda. Sin embargo, debido a los altos niveles de escasez e inestabilidad de inventarios, la demanda de medicamentos se encuentra actualmente distorsionada, por cuanto el consumidor compra medicamentos que no necesariamente va a consumir en forma inmediata, como medida de precaución si lo llegara a necesitar y ya no lo encuentre.

Por otra parte, aun cuando no es un segmento considerado directamente en el presente perfil de mercado, es importante destacar que al cierre del año 2014, según cifras oficiales, las importaciones totales de Venezuela de la glosa 33.04 que incluye **cremas para el cuidado de la piel**, bronceadores, protectores y preparaciones de belleza y maquillaje, se ubicaron en USD 67,8 millones, de los cuales USD 2,6 millones fueron procedentes desde Chile, lo que demuestra las necesidades existentes en el país donde Chile posee espacio para crecer en su participación de mercado. De acuerdo al código arancelario involucrado, y confirmado por actores relevantes del mercado farmacéutico, algunos medicamentos dermatológicos destinados al cuidado de la piel, puedan estar clasificados en la partida 33.04. Se sugiere contactar a la Oficina Comercial para mayor información.

3. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad etc.)

Los distintos estratos de la sociedad prefieren productos originales, que lleven tiempo en el mercado y que sean de alta calidad. Según información suministrada por fuentes de opinión calificada del sector, el paciente venezolano es *leal a la marca* y se abstiene, en la medida de lo posible, a los productos genéricos y a las copias.

Esto se refleja en estadísticas que reflejan que un 82% de los productos del mercado son originales, entre el 15% y 16% son genéricos, y el restante son medicamentos “similares” o “copias” que son rechazados por la población general ya que no pueden garantizar científicamente la misma eficacia terapéutica.

4. Productos sustitutos y similares.

La gran mayoría de los productos objeto de estudio tienen productos sustitutos y similares. Unos pueden tener mayores competidores y otros no, por ejemplo: la *Digoxina marca OFA 0,25 mg*, es un medicamento de origen chileno que no tiene competencia, puesto que no hay ningún otro competidor que oferte este fármaco en tabletas. En el caso de anticonceptivos hormonales, por ejemplo: *Dixi-35* (de origen chileno) que entre sus competidores está la marca *Belara* (de origen alemán).

Para mayor información sobre los productos sustitutos o similares de los medicamentos que desee comercializar el exportador en Venezuela, la Oficina Comercial – Venezuela pone a disposición un estudio más profundo en este ámbito.

En cierto grado, debido a la escasez de productos farmacéuticos en el país, se conoce de un aumento en el uso de medicinas naturistas, la homeopatía, las medicinas caseras, e incluso la acupuntura como métodos para remediar enfermedades.

5. Requerimientos según características/composición y hábitos de la población

Por lo general, patologías sencillas como un resfriado, dolores musculares, de cabeza o estomacales, el consumidor venezolano tiende a auto-medarse con productos farmacéuticos sin prescripción que tenga disponible en su hogar (OTC). Para enfermedades o patologías de mayor complejidad, el paciente se guía por la recomendación o prescripción de un especialista médico, con preferencia a los medicamentos de marcas comerciales reconocidas. Los requerimientos van a variar de un consumidor a otro, en función de la patología específica, la recomendación médica y la disponibilidad del producto que sea recetado.

VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*)

En Venezuela no existen fuentes oficiales de información que cuantifiquen la cantidad de marcas en el mercado. Según la información recopilada de fuentes calificadas, la oferta farmacéutica venezolana está representada aproximadamente por 1.435 moléculas en 9.561 representaciones farmacéuticas. Los productos importados provienen de diversos orígenes e introducen la innovación farmacológica en el mercado incluyendo tratamientos de última generación y productos de alto costo. En cuanto a la manufactura nacional, en Venezuela existen alrededor de 30 plantas farmacéuticas, incluyendo las operadas por transnacionales. Los laboratorios que manufacturan localmente basan su estrategia de producción en la formulación y acondicionamiento de principios

activos, dependiendo altamente de componentes importados y en otros casos de la importación del producto terminado proveniente de empresas filiales.

