



PERFIL MERCADO DE FARMACIAS EN CHILE

**OFICINA COMERCIAL DE COLOMBIA EN CHILE
PROEXPORT – COLOMBIA**

Febrero 2007

1

PROEXPORT COLOMBIA – OFICINA COMERCIAL DE GOBIERNO
Avda Vitacura 3568 of 508 Teléfono: (562) 953 5066 Fax: (56-2) 953 5067
e-mail: santiago@proexport.com.co Vitacura Santiago Chile



TABLA DE CONTENIDO

1. PERFIL DEL MERCADO	
1.1. CARACTERISTICAS GENERALES	
1.2. PARTICIPACIÓN VENTA CADENAS DE FARMACIAS	
1. CADENAS FARMACÉUTICAS.....	4
1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES.....	4
1.2 PARTICIPACIÓN DE VENTA DE CADENAS FARMACÉUTICAS Y DESCRIPCIÓN DE LAS MISMAS.....	5
1.3 CRUZ VERDE.....	5
1.3.1 Ficha Técnica.....	6
1.3.2 Comportamiento de las Importaciones.....	6
1.3.3 Relación Comercial con Colombia.....	7
1.4 FARMACIAS AHUMADA.....	8
1.4.1 Ficha Técnica.....	8
1.4.2 Comportamiento de las Importaciones.....	9
1.4.3 Relación Comercial con Colombia.....	10
1.5 SALCOBRAND.....	10
1.5.1 Ficha Técnica.....	10
1.5.2 Comportamiento de las Importaciones.....	10
1.5.3 Relación Comercial con Colombia.....	11
2. SUPERMERCADOS.....	12
2.2 Farmalíder.....	12



1. PERFIL DEL MERCADO

El mercado del retail chileno está compuesto por rubros tales como farmacéutico, tiendas por departamento, supermercados, combustibles líquidos, telefonía móvil, telefonía pagada, tráfico aéreo de pasajeros nacional, entre otros.

El mercado del Retail en Chile facturó en 2006 US\$ 33.900 millones. Aproximadamente un 70% proviene de los cuatro principales sectores: Supermercados, Grandes Tiendas, Farmacias y Homecenters. Se proyecta un crecimiento del 5,5% durante 2007.

Todos estos canales se caracterizan por el incremento de operaciones de compra a través de tarjetas de crédito propias, el desarrollo de proyectos de construcción de malls y un alto nivel de competencia.

Las farmacias son las que dominan el 90% del mercado de distribución de productos farmacéuticos en Chile.

1.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES

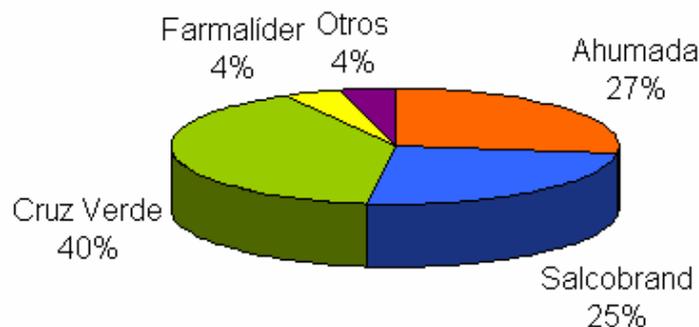
- Existe un alto grado de concentración del mercado de distribución de productos farmacéuticos. Farmacias Ahumada, Farmacias Cruz Verde y Salcobrand poseen alrededor del 90% del mercado.
- Las farmacias independientes tienden a desaparecer. Según la Unión de Dueños de Farmacias en Chile, desde el gobierno militar (1973) a 2006 sólo subsiste una cuarta parte de las Farmacias, de las cuales la mayoría están en mala situación económica.
- Estas tres cadenas de farmacias han estado en una constante guerra de precios. Por ejemplo: Cruz verde ofrece 25% de descuento todos los días en medicamentos de uso permanente, Farmacias Ahumada se identifica con el logo "Precios bajos todos los días" y hace rebajas de una determinada línea de productos según el mes; Salcobrand a optado por los "Pack" o promociones 2 x 1. Solo Farmalíder como estrategia de posicionamiento ha llegado a ofrecer hasta un 30% de descuento. Todo esto junto a la fuerte presencia de productos genéricos, ha llevado a que los precios de los fármacos en Chile sean de los más bajos en Latinoamérica.
- Además de la estrategia de precios bajos, las principales cadenas de la industria han creado estrategias para fidelizar a los clientes, tales como el establecimiento de asociaciones con diversas tiendas por departamentos para el uso de tarjetas de crédito propias, entre otras.

