



Estudios de Mercado
RESUMEN EJECUTIVO

El mercado farmacéutico en El Salvador Junio de 2017

Este estudio ha sido realizado por
Anxo López Barros, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en San Salvador

EL MERCADO FARMACÉUTICO EN EL SALVADOR

El Salvador es el país más pequeño de Centroamérica y a la vez el más densamente poblado. Entre sus algo más de 6.100.000 habitantes la esperanza de vida es de 73 años y la edad media es de 27 años. Estos habitantes tienen acceso gratuito a los diferentes medicamentos prescritos por los doctores a través de las redes de farmacias del Ministerio de Salud (MINSAL) y el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), que realizan sus compras a través de licitaciones públicas.

El mercado salvadoreño de productos farmacéuticos sigue recomponiéndose tras la entrada en vigor –en 2012- de la nueva Ley General de Medicamentos, que elevó los estándares de calidad para la fabricación y comercialización de productos farmacéuticos y a la vez conllevó profundos cambios en la estructura de los laboratorios nacionales, que seguían regulando sus prácticas en base a un Informe de la OMS de los años 70. Pese a estas mejoras y los esfuerzos para transformar el sistema en un sistema de cobertura sanitaria universal, lo cierto es que en la sanidad pública siguen existiendo problemas de abastecimiento de ciertos fármacos que sólo se pueden conseguir en el mercado privado.

La autoridad encargada de certificar las mejoras en los procesos y autorizar la fabricación y comercialización de medicamento en El Salvador es la Dirección Nacional de medicamentos (DNM), una autoridad pionera en la región centroamericana. Además se encarga de elaborar el listado oficial de medicamentos –fármacos que debe proporcionar el sistema público de salud-, el de precios máximos –precio que no puede superar cada medicamento en la venta al público- y el de medicamentos de venta libre –donde se detallan que medicamentos están exentos de precio máximo y pueden ser proporcionados sin necesidad de receta-.

Estos avances supusieron un acercamiento a las buenas prácticas desarrolladas en potencias farmacéuticas, como Europa o Estados Unidos, y ha elevado la percepción del producto local (medicamentos genéricos y productos naturales), que está encontrando en las exportaciones a los países vecinos una vía mediante la cual dar salida a la producción que no es asimilada nacionalmente. Pese a que las compras institucionales de los dos grandes entes de salud pública –MINSAL e ISSS- siguen siendo el principal canal por el que vender sus productos en El Salvador, raramente suponen más del 40% de las compras públicas, dejando la mayor parte de las mismas para productores extranjeros.

El canal privado sigue siendo el que posee mayor volumen de compra –365 millones de dólares en 2015, 4 veces más que el sector público- y donde el producto extranjero tiene todavía más presencia que en el canal institucional, pues supone alrededor del 70% de las compras privadas. Las droguerías son las encargadas de distribuir los productos farmacéuticos entre las diferentes farmacias situadas en el país y que se encargan de la venta de los medicamentos al consumidor final. Normalmente cada uno de los grandes distribuidores cuenta con una cadena de farmacias principal, en algunos casos también poseen laboratorios farmacéuticos propios pero no es tan habitual.

Dentro de la buena acogida que tienen los productos extranjeros, los españoles están muy bien situados, pues España se mantiene entre los primeros 10 proveedores de productos farmacéuticos desde 2010, doblando su cuota de mercado en dicho período, que ya se encuentra en un 4%. A nivel europeo sólo Alemania y Suiza superan en la actualidad las importaciones efectuadas desde España. Más allá de los números el producto español es reconocido entre distribuidores,

EL MERCADO FARMACÉUTICO EN EL SALVADOR

laboratorios y personal sanitario, y pese a las limitaciones de precios establecidas para ciertos productos los laboratorios españoles siguen participando –y ganando– diferentes compras públicas de medicamentos.

Para la empresa española, dadas las particularidades del mercado salvadoreño y tras lo expuesto en el presente estudio estas son las principales oportunidades:

- Exportación de genéricos de marca, posicionando los productos antes de futuras regulaciones de precios.
- Incremento del turismo sanitario en el país, impulsado por MINSAL y que ha crecido un 264% desde 2010.
- Venta de productos naturales y suplementos alimenticios, con muy buena acogida en el país y con previsión de crecimiento debido a la alarma por los elevados índices de obesidad.
- Seguimiento de los precios de los medicamentos de libre venta.
- Acuerdos con laboratorios nacionales, los que ya cumplen con estándares de manufactura aceptados internacionalmente, con el fin de desarrollar una marca de genéricos.
- Aprovechar la preferencia por el producto extranjero tanto en el canal institucional como en el privado.
- Utilización de El Salvador como trampolín a los países vecinos, especialmente a los miembros del CA-4 (Honduras, Nicaragua y Guatemala).