Dependiendo del principio activo, medicamento y/o uso terapéutico involucrado, la Oficina Comercial puede prestar asesoría a laboratorios farmacéuticos chilenos interesados en incursionar el mercado, con relación a las marcas líderes del mercado según el segmento de producto y consumidor involucrado, presentaciones, entre otros.

2. Segmentación de competidores (commodity, nicho, etc).

En Venezuela existen tres principales organismos gremiales que agrupan a la mayoría de los actores de la industria farmacéutica local, incluyendo fabricantes e importadores (casas de representación):

- ✓ La Cámara Venezolana del Medicamento (CAVEME): Agrupa a las empresas farmacéuticas internacionales que investigan y desarrollan nuevos medicamentos que contribuyen a resolver los problemas de la salud en Venezuela así como en el resto del mundo, a la fecha cuenta con 25 afiliados. www.caveme.org
- ✓ La Cámara de la Industria Farmacéutica (CIFAR): Representa empresas farmacéuticas nacionales y regionales ante instancias gubernamentales para facilitar el desempeño como proveedores confiables de medicamentos en mercado venezolano, a la fecha agrupa treinta y tres (33) empresas productoras y/o importadoras de medicamentos. www.cifar.org.ve
- ✓ La Cámara Nacional de Medicamentos Genéricos y Afines (CANAMEGA): Agrupa las empresas productoras e importadoras de medicamentos genéricos que agrupa 47 afiliados. Este gremio no posee una página oficial.
- ✓ Además, según la información recopilada, hay otros 15 laboratorios y casas de representación que no están afiliadas a ningún organismo gremial.

Tal como se indicó, se estima que el mercado farmacéutico venezolano se ubica al mes de junio de 2015 en ventas en torno a las 700 millones de unidades incluidas todas las especialidades farmacéuticas y medicamentos genéricos, equivalentes a un monto superior a los 12.000 millones de dólares. De acuerdo a la información recopilada de diversas fuentes, en unidades, los principales actores en el mercado y su participación son los siguientes: Leti Corporación (13,5%); Corporación La Santé (6,4%); Pfizer Corp (6,2%); Sanofi Aventis Corp (6,1%); Orbis Pharmaceutic (5,1%); Corporación Elmor (5%); Farma Corp (3,6%); Roemmers Corp (3,3%); L.O.Oftalmi (3,3%); Bayer Corp (2,93%), representando estos 10 actores un 55,8% de las ventas en unidades en el mercado, dentro de los cuales se encuentra Elmor que trabaja con Laboratorios Chile. Por otra parte, según la investigación desarrollada, los principales competidores en mercado de anticonceptivos hormonales son el Grupo Bayer; Merck Sharp & Dohme, y en tercer lugar en importancia este tipo de medicamentos de origen chileno que comercializa en el mercado Recalcine / Recben Xenerics Farmacéutica Limitada.

De los 120 laboratorios y casas de representación en Venezuela, existen 29 plantas industriales distribuidas de la siguiente forma: 14 plantas afiliadas a la Cámara de la Industria Farmacéutica (CIFAR), 9 plantas afiliadas a la Cámara Nacional de Medicamentos Genéricos y Afines (CANAMEGA), 3 plantas afiliadas a la Cámara Venezolana del Medicamento (CAVEME) y otras 3 plantas que no están afiliadas a ninguna cámara. La siguiente tabla refleja la estructura de la Industria Farmacéutica por participación por Cámaras en Venezuela:

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA POR PARTICIPACIÓN SOLO DE CÁMARAS			
	2012	2013	2014
Mercado Total de Unidades	639.550.367	706.832.422	696.401.415
CAVEME	53%	52%	50%
CIFAR	23%	23%	24%
CANAMEGA	24%	25%	26%

Fuente: elaboración propia de ProChile – Venezuela, con cifras proporcionadas por importantes participantes del sector.