- Es evidente la integración vertical entre las farmacias y los laboratorios. Tal es el caso de Salcobrand, propietaria de los laboratorios Medipharm y el de Cruz Verde, dueña de Mintlab.
- El formato de farmacias tradicionales ha tendido a una ampliación, transformándose en *drugstore* de autoservicio, siguiendo el modelo de los hipermercados y de los operadores farmacéuticos de países industrializados. Un porcentaje importante de las ventas corresponden a productos diferentes a los farmacéuticos.
- Los supermercados poseen un fuerte interés en ingresar a éste rubro. Tal es el caso de los Supermercados Líder de D & S con Farmalíder.

1.1. PARTICIPACIÓN VENTA CADENAS DE FARMACIAS

Ventas Totales de las Farmacias en 2006 fueron de US\$ 1.500 Millones y se distribuyeron de la siguiente manera:

Según % en ventas 2006





2. CRUZ VERDE



Razón Social: Sociedad Cruz Verde Ltda.

Dirección: Agustinas 1540 Of. 3, Piso 1. Santiago Centro - Santiago

Teléfono: (56-2) 6991124

Fax: (56-2) 6952731

Página Web: www.cruzverde.cl

Cruz Verde, de propiedad de los hermanos Harding logró ventas anuales por US\$ 216 millones en el año 2001. Se dedica exclusivamente a productos farmacéuticos y provee a farmacias independientes.

Sin embargo, Cruz Verde no funciona de forma independiente ya que hace parte del holding de SOCOFAR, que además agrupa a otras empresas como¹: Vission, Cesfar Ltda., Farmacias Farmax, Munnich Pharma Medical, Mediline Ltda. Y Transmet.

1.3.1 Ficha Técnica

Controladores: la familia Harding.

Presencia: Chile.

Formatos: cuenta con locales del tipo tradicional y multifuncionales sin góndolas.

Locales: mientras en 2001 operaban 197 locales, a Mayo de 2004 trabajaban con 307 puntos de venta.

Descuentos: 20% en medicamentos los días Lunes y beneficios especiales de fidelización para sus clientes con Tarjeta Cruz Verde.

1.3.2 Comportamiento de Importaciones – Munnich Pharma Medical²

Por hacer parte del holding, Farmacias Cruz Verde solo se dedica a la distribución de productos farmacéuticos, mientras que Munnich Pharma Medical s.a. es la empresa encargada de realizar las adquisiciones de este rubro.

Año	Cif en U\$S
2001	5.624.020
2002	5.046.060
2003	6.579.699
2004	8.317.921

¹ Tomado de: www.cruzverde.cl

² www.munnich.cl

Principales Países Proveedores en 2004

Pais Origen	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
336 - CHINA REP. POPULAR DE	1.791.362	1.653.058	2.400.312	201,57
224 - ARGENTINA REP. DE	1.357.836	1.265.867	701.162	10,43
202 - COLOMBIA	1.327.852	1.280.481	82.631	54,33
329 - MALASIA	1.239.905	1.130.644	446.444	3,03
563 - ALEMANIA	722.404	678.972	164.641	136,32
Subtotal	6.439.360	6.009.022	3.795.188	
Otros	1.878.562	1.709.773	504.501	
Total general	8.317.922	7.718.794	4.299.690	1.727,62

