



Análisis del Sector Farmacéutico

- ✓ **Medicamento para uso humano.**
- ✓ **Medicamentos para uso veterinario**
- ✓ **Productos médicos –quirúrgicos.**

Proexport Colombia
Y
Banco Interamericano de Desarrollo- Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN)

Proexport – Colombia
Dirección de Información Comercial e Informática

www.proexport.gov.co

www.proexport.com.co

Calle 28 No 13a – 15, Pisos 35 y 36

TEL: (571) 5600100

Fax: (571) 5600118

Bogotá, Colombia

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org

Carrera 7ª No. 71-21 Torre B, Piso 19

TEL: (571) 3257000

Fax: (571) 3257050

Bogotá, Colombia

Equipo Consultor

Consultor Senior: Camilo Concha Gaviria.

Consultores Junior:

Victoria Eugenia Pérez.

María Paula Vargas.

María Teresa Caruso.

Carrera 14 No. 94 A 24 Oficina 302

Teléfono: 57 (1) 6359220

consultor@cable.net.co

Bogotá, Colombia.

El presente estudio de mercado se ha desarrollado dentro del marco del PROGRAMA DE INFORMACIÓN AL EXPORTADOR POR INTERNET - PROYECTO COOPERACIÓN TÉCNICA NO REEMBOLSABLE No. ATN/MT-7253-CO, con aportes de Proexport Colombia y el Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN).

© 2004. Todos los derechos reservados. El Banco Interamericano de Desarrollo concede a Proexport Colombia una licencia no exclusiva, a título gratuito, por un plazo indeterminado, sin derecho a sublicenciar, para utilizar la información obtenida en el presente estudio. Ni la totalidad ni parte de este documento puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopias, impresión, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistemas de recuperación, sin permiso escrito de Proexport – Colombia.

Las denominaciones empleadas en este documento y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte de PROEXPORT ni del BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites. Si bien se otorgó particular atención para garantizar la exactitud de la información contenida en este Estudio, PROEXPORT y el BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO no asumen responsabilidad alguna por las modificaciones que pudieran intervenir ulteriormente por lo que respecta a los datos presentados o la calidad de los contenidos y/o juicios emitidos por los consultores.

Cítese como: Proexport Colombia. 2004. Estudio de Mercado en El Salvador – Sector Farmacéutico. Convenio ATN/MT-7253-CO. Programa de Información al Exportador por Internet. Bogotá, Colombia, 90 páginas.

TABLA DE CONTENIDO.

RESUMEN EJECUTIVO	9
1.1. EVOLUCION DEL SECTOR	11
1.2. SUBSECTORIZACIÓN	11
2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO	13
2.1. TAMAÑO DEL MERCADO	13
2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO	14
2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR	15
2.1.2.1 IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS	15
2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS	22
2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL	28
2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR	28
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	29
2.2.1 MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO:	29
2.2.2. MEDICAMENTOS PARA USO ANIMAL:	29
2.2.3. PRODUCTOS MEDICO QUIRÚRGICOS	30
2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES	30
2.3.1. PRODUCTOS PARA USO HUMANO	30
2.3.2. CONSUMIDORES DE MEDICAMENTOS VETERINARIOS	31
2.3.3. PRODUCTOS MÉDICO QUIRÚRGICOS	31
2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES	31
2.5. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	32
3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA	34
3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA	34
3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS	34
3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS	37
3.1.2.1 LABORATORIOS DE MEDICAMENTOS PARA CONSUMO HUMANO	37
3.1.2.2 LABORATORIOS DE MEDICAMENTOS PARA CONSUMO ANIMAL.	43
3.1.2.3 LABORATORIOS DE PRODUCTOS MÉDICOS QUIRÚRGICOS	45
3.2. MEZCLA DE MERCADEO	45
3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS	45
3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS POR CATEGORÍAS	46
3.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR	48
3.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR	48
3.4. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA	51
4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION	52

4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	52
4.1.1. DISTRIBUIDORES	52
4.1.2 HOSPITALES	56
4.1.3. MAYORISTAS	57
4.1.4 FARMACIAS	57
4.1.5. CLÍNICAS VETERINARIAS	60
4.1.6 TIENDAS DE AGROINDUSTRIA.	60
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	61
4.3. IMPORTADORES	62
4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES	63
4.5 CONCLUSIONES CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	64
5. CONDICIONES DE ACCESO	66

5.1.SITUACIÓN FRENTE AL ALCA Y OTROS ACUERDOS DE COMERCIO	66
5.2 DERECHOS ARANCELARIOS	66
5.3 REGLAS Y NORMAS DE IMPORTACIÓN	66
5.3.1.LEY DE LICITACIÓN PÚBLICA	67
5.3.1.1. LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL	72
5.4 BARRERAS NO ARANCELARIAS	75
5.5 COSTOS	79
5.6 EMPAQUE Y ETIQUETADO	81
5.7 IMPUESTOS INTERNOS	85
5.7.2 IMPUESTO SOBRE LA RENTA	86
5.7.3 OTROS IMPUESTOS	87
6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES	89

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. PARTIDAS ARANCELARIAS PARA LOS PRODUCTOS EN ESTUDIO	11
TABLA 2. TAMAÑO APARENTE DEL MERCADO DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DE EL SALVADOR, AÑO 2002, EN US\$	13
TABLA 3. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL SECTOR PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN EL SALVADOR, DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	14
TABLA 4. IMPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	16
TABLA 5. EXPORTACIONES POR LÍNEA EN US\$, DESDE 1999 HASTA 2002	23
TABLA 6. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR POR LÍNEA DE 1999 HASTA 2002, EN US\$	28
TABLA 7. IMPORTACIONES EN EL SALVADOR PROCEDENTES DE COLOMBIA, EN US\$	28
TABLA 8. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS NACIONALES PRODUCTORAS DE MEDICAMENTOS PARA CONSUMO HUMANO	34
TABLA 9. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS PRODUCTORAS DE MEDICAMENTOS PARA CONSUMO HUMANO	34
TABLA 10. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS NACIONALES PRODUCTORAS DE MEDICAMENTOS PARA USO VETERINARIO	35

TABLA 11. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS PRODUCTORAS DE MEDICAMENTOS PARA USO VETERINARIO	36
TABLA 12. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS PRODUCTORAS DE MEDICAMENTOS PARA USO QUIRÚRGICO	36
FUENTE: ELABORADO POR EL GRUPO CONSULTOR	47
FUENTE: ELABORADO POR EL GRUPO CONSULTOR	48
FUENTE: ELABORADO POR EL GRUPO CONSULTOR	48
TABLA 13. PRECIOS DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS PARA USO HUMANO	48
TABLA 14. PRECIOS DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS PARA USO ANIMAL	49
TABLA 15. PRECIOS DE PRODUCTOS MÉDICO - QUIRÚRGICOS	50
TABLA 16. BASE DE DATOS DE CLIENTES POTENCIALES	63

INDICE DE GRAFICAS

GRÁFICO 1. PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR DENTRO DEL TAMAÑO DEL MERCADO, AÑO 2002	14
GRÁFICA 2. EVOLUCIÓN DE LOS SUBSECTORES DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS DE EL SALVADOR DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	15
GRÁFICA 3. IMPORTACIONES DE FARMACÉUTICOS DESDE 1999 HASTA 2002	16
GRÁFICA 4. PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR EN LAS IMPORTACIONES DEL SECTOR, AÑO 2002	17
GRÁFICA 5. PARTICIPACIÓN DE CADA SUBSECTOR EN LAS IMPORTACIONES DEL SECTOR, AÑO 1999	17
GRÁFICA 6. IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO HUMANO DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	18
GRÁFICA 7. IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO HUMANO POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	18
GRÁFICA 8. IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO VETERINARIO DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	19
GRÁFICA 9. IMPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO VETERINARIO POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	20
GRÁFICA 10. IMPORTACIONES DE MATERIAL MÉDICO QUIRÚRGICO DESDE 1999 HASTA 2002, EN US\$	21
GRÁFICA 11. IMPORTACIONES DE MATERIALES MÉDICO QUIRÚRGICOS POR PAÍS DE ORIGEN, AÑO 2002	22
GRÁFICA 12. EXPORTACIONES DE FARMACÉUTICOS EN US\$	23
GRÁFICA 13. EXPORTACIONES DE FARMACÉUTICOS POR LÍNEA, EN PORCENTAJE, AÑO 2002	24
GRÁFICA 14. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO HUMANO EN US\$	24
GRÁFICA 15. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO HUMANO, AÑO 2002	25
GRÁFICA 16. EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO VETERINARIO EN US\$	25
GRÁFICA 17. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PARA USO VETERINARIO, AÑO 2002	26
GRÁFICA 18. EXPORTACIONES DE MATERIAL MÉDICO QUIRÚRGICO EN US\$	26
GRÁFICA 19. DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MATERIALES MÉDICO QUIRÚRGICOS, AÑO 2002	27
GRÁFICA 20. BALANZA COMERCIAL DE EL SALVADOR SECTOR FARMACÉUTICO	28
GRÁFICA 21. PARTICIPACIÓN DE MERCADO, DE LOS LABORATORIOS DE MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO, AÑO 2003	47

GRÁFICA 22. PARTICIPACIÓN DE LABORATORIOS DE MEDICAMENTOS DE USO VETERINARIO, AÑO 2003	47
GRÁFICA 23. PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE INDUSTRIAS PRODUCTORAS DE ARTÍCULOS MÉDICOS QUIRÚRGICOS, AÑO 2003	48
GRÁFICO 24. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS COMERCIALIZADORES EN LA VENTA DE MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO, AÑO 2003	61
GRÁFICO 25. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS COMERCIALIZADORES EN LA VENTA DE MEDICAMENTOS PARA USO VETERINARIO, AÑO 2003	62
GRÁFICO 26. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LOS COMERCIALIZADORES EN LA VENTA DE PRODUCTOS MEDICO – QUIRÚRGICOS, AÑO 2003	62

RESUMEN EJECUTIVO

El tamaño del mercado de productos farmacéuticos fue de US\$105 millones en el año 2002. De estos el 93% corresponde a productos para uso humano, 6% para uso animal y 1% bienes médico-quirúrgicos. Proporción que ha cambiado a través del tiempo, ya que en el año 1999 los productos médico-quirúrgicos representaban el 37% del sector.

Las importaciones son mayores al tamaño del mercado en 33% aproximadamente, en el año 2002. Esto se debe a que parte de lo que ingresa a El Salvador es reexportado a otros países de Centro América, los cuales son los principales destinos de las exportaciones. El país de origen de las importaciones son principalmente Estados Unidos, México y Europa.

Existen en el mercado más de 200 competidores, de los cuales la mayoría son multinacionales que venden sus productos a droguerías en El Salvador los cuales realizan las importaciones. Estas droguerías importan vía aérea, y piden normalmente al menos un año de exclusividad con el fin de desarrollar la marca.

Normalmente los laboratorios venden en condiciones CIF, haciendo los despachos vía aérea para cuidar la mercancía y no exponerla a temperaturas u otras condiciones climáticas que puedan afectar su calidad. Frecuentemente otorgan crédito de hasta 60 días y establecen con los comercializadores vínculos estrechos brindando exclusividad.

La principal estrategia promocional utilizada es la visita médica y el patrocinio de congresos médicos o actividades de este gremio. Adicionalmente se distribuye material promocional impreso, tanto en farmacias como en agrotiendas. Este material consiste en brochures o afiches. El uso de medios masivos se reserva para medicamentos OTC, los cuales no necesitan prescripción médica y son vendidos en droguerías y góndolas de los supermercados como son los antigripales o digestivos como alka-seltzer. La estrategia de la visita médica es necesaria para impulsar la venta de productos especializados costosos que son los que se adquieren únicamente si son recomendados por doctores. Para medicamentos simples como para la gripa o el estómago lo mejor es desplegar publicidad en los puntos de venta, dado el comportamiento del consumidor, que se explica en el siguiente párrafo.

El consumidor salvadoreño, sigue en primer término la recomendación del dependiente de la farmacia para adquirir medicamentos, ya que usualmente no acuden al médico para tratar sus enfermedades, sino hasta que estas se complican. Con los productos para uso animal ocurre algo similar, pues la opinión del que atiende en la tienda agrícola es muy importante y recomienda el uso de algún medicamento.

Los precios son variables, sin embargo se observa que los genéricos resultan más económicos que los de laboratorios reconocidos. Sin embargo el consumidor tiene la premisa que entre mas costoso sea el medicamento, mejor la calidad del mismo.

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. EVOLUCION DEL SECTOR

El sector en general ha presentado amplio crecimiento desde 1999. El cual se vio acentuado en el año 2002 por una expansión del subsector de productos para uso humano debido a fondos otorgados al gobierno para invertirlos en salud. Estos fondos los otorgaron organismos internacionales diversos.

Debido a lo anterior desde 1999 hasta el 2002 el sector creció en 1361%. El subsector de productos para uso humano experimentó una expansión del 3295% y el de productos para uso animal de 258%. Estos crecimientos en las demandas fueron suplidos principalmente con importaciones, ya que la producción local creció pero no al mismo ritmo.

La producción nacional de productos farmacéuticos representa el 0.063% ¹del Producto Interno Bruto de El Salvador, en el año 2002. En cuanto a importancia del sector en la generación de empleo, se desconoce ya que en El Salvador no existen estadísticas a este respecto.

1.2. SUBSECTORIZACIÓN

Para estudiar el sector de Productos Farmacéuticos se dividió al mismo en los siguientes subsectores:

- Medicamentos para uso humano
- Medicamentos para uso veterinario
- Productos médico – quirúrgicos

Las partidas arancelarias para los productos que se incluyen en el estudio del sector Productos Farmacéuticos se muestran en el siguiente cuadro.

Tabla 1. Partidas Arancelarias para los productos en estudio

Línea	Partida arancelaria	Descripción
Productos para Uso Humano	300220	Vacunas para la medicina humana
	30031010	Penicilinas para uso humano
	30032010	Antibióticos para uso humano
	30033100	Que contengan insulina
	30033910	Los demás para uso humano

¹ PIB de El Salvador (año 2002) \$14,283.9 millones. Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador http://www.bcr.gob.sv/estadisticas/sr_produccion.html

	30034010	Alcaloides para uso humano
	30039011	Sulfamidas para uso humano
	30039021	Heterosidos para uso humano
	30039091	Otros medicamentos con hormonas para uso humano
	30041010	Penicilinas para uso humano
	30042010	Antibióticos para uso humano
	30043100	Que contengan insulina
	30043210	Hormonas cortisupresoras para uso humano
	30043910	Los demás para uso humano
	30044010	Alcaloides para uso humano
	30045010	Los demás para uso humano
	30049011	Sulfamidas para uso humano
	30049021	Heterosidos para uso humano
	30049091	Otros medicamentos con hormonas para uso humano
	30066000	Anticonceptivos
Productos para Uso Veterinario	300230	Vacunas para la medicina veterinaria
	30031020	Penicilinas para uso veterinario
	30032020	Antibióticos para uso veterinario
	30033920	Los demás para uso veterinario
	30034020	alcaloides para uso veterinario
	30039012	Sulfamidas para uso veterinario
	30039022	Heterosidos para uso veterinario
	30039092	Otros medicamentos con hormonas para uso veterinario
	30041020	Penicilinas para uso veterinario
	30042020	Antibióticos para uso veterinario
	30043220	Hormonas cortisupresoras para uso veterinario
	30043920	Los demás para uso veterinario
	30044020	alcaloides para uso veterinario
	30045020	Los demás para uso veterinario
	30049012	Sulfamidas para uso veterinario
	30049022	Heterosidos para uso veterinario
	30049092	Otros medicamentos con hormonas para uso veterinario
Material médico quirúrgico	3005	Gasas, apósitos y demás materiales

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA

2. COMPOSICION Y CARACTERISTICAS DEL MERCADO

2.1. TAMAÑO DEL MERCADO

En el año 2002 se estimó un mercado de Productos Farmacéuticos en El Salvador de US\$105,763,508. Para poder estimar el tamaño de mercado se partió de la información de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana, en cuanto a importaciones y exportaciones. Adicionalmente se estimó la producción nacional a partir de la participación de mercado de los laboratorios locales², la cual fue recabada en las entrevistas.

Tabla 2. Tamaño Aparente del Mercado de Productos Farmacéuticos de El Salvador, año 2002, en US\$

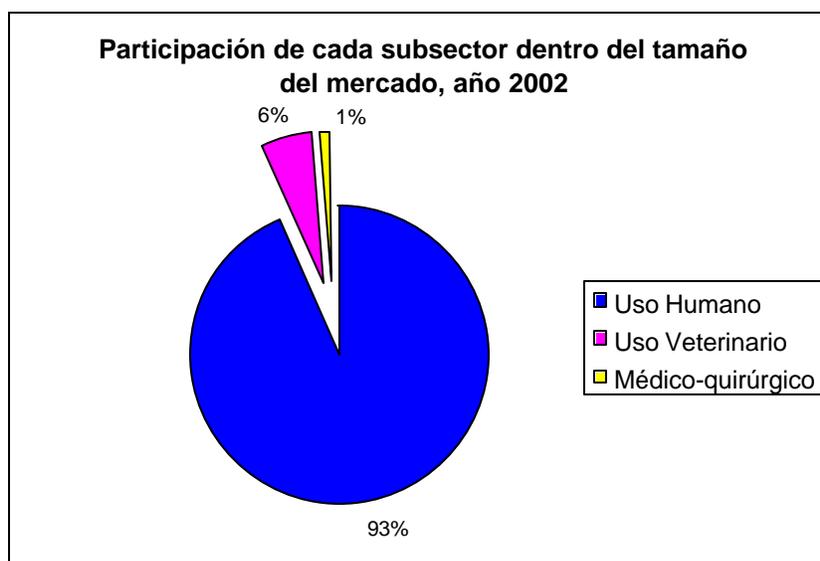
	Importaciones	Producción local	Exportaciones	Mercado Aparente
Uso Humano	132,808,354	8,477,129	42,684,001	98,601,482
Uso Veterinario	6,494,081	564,703	1,199,729	5,859,055
Médico-quirúrgico	1,638,786	16,553	352,368	1,302,971
Total sector	140,941,221	9,058,385	44,236,098	105,763,508

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y datos recolectados en entrevistas

La participación de cada subsector dentro del tamaño del mercado se muestra en el próximo gráfico. Es notorio que los productos para uso humano dominan el sector, representando el 93%. Sin embargo esto no ha sido igual a través de los años estudiados, lo cual se explicará en detalle en el próximo punto

² Como primer paso se estableció la participación de mercado de los laboratorios extranjeros y de los nacionales. Estos datos se obtuvieron a través de entrevistas. Entonces, utilizando la participación de mercado de los laboratorios extranjeros y el monto de las importaciones, obtenido de SIECA, se determinó cuál era el tamaño aparente del mercado y la producción local.

Gráfico 1. Participación de cada subsector dentro del tamaño del mercado, año 2002



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y datos recolectados en entrevistas

2.1.1. EVOLUCIÓN DEL TAMAÑO DEL MERCADO

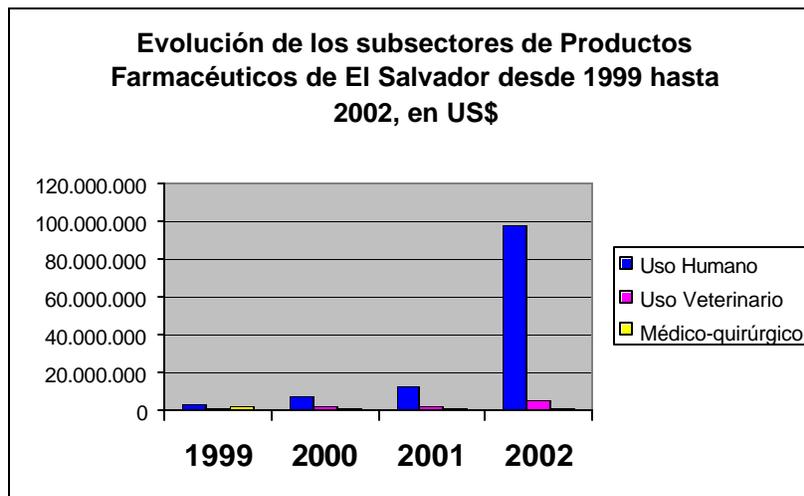
La siguiente tabla y gráfico muestran tanto la evolución global del sector farmacéutico como de cada subsector. Es notorio el crecimiento del 2002 en el subsector de productos para uso humano, el cual se originó porque el gobierno amplió el presupuesto de salud gracias a fondos recibidos de varios organismos internacionales. Este mismo comportamiento se dio en otros países de la región, como Honduras y Nicaragua ya que ellos también se beneficiaron de esta ayuda internacional.

Tabla 3. Evolución del tamaño del sector Productos Farmacéuticos en El Salvador, desde 1999 hasta 2002, en US\$

	1999	2000	2001	2002
Uso Humano	2,903,983	7,289,111	12,694,678	98,601,482
Uso Veterinario	1,637,350	2,435,456	2,821,679	5,859,055
Médico-quirúrgico	2,698,680	1,424,479	1,835,933	1,302,971
Total sector	7,240,013	11,149,047	17,352,290	105,763,508

Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y datos recolectados en entrevistas

Gráfica 2. Evolución de los subsectores de Productos Farmacéuticos de El Salvador desde 1999 hasta 2002, en US\$



Fuente: Elaborado por el Grupo Consultor a partir de información de SIECA y datos rec olectados en entrevistas

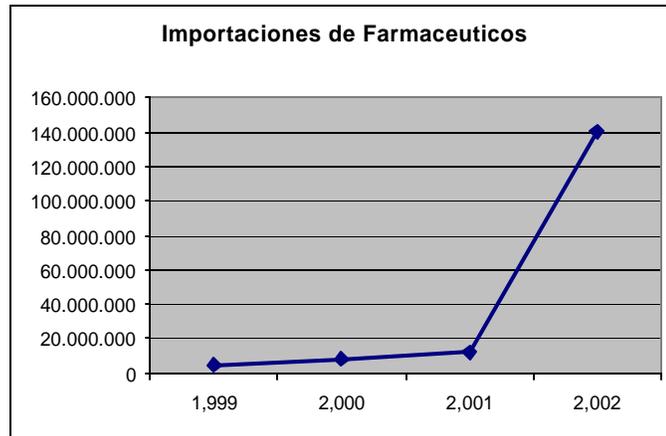
El subsector de productos médicos-quirúrgicos representaba el 37% del total del sector en el año 1999, contrario al 1.23% que representó en el 2002. Esto se debe a una disminución en su tamaño a lo largo de los cuatro años analizados y además a un incremento muy grande en los otros dos subsectores. El decrecimiento en el tamaño del mercado de productos médico-quirúrgicos se debe a que el precio de estos insumos ha disminuido, mientras que las cantidades consumidas han permanecido muy similares. La disminución en precio se debe a que los mismos ya no se importan de Estados Unidos ni Europa sino que son producidos localmente o importados de otros países centroamericanos, donde son elaborados normalmente por fabricantes locales y no por multinacionales.