Dependiendo del principio activo, medicamento y/o uso terapéutico involucrado, la Oficina Comercial puede prestar asesoría a laboratorios farmacéuticos chilenos interesados en incursionar el mercado, con relación a la segmentación de competidores según el tipo de producto y consumidor involucrado.

3. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (*fair trade, sustentabilidad, eco friendly, etc*).

El punto clave de diferenciación viene dado por la calidad del medicamento (cumplimiento de la normativa y efectiva regulación sanitaria) y por la asistencia a la prioridad de la demanda local.

4. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*).

Ejemplos de productos de origen chileno presentes en el mercado versus competidores

PRODUCTO / PRINCIPIO ACTIVO	ORIGEN	PRECIO (MONTO Bs.)
Digoxina marca OFA 0,25 mg (30 comprimidos) Genérico	Chile (no posee competencia porque no hay más nadie en el mercado que actualmente ofrezca este producto en tabletas)	6
Anticonceptivo marca Dixi-35 (21 comprimidos)	Chile	174
Anticonceptivo marca Belara (21 tabletas)	Alemania	250
Inyectable de uso hospitalario Diclofenac Sódico ampolla 75 mg x 3 ml (*)	Chile	0,66
Inyectable de uso hospitalario Diclofenac Sódico ampolla 75 mg x 3 ml (*)	Colombia, México, Chile, India	0,66
Inyectable de uso hospitalario Amikacina	Chile	1,20

ampolla 100 mg (*)		
Inyectable de uso hospitalario Amikacina ampolla 100 mg (*)	Colombia, India, China y México	1,20

Tipo de cambio oficial: Bolívares 6,30 por dólar.

(*) Productos sujetos a regulación de precios independientemente del origen.

Desde el año 2003 existe una lista de medicamentos considerados por el Gobierno venezolano como prioritarios, que poseen regulación de precios máximos de venta al público. Actores del sector han manifestado en reiteradas ocasiones que muchos medicamentos no han tenido las modificaciones en los precios regulados y éstos no se ajustan a la estructura de costos del fabricante y/o importador, lo que ha contribuido a los importantes niveles de escasez que presenta el mercado farmacéutico venezolano.

Para consultar última lista publicada por las autoridades, visitar el siguiente link:

<http://historico.tsj.gob.ve/gaceta/septiembre/260907/260907-38777-07.html>

5. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores

Es importante resaltar que todos los productos para la salud que ofrezca Chile a Venezuela se encuentran beneficiados de la exoneración total de aranceles en el marco del ACE Nº 23, vigente entre ambos países, lo que resulta muy atractivo para importadores venezolanos, en comparación a otros orígenes.

Al cierre del año 2014, de un total de 72 mercados de destino, Venezuela se mantiene en el primer destino de las exportaciones de productos e insumos para la salud de Chile al mundo, para ubicarse en USD 44,5 millones y presentar un espectacular crecimiento de un 169,3% versus el año inmediatamente anterior. Al cierre del año 2014, según cifras oficiales venezolanas, las importaciones totales de Venezuela de la glosa 30.04 (medicamentos) se ubicaron en USD 1.960 millones de dólares, lo que demuestra las grandes necesidades existentes en el país donde Chile posee mucho espacio para crecer.

Aunque a la fecha Chile no tiene fuerte presencia en valores en dólares en el mercado (en comparación a otros países proveedores), nuestro país posee un importante prestigio, presencia y precios competitivos en medicamentos inyectables de uso hospitalario (liderados por psicotrópicos, anestésicos, antibióticos y cardiovasculares); y en la categoría orales, compite muy bien en cardiovasculares genéricos (ejemplo Digoxina), sistema nervioso y anticonceptivos, ocupando Chile en esta última categoría el tercer lugar en importancia en el mercado, se estima que por encima de un 10%, según importantes fuentes del sector.