Principales Productos Importados en 2004

Producto	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
Las demas compresas y tampones higiénicos y artículos similares para uso doméstico, de tocador, higiénico o de hospital, de pasta de papel, papel, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa	1.317.438	1.227.380	698.354	1,93
Guantes, mitones o manoplas de caucho vulcanizado sin endurecer para examinación medica o veterinaria	1.124.697	1.024.092	434.017	2,75
Los demas medicamentos (excepto los productos de las partidas n°3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre si, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transde	616.566	551.106	41.681	178,32
Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturadas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demas manufacturas moldeadas o talladas no expresa	540.330	521.255	23.709	27,02
Ácido cítrico	270.899	240.519	352.000	0,78
Subtotal	3.869.929	3.564.352	1.549.760	
Otros	4.447.992	4.154.442	2.749.930	
Total general	8.317.922	7.718.794	4.299.690	1.727,62

1.3.3 Relación Comercial con Colombia – Munnich Pharma Medical

Ranking Países Proveedores en 2004

Ranking Países Proveedores	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
3 de 29	1.327.852	1.280.481	82.631	54,33
Total general	1.327.852	1.280.481	82.631	54,33

Productos Importados en 2004

Producto	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturadas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demas manufacturas moldeadas o talladas no expresa	540.330	521.255	23.709	27,02
Los demas medicamentos (excepto los productos de las partidas n°3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre si, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transde	344.438	332.682	35.799	25,06
Catguts estériles y ligaduras estériles similares, para suturas quirúrgicas y adhesivos estériles para tejidos orgánicos utilizados en cirugía para cerrar heridas; laminarias estériles; hemostáticos reabsorbibles estériles para cirugía u odontología	255.576	249.669	1.719	159,45
Medicamentos (excepto los productos de las partidas n°3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre si, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los destinados a ser administrados por vía transdérmica) o a	118.619	114.641	5.241	30,38
Las demas preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte	17.760	16.499	3.413	28,42
Los demas medicamentos (excepto los productos de las partidas n°3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre si, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor para uso humano	16.676	16.048	635	26,76
Los demas instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, asi como los aparatos para pruebas visuales	16.041	12.400	5.040	287,67
Aceites de hígado de pescado y sus fracciones	6.101	5.989	466	15,59
Los demas esteres del ácido salicílico y sus sales	5.691	5.197	3.000	1,90
Ácido salicílico y sus sales	4.874	4.457	1.700	2,87
Las demas preparaciones para higiene bucal o dental, incluidos los polvos y cremas para la adherencia de las dentaduras en envases individuales para la venta al por menor	1.693	1.640	1.908	0,89
Hilo utilizado para limpieza de los espacios interdentales (hilo dental)	53	3	0	212,88
Total General	1.327.852	1.280.481	82.631	54,33



1.4 FARMACIAS AHUMADA

Por su parte Farmacias Ahumada, durante el año 2002 consolidó por US\$ 455 millones, sin contar el mercado mexicano, convirtiéndose en una de las mayores operadoras farmacéuticas en Latinoamérica (presencia en México, Perú y Brasil).

FASA, además elabora productos bajo su propia marca, distribuidos a través de su cadena de farmacias en todo el territorio chileno. Actualmente cuenta con 227 puntos de venta (a Mayo de 2004) en Chile, 112 en Brasil, 93 en Perú y 521 en México.

Farmacias Ahumada ha desarrollado una oferta de productos y servicios combinando la economía con la calidad, la cual está compuesta básicamente por:

- Medicamentos
- Productos Naturales
- Suplementos Nutricionales
- Artículos de belleza, higiene y cuidado personal

Esta oferta se apoya con servicios complementarios de atención personalizada a clientes cuyas prescripciones y necesidades requieren de un trato especial.

En medio de la guerra de precios vivida durante el segundo semestre del presente año, según la subgerente de Producto Estratégico, Ingrid Westermeier, FASA se encuentra en un proceso de reestructuración de estrategia, por lo cual optaron por “la diferenciación a partir de la distribución de productos exclusivos de reconocimiento mundial” concentrándose en el rubro farmacéutico³, siendo el ABC1⁴ su mercado objetivo. La reestructuración incluye también la línea de marcas propias, que irá acompañada de la evaluación de sus proveedores actuales⁵ a partir del indicador costo/beneficio.

1.4.1 Ficha Técnica

Controladores: la familia Corner.

Presencia: Chile a través de Farmacias Ahumada, Perú con Boticas Fasa, México con Farmacias Benavides y Brasil con Drogamed.