2.1.2. DINÁMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

2.1.2.1 IMPORTACIONES Y ORIGEN DE LAS MISMAS

El gráfico siguiente muestra en el año 2002 un crecimiento de 1039% en comparación con el año anterior para suplir el crecimiento de la demanda de medicamentos en el salvador, fue necesario que las importaciones aumentaran en más de un 1000%. Este Incremento fue necesario para abastecer la demanda originada por el incremento del mercado. Este aumento en la demanda se dio porque el gobierno invirtió más en el sector salud, ya que recibió fondos de cooperaciones internacionales para este fin. Sin embargo, dado que el gobierno salvadoreño no tiene una estrategia pública clara para captar estos fondos de forma continua, no se conoce si en el futuro el mercado podrá seguir manteniendo este tamaño, o si por el contrario disminuirá hasta los volúmenes del año 2001.

Gráfica 3. Importaciones de Farmacéuticos desde 1999 hasta 2002



Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

Tabla 4. Importaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002

	Importaciones			
	1999	2000	2001	2002
Productos para uso humano	1,084,605	4,273,551	7,875,624	132,808,354
Productos para uso veterinario	1,433,088	2,152,560	2,457,262	6,494,081
Material médico quirúrgico	2,965,608	1,783,703	2,039,787	1,638,786
Total del sector	5,483,301	8,209,814	12,372,673	140,941,221

Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

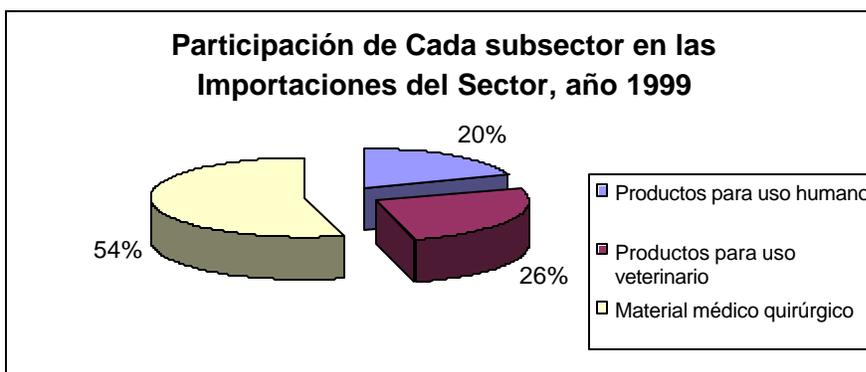
Del sector de Farmacéuticos, la línea que más se importa es la de productos para uso humano con un 94%, como se observa en el siguiente gráfico. Sin embargo esta proporción ha variado a través del período estudiado ya que en el año 1999 los productos farmacéuticos para uso humano representaban el 20%, los de uso veterinario 26% y el material quirúrgico era el sector más relevante con 54%. Para que el lector pueda apreciar los cambios tan importantes en las importaciones del sector se elaboraron los dos gráficos siguientes.

Gráfica 4. Participación de Cada subsector en las Importaciones del Sector, año 2002



Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

Gráfica 5. Participación de Cada subsector en las Importaciones del Sector, año 1999

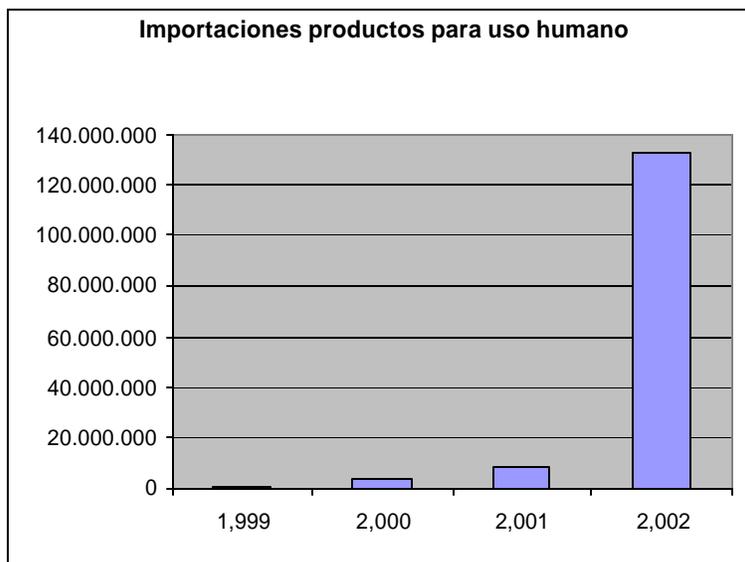


Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

Productos para consumo humano:

La importación de Productos para uso humano en el año 2002 muestra un crecimiento del 1586% en comparación con el año anterior, como se observa en el siguiente gráfico. Esto se debe como se mencionó anteriormente a mayor gasto público en salud preventiva. Sin embargo no se puede decir que esto constituya u cambio en los hábitos de consumo, ya que la inversión fue producto de donativos para salud. Lo que sí es claro desde 1999 hasta el año 2001 es que el subsector de medicamentos para uso humano presenta un crecimiento mayor que los otros subsectores.

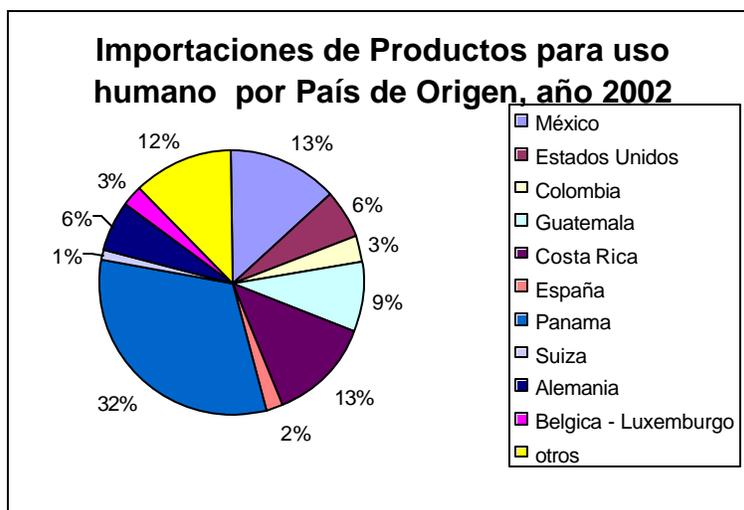
Gráfica 6. Importaciones de Productos para uso humano desde 1999 hasta 2002, en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

En el gráfico 7 se muestran las importaciones de Productos para consumo humano del año 2002 por país de origen. Siendo Panamá el principal proveedor, seguido de Costa Rica y México. Está situación se debe a que en cada uno de estos 3 países se encuentran ubicadas las plantas de producción como se observa en tabla número 10. Guatemala posee apenas el 9% de las importaciones pero anualmente se incrementa significativamente el monto que exporta a El Salvador. Esto se debe porque laboratorios nacionales guatemaltecos ven en El Salvador la posibilidad de expandir sus ventas aprovechando la corta distancia entre ambos países. Sin embargo, no se observa un cambio en las importaciones de los otros países.

Gráfica 7. Importaciones de Productos para uso humano por País de Origen, año 2002



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Productos para Uso Veterinario:

Las importaciones de Productos para uso veterinario, muestra para el año 2002 un crecimiento de 164% en comparación con el año anterior, como consecuencia de mejoras en la economía que motivaron a los productores nacionales a invertir más en el cuidado de sus animales que son la fuente de producción.

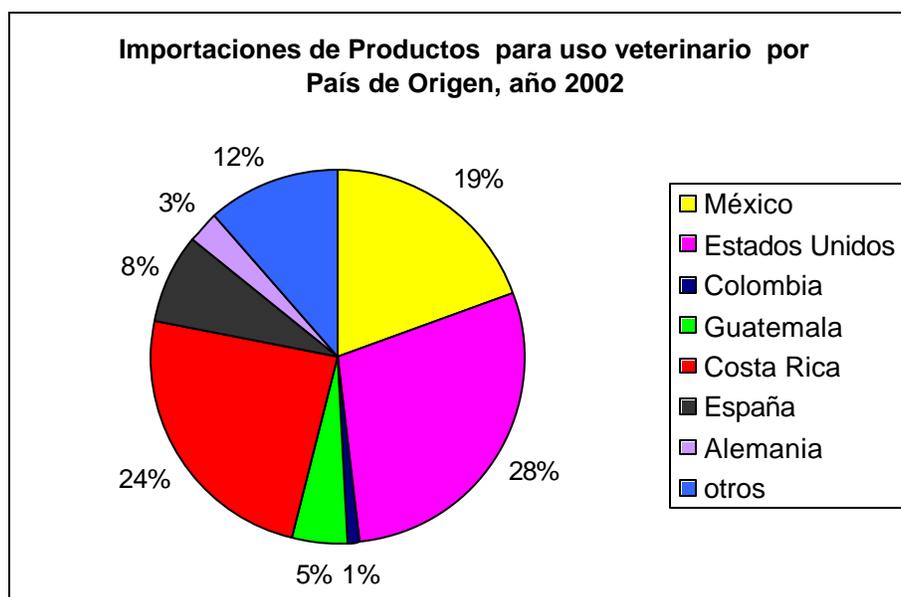
Gráfica 8. Importaciones de Productos para uso veterinario desde 1999 hasta 2002, en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

En el siguiente gráfico se muestra el origen de productos para uso veterinario que se importan en El Salvador. Siendo los países más importantes Estados Unidos, Costa Rica y México. En la importación de medicamentos para uso animal no se observa un cambio en países proveedores desde 1999 hasta el 2002. Adicionalmente, en las entrevistas se confirmó que estos tres países constituyen los principales orígenes y que ha sido de esta forma por muchos años.

Gráfica 9. Importaciones de Productos para uso veterinario por País de Origen, año 2002

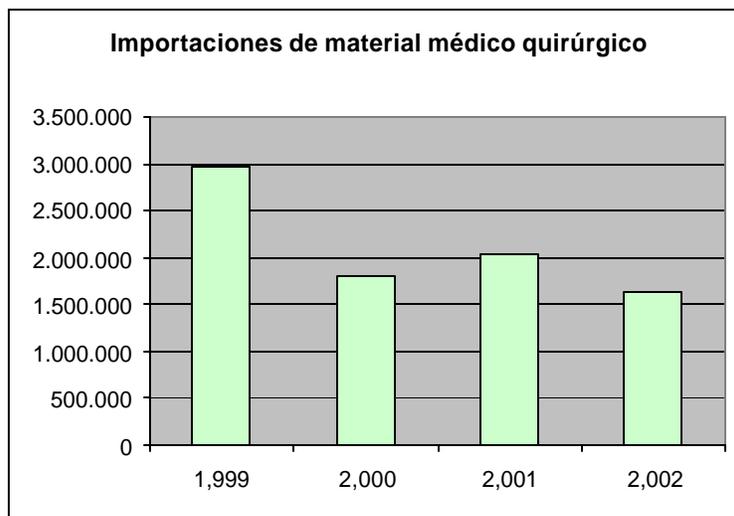


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Material Medico Quirúrgico:

Las importaciones de material médico quirúrgico, muestran en el año 2002 una disminución de 19.66%. Su comportamiento es totalmente variable, no se observa una tendencia en el período analizado. Esto ocurre a pesar de que el mercado sí se encuentra en continuo crecimiento. La razón por la que las importaciones oscilan tanto es porque la producción nacional no creció ni en 1999 ni en el 2001 al mismo ritmo del mercado, por lo que fue necesario incrementar importaciones, pero en los años siguientes como ya había producción local no se requerían tantas importaciones.

Gráfica 10. Importaciones de material médico quirúrgico desde 1999 hasta 2002, en US\$

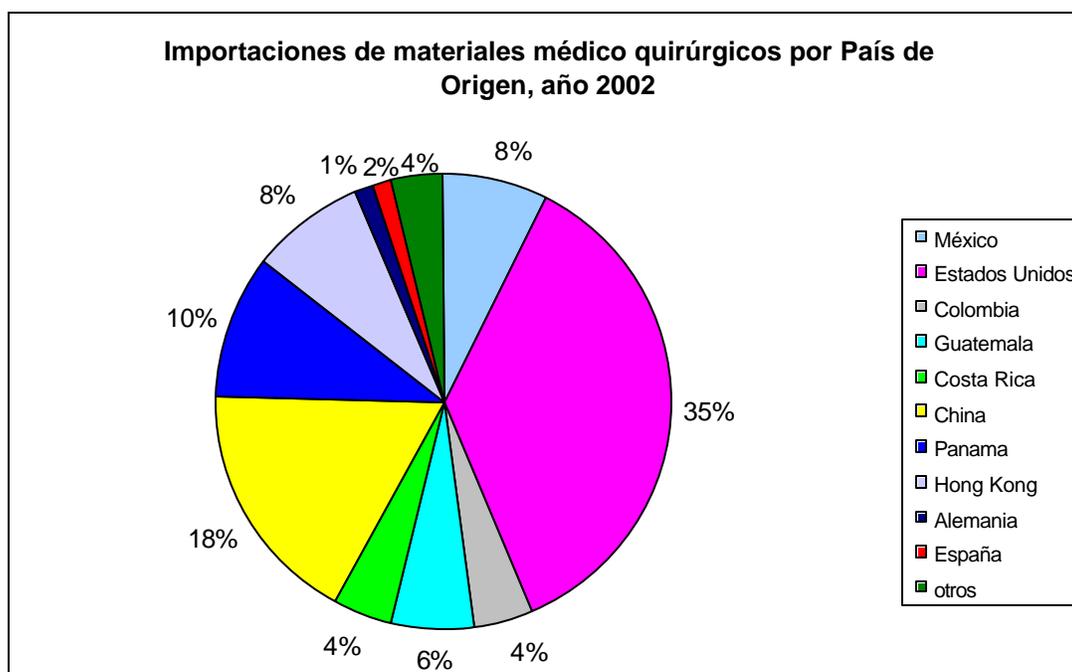


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Con este análisis previo, se puede afirmar que el sector farmacéutico de El Salvador, requiere la importación de medicamentos para satisfacer la demanda, pues la producción local no tiene ni la capacidad, ni la tecnología al igual que las fórmulas para satisfacer a los demandantes.

Las importaciones de materiales médico quirúrgicos proviene de Estados Unidos principalmente, como se observa en el siguiente gráfico. Esto se debe a que marcas como Jhonson & Jhonson que venden material de sutura producen en este país y en El Salvador se cataloga a los productos norteamericanos como de excelente calidad.

Gráfica 11. Importaciones de materiales médico quirúrgicos por País de Origen, año 2002



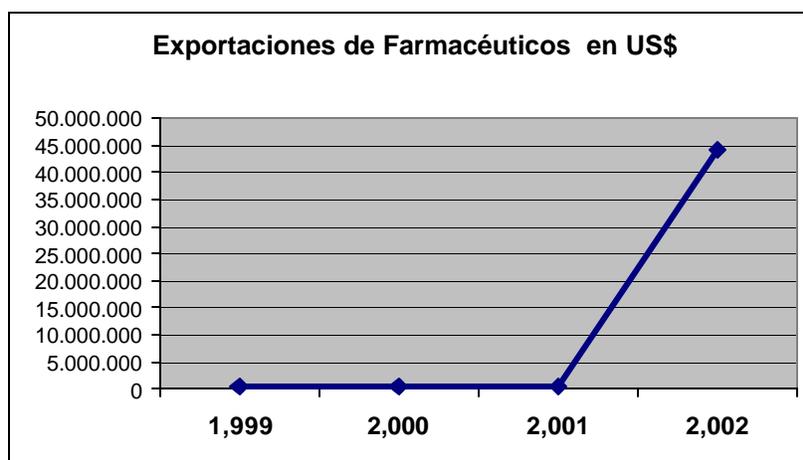
Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

De China, se importan materiales médico quirúrgicos genéricos como gasas, jeringas y guantes, éstos materiales en algunas ocasiones son importados directamente desde China, o lo hacen a través de Panamá,

2.1.2.2. EXPORTACIONES Y DESTINO DE LAS MISMAS

En el año 2002 hubo un crecimiento de las exportaciones de 7571% en comparación con el año anterior. Especialmente las exportaciones de productos para uso humano, como consecuencia de reexportaciones, principalmente a Honduras y no del incremento en producción local para exportación.

Gráfica 12. Exportaciones de Farmacéuticos en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

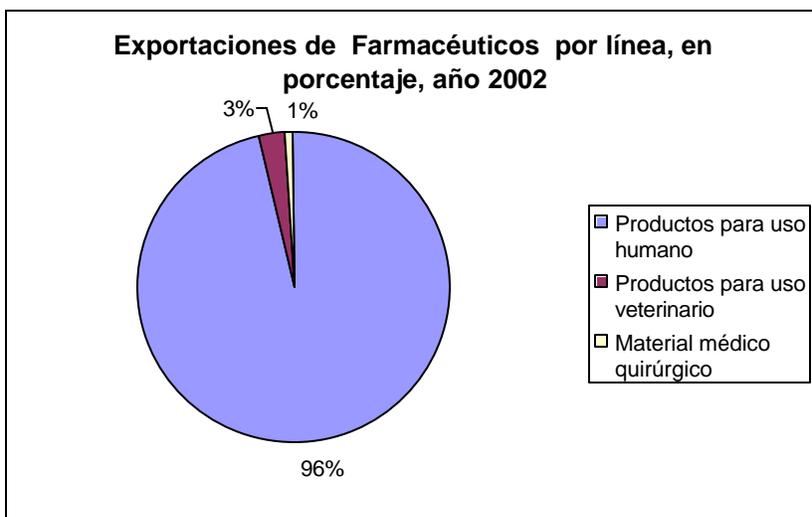
Tabla 5. Exportaciones por línea en US\$, desde 1999 hasta 2002

	Exportaciones			
	1.999	2.000	2.001	2.002
Productos para uso humano	11,682	36,206	267,223	42,684,001
Productos para uso veterinario	121,007	123,690	87,345	1,199,729
Material médico quirúrgico	283,953	374,701	222,063	352,368
Total del Sector	416,642	534,597	576,631	44,236,098

Fuente: elaborado por el investigador a partir de datos de SIECA

De los subsectores en estudio el más exportado son los productos para uso humano con un 96% del total del sector. Igual que en el caso de las importaciones esto ha variado a través del período estudiado, ya que en 1999 los productos farmacéuticos para uso humano representaban únicamente el 2.8%, los de uso veterinario el 29% y los materiales quirúrgicos el 68%. Esto confirma que las exportaciones de productos farmacéuticos de El Salvador son principalmente reexportaciones, ya que conservan la misma estructura y comportamiento que las importaciones.

Gráfica 13. Exportaciones de Farmacéuticos por línea, en porcentaje, año 2002

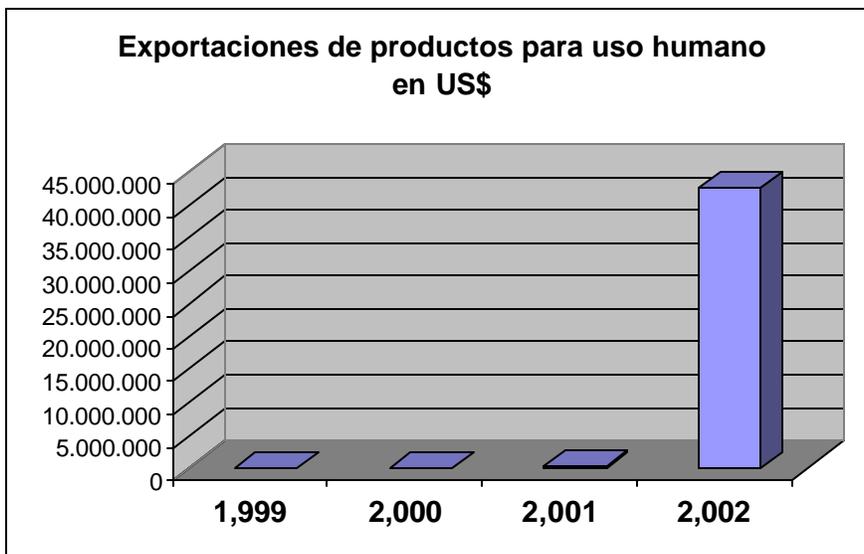


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Productos para Uso humano:

Las exportaciones de productos para uso humano en el 2002 muestran un crecimiento de 15873%, correspondientes a más de US\$42 millones con respecto al año anterior.