6. Especificaciones tamaños: (imágenes)

Las especificaciones por tamaños variarán según el producto, patología y la presentación del medicamento (por ejemplo: tabletas, inyectables, descartables, etc.). Sin embargo debe cumplir con ciertas normas que se verán en el siguiente punto.

7. Formato envasado: materiales (reciclado, biodegradable, etc.), formas y otros elementos diferenciadores (imágenes).

La Junta Revisora del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” regula el formato de envasado a través de las **Normas de las Formas Farmacéuticas, Envases y Medidas Dispensadoras**¹⁰. Las características de envasado varían según la presentación del producto, por ejemplo si son: aerosoles, ampollas, envase hospitalario, envases plásticos para inyectables de gran volumen (en solución), frasco-ampolla o bandas de garantías. Estas mismas normas regularán las formas de farmacéuticos así como las medidas dispensadoras cuando los productos la requieran.

Ejemplos de formatos de envases



8. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes).

Importantes actores dentro del sector destacan que la principal estrategia de marketing del sector farmacéutico en Venezuela se lleva a cabo por intermedio de los visitadores médicos para presentar los productos farmacéuticos o los anticonceptivos sofisticados, con la calidad y garantía del producto, hasta los médicos especialistas, que una vez evaluado el producto, funciones y calidad se encargará de prescribirlos o recomendarlo a sus pacientes (consumidor final). Esto funciona en alto porcentaje como campaña MKT debido a que el consumidor venezolano prefiere los productos de calidad de marcas reconocidas y que según sea el caso sean por recomendación o facultad de su médico de confianza.

De acuerdo a la investigación efectuada, los importadores de productos farmacéuticos establecen estrategias de marketing, rigiéndose por la *Norma de Publicidad* de la Junta Revisora del Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” disponible en el siguiente link de la página: http://www.inhrr.gob.ve/junta_revisora.php

¹⁰ FUENTE: página oficial de la Cámara Venezolana del Medicamento, disponible en: <http://www.caveme.org/asuntos.aspx?i=3&s=42&p=1>

La promoción y publicidad de medicamentos deberá realizarse de conformidad con lo establecido en la Ley de Medicamentos, en la Norma para la Promoción y Publicidad de los Medicamentos, y los criterios para la promoción y publicidad de la Organización Mundial de la Salud en concordancia con la política sanitaria nacional.

Por otra parte, en Venezuela existen importantes revistas especializadas a disposición en salas de espera de pacientes, blogs y destacados portales en redes sociales vinculadas al sector salud, en donde permanentemente los laboratorios insertan avisos publicitarios de productos que se desean promover, así como la publicación de artículos e informaciones vinculadas a investigaciones realizadas, adelantos tecnológicos, actividades de responsabilidad, social, entre otros. También los principales diarios de circulación nacional, y canales de televisión, usualmente poseen una columna, sección o espacio, destinado a la divulgación de temas vinculados a la salud. De igual manera, las principales cadenas de retail de productos para la salud, LOCATEL y FARMATODO, poseen su propia revista especializada para la publicación de publicidad y noticias del sector, de interés para el consumidor final. En la sección XI, links de interés, se incluye información de portales de medios representativos del sector.

9. Organismos (*retailers*, ONGs, etc.,) con influencia en determinación de tendencias (sustentabilidad) y decisión de compra.

Según información suministrada por una Consultora del área, los Organismos que destacan con gran influencia dentro del sector son: la Organización Mundial de la Salud (OMS), el *IMS Health Venezuela* y la Organización Panamericana de la Salud (OPS). La industria farmacéutica venezolana se apega mucho a las normativas, reglas o estándares internacionales que velen por el cuidado de la Salud del ser humano.