Formatos: maneja el formato tradicional y el concepto de drugstore, correspondiente a un sistema de autoservicio. Actualmente más de un 30% de sus locales opera bajo este formato.

Tarjeta de crédito: Fasaclub y además mantiene alianzas con CMR Falabella.

³ Según cifras suministradas por FASA, el 70% de las ventas corresponden a productos farmacéuticos y el 30% restante al rubro “los demás” donde se incluyen productos de cosmética y diferentes accesorios.

⁴ ABC1: Estrato social más alto, con mayores ingresos.

⁵ Durante la reunión fueron mencionados a grandes rasgos algunos de sus proveedores, por ejemplo: de Israel importaba la pasta de dientes y toallas higiénicas, de EEUU accesorios de mujer y de Japón todo lo que tiene que ver con equipos de enjuague bucal.



Descuentos: 20% en medicamentos los días Lunes y beneficios especiales de fidelización para sus clientes con Fasaclub.

1.4.2 Comportamiento de las importaciones – Farmacias Ahumada

Año	Cif en U\$\$
2001	291.698
2002	458.467
2003	205.331
2004	329.106

Principales Países Proveedores en 2004

Pais Origen	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
225 - ESTADOS UNIDOS	119.892	116.588	5.836	717
517 - ESPANA	72.608	68.348	260	49.592
336 - CHINA REP. POPULAR DE	33.229	30.693	434	8.687
515 - HOLANDA	31.440	30.736	2.245	44
317 - INDIA	25.290	25.086	6	5.490
Subtotal	282.460	271.451	8.781	
Otros	46.647	34.419	1.567	
Total general	329.107	305.869	10.349	73.388

Principales Productos Importados en 2004

Producto	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
Reactivos de diagnostico o de laboratorio sobre cualquier soporte y reactivo de diagnostico o laboratorio preparados, incluso sobre soporte, excepto los de las partidas n° 3002 o 3006; materiales de referencia certificados	49.965	46.951	102	39.591
Herramientas y juegos de herramientas para manicura o pedicuro, incluidas las limas para uñas	49.481	48.386	1.262	39
Preparaciones para manicuras o pedicuros como los polvos y barnices de uñas, los disolventes para barnices de uñas, las preparaciones para quitar la cutícula y demas preparaciones (preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel)	38.297	37.458	1.263	60
Azucres químicamente puros, excepto la sacarosa, lactosa, maltosa, glucosa y fructosa (levulosa); éteres, acetales y esterres de azucres y sus sales, excepto los productos de las partidas n° 2937, 2938, 29 39	33.460	23.145	2.240	30
Los demas compuestos heterocíclicos con heteroatomo (s) de oxigeno exclusivamente	24.750	24.666	5	4.950
Subtotal	195.953	180.606	4.871	



Otros	133.154	125.263	5.477	
Total general	329.107	305.869	10.349	73.388

1.4.3 Relación Comercial con Colombia –Farmacias Ahumada

Hasta la fecha no existen importaciones provenientes de Colombia.

1.5 SALCOBRAND

Nacida de la fusión entre Salco y Brand, tiene ventas anuales de US\$ 300 millones, de los cuales el 30% corresponde a elementos de cuidado y aseo personal, junto con productos de belleza. Posee 246 establecimientos (a Mayo de 2004) y su estrategia se orienta a posicionarse en el mercado de las farmacias independientes, a través de la oferta de precios competitivos en productos de su propia marca.

Lation American Health Care (LHH) es el holding controlador que agrupa Salcobrand, Salud Mático, Pharma Benefits y OK Market. La primera administra la tarjeta Saludmático, siendo subsidiaria directa de Salcobrand; Pharma Benefits es una empresa especializada en la administración de medicamentos recetados por un médico y OK Market son tiendas de conveniencia, es decir ofrecer lo de un supermercado pero en un formato pequeño, para compras rápidas.

1.5.1 Ficha Técnica

Controladores: las familias Wienstein (26,1%), Selman (24,2%) y Colodro (49,7%)⁶.