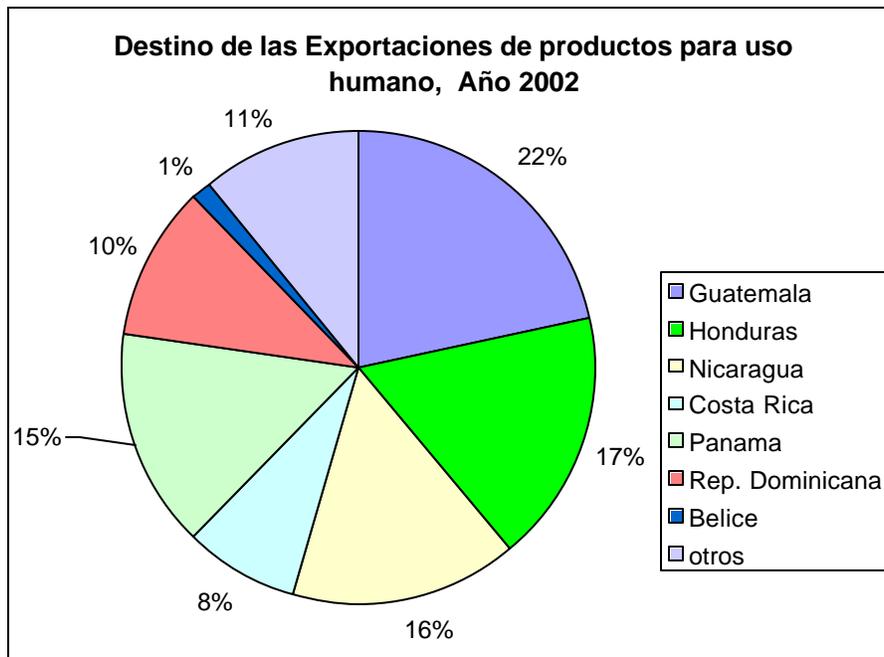
Gráfica 14. Exportaciones de productos para uso humano en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Y los principales destinos de las exportaciones de productos para uso humano son los países Centroamericanos, para los cuales se destina el 78% de las exportaciones de este subsector.

Gráfica 15. Destino de las Exportaciones de productos para uso humano, Año 2002



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Productos para Uso Veterinario:

En las exportaciones de productos para uso veterinario se observa un crecimiento de 1273% en el 2002, acorde con las importaciones. Por lo que se ratifica que se debe a reexportaciones.

Gráfica 16. Exportaciones de productos para uso veterinario en US\$

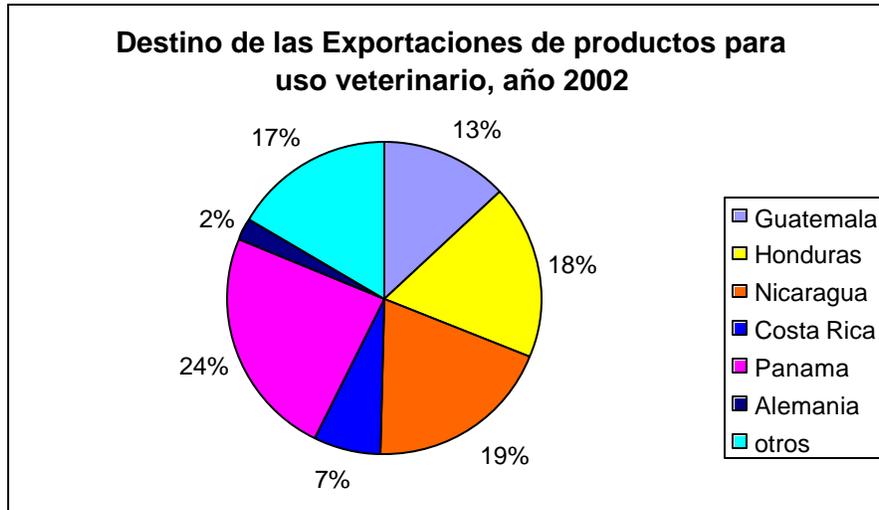


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

El siguiente gráfico muestra como los principales destinos de las exportaciones de productos para uso veterinario son los países Centroamericanos y Panamá,

para los cuales se destina el 81% de las exportaciones. Esto se debe a que son reexportaciones.

Gráfica 17. Destino de las Exportaciones de productos para uso veterinario, año 2002

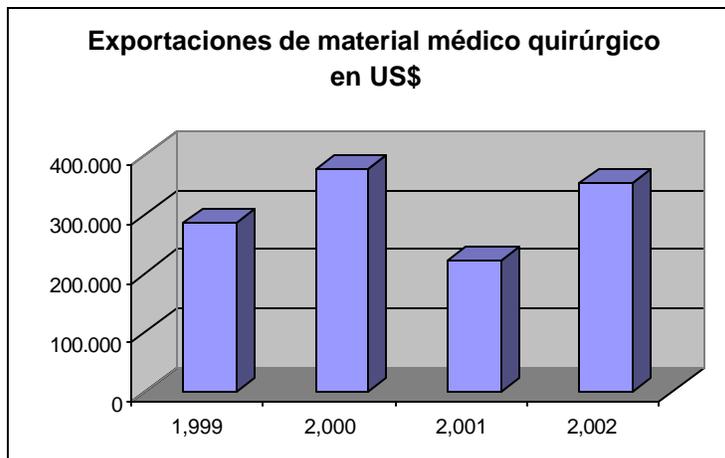


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Productos Medico Quirúrgico:

Las exportaciones de material médico quirúrgico, contrario a las de productos humanos o veterinarios, muestra una tendencia inversa al comportamiento de las importaciones. Esto se debe a que las exportaciones de materiales quirúrgicos no son reexportaciones sino ventas de productos elaborados en El Salvador. Por lo tanto en el año 2000 cuando las importaciones se incrementaron los productores locales aumentaron sus ventas a otros países para evitar que los ingresos de las empresas se vieran afectados.

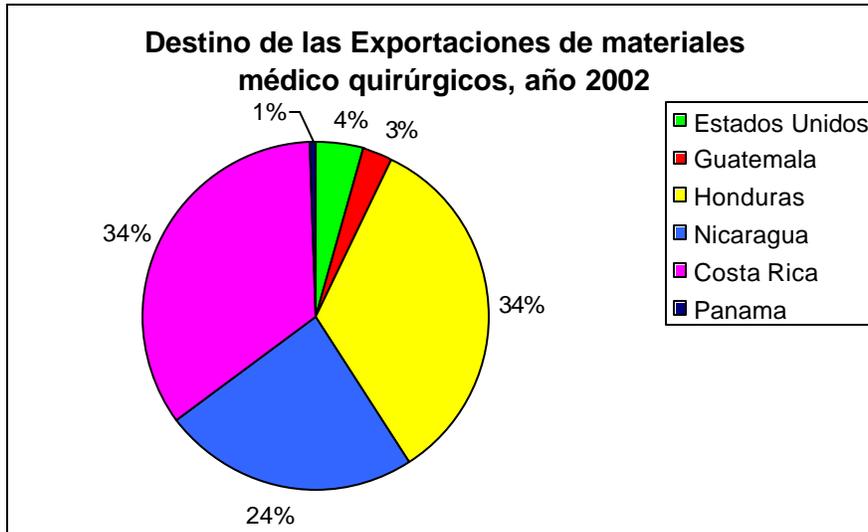
Gráfica 18. Exportaciones de material médico quirúrgico en US\$



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Los principales destinos de las exportaciones de material médico quirúrgicos son Costa Rica, Honduras y Nicaragua, como se observa en el siguiente gráfico

Gráfica 19. Destino de las Exportaciones de materiales médico quirúrgicos, año 2002

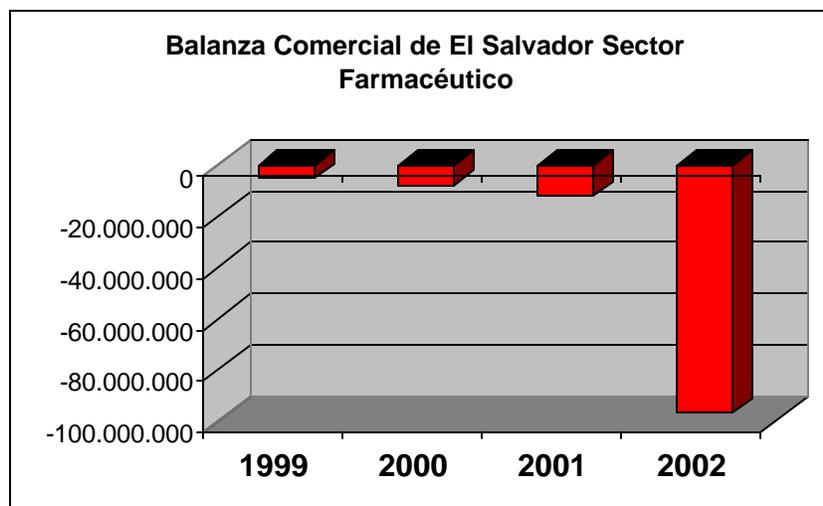


Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

2.1.2.3. BALANZA COMERCIAL

La Balanza Comercial, es decir las exportaciones menos las importaciones, es negativa para El Salvador en todos los productos del sector Farmacéutico. Esto se debe a que la mayoría de productos de este sector requieren de patentes que sólo poseen grandes laboratorios que fabrican en países industrializados como Estados Unidos, México u otros en Europa.

Gráfica 20. Balanza Comercial de El Salvador sector Farmacéutico



Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

Tabla 6. Balanza Comercial de EL Salvador por Línea de 1999 hasta 2002, en US\$

	1,999	2000	2,001	2,002
Productos para uso humano	-1.072.923	-4.237.345	-7.608.401	-90.124.353
Productos para uso veterinario	-1.312.081	-2.028.870	-2.369.917	-5.294.352
Material médico quirúrgico	-2.681.655	-1.409.002	-1.817.724	-1.286.418
Total	-5.066.659	-7.675.217	-11.796.042	-96.705.123

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

2.1.2.4. COMERCIO BILATERAL COLOMBIA – EL SALVADOR

Actualmente si existe comercio bilateral entre Colombia y El Salvador en el sector farmacéutico. Se han presentado importaciones en todos los años estudiados, pero en el 2002 crecieron en 1739%, lo cual fue mayor al crecimiento de las importaciones que fue de 1039% .

Tabla 7. Importaciones en El Salvador procedentes de Colombia, en us\$

en US\$	Importaciones desde Colombia			
	1999	2000	2001	2002

Productos para uso humano	0	0	47,472	3,790,710
Productos para uso veterinario	0	3,457	10,339	65,592
Material médico quirúrgico	115,217	53,899	155,544	66,998
Total del Sector	115,217	57,356	213,355	3,923,300

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de datos obtenidos de la SIECA

En todo el período estudiado se presentaron exportaciones desde El Salvador a Colombia en el año 2002 por un monto de US\$96,212. Sin embargo en todas las entrevistas realizadas los actores indicaron que no conocían exportadores de productos farmacéuticos de uso humano a Colombia.

2.2. CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

El mercado de Productos Farmacéuticos en El Salvador, se encuentra dominado por los productos importados. Estos representan el 91% de los productos vendidos en el país. Las importaciones, sin embargo son mayores al tamaño del mercado, debido a que parte de estas son reexportadas a países centroamericanos.

Existe producción en el país de todos los subsectores, pero resalta la producción de medicamentos para uso veterinario ya que existen pocos laboratorios pero con participación de mercado notoria, normalmente cerca del 5% cada uno. En cambio en los medicamentos humanos la mayoría de los fabricantes nacionales solo poseen el 1% o menos del mercado cada laboratorio.

2.2.1 Medicamentos para uso humano:

Los medicamentos de mayor demanda son los antibióticos, antiinflamatorios, analgésicos, problemas gástricos y potencializadores sexuales, así mismo se prefieren los envases de vidrio, pues los consumidores consideran que son más higiénicos y conservan mejor su contenido.

Las personas pertenecientes a los niveles medio, y alto de la población prefieren los medicamentos de laboratorios importantes y reconocidos, y que además no posean un precio muy bajo, pues si es así, consideran que el medicamento es de mala calidad. Mientras que las personas de un segmento bajo de la población prefieren los medicamentos genéricos, pues son considerados mas económicos y de buena calidad.

2.2.2. Medicamentos para uso animal:

Para animales pequeños, los medicamentos generalmente vienen en pastillas y jarabe, mientras que para animales más grandes, los medicamentos son en su mayoría inyectables, los cuales vienen en envase de vidrio pues debido a los

componentes y características de los medicamentos inyectables, se recomienda el envase de vidrio para lograr una mayor conservación del mismo. Este tipo de medicamentos se pueden encontrar presentaciones de 50 ml a 100 ml.

Los medicamentos que son diluidos en las comidas de los animales, generalmente vienen con olores de canela y anís, pues los animales prefieren este tipo de aromas a la hora de ingerir sus alimentos, ya que si sienten olores extraños en su comida no la consumen.

Entre los medicamentos con mayor demanda se encuentran las vitaminas, los desparasitantes, los antibióticos, y las vacunas, éstas últimas se venden mas durante la época de verano, comprendida entre febrero y abril, pues en esta época se acostumbra a vacunar todo el ganado.

2.2.3. Productos Medico quirúrgicos

Estos productos son vendidos al por mayor principalmente a Hospitales, Farmacias y Supermercados en el caso de algodones, esparadrapos y gasas. El algodón se puede encontrar empacado en bolsas plásticas, en presentaciones de 25, 50, 100, 200 y 300 gramos. Las vendas mas utilizadas son hechas en hilo de algodón poliéster y fibra de látex, vienen en presentaciones de 2,3,4,5 y 6 pulgadas de ancho por 5 yardas de ancho al estirar, mientras que las jeringas que tienen mayor demanda son las de 3cc

2.3. DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES

2.3.1. Productos para uso humano

Los consumidores acostumbran primero a automedicarse, ya sea porque han tenido una experiencia previa con respecto a los síntomas, o porque algún amigo o familiar le recomienda algún tipo de medicamento al conocer los síntomas. Así mismo, es común que los vendedores de las farmacias les receten medicamentos a las personas que acuden sin ninguna receta médica, con algunos síntomas leves, así como también en algunas ocasiones les cambian el medicamento recetado por el doctor por uno más económico.

Los consumidores pertenecientes al segmento medio y alto de la población, buscan ante todo la calidad de los medicamentos sin importar el precio, mientras que las personas de un nivel medio bajo y bajo de la población, buscan tanto calidad como precio en sus medicamentos, razón por la cual en muchas ocasiones no compran los tratamientos completos recetados por el doctor, sino que van adquiriendo las medicinas de acuerdo a sus posibilidades económicas. Es por esto, que algunos médicos les ofrecen a sus pacientes diferentes alternativas de precios en los medicamentos, para que el paciente de acuerdo a sus capacidades económicas escoja el producto que mas le convenga.

Así mismo, es importante mencionar que las farmacias constantemente ofrecen descuentos a los consumidores, razón por la cual, el comprador busca aquella

farmacias que ofrezca los descuentos mas altos en los productos que le han medicado.

2.3.2. Consumidores de medicamentos veterinarios

Cuando se trata de mascotas o animales pequeños, es común que sus dueños los lleven al veterinario y éste les recete las medicinas adecuadas para su padecimiento. Contrario a lo sucedido con los animales grandes o que se encuentren ubicados en el campo, pues las medicinas son adquiridas en las Agro tiendas por recomendación de las personas que la atienden, o son adquiridas directamente del laboratorio siguiendo el concejo del visitador médico, el cual es generalmente agrónomo o veterinario.

En este tipo de productos, generalmente son los hombres quienes realizan la compra y deciden que productos se deben adquirir, pues por lo general son ganaderos o personas dedicadas al campo, quienes compran las medicinas y los insumos necesarios para sus animales.

Mientras que cuando se trata de mascotas generalmente, las mujeres y los niños acompañados de sus madres, son quienes acuden a las veterinarias adquieren los medicamentos necesarios para su mascota.

2.3.3. Productos médico quirúrgicos

Estos productos son adquiridos por hospitales, tanto públicos como privados. Los hospitales públicos realizan licitaciones, en las cuales participan únicamente las droguerías o laboratorios con personalidad jurídica inscrita en El Salvador. Sin embargo se acostumbra que sean los distribuidores porque pueden licitar paquetes completos de productos demandados por el gobierno con oportunidad de brindar mejores precios.

2.4. FUERZAS COMPETITIVAS RELEVANTES

Barreras de Entrada: La apertura de una fábrica de productos farmacéuticos resulta muy costosa por la inversión requerida en tecnologías así como en investigación y desarrollo. Esto limita el establecimiento de nuevas empresas dentro de este sector en El Salvador. Por la misma razón se ve favorecida la importación de productos farmacéuticos ya que los mismos son de empresas que no requieren realizar inversión adicional. Sumado a esto está el hecho de que los productos de este sector poseen cero arancel estimulando la entrada de productos importados al país.

El acceso al mercado debe hacerse a través de droguerías o distribuidores. Las mismas poseen redes extensas de distribución, comercializando varias marcas. Hay caso de empresas productoras de fármacos que han intentado llegar a las farmacias directamente sin utilizar las droguerías pero no ha tenido éxito. Adicionalmente las farmacias demandan crédito, los cuales incrementan los

costos financieros de las droguerías y que no es conveniente asumir por el fabricante, ya que suelen ser riesgosos y demorar en los pagos.

Para las droguerías o distribuidores es muy importante que los laboratorios extranjeros les garanticen al menos un año de exclusividad en la distribución de los medicamentos. Consideran que si ocurre de otra manera, se perjudica la introducción del medicamento al mercado, ya que genera una guerra de precios y de descuentos que puede terminar afectando la venta del producto, pues si este no es de un laboratorio reconocido y su precio es muy bajo, la gente tiende a pensar que es de mala calidad, y no lo consume.

Algunos distribuidores han tenido inconvenientes con laboratorios farmacéuticos colombianos, pues luego de acordar que serán los únicos distribuidores de sus productos, venden sus medicamentos a otras droguerías para que también los distribuyan, generando malestar en algunas droguerías.³

Rivalidad en la Industria: Existen muchos competidores, los cuales son agresivos en las visitas médicas para estimular la prescripción de sus medicamentos a los pacientes. Además tienen a bajar bastante los precios cuando hay licitaciones con el estado. La rivalidad se da porque en esta industria las patentes son muy costosas y los laboratorios deben vender muchas unidades para obtener rentabilidad.

Con los laboratorios extranjeros se dan dos situaciones: Rivalidad cuando pretenden ingresar al mercado con marcas propias y por tanto competir directamente y pueden surgir alianzas con laboratorios nacionales cuando los extranjeros sólo sirven de maquiladores con una marca nacional.

En el mercado salvadoreño en la actualidad existen laboratorios veterinarios interesados en los productos farmacéuticos colombianos, pues conocen la excelente calidad de éstos laboratorios, no obstante nunca han recibido alguna oferta, razón por la cual adquieren los medicamentos de otros países como Argentina, España y México de los cuales reciben información constante acerca de los productos ofrecidos por laboratorios de éstos países.

2.5. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

El mercado de productos farmacéuticos en El Salvador posee un tamaño de US\$105 millones, de los cuales el 93% corresponde a productos para uso humano, 6% para uso animal y 1% bienes médico-quirúrgicos. Esta proporción

³ Información suministrada por Mauricio Vides, Gerente de la división farmacéutica de la distribuidora C Imberton en San Salvador.

ha cambiado a través del tiempo, ya que en el año 1999 los productos médico-quirúrgicos representaban el 37% del sector.

Las importaciones son mayores al tamaño del mercado en 33% aproximadamente, en el año 2002. Esto se debe a que parte de lo que ingresa a El Salvador es reexportado a otros países de Centro América, los cuales son los principales destinos de las exportaciones. En cambio las importaciones provienen principalmente de Estados Unidos, México y Europa. Excluyendo las reexportaciones se obtiene que el mercado es suplido en un 8.5% por producto hecho localmente, mientras que el restante 91.5% corresponde a los medicamentos y materiales importados

El sector en general ha presentado amplio crecimiento desde 1999. El cual se vio acentuado en el año 2002 por una expansión del subsector de productos para uso humano debido a fondos otorgados al gobierno para invertirlos en salud. Estos fondos los otorgaron organismos internacionales diversos.

El consumidor salvadoreño, sigue en primer término la recomendación del dependiente de la farmacia para adquirir medicamentos, ya que usualmente no acuden al médico para tratar sus enfermedades, sino hasta que estas se complican. Con los productos veterinarios para animales de campo, como vacas, gallinas, toros, etc, ocurre algo similar, porque la opinión del que atiende en la tienda agrícola es valiosa.

En el futuro se espera que el consumidor salvadoreño utilice más medicamentos genéricos y que los médicos los receten con más frecuencia. Sin embargo esto dependerá de la labor de promoción que realicen los productores, ya que actualmente los genéricos se asocian con baja calidad. Otra tendencia clara es que cada vez hay más población concentrada en San Salvador y esto hace que se demanden más medicamentos en canales hasta ahora poco usuales como supermercados. Adicionalmente, se prevé el surgimiento de cadenas de farmacias en la medida en que los consumidores se hacen menos dependientes de los farmacéutas, sino que acuden ya con una idea clara del producto a adquirir.

3. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

3.1. ESTRUCTURA DE LA OFERTA

El sector farmacéutico es un sector muy competido, puesto que existe una gran variedad de laboratorios algunos nacionales y otros extranjeros, los cuales ofrecen una amplia gama de productos y de servicios. No obstante, el mercado se encuentra liderado por los laboratorios extranjeros.

Debido a la gran cantidad de laboratorios existentes, hay una gran competencia entre éstos, razón por la cual es muy importante invertir en promoción, especialmente con los médicos, los cuales prefieren recetar medicamentos de los laboratorios que les colaboran con la realización de los congresos, y que les ofrecen incentivos y remuneración por la prescripción de sus productos a los pacientes.

En El Salvador ninguna institución regula los precios de los medicamentos. No obstante debido a la gran cantidad de competidores existentes en el mercado, los laboratorios autorregulan sus precios de acuerdo a los ofrecidos por sus competidores.

3.1.1. UBICACIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS

Primero se presenta una tabla con un listado de los competidores presentes en el mercado. Posteriormente se realiza una caracterización de aquellos laboratorios más importantes.