VIII. Compras del sector público

1. Actores de la cadena de distribución.

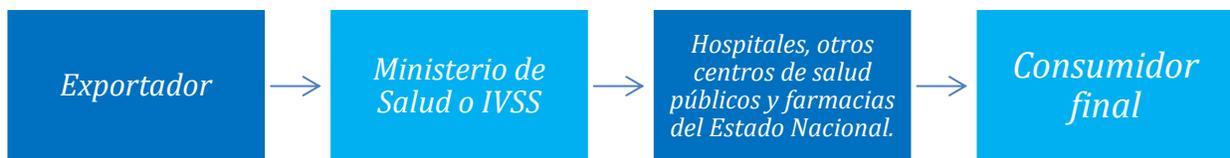
Los principales actores de la cadena de distribución en la comercialización del mercado farmacéutico en Venezuela (sector público), son:

- ✓ Según cifras recopiladas a través de entrevistas de opinión calificada, en Venezuela existen unos 300 hospitales en el sector público bajo dependencia del Estado Nacional de los cuales 34 pertenecen al Instituto Venezolano de los Seguros Sociales, IVSS, y el restante es administrado entre el MPPS y Sanidad Militar. Completan el número de centros de atención médica 6 mil 712 Consultorios Populares; 562 Centros de Diagnóstico Integral (CDI); 584 Salas de Rehabilitación Integral (SRI) y 35 Centros de Alta Tecnología.
- ✓ Corporación Nacional de Insumos para la Salud (CONSALUD) es el organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS) que se encarga de ejecutar la importación, promoción y distribución de medicamentos para uso humano, del sector público (Petróleos de Venezuela, Sanidad de las Fuerzas Armadas, red hospitalaria, entre otros organismos del sector).
- ✓ Servicio Autónomo de Elaboraciones Farmacéuticas (SEFAR) es un órgano adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS), se encarga de apoyar los diferentes programas de salud del Estado, mediante la adquisición, producción, almacenamiento y distribución de medicamentos. Entre el año

2012 y 2014, el SEFAR tan solo produjo el 3,40% de todos los medicamentos que se lograron distribuir en el territorio nacional. Es decir, que el sector privado a cargo de producir y/o importar el restante de medicamentos distribuidos en Venezuela, tuvo una participación del 96,60%¹¹.

- ✓ Instituto Venezolano de Los Seguros Sociales (IVSS): este es otro ente público facultado para procesar compras masivas, según inventario y tipos de fármacos. El IVSS se encarga de abastecer medicamentos, equipos e insumos médicos a 34 hospitales, 5 clínicas populares y 64 ambulatorios.
- ✓ Farmacias públicas: FUNDAPATRIA es la red estatal que cuenta como más de treinta sucursales en el país. Su creación fue asesorada por FUNDAFARMACIA (red farmacéutica representada por CAVEME y CIFAR).
- ✓ Otros puntos de venta o suministro de medicamentos: hospitales, ambulatorios y otros centros de salud, farmacias administradas por el Estado Nacional, farmacias hospitalarias que funcionan dentro de los centros asistenciales.

2. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista (compras públicas).



3. Poder de decisión de compra y toma de decisión a lo largo de la cadena (compras públicas)

Por lo general, tanto el Ministerio del Poder Popular para la Salud, realizan las compras de medicamentos en moneda local a los laboratorios farmacéuticos establecidos en Venezuela (fabricantes), a las droguerías (canal mayorista), así como a las casas de representación (importadores y representantes de laboratorios extranjeros).

Adicionalmente, en función de las necesidades o requerimientos urgentes, ambos organismos también pueden hacer negociaciones directas con proveedores en el exterior para las compras directas en moneda extranjera (USD).

Para ejecutar compras públicas, el Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS) o el Instituto Venezolano de Los Seguros Sociales (IVSS) elabora informe técnico del requerimiento que se tramita el requerimiento de medicamentos ante la Corporación Venezolana de Comercio Exterior S.A. (CORPOVEX), ente adscrito al Centro Nacional de Comercio Exterior que centraliza la adquisición de bienes y servicios a través de proveedores internacionales y se ejecuta el pago por intermedio del Banco Central de Venezuela.