Presencia: Chile y Perú. En éste último mercado controla el 50% la cadena farmacéutica Inka Farma.

Formatos: maneja el formato tradicional y el concepto OK Market, que corresponde a un supermercado express. Este último tipo de formato opera 6 establecimientos, cuatro de los cuales están ubicados en la Región Metropolitana (Santiago) y dos en Viña del Mar.

Tarjeta de Crédito: Saludmático, que cuenta con 300 mil clientes activos.

Programa de descuentos: 20% en medicamentos días Lunes; 15% de Martes a Domingo. Además cuenta con el programa de fidelidad RedMax.

1.5.2 Comportamiento de Importaciones – Salcobrand

Año	Cif en U\$S
2001	1.727.046

⁶ Tomado de: *Alejandro Weinstein comprará acciones de Salcobrand en InkaFarma*. Diario Financiero. Santiago de Chile. Mayo 18 de 2005.



2002	2.636.240
2003	2.519.282
2004	1.891.860

Principales Países Proveedores en 2004

Pais Origen	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
216 - MEXICO	1.385.848	1.241.575	658.907	103,77
224 - ARGENTINA REP. DE	249.869	230.754	203.511	1,51
225 - ESTADOS UNIDOS	113.161	106.688	5.968	21,43
336 - CHINA REP. POPULAR DE	49.729	41.115	2.693	420,83
223 - URUGUAY	47.905	43.699	123.968	0,46
202 - COLOMBIA	23.409	22.600	2.946	7,95
Subtotal	1.869.922	1.686.431	997.992	
Otros	21.937	18.350	444	
Total general	1.891.859	1.704.781	998.436	81,59

Principales Productos Importados en 2004

Producto	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
Las demas compresas y tampones higiénicos y artículos similares para uso doméstico, de tocador, higiénico o de hospital, de pasta de papel, papel, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa	1.320.118	1.183.955	630.272	108,48
Pañales para bebés	209.637	190.455	122.082	1,78
Las demas preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte	75.854	73.986	4.720	16,74
Toallas higiénicas	70.140	65.758	32.852	2,36
Los demas medicamentos (excepto los productos de las partidas n°3002, 3005 o 3006) constituidos por productos mezclados entre si, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor para uso humano	62.390	49.422	1.465	792,82
Subtotal	1.738.140	1.563.576	791.391	
Otros	153.719	141.205	207.044	
Total general	1.891.859	1.704.781	998.436	81,59

1.5.3 Relación Comercial con Colombia – Salcobrand

Ranking Países Proveedores en 2004

Ranking Países Proveedores	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
6 de 12	23.409	22.600	2.946	7,95



Total general	23.409	22.600	2.946	7,95
----------------------	---------------	---------------	--------------	-------------

Productos Importados en 2004

Producto	Cif (US\$)	Fob (US\$)	Cantidad	Cif Unit.
Extractos, esencias y concentrados de cafe instantáneo sin aromatizar	23.409	22.600	2.946	7,95
Total General	23.409	22.600	2.946	7,95

2. SUPERMERCADOS

A pesar que la legislación chilena no permite la venta libre de medicamentos, ni siquiera en las farmacias, exigiéndose siempre la presencia de un farmacéutico en el punto de venta; se incluyen los supermercados en el análisis de los canales de comercialización del sector, por la tendencia observada en las farmacias a convertirse no sólo en *stores*, sino en establecimientos que además son especializados en alimentos y bebidas.

Tal es el caso de la cadena de supermercados D & S, que incursionó en el negocio de los medicamentos con la cadena de farmacias FarnaLíder.

2.2 FARMALÍDER

Como parte de los supermercados Líder, FarnaLíder realiza sus adquisiciones a través de las importaciones esta cadena de supermercados y compran a través de otros canales de distribución. Hay que tener claro que FarnaLíder no efectúa importaciones directas con este fin.

FarnaLíder se encuentra ubicado dentro de los supermercados LIDER, pero sus ejecutivos tienen en la mira realizar su debut fuera de sus locales.

Controladores: la familia Ibáñez.

Presencia: Chile.

Locales: 58 establecimientos a lo largo de Chile.

Tarjeta de crédito: Tarjeta Presto.