Tabla 8. Ubicación regional de las empresas Nacionales productoras de Medicamentos para consumo Humano

Producto	Laboratorio	Origen
Medicamentos de Uso Humano		
	Arsal	Salvador
	Carosa	Salvador
	Laboratorios Lopez	Salvador
	Laboratorios Suizos	Salvador
	Lainez	Salvador
	Vijosa	Salvador

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de información recolectada en el campo

Tabla 9. Ubicación regional de las empresas Extranjeras productoras de Medicamentos para consumo Humano

Producto	Laboratorio	Origen
Medicamentos de Uso Humano	Bayer	Alemania
	Roemmer	Argentina
	Bussie	Colombia
	La Santé	Colombia
	Wasser	Colombia
	Pfizer	Costa Rica
	Stein	Costa Rica
	Arsal	El Salvador
	Lacer	España
	Abbott	Estados Unidos
	Boehringer	Estados Unidos
	Newport	Estados Unidos
	Roche	Estados Unidos
	Asta Medica	Guatemala
	Aventis	Guatemala
	Bristo Myers	Guatemala
	Novartis	Guatemala
	Pharmacia & Upjohn	Guatemala
	Unifarm	Guatemala
	Warner Lambert	Guatemala
	Andifar	Honduras
	Fansimar	Honduras
	Kamel	Honduras
	Lombardia	Honduras
	Grossman	México
	Qumica Knoll	México
	Janssen Cilag	México
	Panalab	Panamá
	Smith Kline Beecham	Panamá
	Glaxo Wellcome	Panamá
Sanofi Synthelabo	Panamá	
Ely lilly	Puerto Rico	
Laboratorios OM	Suiza	

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de información recolectada en el campo

Tabla 10. Ubicación regional de las empresas Nacionales productoras de Medicamentos para uso veterinario

Producto	Laboratorio	Origen
Medicamentos de Uso Veterinario	Pro medici	Salvador
	Laboratorio Hispanoamericano	Salvador
	Laboratorios Biológicos de el Salvador	Salvador

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de información recolectada en el campo

Tabla 11. Ubicación regional de las empresas Extranjeras productoras de Medicamentos para uso veterinario

Medicamentos de Uso Veterinario	Burnet	Argentina
	Proagro	Argentina
	Chalver	Colombia
	Avimex	Costa Rica
	La quinza	Costa Rica
	Pfizer	Costa Rica
	Calier	España
	Invesa	España
	Polichem	España
	Bayer	Guatemala
	Andoci	México
	Bio-zoo	México
	Cheminova	México
	Fort Dog Animal	México
	Intervet	México
	Revetmex	México
	Salud y Bienestar animal	México
	Micorsules	Uruguay
	Calox	Venezuela
	Labtopp	Venezuela
Novartis		

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de información recolectada en el campo

Tabla 12. Ubicación regional de las empresas Extranjeras productoras de Medicamentos para uso quirúrgico

Producto	Laboratorio	Origen
Productos Médico Quirúrgicos	Genericas	China
	3M	Estados Unidos
	bd	Estados Unidos
	Algodón Superior	Guatemala
	Beiersdorf	Guatemala
	plastipack	México
	Zuum	México

Fuente: Elaborado por el investigador a partir de información recolectada en el campo

3.1.2. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

A continuación se presentan una descripción donde se resume la caracterización de algunos laboratorios que compiten en el mercado salvadoreño.

3.1.2.1 Laboratorios de medicamentos para consumo humano

Chalver

Es un laboratorio colombiano, el cual se encuentra en El Salvador, aproximadamente hace 10 años, inicialmente la distribución exclusiva de sus productos la tenía la distribuidora C Imberton, sin embargo, algún tiempo después otras droguerías empezaron a distribuir sus productos. Chalver monto una oficina que se encarga de importar y distribuir localmente a las farmacias y droguerías. Las droguerías distribuyen los productos especialmente al interior del país, en pequeñas poblaciones, en las que aun Chalver no tiene acceso con sus distribuciones. Este laboratorio no utiliza ningún tipo de material promocional para destacarse al interior de las farmacias, pero si utiliza un número considerable de visitadores médicos para hacer conocer sus productos de algunos especialistas. Este laboratorio posee oficinas en Panamá, desde donde exporta su mercancía directamente al Salvador, a través de vía aérea. El porcentaje del mercado, es del 1% en el subsector de medicamentos para consumo humano.

Este Laboratorio utiliza código de barras en todos sus productos, los envases son de vidrio y plástico para lo jarabes, y blister, para las pastillas.

Laboratorios López

Es uno de los laboratorios más grandes y reconocidos en El Salvador, cuenta con 50 años de experiencia en la producción de medicamentos para uso humano. Este laboratorio posee distribuidores en México, Nicaragua, Guatemala, Honduras y Republica Dominicana. Las materias primas utilizadas por este laboratorio son importadas de Alemania y Estados Unidos.

Laboratorios López promociona sus productos a través visitadores médicos, muestras de medicamentos, y patrocinio de eventos médicos. Su participación del mercado es del 2%.

Además de comercializar los productos que ellos fabrican, también distribuyen los de algunos laboratorios como se explicará en el capítulo de Canales de Comercialización y Distribución.

La planta de producción de este laboratorio se encuentra ubicada en San Salvador y cuenta con 355 empleados. Sus ventas en este país ascienden a US\$2 millones.

Utiliza código de barras en todos sus productos. Los envases de sus medicamentos son en vidrio en su mayoría, y en una menor proporción en plástico para los jarabes. Las pastillas vienen en blister

Laboratorios Vijosa

Es uno de los laboratorios más importantes de El Salvador. Fue fundado en 1971, desde ese momento se ha especializado en medicamentos inyectables.

Este laboratorio posee dos plantas farmacéuticas; una, destinada a la elaboración de inyectables y jarabes; y la otra, dedicada a la manufactura de antibióticos las dos ubicadas en San Salvador. Las materias primas utilizadas por este laboratorio son importadas directamente de Europa y Estados Unidos.

Laboratorios Vijosa para buscar el aumento de ventas, ha optado por la estrategia de mercadeo de visitar a los médicos a través de su grupo de visitadores médicos, como también a llevado a cabo el patrocinio de eventos médicos donde regala muestras médicas y artículos promocionales con el logo impreso del laboratorio. Este laboratorio, tiene el 1% por ciento del mercado en el subsector de medicamentos de consumo humano.

Las ventas que este laboratorio realiza en El Salvador ascienden a US\$2 millones y genera más de 200 puestos de trabajo.

Utiliza código de barras en todos sus productos, los cuales viene en envases de plástico y vidrios para los medicamentos líquidos, especialmente par niños, y las pastillas vienen en blister

Laboratorios Suizos

Es un laboratorio salvadoreño, el cual produce una gran variedad de productos farmacéuticos, siendo su especialidad los productos de línea natural, entre los cuales se encuentran gotas para la digestión, tranquilizantes, medicamentos para el colon entre otros.

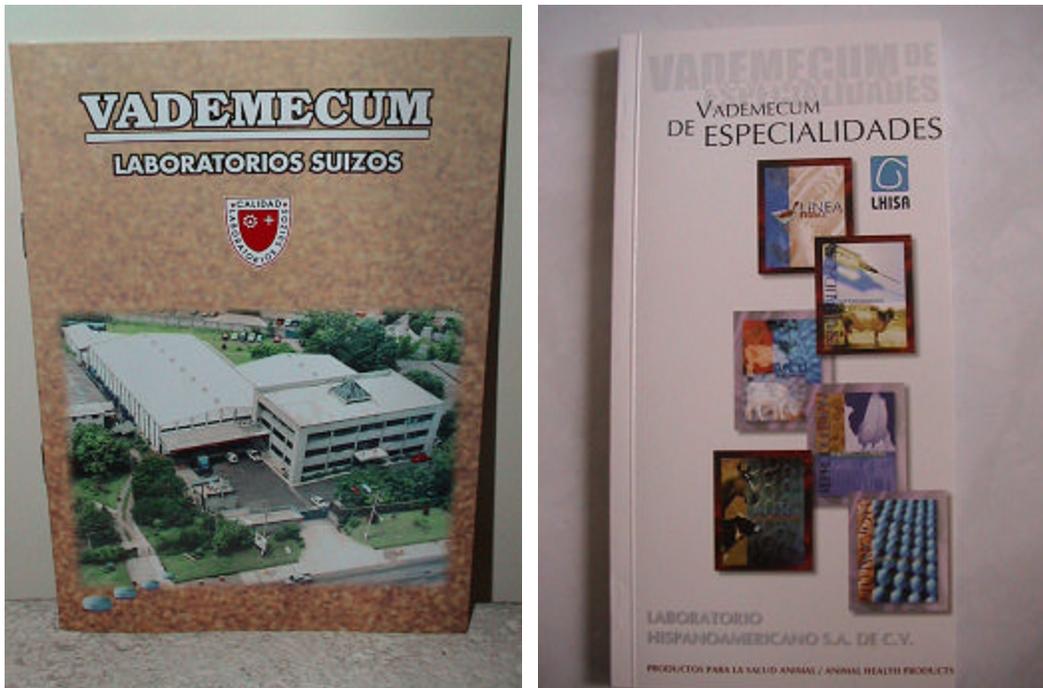
Laboratorios Suizo, además de la producción y comercialización de sus productos, también distribuye medicamentos de otros laboratorios como se describirá en el capítulo de Canales de Distribución y Comercialización

Este laboratorio promociona con el cuerpo médico sus productos a través de las conferencias medicas que constantemente patrocina, así como también ofrecen a los especialistas muestras medicas junto con obsequios que tienen el logotipo del laboratorio.

Mientras que con las farmacias, laboratorios suizos promociona sus productos a través de pushmoney, éste, es un sticker a través del cual las farmacias pueden tener descuento en la próxima visita del laboratorio, según el número de stickers que se tenga, es así como entre mas pedidos realice la farmacia, mayor será el descuento otorgado por el laboratorio. La participación del mercado de este laboratorio es del 1% en este subsector.

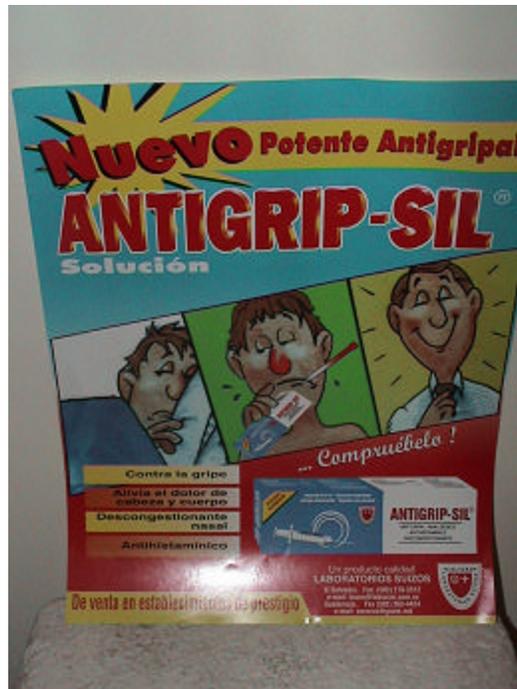
Tienen dentro de su nomina a 450 personas y sus ventas están cerca al US\$1millon.

Utiliza código de barras para todos sus productos, los medicamentos que produce este laboratorio vienen en su gran mayoría en envases de vidrio, mientras que las pastillas, vienen en blister de 10.



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Publicidad de laboratorios nacionales Laboratorios Suizos y Laboratorio Hispanoamericano S.A. de C.V.



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Volantes distribuidos en farmacias para promocionar medicamento de uso humano, para el tratamiento de la gripa fabricado por Laboratorios Suizos



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Volantes distribuidos en farmacias para promocionar un reconstituyente o energizante a base de vitaminas y minerales fabricado por Laboratorios Suizos



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Pastillas revitalizantes para adultos mayores fabricados por Laboratorios Suizos. Son promocionadas a través de afiches en puntos de venta y volantes a todo color



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Crema analgésica fabricada por Laboratorios Suizos. Su uso es muy extendido en la población. Con este producto tratan torceduras, dolores musculares producidos por cansancio o movimientos bruscos. También se utiliza para dolores de cabeza o para despejar la nariz en caso de gripa.

Laboratorios Ancalmo

Es un laboratorio salvadoreño, el cual produce medicamentos para uso humano y cosméticos. En la actualidad cuenta con sucursales en Centroamérica, México y Estados Unidos. Este Laboratorio ofrece a los consumidores tres líneas de productos: Hessel, los cuales son productos de prescripción médica, Overt the Counter, que son aquellos medicamentos que no necesitan prescripción médica y Natual secret, los cuales se encuentran orientados a preservar la belleza física. Este Laboratorio promociona sus productos a través de pushmoney, visitadores médicos y muestras de medicamentos. Este laboratorio cuenta con el 1% de este subsector.

Tiene dentro de su personal a más de 100 personas y genera unas ventas en El Salvador de US\$800 mil.

Utiliza código de barras, sus productos son envasados en botellas de vidrio y plástico para los medicamentos líquidos y en blísteres para las pastillas.

Laboratorio Lainez

Este Laboratorio salvadoreño, produce medicamentos para uso humano, tanto éticos como OTC. La materia prima utilizada por laboratorios Lainez es importada directamente de Europa y Estados Unidos. Sus principales productos son exportados a Centroamérica. La promoción de sus productos es a través de visitadores médicos, muestra gratuitas de medicamentos y pushmoney.

Además de dedicarse a la producción y comercialización de los productos bajo la marca Lainez, también distribuye otros productos importados como se desarrollará en el capítulo de Canales de Distribución y Comercialización.

Utiliza código de barras para sus productos, los cuales en su mayoría viene en botella de vidrio para los jarabes, y blísteres para las pastillas.

La planta de producción de este laboratorio esta ubicada en San Salvador y cuenta con 150 personas quienes desempeñan diferentes cargos.

Laboratorios Gamma

Este laboratorio salvadoreño, produce desde hace 25 años medicamentos farmacéuticos en tres líneas: línea Humana, línea veterinaria y línea popular. En la actualidad este laboratorio cuenta con distribuidores en Toda Centroamérica y Republica Dominicana. Laboratorios Gamma realiza la promoción de sus productos, a través de visitadores médicos, patrocinio de eventos médicos, y pushmoney. La participación en el mercado farmacéutico de laboratorios Gamma es de 1% en el subsector de medicamentos para el consumo humano.

La planta de producción esta ubicada en San Salvador y cuenta con más de 50 empleados.

Sus ventas en promedio ascienden a US\$900 mil.

Utiliza código de barras para sus productos, los cuales en su mayoría viene en botella de vidrio para los jarabes, y blisteres para las pastillas

Laboratorios Extranjeros

Entre los laboratorios extranjeros mas reconocidos en el Salvador, se encuentran Pfizer, MK, Merck, Novartis, Glaxosmith Kline, entre otros, los cuales ocupan las primeras 5 posiciones en cuanto a ventas y participación del mercado. Generalmente los laboratorios extranjeros no le otorgan la exclusividad de la distribución de sus productos a una sola droguería, usualmente varias droguería manejan diferentes productos de el mismo laboratorio. En cuanto a publicidad los laboratorios extranjeros, son mucho mas fuertes que los nacionales, pues inviertan un alto porcentaje de sus presupuesto en publicidad, generalmente decoran las farmacias con material POP, patrocinan un sin numero eventos médicos en los cuales obsequian una gran cantidad de muestras gratis, así como también trabajan con promociones como pushmoney.

Los laboratorios extranjeros, tienen aproximadamente el 80% de participación del mercado.

3.1.2.2 Laboratorios de medicamentos para consumo animal.

Laboratorios Biológicos Veterinarios

Es un laboratorio salvadoreño, el cual importa y produce algunos medicamentos como antibióticos, vitaminas y pre mezclas vitamínicas minerales. Las materias primas utilizadas para la elaboración de sus medicamentos, son importadas de Alemania, Brasil, India, China principalmente. Además de producir los medicamentos bajo su marca, producen maquilas de productos inyectables en el Salvador y Guatemala.

Importa sus productos a Honduras, donde tiene una oficina encargada de la comercialización de los productos. Este laboratorio promociona sus productos, a través de revistas veterinarias especializadas, y en la participación de ferias equinas y bobinas. Laboratorios Biológicos Veterinarios cuenta con el 4 % de participación del mercado de este subsector.

La planta de producción esta ubicada en San Salvador y cuenta con 33 empleados.

Las ventas generadas por este laboratorio ascienden a US\$300 mil.

Utiliza código de barras, los medicamentos líquidos vienen en envase de vidrio y plástico, así como también las sales y las vitaminas son empacadas en bolsas plásticas transparentes.

Laboratorio Hispanoamericano (LIHSA)

Cuenta con 18 años de experiencia en la elaboración de medicamentos para uso veterinario. Producen medicamentos en polvo, líquidos, orales e inyectables, sin embargo se especializan en los medicamentos inyectables.

La casa matriz de este laboratorio se encuentra en España, país del cual importa la mayoría de los insumos para la producción de los medicamentos. También importan materia prima de Alemania, pues la casa matriz les indica a que países pueden recurrir para adquirir la materia prima. Exporta sus productos a Centroamérica Panamá, Ecuador y Republica Dominicana.

La distribución de los productos bajo esta marca, la hacen de forma directa, esto quiere decir que no utilizan ningún intermediario.

Este laboratorio promociona sus productos a través de visitantes médicos los cuales son agrónomos o veterinarios, si en algún momento alguno de sus clientes, especialmente los ganaderos necesitan alguna asesoría puntual en alguno de estos dos temas recurren a estas personas para que los orienten. Además de este servicio al cliente, también ofrece promociones a sus clientes, si pagan por adelantado les dan un 25%, 15% de descuento, les dan 30 cajas por el pago de 20. En los agroservicios les decoran el lugar, les pintan la pared. Este laboratorio tiene planes de ampliar su capacidad de promoción, para poder entrar a competir con laboratorios más grandes como Pfizer. LIHSA actualmente cuenta con el 4% de participación del mercado en este subsector.

Cuenta con 60 personas dentro de su nomina.

No utiliza código de barras, sus medicamentos líquidos viene en gran mayoría en envases de vidrio, las pastillas son empacadas en blister, mientras que las vitaminas y sales son ofrecidas al consumidor en bolsas plásticas.

Laboratorios Biológicos de El Salvador

Este laboratorio salvadoreño, el cual cuenta con 25 años de experiencia, es uno de los más importantes y reconocidos en la producción de medicamentos para uso veterinario tanto farmacéuticos como biológicos. Actualmente este laboratorio posee sucursales en Guatemala, Honduras, Ecuador, república Dominicana, Nicaragua, y próximamente en Costa Rica.

Promociona sus productos a través de visitadores médicos, muestras gratuitas de sus productos, patrocinando eventos caninos y bobinas, así como también, publica anuncios de sus principales productos en las revistas veterinarias más importantes de El Salvador. Su participación del mercado es del 5%.

Dentro de su equipo de trabajo cuenta con más de 50 personas y sus ventas en El Salvador están entre US\$250 y US\$300 mil.

No utiliza código de barras, sus medicamentos líquidos son envases en botellas de vidrio, mientras que las vitaminas y los insumos para animales son empacados en bolsas de plástico.

3.1.2.3 Laboratorios de Productos médicos quirúrgicos

Droguería Pro Medici

Esta droguería salvadoreña produce algodón absorbente para hospitales y farmacias y comercializa equipos médicos. Actualmente se encuentra interesado en ampliar su producción de algodón a esponjas, redondas, ovalas o cuadradas de algodón comprimido para diferentes usos. Así mismo desea introducir una línea de materiales descartables como gorros, ropa quirúrgica, guatas entre otros. La promoción de estos productos se realiza a través de visitadores médicos y obsequios de muestras de sus productos a especialistas. Droguería Pro Medici cuenta con el 1% del mercado dentro del subsector.

Las ventas ascienden a US\$8 millones de las cuales US\$50mil son generados con el portafolio de productos fabricados por ellos.

Los productos de esta droguería son empacados en bolsas plásticas, utilizan código de barras en todos sus productos.

3.2. MEZCLA DE MERCADEO

3.2.1. ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD UTILIZADAS

En cuanto a productos farmacéuticos de uso humano, la promoción y la publicidad son dos aspectos determinantes para alcanzar un volumen de ventas significativo. Los laboratorios corren con todos los gastos de publicidad de sus productos, pues las droguerías simplemente se encargan de distribuir los medicamentos en la mayor cantidad de puntos de venta posibles.

Una de las principales formas que tienen los laboratorios de promocionar sus productos, es a través de visitadores médicos, los cuales como su nombre los indica visitan constantemente a los diferentes especialistas, para que éstos conozcan sus productos y los beneficios que estos poseen. Así mismo en cada visita, los laboratorios les ofrecen a los médicos muestras gratis de medicamentos para que se las entregadas a los pacientes y de esta forma ellos se convenzan de los beneficios del mismo. Además de las muestras, los visitadores les entregan objetos de merchandising donde llevan el logo del laboratorio incluido, logrando de esta forma un mayor posicionamiento y recordación de marca.

Es común que los laboratorios patrocinen frecuentemente, congresos, simposios y reuniones médicas, cuyo tema se encuentren relacionados con algún medicamento específico del laboratorio.

Otro de las formas de promoción utilizadas por los laboratorios es a través de las farmacias, las cuales son decoradas en algunas ocasiones por los laboratorios con afiches, display y habladores de góndola. Así como también les regalan camisetas y botones con el logotipo del laboratorio a los dependientes de las farmacias para que éstos los utilicen mientras atienden al público.

Cuando se trata de productos OTC, algunas farmacias ofrecen premios por la compra de más de 100 cajas, lo que genera que los mayoristas busquen constantemente cuales son las farmacias que ofrecen mas descuento para adquirir allí su mercancía.