¹¹ FUENTE: prensa EL NACIONAL, con cifras de Memoria y cuenta Ministerio del Poder Popular para la Salud – años 2012 al 2014. http://www.el-nacional.com/sociedad/divisas-Sefar-redujo-produccion-medicamentos_0_605939534.html

Nota importante: todo exportador de Chile que desee ejecutar ventas directas al Gobierno Nacional, debe estar registrado como proveedor internacional en la Corporación Venezolana de Comercio Exterior S.A. e idealmente contar con algún representante en el mercado para hacer seguimiento a la negociación y documentación.

A continuación, se facilita el link con la planilla para el registro de proveedores internacionales en CORPOVEX: <https://www.dropbox.com/s/xpm293cr0vhlqae/REGISTRODE%20PROVEEDORES%20INTERNACIONALES.pdf?dl=0>

Por su parte, los organismos CONSALUD y SEFAR anteriormente descritos, se encargan de prestar todo el apoyo logístico vinculado a la importación de medicamentos e insumos médicos destinados a la red hospitalaria pública.

Es importante destacar que los organismos públicos se encuentran abiertos a evaluar la oferta de Chile de medicamentos y no es limitación que no cuenten con registros sanitarios pues, en función de las necesidades y prioridades, estos organismos pueden gestionar en corto plazo registros sanitarios a su nombre para la importación de los medicamentos que se requieran en el país. En el siguiente link se podrá consultar a modo de ejemplo, la lista de medicamentos masivos y de alto costo que requiere en la actualidad el Instituto Venezolano de los Seguros Sociales:

<https://www.dropbox.com/s/rtovvxlan0q0sp0/IVSS%20LISTA%20MEDICAMENTOS%20REQUERIDOS%20MASIVO%20Y%20ALTO%20COSTO%20AL%2011%20JUN%202015.pdf?dl=0>

IX. Opiniones de actores relevantes en el mercado

- El mercado farmacéutico venezolano es uno de los más rentables de la región. Según información proporcionada por asociaciones gremiales del sector, este mercado ha aportado entre un 60 y 80% a la rentabilidad de las operaciones de las trasnacionales establecidas en América Latina.
- Venezuela es un país que, a pesar de su situación económica y escasez de divisas, tiene altos niveles de consumo de unidades de medicamentos (entre los más altos del mundo). Ocupa el puesto N° 18 de los países que más invierte en medicinas.
- Como lo ha denunciado el Ministro del Poder Popular para la Salud, actores del sector han declarado que existe un importante volumen de medicamentos que son comprados a precios regulados por personas naturales y trasladados a Colombia e Islas del Caribe, lo que ha presionado al alza los ya altos niveles de consumo per cápita de medicamentos del país, que ya es el más alto de la región, para ubicarse por encima de las 23 unidades por habitante/año.
- Sigue siendo tema de agenda en actores del sector, el considerable retraso en las liquidaciones de divisas oficiales al sector farmacéutico. Sin embargo, el mayor volumen de la deuda corresponde al año 2013 y 2014, reconociéndose que en 2015 se observa mejor flujo que en años anteriores, manteniéndose como sector prioritario en la asignación de divisas por parte del Gobierno Nacional.
- El sector farmacéutico venezolano sigue presentando altas tasas de escasez y desabastecimiento, especialmente de productos que poseen regulación de precios. Según cifras no oficiales, se estima que a la fecha las fallas en marcas se ubican en 60%, mientras que las fallas en unidades de medicamentos alcanzan el 75%. Con relación al sector público, en entrevista a la Federación Farmacéutica Venezolana (FEFARVEN) en un reconocido canal de noticias, anunció que según cifras que maneja la Federación existe un 60% de escasez de medicinas en los centros de salud pública.