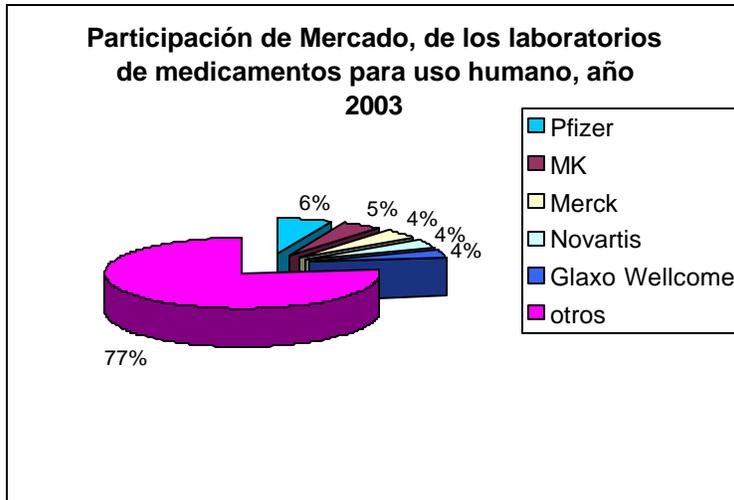
En cuanto a productos veterinarios los laboratorios regalan algunos productos como camisetas, agendas, esferos, etc a sus principales clientes y distribuidores. Así mismo durante el año en El Salvador se realizan varias ferias ganaderas, las cuales son aprovechadas por los laboratorios para ubicar un stand y dar a conocer sus productos a los visitantes extranjeros.

También pautan en las revistas del Fondo de Ganaderos las cuales son distribuidas gratuitamente entre los principales actores del sector agrícola veterinario

3.2.2. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS POR CATEGORÍAS

Al existir un sinnúmero de laboratorios tanto nacionales como extranjeros en El Salvador, esto hace que la participación de mercado sea muy baja para cada uno de ellos, es por esto que si se suman 195 laboratorios de medicamentos para el consumo humano entre todos estos suman el 77% del mercado, pues cada uno no tiene mas de un 3,42%.

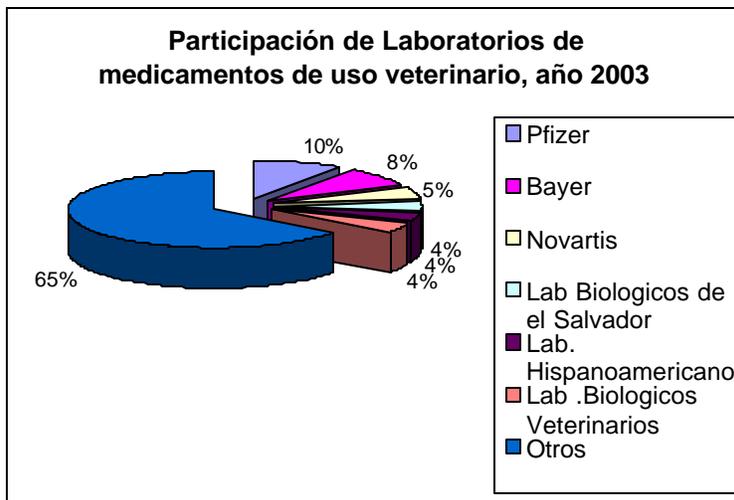
Gráfica 21. Participación de Mercado, de los laboratorios de medicamentos para uso humano, año 2003



Fuente: elaborado por el grupo consultor

En el subsector de medicamentos para uso veterinario, en el 65% del mercado, se encuentran laboratorios como Calox, Revemex, Proagro, Calier, Avimex, Fort Dog Animal, los cuales tiene un porcentaje menor o igual al 4% cada uno.

Gráfica 22. Participación de Laboratorios de medicamentos de uso veterinario, año 2003



Fuente: elaborado por el grupo consultor

Gráfica 23. Participación de Mercado de industrias productoras de artículos médicos quirúrgicos, año 2003



Fuente: elaborado por el grupo consultor

3.3. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS DEL SECTOR

3.3.1. PRECIOS DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS POR SUBSECTOR

Dada la gran cantidad de productos cubiertos o incluidos en el sector de Productos Farmacéuticos se decidió seleccionar algunos representativos para dolencias diferentes, escogiendo entre genéricos y productos de laboratorios reconocidos. Son estos productos seleccionados los que se presentan en las tablas contenidas en este subcapítulo, pero en ningún momento constituyen un listado completo de todos los productos del sector.

Tabla 13. Precios de productos farmacéuticos para uso humano

Nombre	Laboratorios	Presentación	Precio en US\$	Plaza	Promoción
Panadol	Glaxo smith kline	120 ml	4.67	Farmacias, supermercados	Visitadores Médicos, muestras del medicamento
Aspirina	Bayer	20 pastillas	2.50	Farmacias, supermercados	Visitadores médicos, muestras de medicamento
Voltaren Emulgel	Novartis	50 grs.	17.99	Farmacias, supermercados	Visitadores médicos, muestras de medicamento
Babysil	lainez	50 grs	4.20	Farmacias,	Visitadores

				supermercados	médicos y muestras de medicamento
microgynon	shering	21 grageas	5.67	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
amoxicilina	meditech	60 miligramos	6.70	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
amoxicilina	Meditech	100 miligramos	10.10	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Dayamineral	Abbot	50 tabletas	17.00	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Megasex	Ancalmo	30 cápsulas	7.14	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Viagra	pfizer	50 pastillas	22.95	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Hongosil	Lab. Suizos	15 grs	8.23	Farmacias, supermercados	Visitadores médicos y muestras de medicamento
omeoprazol	Lainez	16 cápsulas	22.08	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Omeoprazol	Lopez	12 cápsulas	28.80	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento
vermisilco	Lopez	6 tabletas	1.42	Farmacias	Visitadores médicos y muestras de medicamento

Fuente: Elaborado por el investigador

Tabla 14. Precios de productos farmacéuticos para uso animal

Nombre	Laboratorios	Presentación	Precio en US\$	Plaza	Promoción
Bigantol	Bayer	100 cc	24.00	Agrotiendas, veterinarias.	Visitadores médicos y muestras de medicamento
amoxicilina	Laboratorios Biológicos	100 cc	18.00	Agrotiendas, veterinarias	Visitadores médicos y

	veterinarios				muestras de medicamento
oxitetraciclina	invesa	100 cc	12.00	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Ibermectina	LHISA	100 cc	30.00	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
albendasol	chalver	100 cc	13.00	Agrotiendas, veterinarias.	Visitadores médicos y muestras de medicamento
bovovac	Lavet	100cc	8.00	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
butasyl	Fort dog	100cc	10.20	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
calox	calox	25 kilos	40.00	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
Aminorab Fuerte	Laboratorios Biológicos Salvadoreños	100 cc	32.99	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
aminovit	reverbex	100 cc	9.54	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento
emicina	physer	100 cc	27.00	Agrotiendas	Visitadores médicos y muestras de medicamento

Fuente: Elaborado por el investigador

Tabla 15. Precios de productos médico - quirúrgicos

Producto	Laboratorios	Presentación	Precio en US\$	Plaza
Algodón	Algodón superior	100 gr	2.00	Supermercados, Farmacias
Vendas elásticas	Algodón superior	4 pulgadas	1.48	Supermercados, Farmacias
esparadrapo	3M	rollo	1.54	Supermercados, Farmacias
Algodón	ZUUM, Universal productora	50 gr	0.63	Supermercados, Farmacias
Jeringas	bd	3 cc	0.50	Farmacias

3.4. CONCLUSIONES DE CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETENCIA

En El Salvador existen aproximadamente 200 laboratorios que venden sus medicamentos en este país. Sin embargo la mayoría de ellos no poseen oficinas sino que los distribuyen a través de droguerías. Los medicamentos son importados principalmente de Estados Unidos, aunque también de México, Guatemala y Europa.

Normalmente los laboratorios venden en condiciones CIF, haciendo los despachos vía aérea para cuidar la mercancía y no exponerla a temperaturas u otras condiciones climáticas que puedan afectar su calidad. Frecuentemente otorgan crédito de hasta 60 días y establecen con los comercializadores vínculos estrechos brindando exclusividad.

La principal estrategia promocional utilizada es la visita médica y el patrocinio de congresos médicos o actividades de este gremio. Adicionalmente se distribuye material promocional impreso, tanto en farmacias como en agrotiendas. Este material consiste en brochures o afiches. El uso de medios masivos se reserva para medicamentos antigripales o digestivos como alka-seltzer.

Los precios son muy variables, sin embargo se observa que los genéricos resultan muchísimo más baratos que los de laboratorios reconocidos. Sin embargo el consumidor considera aún que entre más caros mejor.

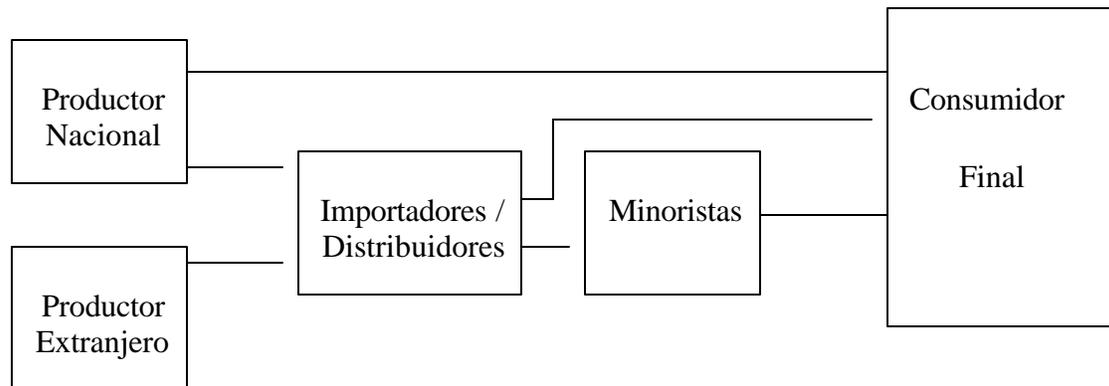
Se prevé la aparición de nuevos competidores en la industria, ya que no existen casi barreras de entrada para productos importados. Así mismo la cadena popular mexicana denominada “Farmacias Similares” ya anunció la apertura de puntos de venta en El Salvador⁴. Esta cadena elabora sus propios medicamentos, de muy bajo precio. Es apoyada por la Premio Nobel de la Paz Guatemalteca Rigoberta Menchú.

⁴ Información anunciada en Guatevisión, canal de televisión de Guatemala, durante la inauguración de las Farmacias Similares en Guatemala.

4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACION

La comercialización de productos farmacéuticos en El Salvador se lleva a cabo a través de distribuidores o droguerías quienes son los intermediarios entre el productor y la farmacia, la cual es normalmente atendida por su propietario y es quien tiene el contacto con el consumidor final.

Comercialización de Productos Farmacéuticos



4.1. DESCRIPCIÓN DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Para desarrollar este subcapítulo, se investigaron en el campo algunas droguerías que poseen cobertura a nivel nacional y algunas de ellas cuentan con la exclusividad en el momento de algún tipo de medicamento. También se investigaron los laboratorios que distribuyen otros productos complementando la producción que ellos realizan ya sea de medicamentos para el consumo humano o para animales.

Otros canales que se describirán a continuación son los hospitales, los mayoristas y las tiendas agroveterinarias.

4.1.1. Distribuidores

Los distribuidores de medicamentos en El Salvador, reciben el nombre de Droguerías, éstas son las encargadas de importar y distribuir los productos en todas las farmacias del país

C- Imberton

Esta empresa fue fundada en 1928. C-Imberton distribuye tanto productos alimenticios masivos de marcas como Noel, La Moderna, Kleenex, Bayer, Kotex, y Regia, entre otros y medicamentos de laboratorios colombianos como Bussie, Chalver desde hace 8 años. Este año comenzó con la distribución de procaps. También distribuyen Pfizer, 3M, OM, Lilly, Roemmers y Alcon entre otros.

Dentro de la estructura comercial esta droguería cuenta 12 vendedores para las farmacias, 2 vendedores para el gobierno, 6 personas dedicadas al

telemercadeo y 12 motocicletas de reparto. Cuenta también con una cadena de farmacias, las cuales se encuentran en expansión. Reciben un plazo de 60 a 90 días para pagar la mercancía, trabajan con precios CIF, y pagan a través de transferencias bancarias.

Manejan un stock de 45 días a 60 días en bodega. Surten a las farmacias a diario. Ofrecen también servicio domicilio a las personas que no pueden desplazarse del lugar donde se encuentran. Los márgenes de rentabilidad que maneja esta empresa son de 25% a 30%.

Como oportunidad de mercado está la necesidad de satisfacer a este distribuidor en cuanto a productos oftalmológicos, pues se encuentra interesado en ampliar su portafolio de productos.

Contacto: Mauricio Vides
Carretera a la Libertad Km. 11 La Libertad
Tel (503) 2285666
Fax (503) 2295415
mvides@cimberton.com.sv

Droguería Americana.

Esta es una de las droguerías más importantes de El Salvador. Representa una amplia variedad de laboratorios farmacéuticos como Novartis, Roche, Aventis, Alcon, Janssen, Vifor, Abbot, Rodim y Pfizer. Además es una de las dueñas con C Imberton de la cadena de farmacias UNO. Droguería Americana importa directamente los productos farmacéuticos desde el lugar donde se producen, los cuales son distribuidos a nivel nacional. Esta droguería trabaja con precios CIF o FOB, dependiendo de las negociaciones a las cuales se haya llegado con el proveedor, quien generalmente le otorga un plazo de 60 a 90 días para pagar los productos, lo que se hace a través de transferencias bancarias. Esta droguería surte semanalmente a las farmacias, dándoles un 10% de descuento. Por ser una droguería, esta empresa no utiliza material POP para sus productos, pues la promoción de los productos es asumida por el laboratorio. El margen de rentabilidad de este droguera es de un 25%.

Contacto: Victor Rodríguez
C Circunvalacion Lote 14, Plan Laguna
Tel (503) 2436000
Fax (503) 2435245
Drogueria_americana@saltel.net

Las distribuidoras C Imberton y Droguería Americana, son dos empresas pertenecientes a un mismo dueño, éstas son las distribuidoras más importantes del país. Al compartir las farmacias Uno, tienen como fin liderar el mercado, pues al ser distribuidoras de los laboratorios mas representativos del sector,

pueden ofrecer las mejores condiciones de venta en sus farmacias, y por ende poseer uno de los canales mas competitivos del mercado.

Droguería Santa lucia

Es una de las droguerías más importantes de El Salvador, se fundo en el año de 1972. Esta droguería distribuye tanto productos farmacéuticos como productos de consumo masivo, entre los productos farmacéuticos, representa a laboratorios como Sanofi/Synthelabo, Schering Alemana, Aventis- Schering, Roche, Glaxo Smirh Kline. En cuanto a consumo masivo distribuye productos de Nestle y Procter & Gamble. Atiende farmacias, supermercados, y mayoristas.

A esta droguería le otorgan un plazo de 90 días para el pago de los medicamentos que importa, los cuales son cancelados a través de transferencias bancarias. Droguería Santa Lucia trabaja con precios CIF o FOB de acuerdo a las condiciones a las cuales se ha llegado con los proveedores. Las farmacias son surtidas por esta droguería cada semana y reciben de ella un descuento del 12% al 15%. La promoción de los productos distribuidos por esta droguería esta a cargo de los laboratorios farmacéuticos. Los márgenes de rentabilidad que maneja esta droguería son del 25% al 30%.

Contacto: Jose Alejandro Flores
Calle y Colonia Roma 238 San Salvador
Tel (503) 2238000
Fax (503) 2238033
alejandroflores@drogueriasantalucia.co

Laboratorios López

Además de distribuir sus propios medicamentos, laboratorios López, posee la representación para el Salvador de Laboratorios de medicamentos para uso humano como GRÜNENTHAL, Baxter, y laboratorios Beiersdorf (hansaplast), los cuales elaboran material medico- quirúrgico. Este laboratorio importa directamente los productos de estos laboratorios, con los cuales trabajan precios CIF y reciben un plazo de 90 a 120 días para cancelar la mercancía a través de transferencias bancarias, luego los distribuyen en las farmacias y supermercados. A las primeras les otorgan un plazo de 60 días para pagar los productos, y les ofrecen descuentos del 10% al 15% en los medicamentos, mientras que los segundos tienen un plazo de 90 días para cancelar la mercancía. Este laboratorio no realiza ningún tipo de promoción para los productos que representa, pues esta labor es realizada directamente por los laboratorios.

Laboratorios Y Droguería Lainez

Además de distribuir sus productos, esta laboratorios, a través de sus droguería importa directamente y distribuye medicamentos de diversos laboratorios extranjeros, a farmacias a las cuales les otorga un descuento del 10% y les dan plazo de 60 días para cancelar la mercancía, y a mayoristas quienes reciben un descuento del 15% y un plazo de 30 a 60 días para cancelar la mercancía en efectivo. Sus proveedores, trabajan con precios CIF, y le otorgan un plazo de 90 días para pagar sus productos a través de transferencias bancarias. La Droguería Lainez, no realiza ningún tipo de promoción para los productos que distribuye, pues la promoción la realizan directamente los laboratorios.

Laboratorios Suizos

Es uno de los laboratorios más destacados y grande de El Salvador, pues además de producir una amplia gama de medicamentos éticos y naturales, como ya se describió en el capítulo como correspondiente a competencia, distribuye una gran variedad de laboratorios extranjeros entre los cuales se encuentran Novartis, Sanfi, Shering, Bayer, 3M, Laboratorios López, Pfizer, Abbot, Plastipack y Algodón Superior, entre otros. Así mismo tiene la representación y distribución exclusiva para el Salvador de Wella. Este laboratorio es el dueño de la cadena de farmacias San Nicolás, a éstas y al resto de farmacias las surten semanalmente las farmacias, a las cuales además de los descuentos del pushmoney, le otorgan un descuento del 10% al 15%.

Laboratorios Suizos importa directamente los productos de los laboratorios extranjeros que distribuye y los productores le otorgan 120 días para el pago de las facturas, el cual se hace a través de trasferencias bancarias y se adquieren a preciso CIF. Para este laboratorio es muy importante que los medicamentos tengan una fecha de vencimiento amplia, aproximadamente de 2 a 5 años pues de ésta manera se evitan que sean devueltos por el comprador y se les dificulte el manejo de inventarios. Los márgenes de rentabilidad de este laboratorio son aproximadamente de un 25%.

Contacto: Juan Antonio Figueroa
Km 10 a la Libertad
Tel (503) 2785555
Fax (503) 2782512
jfigueroa@labsuizo.com

Laboratorios Biológicos Veterinarios

Además de importar materias primas y de producir algunos medicamentos, laboratorios Biológicos veterinarios, representa algunos laboratorios internacionales como Intervet y Calier, entre otros. Aunque produce y distribuye medicamentos para todo tipo de animales, este laboratorio se especializa en aves. Se encuentran interesados en conocer cuales son los laboratorios colombianos, pues quiere ampliar la gama de productos que distribuyen actualmente y consideran que Colombia es una excelente opción, pues conocen de la calidad de los productos fabricados en este país. Así mismo producen

productos alimenticios para animales. Los proveedores les otorgan un plazo de 90 días, trabajan con precios CIF o FOB, el pago se realiza a través transferencias bancarias. Poseen tres bodegas, una en el oriente, otra en el occidente y en la zona centro, donde almacenan el inventario. Tienen una fuerza de venta de 5 vendedores (visitadores médicos) de éstos 5, hay 3 que visitan agroservicios, y los otros 2 visitan propiedades. Los márgenes de rentabilidad que manejan son del 30%

Contacto: José Antonio Recinos Sánchez
10. Av norte y 21 Calle # 431
Tel (503) 2263377
Fax (503) 2256254
albiove@quik.els.com

Diavecsa

Es uno de los distribuidores mas destacados de El Salvador de productos veterinarios y agropecuarios. Entre los laboratorios de productos veterinarios que distribuye se encuentran Lafarvet,, Shering, Revetmex, entre otros. Este distribuidor importa directamente la mercancía, trabaja con precios CIF y recibe de sus proveedores un plazo de 60 a 90 días para cancelar la mercancía, lo cual se hace generalmente a través de transferencias bancarias. Esta distribuidora mantiene un inventario de aproximadamente de 2 meses.

Diavecsa vende sus productos en las agro tiendas a las cuales les dan un 20% a un 25% de descuento y un plazo de 30 días para cancelar los productos. Así como también vende sus productos directamente a los ganaderos a quienes les da un descuento del 10% al 15% y a las veterinarias, las cuales reciben un descuento del 15% y manejan un inventario muy pequeño en sus tiendas. Los márgenes que maneja esta distribuidora son aproximadamente del 30%.

Contacto: GUILLERMO FIGUEROA
Residencial Santa Teresa, Poligono H 2, Senda N°
3, Casa N° 11, Ciudad Merliot, La Libertad
Tel.228 7898 Fax.228 7898

4.1.2 Hospitales

Ningún laboratorio puede entrar directamente a una licitación del gobierno. Los laboratorios entran a través de las droguerías o distribuidores. Hay dos organismos el Seguro Social, y el Ministerio de Salud Pública, las dos Instituciones adquieren los medicamentos a través de licitaciones publicas las cuales son publicadas en el periodo, licitaciones por invitación, que son cuando ya se tienen identificadas las droguerías que van les van a proveer los medicamentos, y la libre gestión, que es para adquirir pequeñas cantidades. Actualmente el 90% de las licitaciones son anuales y publicas.

Las licitaciones se realizan cuando son cantidades superiores a US\$11,428.00, en caso contrario, las compras pueden realizarse por asignación directa o por invitación, esta última cuando la institución del estado sólo necesita que participen algunas empresas.

La Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública, es por medio de la cual se rige el gobierno al momento de realizar una licitación. La ley puede ser consultada en el siguiente vínculo.

http://www.mh.gob.sv/mh_2002/leyes/formato_html/compras/Adquisiciones_y_Contrataciones_de_la_Admon_Publica.html

4.1.3. Mayoristas

Existen dos tipos de mayoristas, el primero vende tanto medicamentos que necesitan receta médica, como medicamentos OTC, éste tipo de mayoristas, atienden principalmente a farmacias pequeñas y medianas, que pueden ser incumplidas con sus pagos, razón por la cual no son atendidas por las grandes droguerías y distribuidores.

Así mismo existen mayoristas, los cuales venden únicamente medicamentos OTC y medicamentos veterinarios, los cuales atienden las pequeñas poblaciones del interior del país, distribuyendo a agroservicios o agrotiendas.

Los mayoristas, les otorgan a sus clientes un plazo para pagar los medicamentos que oscila entre 30 y 60, generalmente este pago se realiza en efectivo, cuando son negocios pequeños, mientras que cuando son farmacias, veterinarias o agro servicios de mediano tamaño, los productos pueden ser cancelados en efectivo o cheque.

Los mayoristas generalmente adquieren la mercancía de las grandes droguerías, las cuales les otorgan un descuento del 15% al 20%, siendo este el margen de rentabilidad manejado por los mayoristas.

4.1.4 Farmacias

Las farmacias adquieren diferentes tipos de productos, donde el principal tipo de producto comercializado es medicamentos, pero debido a la demanda y ciertas de esta, tienen a disposición de sus clientes, cosméticos, hidratantes, helados, snacks, artículos de bebe, agua purificada, dulces, regalos pequeños, entre algunas cosas, contando con muebles específicos para su exhibición, revistas, cigarrillos, artículos para mujeres como esmaltes, vanidades, talcos, etc.

Existen precios de lista para los compradores definidos y otorgados por los laboratorios y droguerías, a estos precios se les aplica un porcentaje de

descuento que oscila entre el 15% al 30%, según sea el caso y sobre el precio en lista para el comprador la farmacia aplica un descuento al comprador que oscila entre el 12% al 15%, según lo estipule la farmacia. Por regla general, las farmacias con muchas sucursales tienen la ventaja de aplicar un porcentaje mayor de descuento ya que sus volúmenes de compras son mayores, teniendo una ventaja sobre las farmacias que cuentan con muy pocas sucursales o aquellas que solo poseen un solo local. Los compradores tradicionalmente llegan a las cadenas de farmacias o a las que otorgan el mayor descuento.

Entre las cadenas de farmacias más importantes se encuentran las farmacias San Nicolás, Beethoven, Uno, Américas, entre otras, generalmente este tipo de farmacias poseen varias sucursales, las cuales se encuentran distribuidas por toda la ciudad.



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Anuncios de prensa para promocionar a las Farmacias San Nicolás. La promoción es por volumen de compra en el local y no está copatrocinada por ningún laboratorio.

Fachada de farmacia uno



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Fachada de farmacia beethoven



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Fachada de Farmacia Las Américas



Fuente: Tomada por el grupo consultor

Las grandes cadenas de farmacias, son visitadas por los distribuidores una vez a la semana, mientras que las farmacias medianas y pequeñas, no mantienen ningún tipo de inventario, pues solamente adquieren los productos que venden, razón por la cual son visitadas diariamente por sus proveedores.

Los márgenes de rentabilidad que manejan las farmacias son alrededor de un 20%.

4.1.5. Clínicas veterinarias

Tradicionalmente son clínicas con especialistas en animales, que representan oficinas pequeñas con una recepción y una clínica muy pequeña. En la recepción exhiben producto alimenticios para animales y en góndolas muy pequeños disponen de la medicina, pues la demanda de medicamentos en este tipo de clínicas es bastante bajo. Los distribuidores de medicina veterinaria, visitan a éstas clínicas aproximadamente una vez a la semana, y les otorgan un descuento en la productos del 15% al 20%. Estos productos son pagados a los 30 o 60 días a través de cheques o efectivo. Los márgenes de rentabilidad de estas clínicas se encuentran alrededor del 20%.

4.1.6 Tiendas de Agroindustria.

En estas tiendas, se encuentra todo lo relacionado, con el sector agropecuario y veterinarios, tales como medicinas, concentrado, alimentos, entre otros. En El Salvador, son pocas las tiendas de agroindustrias grandes, como Surco, La cooperativa de Sonsonete, y la Cooperativa Lechera de Santa Ana, entre otras, pues este tipo de tiendas son en su mayoría locales medianos ubicados en la ciudad de Santa Tecla a 30 minutos de San Salvador.

La Tiendas de Agroindustria son surtidas por los proveedores cada semana, los cuales les otorgan un 25% de descuento en la mercancía que van a adquirir, así mismo les proveen un plazo de 30 a 45 días para pagar los productos adquiridos, los cuales son cancelados a través de cheque o efectivo. El margen de ganancia de estas tiendas oscilan entre un 20% al 25%.

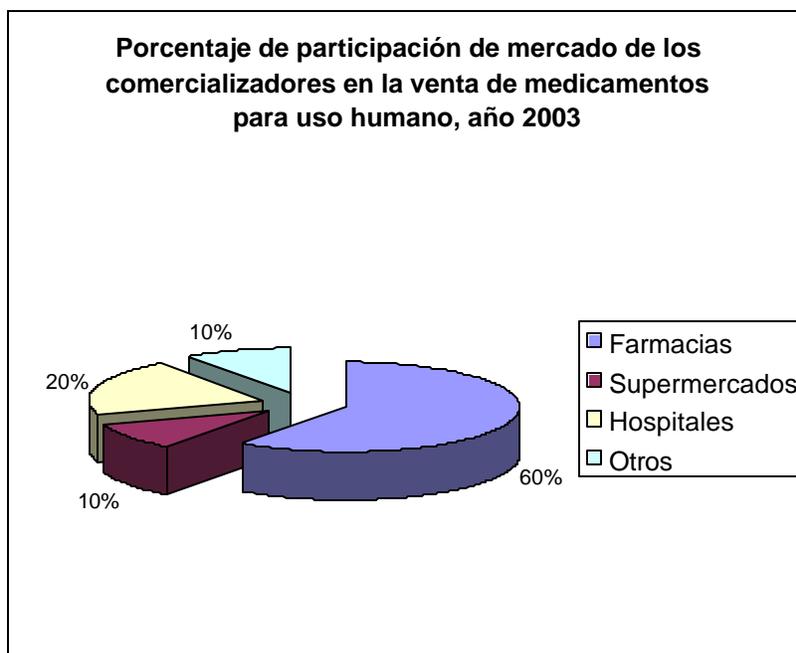
Veterinaria Escalon



Fuente: Tomada por el grupo consultor

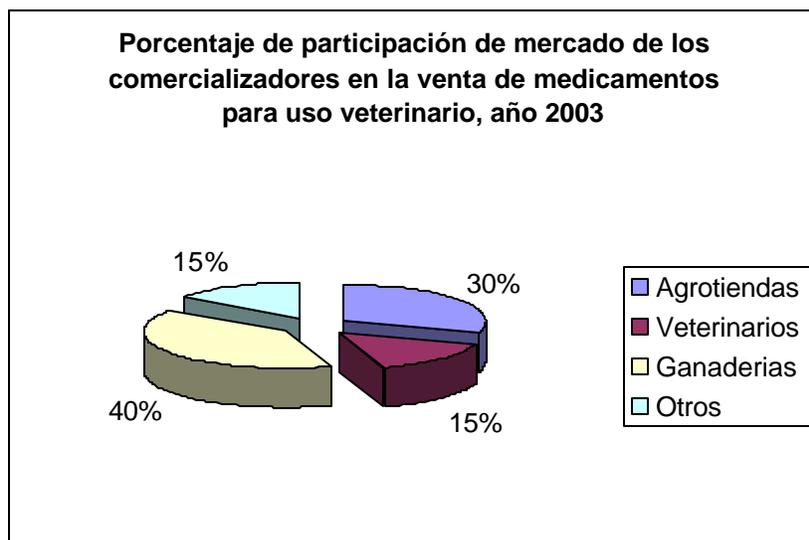
4.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS SEGÚN CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Gráfico 24. Porcentaje de participación de mercado de los comercializadores en la venta de medicamentos para uso humano, año 2003



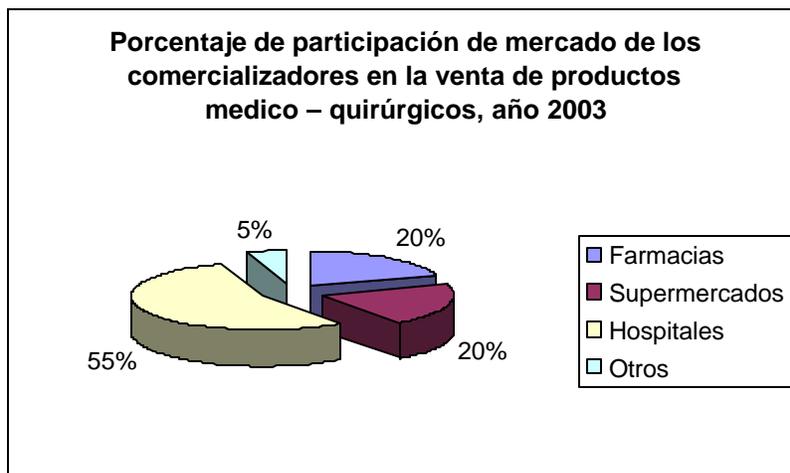
Fuente: elaborado por el investigador a partir de información obtenida de fuentes primarias

Gráfico 25. Porcentaje de participación de mercado de los comercializadores en la venta de medicamentos para uso veterinario, año 2003



Fuente: elaborado por el investigador a partir de información obtenida de fuentes primarias

Gráfico 26. Porcentaje de participación de mercado de los comercializadores en la venta de productos medico – quirúrgicos, año 2003



Fuente: elaborado por el investigador a partir de información obtenida de fuentes primarias

4.3. IMPORTADORES

Todos los productos farmacéuticos que ingresan a El Salvador, vienen por vía aérea, algunos de los principales laboratorios tienen bodegas en Panamá, donde almacenan la mercancía, para luego llevarla directamente a el Salvador. Mientras que algunos de los productos que vienen de Europa, llegan al Salvador a través de vía marítima.

En el sector farmacéutico, las droguerías y los distribuidores de productos veterinarios y medico quirúrgicos son los que importan los productos y los distribuyen a los diferentes canales. Es común que algunos de los medicamentos importados no sean elaborados en el país donde se encuentra su casa matriz, sino en otra nación, en la cual el laboratorio posee un centro de producción. La mayoría de los medicamentos tanto de uso humano como veterinario se importan de países como Panamá, Guatemala, Costa Rica, Estados Unidos, y México pues aunque son laboratorios Europeos, norteamericanos o incluso algunos suramericanos, éstos poseen puntos de producción en estos países Centroamericanos

Actualmente existen algunos laboratorios, como Stein de origen Costa Ricense que producen sus medicamentos inyectables en Colombia, y luego son enviados a países como Panamá y Costa Rica, donde los distribuyen a diferentes naciones Centroamericanas

4.4. BASE DE DATOS CLIENTES POTENCIALES

Tabla 16. Base de Datos de Clientes Potenciales⁵

Distribuidor	Dirección	Teléfono	Contacto	Cargo	Mail	Fax
C Imberton	Km 11 Carretera al pto de la Libertad Antigua Cuscatlan	(503) 2285666	Mauricio Vides	Gerente División Farmacéutica	mvides@cimberton.com.sv	(503) 2285666
Droguería Alfaro	Calle Gabriela Mistral # 375	(503) 261114	Guillermo Alfaro Calderón	Gerente	g.alfaro.c@drogueriaalfaro.com.sv	(503) 2602971
Laboratorios Biológicos Veterinarios	10 Av Norte y 21 Calle Ote # 341	(503) 2263377	Jose Elmer Umaña	Gerente Técnico	labiovet@cibercon.com.sv	(503) 2253377
Droguería Americana	C Circunvalación, Lote 14 Plan de la Laguna Antigua Cuscatlan	(503) 2436000	Victor Rodríguez	Gerente	Drogueria_americana@saltel.net	(503) 2435245

⁵ Los clientes de la base de datos son las principales droguerías de El Salvador. En las entrevistas a los diferentes actores, se les preguntaba quiénes son los principales importadores y distribuidores de los productos de este sector en el país. Las respuestas a esta pregunta sirvieron para llenar la base de datos de clientes potenciales.

Laboratorios Suizos	K. 10 a la Libertad	(503) 2785555	Juan Antonio Figueroa	Gerente	jfigueroa@labsuizo.com	(503) 2782512
Droguería Santa Lucía	Calle y Colonia Roma 238	(503) 2238000	José Alejandro Flores	Gerente	alejandروفlores@drogueriasantalucia.co	(503) 2238033
Agroquímicas Industriales	49 Av sur, Col Harrison	(503) 2230978	José Carlos Larios	Gerente	ains@telemovil.net	(503) 2981301
Cooperativa Lechera de Santa Ana	8 Avenida Sur	(503) 4401771	José Alberto Macall	Gerente		(503) 4400945
Veterinaria los Héroes	Bld De los héroes # 1160	(503) 2256180	Manuel Avendaño Córdova	Gerente	avencor@telesal.net	(503) 2351286
Droguería Buenos Aires	Av C # 136 Colonia el Robre	(503) 2250831	Rene Aparicio	Gerente	buenasa@salnet.net	(503) 2430925
Droguería Pro Medici	Col.Medica, Pje. Dr. Roberto Orellana Valdez, N°	(503) 2262391	José Héctor Argueta	Gerente	promedic@netcomsa.com	(503) 2257404

La lista de los clientes potenciales esta conformada por los distribuidores e importadores mas representativos del mercado, según la información recolectada en las entrevistas.

4.5 CONCLUSIONES CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El consumidor adquiere los medicamentos de uso humano en farmacias, las cuales son operadas de forma individual, normalmente por el propietario. Sin embargo se observa la tendencia a surgir grandes cadenas, las cuales brindan una atención menos personalizada pero ofrecen descuentos que atraen a los consumidores. Todas las farmacias son abastecidas por droguerías y no por los laboratorios de forma directa. La ventaja de las droguerías desde el punto de vista de las farmacias es que otorgan crédito y además ofrecen variedad de productos, por lo que no requieren manejar relaciones con muchas droguerías para estar bien abastecidos.

Las droguerías mantienen inventario de hasta 60 días, especialmente cuando se trata de productos de laboratorios extranjeros. Realizan las importaciones directamente y prefieren utilizar la vía aérea. Además se conoció que solicitan crédito a los laboratorios y que les gusta obtener la exclusividad en la distribución, al menos durante el primer año.

Los medicamentos de uso animal son comprados en agrotiendas o agroservicios, así como en clínicas veterinarias que mantienen pequeñas farmacias para animales. Todas estas tiendas son surtidas por droguerías, normalmente las mismas que venden los medicamentos para humanos. Operan en condiciones similares a las farmacias, es decir solicitan crédito a las droguerías, y mantienen inventario de aproximadamente entre 15 y 30 días.

Los materiales médico-quirúrgicos son demandados principalmente por los hospitales, tanto públicos como privados. Los cuales realizan sus compras en base a licitaciones, en las cuales participan las droguerías. Este canal de distribución contacta al laboratorio y solicita un precio especial para la licitación, y de esta forma hacen la oferta en conjunto.

Las tendencias que se observan en la distribución de productos farmacéuticos en El Salvador es la desaparición de la pequeña farmacia en San Salvador, las cuales serán sustituidas por cadenas de tiendas. Las mismas pueden en un futuro omitir a las droguerías negociando directamente con los laboratorios e importando también de forma directa de proveedores extranjeros. Pero esta situación no se presentará sino hasta dentro de dos o más años.

5. CONDICIONES DE ACCESO

5.1. SITUACIÓN FRENTE AL ALCA Y OTROS ACUERDOS DE COMERCIO

Actualmente todos los productos incluidos en el sector gozan de un arancel del 0%, por lo que se considera que no habrá cambios relevantes en los competidores por la firma de Tratados de Libre Comercio. Este 0% se aplica a todos los medicamentos tanto humanos como veterinarios y a los productos médico-quirúrgicos, sin importar el origen de los mismos

Es muy importante el conocimiento de los impuestos y requisitos para la exportación de productos farmacéuticos a El Salvador, pues esto le permite al empresario colombiano calcular los montos en que se incrementa el costo de su producto y compararse frente a productos provenientes de otros países.

En este capítulo se describen los impuestos y gravámenes que se aplican a los productos que se importan desde Colombia a El Salvador, así como los requisitos generales y específicos que, por su naturaleza, se exigen para garantizar el bienestar de los consumidores.

5.2 Derechos Arancelarios

Los medicamentos para uso humano, medicamentos para uso veterinario y productos médicos – quirúrgicos incluidos en las partidas mencionadas al inicio de este estudio están exentas de arancel al ingresar a El Salvador.

5.3 Reglas y Normas de Importación

Por medio de la ley de Registro de Importadores se crea el registro de importadores en el cual deberán inscribirse todas las personas naturales o jurídicas, organismos y dependencias del Gobierno Central, Instituciones Oficiales Autónomas, Municipios, empresas estatales o municipales, fideicomisos y sucesiones que realicen operaciones de importación de mercancías; dicho registro estará bajo la responsabilidad y administración de la Dirección General de la Renta de Aduanas.

El importador deberá obtener un número de registro de importador y deberá presentar la información siguiente:

Nombre, denominación o razón social del importador.

Dirección exacta de las oficinas del importador.

Dirección para recibir notificaciones.

Número de teléfono, fax o correo electrónico.

Dirección exacta y ubicación de las bodegas, patios o establecimientos de cualquier tipo, incluyendo casas de habitación u otro lugar destinado para recibir, almacenar, procesar o transbordar la mercancía que se importa.

En el caso de los medicamentos deberá además cumplirse el requisito de solicitud de autorización de importación en el Consejo Superior de Salud Pública. También se establece que para conceder la autorización antes mencionada será necesario que un académico farmacéutico inscrito se obligue a responder profesionalmente por la calidad de los productos ante los organismos legales. La Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica llevará un registro de los establecimientos que importen medicamentos. Las licencias de importación no constituyen garantía para licitaciones del sector público.

5.3.1.Ley de Licitación Pública

La Licitación Pública es el procedimiento por cuyo medio se promueve competencia, invitando públicamente a todas las personas naturales o jurídicas interesadas en proporcionar obras, bienes y servicios que no fueren los de consultoría. El Concurso Público es el procedimiento en el que se promueve competencia, invitando públicamente a todas las personas naturales o jurídicas interesadas en la presentación de servicios de consultoría.

El Titular de la institución podrá suspender por acuerdo razonado la licitación o el concurso, dejarla sin efecto o prorrogar el plazo de la misma sin responsabilidad para la institución contratante, sea por caso fortuito, fuerza mayor o por razones de interés público. La institución emitirá una resolución razonada de tal decisión, la que notificará oportunamente a los ofertantes. El funcionario que incumpla lo dispuesto anteriormente, responderá personalmente por los daños y perjuicios en que haga incurrir a la institución y a los ofertantes.

Cuando un ofertante represente legalmente a uno o más fabricantes y ofreciere productos de cada uno de ellos, las ofertas deberán presentarse acompañadas de los documentos que acrediten la representación y de los certificados de garantía de fábrica de cada uno de los productos y la garantía de mantenimiento de oferta por cada una.

Si a la convocatoria de la licitación o del concurso público se presente un solo ofertante, se dejará constancia de tal situación en el acta respectiva. Esta oferta única, será analizada por la Comisión de Evaluación de Ofertas para verificar si cumple con las especificaciones técnicas y con las condiciones requeridas en las bases de licitación o de concurso en su caso. Si la oferta cumple con los requisitos establecidos y está acorde con los precios del mercado, se adjudicará a ésta la contratación de que se trate. En el caso que la oferta no cumpla con los requisitos establecidos, la Comisión procederá a recomendar declararla desierta y a proponer realizar una nueva gestión.

En el caso que a la convocatoria de la licitación o de concurso público no concurriera ofertante alguno, la Comisión de Evaluación de Ofertas levantará el acta correspondiente e informará al titular para que la declare desierta, a fin de que promueva una segunda licitación o un segundo concurso público.

Siempre que en los casos de licitación o de concurso público, se declare desierta por segunda vez, procederá la contratación directa.

A continuación se observa el proceso de licitación o concurso público y licitación o concurso público por invitación.

Paso	Responsable	Acción
1	Jefe UACI (Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional)	Verifica Programación Anual de Adquisiciones y Contrataciones y solicita especificaciones técnicas a Jefe(s) de unidad(es) solicitante(s).
2	Jefe de Unidad Solicitante	Elabora condiciones y especificaciones técnicas de la obra, bien o servicio y traslada a Jefe UACI, con autorización respectiva.
3	Jefe UACI	Recibe condiciones y especificaciones técnicas de la obra, bien o servicio y verifica asignación presupuestaria con Unidad Financiera Institucional (UFI) o Unidad que haga sus veces.
4		Abre expediente (al que debe agregar todos los documentos generados en el proceso, según Ar!. 12, literal "h"), elabora Bases de Licitación o Concurso de acuerdo al apartado VI de este Manual (Ar!. 12, literal "f"), con Jefe unidad solicitante o personal idóneo.
5		Traslada bases de licitación o concurso y expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada.
6	Titular, Junta o Consejo Directivo. Concejo Municipal ó Persona Designada	Revisa, aprueba bases de licitación o concurso (según Art. 18) Y traslada con expediente a Jefe UACI.
7	Jefe UACI	Recibe bases de licitación o concurso aprobadas, expediente y procede: a) Si la licitación o concurso público es por invitación, consulta banco de datos institucional de ofertantes y contratistas. Elabora lista corta con un mínimo de cuatro ofertantes y en casos especiales, debidamente justificados, selecciona hasta un mínimo de dos; y traslada con expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada y continúa con siguiente paso. b) Si es licitación o concurso público. continúa en paso No 10
8	Titular, Junta o Consejo Directivo. Concejo Municipal ó	Revisa. razona. aprueba lista corta (según Art. 66) Y devuelve a Jefe UACI con expediente.