- Con relación a los equipos e insumos médicos, incluyendo odontológicos, se estima que alrededor de un 98% de las necesidades del país son de origen importado, para ser destinados tanto al sector público como privado. El gobierno ha otorgado especial importancia a destinar recursos para centros de atención hospitalaria a la población de bajos ingresos, que también requieren gran cantidad de equipos e insumos en todas las zonas del país. Este subsector también posee altos niveles de escasez y retrasos en las autorizaciones de divisas.
- Empresas del sector farmacéutico en Venezuela, tanto laboratorios como casas de representación, han manifestado interés en conocer mayor información de la oferta de Chile de productos farmacéuticos, así como también de productos naturales, multivitamínicos y dermo-cosméticos, para el establecimiento de relaciones comerciales mutuamente favorables.
- Por otra parte, debido a la importante escasez de insumos para la industria farmacéutica en el país, empresas del sector farmacéutico venezolano han demostrado interés en evaluar también la oferta exportable chilena de otros insumos necesarios para la industria, como: frascos de vidrio, envases de plásticos, tapas, foil de aluminios, entre otros.
- A pesar de las bajas por las que ha pasado la industria farmacéutica, muchos actores del sector han reiterado que Venezuela cuenta con un mercado muy privilegiado y con gran potencial de crecimiento, por lo que la mayoría de las empresas del sector se mantienen presentes en el mercado trabajando por su posicionamiento. Se proyecta que para el año 2018, la industria farmacéutica vuelva a entrar en un alza productiva como ha sido en la última década.
- Actores del sector han observado buena disposición del nuevo Ministro de Salud, en efectuar acercamientos con el sector farmacéutico para trabajar conjuntamente de acuerdo a las necesidades del país, tanto para el sector público como privado.

X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

- Realizar visitas y misiones comerciales con la finalidad de dar a conocer la oferta de Chile en el sector; para lo cual, la Oficina Comercial prestará todo el apoyo necesario que contribuya a esta iniciativa, así como la coordinación de agendas de reuniones, con empresas potenciales importadoras debidamente validadas por la Oficina Comercial.
- Elaborar y remitir a la Oficina Comercial, *profile* con información de la empresa y oferta exportable en formato digital, incluyendo formatos y presentaciones disponibles por producto, para su posterior difusión a potenciales importadores.
- Es conveniente, para cualquier promoción y/o búsqueda de contactos comerciales relevantes dentro del mercado venezolano, contactar con los laboratorios farmacéuticos interesados en ampliar su portafolio de productos, casas de representación (importadores) e instituciones públicas Ministerio del Poder Popular para la Salud e Instituto Venezolano de los Seguros Sociales, que lucen como los interlocutores comerciales con mayor potencialidad.

- Para posibles cotizaciones o ventas directas a organismos del sector público, se recomienda preferentemente contar previamente con un representante en Venezuela (Casa de Representación debidamente registrada como tal en los organismos pertinentes), aunque no es limitante y si el organismo público requiere el medicamento puede hacerlo en forma directa al proveedor extranjero.
- Ofrecer posibilidad de elaborar productos con marcas propias de potenciales clientes, de acuerdo al interés y necesidades del mercado informadas por el potencial importador.
- Al momento de cotizar, es importante dar la información más completa posible sobre el tiempo necesario para la producción de los pedidos, entrega de información relativa a precios FOB y fecha de vida útil del medicamento.
- Un aspecto muy importante a evaluar es lo referente al precio del producto, que será un elemento fundamental para la incursión del mismo en el mercado venezolano frente a la fuerte competencia de proveedores locales o internacionales.
- La Oficina Comercial de ProChile en Venezuela se encuentra a disposición para apoyar determinadas actividades relacionadas con el lanzamiento de productos farmacéuticos chilenos que estarán disponibles para el mercado venezolano, a través de la organización de actividades de promoción comercial, difusión en medios especializados, redes sociales, entre otros.