Paso	Responsable	Acción
	Persona Designada	
9	Jefe AUCI	Elabora, firma y envía nota de invitación a ofertantes seleccionados y obtiene firma de recibido en copia de nota, las cuales anexa a expediente (según Art. 67).
10		Redacta Aviso de Convocatoria según formularios, para medios de prensa escrita de circulación de la república (según Art. 47) Y gestiona publicación.
11		Obtiene reproducción de bases de licitación o concurso, recorta y anexa publicación de convocatoria y original de bases de licitación o concurso a expediente, en espera de fecha para el retiro de bases.
12	Ofertante	Cancela derechos de bases de licitación o concurso en Colecturía o Instituciones Financieras Autorizadas y Tesorería Municipal, presenta recibo y retira bases en lugar, fecha y hora establecidas en convocatoria(1) (según Art, 49), anota datos en Registro para Retiro de Bases de Licitación/concurso y firma registro.
13		Presenta oferta según bases de licitación o concurso y firma Registro de Presentación de Ofertas(1), incluyendo las ofertas recibidas extemporáneamente (Art.53).
14	Jefe AUCI o Representante	Realiza acto de apertura pública de ofertas según bases de licitación o concurso y verifica que presenten garantía de mantenimiento de oferta (según Art. 53).
15		Elabora Acta de Apertura de Ofertas, en la que hace constar las ofertas recibidas, garantías de mantenimiento de oferta, así como otros aspectos relevantes (según Art. 53, inciso 2°), obtiene firma de ofertantes o representantes asistentes y les entrega copia de acta, así como las ofertas recibidas extemporáneamente, sin abrir.
16		Convoca a miembros de la Comisión de Evaluación de Ofertas nombrados por el Titular, o persona designada (mediante acuerdo, conforme al Art. 20), entregándoles ofertas y expediente para su evaluación.
17	Miembros de la Comisión de Evaluación de Ofertas	Analizan ofertas, evalúan aspectos técnicos y económico-financieros (según Art. 55) Y emiten Informe, de Evaluación de Ofertas(2), en el cual hacen la recomendación (según artículo 56, inciso 1)
18		Elaboran y firman Acta de Recomendación según (Art. 56 inciso 3°) y envían con informe y expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada.

Paso	Responsable	Acción
19	Titular, Junta o Consejo Directivo. Concejo Municipal ó Persona Designada	<p>Revisa informe, acta y expediente y procede de acuerdo al artículo 56:</p> <p>a) Adjudica si esta de acuerdo con la recomendación de la Comisión de Evaluación de Ofertas, continuando con el siguiente paso;</p> <p>b) Adjudica a otro si no esta de acuerdo con la recomendación de la Comisión de Evaluación de ofertas, continuando con el siguiente paso;</p> <p>c) Declara desierta la Licitación o Concurso, continua con el siguiente paso.</p>
20		Razona por escrito su decisión y envía informe, acta y expediente a Jefe UACI.(J)
21	Jefe AUCI	Recibe informe, acta y expediente, anexa documentos a expediente, elabora proyecto de resolución de adjudicación o declarando desierta la licitación o concurso, teniendo como base el acuerdo emitido por la Junta o Consejo Directivo o Concejo Municipal, en ...el caso de Instituciones Autónomas y Municipalidades(4) (conforme Art. 56 inciso 4º) y traslada con expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada.
22	Titular, Junta o Consejo Directivo. Concejo Municipal ó Persona Designada	<p>Revisa expediente y proyecto de resolución de adjudicación, y procede:</p> <p>a) Realiza observaciones y lo devuelve al Jefe OACI para su modificación y posterior firma, continuando con el siguiente paso.</p> <p>b) Firma y devuelve a Jefe OACI.</p>
23	Jefe AUCI	Elabora Acta de Notificación. y notifica resolución de 'adjudicación (a más tardar dentro de las 72 horas hábiles siguientes de haberse proveído) a ofertantes, participantes y adjudicatarios según el caso, obtiene, firma de recibido en el acta. En caso de oferentes extranjeros la notificación se hace por medio de faz con acuse de recibido.
24		Espera 5 días hábiles, a efecto de que la Resolución quede en firme y pueda suscribir el contrato
25		Redacta Aviso de adjudicación, para medios de prensa escrita de circulación de la república (según Art. 57, inciso 2º) y gestiona publicación.

Paso	Responsable	Acción
26		<p>Verifica formato de contrato y procede:</p> <p>a) Si se trata de contratos sobre adquisiciones de bienes muebles sujetos a licitación y de instituciones que no poseen personería jurídica, elabora contrato, obtiene Vo.Bo. del Titular; elabora y firma nota de remisión del expediente y convoca al adjudicatario para firma del mismo, continuando en paso siguiente.</p> <p>b) Si se trata del resto de contratos o de contratos de instituciones que poseen personería jurídica, comunica a Titular o persona designada, convoca al adjudicatario para firma de contrato, conforme a bases de licitación o de concurso, continuando en paso N° 31. (Art. 18,4° inciso).</p>
27	Adjudicatario	Firma y devuelve contrato a Jefe UACI.
28	Jefe AUCI	Envía contrato y documentos al Fiscal General de la República.
29	Fiscal General de la República	Firma contrato y devuelve al Jefe de la UACI.
30	Jefe AUCI	Recibe contrato firmado por Fiscal General de la República, documentos anexos y continúa en paso N° 32.
31	Titular y Adjudicatario	Firman contrato en un plazo máximo de 8 días hábiles, posteriores a la notificación de la resolución de adjudicación, (según Art. 81) Y devuelven contrato firmado a Jefe UACI.
32	Jefe AUCI	Elabora y obtiene firma de Persona Designada en orden de inicio de obra (si procede), entrega copia de contrato y orden de inicio de obra a Contratista,(7) anexa contrato original a expediente y devuelve garantías de mantenimiento de ofertas a ofertantes no ganadores (según Art. 80, Inciso 3°).
33	Contratista	<p>Recibe copia de contrato y orden de inicio de obra (si amerita) presenta garantía solicitadas y procede:</p> <p>a). Si se trata de bienes y/o servicios, prepara y entrega suministros o proporciona servicio, según cláusulas del contrato, presenta factura a Persona Designada, continúa en paso siguiente.</p> <p>b) Sise trata de obra, inicia conforme a orden y entrega obra o avance de la misma, de acuerdo a cláusulas de contrato, previo visto bueno de Supervisor, presenta factura a Persona Designada. Continúa en siguiente paso.</p>
34	Jefe AUCI	Verifica bienes, prestación de servicios, obra o avance de la misma con Persona Designada por unidad solicitante y comprueba cumplimiento de cláusulas de contrato.

Paso	Responsable	Acción
35		Elabora y firma Acta de recepción de bienes, servicios, obra o avance de la misma, según formulario VII.20 de este Manual, (conforme Art. 12, literal "i")), obtiene firma del Contratista en acta.
36		Anexa acta de recepción a expediente, entrega copia a Contratista y distribuye copias, a quien considere necesario.
37		Devuelve garantía de cumplimiento de contrato con su respectivo finiquito, a Contratista, una vez finalizada la contratación.
38	Contratista	Presenta garantía de buena obra (si procede), según bases de licitación o concurso y contrato (según Art. 37).

Fuente: Manual de Gestión de Adquisiciones y contrataciones aplicable al gobierno central, instituciones oficiales autónomas y municipales. 2004

5.3.1.1. Licitación Pública Internacional

A continuación se observa el proceso para la Licitación Pública Internacional.

Paso	Responsable	Acción
1	Jefe UACI (Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional)	Verifica Programación Anual de Adquisiciones y Contrataciones, determina ejecución de licitación Internacional y solicita por escrito autorización a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada.
2	Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada	Revisa solicitud de Licitación Pública Internacional, aprueban y trasladan a Jefe UACI
3	Jefe AUCI	Solicita especificaciones técnicas a Jefe(s) de unidad(es) solicitante(s).
4	Jefe Unidad Solicitante	Elabora condiciones y especificaciones técnicas de la obra, bien o servicio y traslada a Jefe UACI, con autorización respectiva.
5	Jefe AUCI	Recibe condiciones y especificaciones técnicas de la obra, bien o servicio y verifica asignación presupuestaria con Unidad Financiera Institucional (UFI) o Unidad que haga sus veces.
6		Abre expediente (al que debe agregar todos los documentos generados en el proceso, según Art. 12, literal "h"), elabora Bases de Licitación o Concurso (Art. 12, literal "f"), con Jefe unidad solicitante o personal idóneo.

Paso	Responsable	Acción
7		Traslada bases de licitación o concurso y expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada.
8	Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada	Revisa. aprueba bases de licitación o concurso (según Art. 18) y traslada con expediente a Jefe UACI.
9	Jefe AUCI	Elabora formato de convocatoria Internacional en idioma inglés o del país donde se efectuará la publicación, en la que debe detallarse el No. de Cuenta ABA (1) del Banco donde los ofertantes en el exterior depositarán el pago de las bases de licitación o concurso. (La convocatoria Nacional será publicada el mismo día que la Internacional).
10		Efectúa contacto con Empresas publicitarias en otro u otros países y envía formato de anuncio en idioma definido y ,cotización, vía correo y/o correo electrónico.
11	Empresa Publicitaria	Recibe documentos, elabora cotización y envía a Jefe OACI de Institución solicitante.
12	Jefe AUCI	Recibe. cotización y traslada a Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada para su aprobación.
13	Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada	Recibe cotización de publicación, revisa, aprueba y traslada a Jefe UACI.
14	Jefe AUCI	Contacta Empresa publicitaria para que efectúe publicación, envía formato del mismo y adjunta detalle para que emitan factura provisional de pago.
15	Empresa Publicitaria	Envía a Jefe UCI factura provisional por correo o correo electrónico, según formato requerido por la institución para efectos de tramitar pago.
16	Jefe AUCI	Recibe factura provisional y traslada a Unidad Financiera Institucional (UFI) o quien haga sus veces.
17	UFI o quien haga sus veces	Realiza pago a nombre de empresa publicitaria y abona a número de cuenta de ésta, en Banco requerido por la misma.
18	Empresa Publicitaria	Recibe pago, efectúa publicación y envía por correo a Jefe OACI, el anuncio efectuado en el periódico, adjuntando factura original.
19	Jefe AUCI	Recibe anuncio, obtiene reproducción de bases de licitación o concurso, y anexa publicación de convocatoria (incluyendo la nacional) y original de bases de licitación o concurso a expediente, en espera de fecha para el retiro de bases.
20	Ofertante	Cancela derechos de bases de licitación o concurso en el

Paso	Responsable	Acción
		Banco señalado en el anuncio, (en caso de ofertante nacional, en lugar señalado para tal fin) y envía por fax a OACI de Institución licitante recibo del pago efectuado.
21	Jefe AUCI	Obtiene recibo de pago por fax (anota datos de ofertante en registro de retiro de bases), confirma que se ha recibido el documento y envía bases por cualquier medio (correo, fax, correo electrónico).
22	Ofertante	Recibe bases de licitación o concurso y confirma de recibido a UACI de Institución licitante, cualquier medio (correo, fax o correo electrónico).
23		Presenta oferta según bases de licitación o concurso(4) y firma. Registro de Presentación de Ofertas. En caso que sea enviada por correo, se registrará y se hará constar en acta, incluyendo ofertas recibidas extemporáneamente.
24	Jefe AUCI	Realiza acto de apertura pública de ofertas según bases de licitación o concurso y verifica que presenten garantía de mantenimiento de oferta(S) (según Art. 53).
25		Elabora Acta de Apertura de Ofertas, en la que hace constar las ofertas recibidas, garantías de mantenimiento de oferta, así como otros aspectos relevantes (según Art. 53, inciso 2°), obtiene firma de ofertantes o representantes asistentes y les entrega copia de Acta (a los ofertantes no presentes se les envía acta posteriormente mediante fax). Las ofertas recibidas extemporáneamente, se devuelven sin abrir, al finalizar este acto.
26		Convoca a miembros de la Comisión de Evaluación de Ofertas nombrados por el Titular o persona designada (mediante acuerdo, conforme al Art. 20), entregándoles ofertas y expediente para su evaluación.
27	Miembros de la Comisión de Evaluación de Ofertas	Analizan ofertas, evalúan aspectos técnicos y económico-financieros (según Art. 55) Y emiten Informe de Evaluación de Ofertas, en el cual hacen la recomendación (según Art. 56, inciso 1°).
28		Elaboran y firman Acta de Recomendación (según Art. 56 inciso 3°) y envían con informe y expediente a Titular, Junta o Consejo Directivo, Consejo Municipal o Persona Designada.

Paso	Responsable	Acción
29	Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada	Revisa informe, acta y expediente, y procede de acuerdo al artículo 56: a) Adjudica, si esta de acuerdo con la recomendación de la Comisión de Evaluación de Ofertas, continuando con el siguiente paso; b) Adjudica a otro. si no esta de acuerdo con la recomendación de la Comisión de Evaluación de Ofertas, continuando con el siguiente paso; c) Declara desierta la licitación o concurso, continua con el siguiente paso.
30		Razona por escrito su decisión y envía informe, acta y expediente a Jefe OACI.
31	Jefe AUCI	Recibe informe, acta y expediente, anexa documentos a expediente, elabora Resolución de Adjudicación, tomando como base el formulario VII. 11, teniendo como base el acuerdo emitido por el Titular, la Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada, en el caso de Instituciones Autónomas y Municipalidades(6), (conforme Art. 56 inciso 4°) y traslada con expediente a Titular.
32	Titular, Junta o Consejo Directivo, Concejo Municipal o Persona Designada	Revisa expediente y proyecto de resolución de adjudicación, y procede: a) Realiza observaciones y lo devuelve al Jefe OACI para su modificación y posterior firma, continuando con el siguiente paso; o b) Firma y devuelve a Jefe OACI.
33		Elabora Acta de Notificación; y notifica resolución de adjudicación a ofertantes participantes y adjudicatario(s), obtiene firma de recibido. (según Arts. 57 y 74). En caso ofertantes extranjeros, la notificación se hace por medio de fax con acuse de recibido.
34		Espera 5 días hábiles, a efecto de que la resolución quede en firme y pueda suscribir el contrato.
35	Jefe AUCI	Redacta aviso de adjudicación para medios de prensa escrita de circulación de la república (según Art. 57, inciso 2°) y gestiona publicación en medios de prensa escrita, efectuando además publicación vía Internet.
36		Continúa con pasos del No.26 al 38 del procedimiento "Licitación o concurso público y licitación o concurso público por invitación".

Fuente: Manual de Gestión de Adquisiciones y contrataciones aplicable al gobierno central, instituciones oficiales autónomas y municipales. 2004

5.4 Barreras no arancelarias

Para la importación de productos farmacéuticos deberán cumplirse con los Requisitos de Registro Sanitario ante el Consejo Superior de Salud Pública los cuales se describen a continuación:

- A. Debe incluir las generales de los solicitantes, apoderado legal y apoderado Químico farmacéutico
- B. Fórmula de composición cuali-cuantitativa completa /si se encuentran presentes los colorantes artificiales, deberán declararse de la siguiente manera FD&C azul #1, color index #42090 (original).
- C. Nombre de la especialidad, forma farmacéutica Y vía de administración
- D. Indicación terapéutica
- E. Contraindicaciones y dosificación
- F. Nombre del fabricante , lugar y país de fabricación
- G. Monografía química del principio activo la cual debe incluir:
 - Propiedades Físicas y químicas
 - Sinónimos
 - Formula estructural y peso molecular
 - Descripción
 - Solubilidad
 - Usos e incompatibilidades con otros compuestos químicos
 - Bibliografía consultada
 - Información Farmacológica del principio activo en producto terminado
Categoría (clasificación farmacológica), la cual debe incluir: Indicaciones, Farmacocinética (Distribución, Metabolismos, Excreción), Precauciones, Efectos adversos, Dosificación, Sobre dosificación
Certificación original de fórmula de composición cuali-cuantitativa
 - Deberá estar sellada y firmada por el encargado de producción o control de calidad
 - Declarar colorante artificial utilizado, con especificaciones dadas por el FDA y su correspondiente certificado extendido por el proveedor
 - Medicamentos que contengan alcohol en su formulación, deberán ser declarado con su grado alcohólico y volumen
Literaturas farmacológicas de la especialidad farmacéutica
- H. Monografía para productos de nuevo ingreso a la región y moléculas.
- I. Especificaciones del producto: (fotocopia simple).

- J. Metodología analítica para productos de nuevo ingreso a la región y moléculas nuevas (fotocopia simple).
- K. Etiquetado del envase primario y secundario o proyecto de los mismos que contenga la información requerida.
- L. Prospecto obligatorio o su proyecto en productos de venta libre, cuando la información requerida no se encuentre en el envase primario o secundario (origina o fotocopia simple).
- M. Certificado de libre venta extendido por la Autoridad de Salud correspondiente, Debidamente legalizado hasta por el consulado de El Salvador más cercano a su lugar de otorgamiento, o por Apostilla, el cual debe de contener el número de Registro de este producto, en su país de origen. El certificado debe contener:
- Nombre comercial (marca)
 - Nombre genérico
 - Forma Farmacéutica
 - Concentración
 - Nombre del fabricante
 - País de procedencia
 - Número de registro
 - Fecha de vencimiento del registro (cuando aplique)
 - Fórmula cuali-cuantitativa
 - BMP(Buenas prácticas de manufactura)
 - Certificado de BPM (Buenas prácticas de manufactura) cuando no se incluya en el certificado de libre venta
 - El certificado original emitido por la autoridad competente del país de origen o copia certificada, este debe estar vigente
- N. Contrato de maquila, cuando aplique. Original o fotocopia autenticada del documento legalizado.
- O. Certificado de Buenas Practicas de Manufactura de los establecimientos que intervienen en la fabricación del producto extendido por la autoridad competente del país o países en el que se llevó a cabo los procesos de fabricación (original o fotocopia autenticada del documento legalizado).
- P. Documento legalizado que acredite la representación legal otorgada por el titular a la persona natural o jurídica responsable del producto a registrar. Original o fotocopia autenticada del documento legalizado.
- Q. Certificado y método de análisis el cual debe contener:
- Nombre de la especialidad y su forma farmacéutica
 - Número de lote, fecha de fabricación y fecha de vencimiento

- Procedencia
- Principios activos y contenido declarado
- Bibliografía consultada

El certificado y método de análisis deberá estar impreso en formulario de la empresa o en el de un laboratorio de análisis debidamente autorizado. Este documento debe ser firmado y sellado por el profesional responsable del análisis de control de calidad y/o el sello de aprobación de garantía de control de calidad del laboratorio respectivo.

La descripción del método de análisis empleado para el producto terminado (ensayos físicos, químicos y/o microbiológicos) incluyendo cálculos realizados, gráficos obtenidos y bibliografía consultada)

- R. Estudio de estabilidad conforme a norma (fotocopia simple).
- S. Estudio de biodisponibilidad para moléculas nuevas (fotocopia simple).
- T. Estándares de materia prima para productos de nuevo ingreso a la región o moléculas nuevas con su certificado de análisis (fotocopia simple).
- U. Muestras originales según cantidad armonizada para realizar los análisis pertinentes por el laboratorio nacional oficial.
- V. Licencia sanitaria del establecimiento que fabrica el producto, extendida por la autoridad competente del país en donde se ubique el mismo.
- W. Certificado de libre comercialización tipo OMS.
- X. Informe de análisis de producto terminado realizado por el laboratorio fabricante (original autorizada por el director técnico).
- Y. Comprobante de pago de derechos de registro y análisis (fotocopia simple).
- Z. Para los literales p y w, se requiere traducción jurada u oficial al idioma español.

Debe presentarse 6 muestras del producto tal y como se venderá en el mercado, además de una cantidad de acuerdo a la forma farmacéutica necesaria para la realización de los análisis. Las muestras deberán indicar lo siguiente:

- Nombre comercial y la forma farmacéutica
- Nombre Genérico aún que se trate de más de un principio activo
- Número de lote, fecha de fabricación, fecha de vencimiento
- Formula de composición por unidad de dosificación
- Si en la formulación se encuentran estas sustancias deberán declararse Colorantes artificiales, Lanolina, Contenido y grado alcohólico en etanol,

- Aditivos que a criterio del fabricante deben declararse.
- Indicación terapéutica, contraindicaciones, dosificación, precauciones especiales si las hay
 - La leyenda “Medicamento, manténgase fuera del alcance de los niños”
 - Vía de administración
 - Número de registro en el país de origen
 - Nombre de fabricante y país de origen

Debe presentarse ante la Junta al menos un gramo del estándar de referencia. La etiqueta debe contener: Nombre de la sal, Número de lote, fecha de vencimiento, pureza. Se deberá anexar el CERTIFICADO DE ANÁLISIS DEL ESTÁNDAR DE REFERENCIA, que debe incluir;

- Nombre genérico
- Tipo de estándar
- Número de lote, fecha de manufactura, fecha de vencimiento, fecha de expiración, fecha de reanálisis, proveedor, cantidad de estándar que se recibe, pureza expresada en % o su medida equivalente
- Observaciones especiales sobre el manejo y almacenamiento

Junto a esto, se debe presentar estudios de estabilidad de por lo menos tres lotes.

En todos los caso los resultados deberán presentarse en papel membreteado de la empresa que lo efectúa, firmado y sellado por el profesional responsable de haber realizado las pruebas.

El trámite en este tipo de registros es de aproximadamente 9-12 meses.

5.5 Costos

A continuación se describen los Derechos a pagar en el Consejo Superior de Salud Pública.

Trámite	Valor
Inscripción de Poderes Judiciales, Registro de profesional responsable, otros documentos ante el Consejo Superior de Salud Pública	\$5,71
Certificación de documentos por el consejo Superior de Salud Pública	1,71
Derechos de licencias para fabricación y venta farmacéuticas	a)18 b) 11,42
Inscripción de especialidades farmacéuticas extranjeras	34,28
Derechos anuales de especialidades farmacéuticas extranjeros	a) 28,57 b) 34,28
a) Especialidad farmacéutica con venta libre bajo receta médica	

Trámite	Valor
b) Especialidad farmacéutica con venta libre sin receta médica	
Derechos de análisis: Este valor puede aumentar si el análisis son realizados por laboratorios externos	62,86-274,29
Honorarios del Químico Farmacéutico responsable por Anualidades	30 por cada registro
Honorarios por visado de factura	20
Pago de derechos ante el Consejo de Salud Pública por Visado de facturas (Depende del monto de la factura)	2,85-20
Costo Promedio por Registro Sanitario (Este costo no incluye los análisis del laboratorio)	514

Fuente: Gold Service Legal and Financial Advisors

Toda importación de medicamentos requiere del visado de la factura por la junta de vigilancia de la profesión química farmacéutica, la factura deberá estar firmada por el Químico Farmacéutico responsable, adjuntando información técnica y de seguridad del producto y el certificado de libre venta del país de origen

Para iniciar los trámites es indispensable presentar el certificado de libre venta y comercialización emitido por el Ministerio de Salud Pública del país de origen del bien, o su permiso sanitario. Junto al mismo deben entregarse muestras de producto, detalle de la composición del mismo. Listado de todos los empaques y presentaciones que se utilizarán, y representante legal de la empresa en El Salvador, quien será el responsable de dar seguimiento al procedimiento.

Para mayor información se puede acudir a la dirección que se presenta en la siguiente tabla:

Ubicación del lugar	Laboratorio Dr. Max Bloch Av. Roosevelt, frente a Parque Cuscatlán. San Salvador.
Tarifa	Servicio Gratuito.
Correo electrónico	aduran@mspas.gob.sv jmachado@mspas.gob.sv
Número telefónico	Tel.(503) 271-3607 Fax (503) 271-1282
Horario de atención	De 8:00 a.m. A 12:30 p.m. y De 1:10 p.m. A 4:00 p.m.
Duración aproximada del trámite	De 30 A 40 días hábiles.
Responsable de proporcionar información	Licda. Celia de Hidalgo Licda. Marina Panameño

Las políticas de importación son tomadas con base en las necesidades de abaratamiento de los productos, determinando esquemas de desgravación arancelaria a plazos y en normas de origen flexibles basadas en cambios de partida o “salto arancelario”. Las fuentes de información sobre las políticas y procedimientos de importación son: Dirección de Política Comercial del Ministerio de Economía, Dirección de Administración de Tratados del Ministerio de Economía, Dirección General de la Renta de Aduanas, Consejo Superior de Salud Pública y Junta de Vigilancia de la Profesión Química Farmacéutica.

5.6 Empaque y Etiquetado⁶

La función de los envases farmacéuticos va mucho más allá de simplemente contener el producto con el objetivo de transportarlo. El envasado de productos medicinales, quirúrgicos y médicos cumplen con funciones muy específicas que obligan a que los componentes de los envases conformen una unidad integral con los medicamentos y haga parte fundamental del proceso de desarrollo de estos.

Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos en el momento de escoger el empaque para los productos farmacéuticos:

En caso de ser necesario el uso de algún proceso de esterilización, el envase debe permitir la permeación de los compuestos esterilizantes durante el proceso y proveer la hermeticidad que garantice que el producto mantenga su característica de esterilidad durante todo el tiempo de vida útil requerido.

Los materiales de envase de los medicamentos deben ejercer una barrera efectiva a cualquier factor ambiental que pueda deteriorar la estabilidad del producto, sea este la luz, humedad, elementos patógenos presentes en el aire u olores contaminantes

Los materiales de envasado de los productos farmacéuticos deben ser compatibles químicamente con los compuestos e ingredientes activos del medicamento. En caso de ser requerido, deben ser inertes, resistentes a grasas, solventes, gases u otro tipo de elementos que puedan afectar las características del material y este a su vez contaminar su contenido.

Mantener su estabilidad dimensional. Dependiendo de la necesidad, ser flexibles o rígidos y proveer protección al producto contra impactos; ser resistente al

⁶ LOS ENVASES Y EL EMBALAJE EN LA INDUSTRIA FARMACEUTICA Por: Lic. Juan Ramiro Escobar

rasgado y punzones, a compresión y a la presión interna, así como también a la abrasión.

El etiquetado de los productos farmacéuticos cumple una función crítica acerca de informar al personal médico y a los pacientes sobre el uso apropiado del medicamento y a la identificación de este para evitar confusiones que pueden ser fatales para el usuario.

Los envases farmacéuticos deben facilitar los procesos productivos y soportar todo tipo de riesgos sin perder sus propiedades, ni alterar la del medicamento, a través de una serie de procesos mecánicos que incluyen: llenado, sellado; acciones químicas y físicas durante esterilización, transporte y almacenamiento hasta que el producto sea finalmente usado.

El diseño y desarrollo de envases es una ardua labor multidisciplinaria que requiere una planeación detallada de cada una de las actividades necesarias para obtener los objetivos establecidos previamente. Su problemática no solo radica en proveer con toda la información necesaria al consumidor o usuario, entre otros: beneficios, instrucciones de uso e imágenes que identifiquen y a su vez permitan el propósito de vender el producto. También, existe la necesidad de aplicar los materiales adecuados no solo a los nuevos productos, sino también a productos ya existentes en el mercado, lo cual requiere de un conocimiento profundo tanto del producto como de la interacción con los materiales de envasado, del sistema productivo y de la legislación existente.

El proceso de desarrollo de nuevos envases, tanto para nuevos productos como para productos ya existentes, se debe apoyar siempre en herramientas científicas que permitan obtener estadísticas concluyentes. Las pruebas de envase son un aporte fundamental a cualquier proceso de desarrollo de envase. Ellas miden no solo el desempeño del sistema de envasado, sino también de cada componente individualmente. Se requieren para determinar y verificar la efectividad del sistema de envasado y embalaje de los productos sin incurrir en los altos costos y el largo tiempo que implican las pruebas de campo y sobre todo en el peligro de accidentes graves durante la distribución o uso del producto por envases defectuosos o inapropiados que no fueron probados debidamente.

Existen dos tipos de las pruebas de envases: Pruebas de Simulación de Producto/Envase, donde se mide su calidad, la compatibilidad con el producto y la capacidad de conservar las cualidades y características del producto. En segundo lugar las Pruebas de transporte, las cuales son requeridas para medir la fragilidad del producto y la capacidad de protección de los empaques de distribución al producto durante las actividades de almacenamiento, transporte y distribución. A nivel internacional existen diversas fuentes donde se pueden consultar los diversos procedimientos para validar los procesos de diseño y desarrollo de los materiales de envase, siendo los ASTM (American Standard Test Methods) e ISO (International Standard Organization) los más reconocidos

y utilizados por los diferentes fabricantes de medicamentos en el mundo. Para descripciones de estos y otros métodos recomendamos consultar publicaciones de estos órganos u otras agencias gubernamentales.

Independiente al protocolo escogido, el fabricante de productos farmacéuticos debe asegurarse que el método de prueba escogido sea el apropiado al tipo de envase y que tenga la capacidad de detectar cualquier defecto que comprometa la integridad del envase. El método seleccionado debe incluir una documentación del proceso con los datos estadísticos que lo validen y demuestre el nivel de sensibilidad, confiabilidad y repetibilidad.

Los fabricantes de productos farmacéuticos usan un sin número de tipos de materiales y formas de envases diferentes, que junto con los procesos de producción y envasado, forman parte muy importante del complejo sistema productivo de los Productos Farmacéuticos. Los gobiernos a través de institutos de control, crean y hacen seguimiento a los lineamientos de las actividades de producción. En la actualidad la mayoría de países hacen uso de las Buenas Prácticas de Manufactura (BMP). El propósito de las BMP es asegurar que todos los productos farmacéuticos sean producidos y envasados bajo condiciones específicas de seguridad y efectividad.

Debido a la diversidad de tamaños, dimensiones y volúmenes de un mismo producto y a la variedad de diseños de envases en la industria farmacéutica, las operaciones de envasado son difíciles de estandarizar en grandes y medianas compañías. Por lo tanto, los materiales de envasado deben cumplir con los requerimientos técnicos y productivos que son establecidos en las especificaciones de envase.

Las especificaciones de envase se producen después del proceso de desarrollo de los componentes de empaque por parte de la compañía y su proveedor y luego de la negociación entre ambas partes, pero antes de la orden de compra del artículo a suministrar. Una especificación solo tiene validez cuando el proveedor está de acuerdo con los requerimientos descritos y accede a ellos antes del primer despacho de mercancía

Toda especificación de envase debe revisarse constantemente y mantenerse actualizada a medida que sucedan cambios y nuevos desarrollos de materiales de envase y de tecnología de envasado.

A continuación se hace una referencia de los principales materiales y empaques utilizados en El Salvador para la importación de productos farmacéuticos.

- *Vidrio*: El vidrio como material para los envases farmacéuticos presenta muchas ventajas sobre otros materiales: es resistente a los ataques químicos, se puede esterilizar, es impermeable a gases y resiste las presiones internas.

El vidrio borosilicato, designado como del Tipo I, es particularmente importante para la industria farmacéutica ya que es 10 veces más resistente que otros tipos de vidrios a los ataques de ácidos, soluciones de sales, sustancias orgánicas y también a halógenos como el cloro y el bromo. También tienen una relativa buena resistencia a soluciones alcalinas. Solamente ataca su superficie el ácido fluorhídrico, ácido fosfórico concentrado y soluciones fuertemente alcalinas a altas temperaturas.

TIPOS DE VIDRIOS USADOS EN LA INDUSTRIA FARMACEUTICA

TIPO	MATERIAL
TIPO I	Vidrio Borosilicato
TIPO II	Vidrio de carbonato sodico y caliza tratado
TIPO III	Vidrio de carbonato sodico y caliza
NP (no parenteral)	Vidrio de carbonato sodico y caliza

Fuente. Latinpharma

- *Foil De Aluminio (Al)*: Dentro de los materiales flexibles, la lámina de aluminio tiene una posición privilegiada. Es una barrera perfecta a los gases y humedad. Sus usos dentro de los envases farmacéuticos son muy diversos e incluyen tapas para blisters y termoformados y en laminaciones para bolsas para polvos, líquidos y granulados y envases para productos asépticos.
- *Polimeros Y Envases Flexibles*: El uso de polímeros y materiales flexibles han tenido bastante impacto en la industria farmacéutica y han abierto una gran cantidad de nuevas aplicaciones como bolsas, tubos colapsibles, envases huecos y botellas, blisters y termoformados y tapas y válvulas que han ido desplazado a otros materiales más tradicionales como el vidrio y metal. Algunos de los más conocidos en el medio son:
- *Fluoropolimeros*: Reviste especial interés para la industria farmacéutica debido a su alta barrera al vapor de agua y gases, resistencia a la mayoría de químicos, rayos UV y ozono. Tiene un excelente comportamiento en altas y bajas temperaturas. Especialmente versátil para empaques termoformados esterilizables. Comercialmente es conocido como ARCLAR
- *Poliéster (Pet)*: Por su alta resistencia al esfuerzo mecánico, a la flexión y buena tensión superficial tiene un amplio uso como película para envases flexibles, termoformados y botellas. Es buena barrera al vapor de agua y relativa buena barrera al oxígeno. Su mayor uso está en botellas para bebidas gaseosas.
- *Poliétileno (pe)*: Es el polímero de mayor uso en envases, aunque su uso es limitado en los envases farmacéuticos debido a su poca barrera al oxígeno, olores y sabores. Su mejor característica es su barrera a la

humedad y buen desempeño a bajas temperaturas. Es usado laminado a otros polímeros, papel y aluminio para envases termosellados tipo sachets y bolsas de tabletas y supositorios.

- *Polipropileno (Pp)*. Es el plástico de menor densidad. Tiene la propiedad de alta resistencia que le permite formar bisagra y ser usado en tapones flip-top. Tiene buena resistencia a grasas, ácidos y solventes. Sus aplicaciones van desde películas para envases flexibles, inyección para botellas, potes y tapas y en laminas para envases termoformados.
- *Cloruro De Polivinil (Pvc)*: Uno de los materiales plásticos mas versátiles. De acuerdo a los requerimientos del producto, puede ser formulado con aditivos que le permita mayor flexibilidad o rigidez. Existe un tipo conocido como grado farmacéutico para uso en bolsas de sangre y sueros, el cual puede ser sellado x calor y luego esterilizar.
- En láminas rígidas se usa para termoformados y envases rígidos soplados para productos médicos y quirúrgicos. En la presentación de blister para grageas, cápsulas y pastillas tiene un 95% del mercado. El PVC es excelente barrera a grasas, alcoholes y solventes. Es buena barrera al oxígeno, vapor de agua y gases. Es atacado por halógenos, ketonas, aldehídos, esterés y moléculas con contenidos de nitrógeno, sulfuro o fósforo.
- *Laminaciones Y Películas Compuestas*: Es la unión de dos o mas películas por medio de adhesivos o una capa de plástico fundido que es colocado en medio de las capas de películas, con el objetivo de aumentar las propiedades físicas y de barrera de los materiales. Las combinaciones son múltiples incluyendo PET/Aluminio/PE, BOPP/AL/PE, Papel/PE, Celofan/Papel/AL/PE.

La seguridad debe prevalecer sobre las demás funciones del etiquetado de los productos farmacéuticos. Se debe evitar confusiones por colores, tipo de letra y apariencia similar entre dos productos diferentes.

La etiqueta debe incluir:

- Nombre del Producto
- Nombre químico genérico
- Fecha de Expiración
- Numero de registro ante la entidad gubernamental correspondiente
- Numero del lote de producción
- Volumen del contenido
- Nombre del fabricante
- Dirección del fabricante
- Condiciones especiales de almacenamiento
- La frase VENTA BAJO FORMULA MEDICA o VENTA LIBRE
- La frase MANTENGASE FUERA DEL ALCANCE DE LOS NIÑOS

5.7 Impuestos Internos

La Reforma Fiscal llevada a cabo en El Salvador ha sido orientada a establecer una estructura basada en pocos impuestos, tasas impositivas bajas y una amplia base de contribuyentes. Como resultado de estos esfuerzos, El Salvador ha eliminado el Impuesto al Patrimonio, ha reemplazado el Impuesto del Timbre con un Impuesto al Valor Agregado, se eliminó el Impuesto a las Donaciones y Sucesiones al igual que con el Impuesto sobre la Ganancias de Capital y cuenta con El impuesto sobre la Renta de las empresas (Ingreso Corporativo).

No obstante, existen otros tipos de impuestos internos, como lo son el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles, el Impuesto sobre las Bebidas Gaseosas o Endulzadas y el Impuesto sobre la Bebidas Alcohólicas Nacionales o Extranjeras.

En este capítulo se describen los impuestos que afectan a las importaciones hacia El Salvador, su tasa de imposición y las condiciones de pago. Estos gravámenes son recaudados por el Gobierno Central.

5.7.1. Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA) ⁷

El Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (conocido en muchos países como el Impuesto al Valor Agregado), fue introducido a El Salvador en Septiembre de 1992. Comenzó con una tasa proporcional del 10% sobre la transferencia, importación, internación (en el área centroamericana), y el consumo de bienes muebles y corpóreos, y sobre la prestación, importación, internación y consumo personal de servicios. El impuesto fue incrementado en un 3%, por lo que actualmente la tasa es del 13%.

Como un incentivo a las exportaciones, todas las operaciones de exportación tienen un impuesto del 0%. Sin embargo, los impuestos se recolectan cuando los productores compran bienes y servicios requeridos para la manufactura de los productos o para la prestación de los servicios exportados, pero tienen el beneficio de una devolución del 6% por una exportación FOB.

Las personas naturales, jurídicas, sucesiones, fideicomisos, asociaciones cooperativas, instituciones, organismos y empresas de propiedad del Gobierno Central y de instituciones públicas descentralizadas o autónomas, cuando realicen cualquier acto que genere este tipo de Impuesto.

5.7.2 Impuesto Sobre la renta

La Ley de Impuesto sobre la Renta determina que todas las personas naturales, sucesiones y fideicomisos domiciliados en el país y que obtengan ingresos superiores a ¢22,000.00 (US\$ 2,514.29) anualmente, que provengan de rentas

⁷ Decreto legislativo No 296 de 1 de septiembre de 1992.

diversas, deberán pagar el impuesto de conformidad con los porcentajes determinados en una tabla progresiva que varía entre el 10%, 20% y 30%.

En el caso de personas naturales, sucesiones y fideicomisos no domiciliados en el país, calcularán el impuesto aplicando a su renta neta o imponible una tasa proporcional del 25%. En el caso de las personas jurídicas, sin perjuicio de su domicilio o nacionalidad, éstas deben pagar impuestos sobre la renta consistentes de un tasa proporcional del 25% sobre las cantidades que excedan los ¢75,000.00 (US\$8,571.43). Es preciso señalar que en el caso de las personas jurídicas, deben de retener en concepto de anticipo a cuenta el 1.5% sobre los ingresos brutos.

Para cualquier pago recibido por actividades realizadas en el territorio por una persona natural o jurídica, sucesión o fideicomiso, que no esté domiciliado en el país, procede la retención del 20%.

Las regalías por asesoría técnica quedan sujetas al Impuesto sobre la Renta siempre y cuando dicha asesoría se realice en el país o en el territorio y, en todo caso, quedan sujetas a IVA.

Las personas jurídicas no domiciliadas en el país, están obligadas a constituir representante o apoderado ante la Dirección General de Impuestos Internos. De no acreditar representante o apoderado ante dicha entidad, se considerará como tal al representante legal de la persona jurídica.

La tabla de los impuestos efectivos sobre las ganancias en El Salvador es la siguiente:

De	A	Tasa impositiva
	¢22,000.00 (\$2,514)	Exento
¢22,000.01 (\$2,514)	¢80,000.00 (\$9,143)	10% sobre el exceso de ¢22,000.00 (\$2,522) más ¢500.00 (\$57)
¢80,000.01 (\$9,143)	¢200,000.00 (\$22,857)	20% sobre el exceso de ¢80,000.00 (\$9,143) más ¢6,300.00 (\$720)
¢200,000.01 (\$22,857)	Y más	30% sobre el exceso de ¢200,000.00 (\$22,857) más ¢30,300.00 (\$3,462)

Tipo de Cambio: US\$1= \$8,75

5.7.3 Otros Impuestos

En adición a las tres grandes fuentes de ingresos del Estado⁸, existen otros impuestos que generan el 2% del ingreso en El Salvador. Por ejemplo, el Impuesto a los Bienes Raíces tasa la transferencia de bienes inmuebles cuando

⁸ Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y Prestación de Servicios (IVA), Impuesto sobre la Renta y los Aranceles.

su valor excede ¢250,000.00 (US\$28,571.43), con una tasa fija del 3%. Como este impuesto se encuentra sujeto al valor del inmueble que la Administración Tributaria determine como valor real del inmueble, su aplicación está sujeta a criterios técnicos de evaluación.

También existe un impuesto a la circulación de vehículos, el cual es anual y se cancela cada vez que el propietario renueva la tarjeta de circulación del vehículo o cuando lo introduce del extranjero.

Finalmente, El Salvador posee impuestos específicos que corresponden a las Bebidas Alcohólicas, Cigarrillos y Bebidas Gaseosas. Tomando en consideración que un porcentaje bajo de los ingresos del Estado provienen de este tipo de impuestos, no son considerados como una fuente importante en el sistema impositivo.

6. PERSPECTIVAS Y OPORTUNIDADES

Con respecto a las perspectivas y oportunidades que se pueden visualizar a futuro en el sector farmacéutico es el crecimiento del mismo generado por diversos factores, entre los que se encuentran:

El ingreso al mercado de nuevos medicamentos que en este momento se encuentran en desarrollo y que los laboratorios los están estudiando para tener la certeza del éxito del mismo.

Se prevé la aparición de nuevos competidores dentro del sector y esto prácticamente será estimulado por las pocas barreras de ingreso que hay de los productos importados.

Adiciona a lo anterior, hay una tendencia de crecimiento en cuanto a los canales de comercialización, pues se espera que se las actuales farmacias se vayan constituyendo como cadenas o que ingresen al país cadenas extranjeras quienes importarán los productos directamente o posiblemente no les comprarán a las droguerías o distribuidores y de esta forma le podrán ofrecer mejores precios al consumidor final, además de un mejor portafolio de productos, como es el caso de “Farmacias Similares” quien ya anuncio su ingreso a El Salvador.

Con respecto al subsector de medicamentos para uso veterinario, los exportadores colombianos tienen una oportunidad de comercialización, pues el salvadoreño tiene un buen posicionamiento de los productos fabricados en Colombia, pero no tienen información sobre los mismos.

De igual forma que el subsector anterior, los medicamentos de consumo humano fabricados en Colombia tienen un buen posicionamiento dentro de los dependientes de las farmacias, compradores de los distribuidores y médicos, lo que implica que los laboratorios Colombianos deben desarrollar estrategias de comercialización no solamente a través de la visita médica, sino apoyando diversos congresos, promocionando actividades enfocadas a los médicos y teniendo la mejor alternativa en cuanto a comercialización, pues se debe tener la certeza que el producto se encuentre en el punto de venta, pues si sucede lo contrario, todo el esfuerzo de dar a conocer el producto se pierde.

Nuevamente como ha sucedido en otros sectores para tener éxito en esta tarea de comercialización es evidente que debe haber un acompañamiento de la fuerza de venta del laboratorio colombiano con la fuerza de venta del comercializador, pues este factor el salvadoreño lo considera de vital importancia para garantizar la rotación del producto y por ende el aumento en las ventas.

No se debe dejar de lado el trabajo de conocimiento y motivación que debe llevar a cabo el laboratorio colombiano con el dependiente de la farmacia, pues

la tendencia que está manifestando es que el consumidor hoy en día si la dolencia no es muy grave es consultar con esta persona su situación y recibir la prescripción por parte del dependiente quien en muchos casos ha estudiado medicina o farmacia.