XI. Fuentes de información (Links).

- Arancel de Aduanas de Venezuela (Nomenclatura Común del Mercosur): <http://goo.gl/GC2kdU>
- Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT): www.seniat.gob.ve
- Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela (INE): www.ine.gob.ve
- Centro Nacional de Comercio Exterior, disponible en: www.cencoex.gob.ve
- Instituto Nacional de Higiene “Rafael Rangel” (INH“RR”): www.inhrr.gob.ve
- Ministerio del Poder Popular para la Salud (MPPS): www.mpps.gob.ve
- Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria <http://sacs.mpps.gob.ve/site/>
- Cámara Venezolana del Medicamento (CAVEME): www.caveme.org
- Cámara de la Industria Farmacéutica (CIFAR): www.cifar.org.ve
- Bolivariana de Puertos (BOLIPUERTOS) S.A.: <http://www.bolipuertos.gob.ve>
- Banco Central de Venezuela (BCV): www.bcv.org.ve/
- FARMATODO: www.farmatodo.com.ve/
- LOCATEL AUTOMERCADO DE SALUD: www.locatel.com.ve/
- FARMAHORRO: <http://www.farmahorro.com.ve/>
- Cámara Venezolana de Farmacia (CAVEFAR): <http://cavefar.org.ve/cavefar/>
- Cámara Venezolana de Droguerías (CAVEDRO): <http://www.cavedro.org/wp/>
- Cámara de Medicamentos sin Prescripción (CAMESIP): www.camesip.org
- Asociación Venezolana de Clínicas y Hospitales: www.avch.org.ve
- FUNDAFARMACIA: www.fundafarmacia.com
- SEFAR: <http://sefar.gob.ve/>
- CONSALUD (este organismo no cuenta con página web, sin embargo hace publicaciones a través del Ministerio del Poder Popular para la Salud), por ejemplo: http://www.mpps.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=6157:mpps-instalo-junta-directiva-de-consalud&catid=1:ultimas-noticias&Itemid=18
- Ministerio del Poder Popular de Industrias www.mppi.gob.ve
- Fundación Misión Barrio Adentro: <http://www.fmba.gob.ve/>
- Programa Nacional de Atención en Salud para Personas Discapacitadas: <http://pasdis.mpps.gob.ve/pasdis/>

- Fundación de Edificaciones y Equipamiento Hospitalario <http://www.fundeeh.gob.ve/site/>
- Asociación Venezolana de Importadores y Distribuidores de Equipos de Laboratorio y Afines (ASODILAB): <http://asodilab.com/>
- Asociación Venezolana de Distribuidores de Equipos Médicos, Odontológicos, de Laboratorios y Afines (AVEDEM): <http://www.avedem.com.ve/>
- Cámara Venezolana de Fabricantes de Productos Médico Quirúrgicos y Afines (CAFAME): www.cafame.org.ve

Medios de comunicación especializados o de circulación nacional que publican noticias sector salud:

- Panacea (El Periódico de La Salud): www.panacea.com.ve
- Revista Estética y Salud: www.esteticaysalud.com.ve
- Revista Impacientes (Sema Business Production): <http://impacientesonline.com/>
- Revista Sala de Espera: <http://www.saladeespera.com.ve/web/>
- Botica Revista venezolana con información para el médico: www.reinaldogodoyeditor.com.ve
- MLG Media/ a tu salud: www.atusaludenlinea.com
- El Nacional: <http://impresodigital.el-nacional.com/todoendomingo/>
- Revista Sentirse Bien: <https://clinicaelavila.com/revista-sentirse-bien.php>
- Revista Silueta y Alma: www.siluetayalma.com
- Revista Cien por Ciento Vida (100% vida): www.cienporcientovida.com.ve
- Revista Estética y Cosmiatra Hoy: <http://www.esteticahoy.com/index.php> ; www.dermatocosmiatra.com
- Salud y Belleza, Revista Dominical, Grupo Últimas Noticias: <http://www.revistadominical.com.ve/salud-y-belleza.aspx>
- Revista de Visita (salud, gastronomía, estética): www.revistadevisita.com
- Revista Exclusiva Integral: www.revistaexclusiva.com
- Revista Salud y Algo Más: www.revistasaludyalgomas.com