

¿Quién vende los medicamentos en México y cómo se fijan sus precios?

Por staff de redacción *Expo Fac*.

Para cualquier consumidor de medicinas en México, principalmente en las áreas urbanas, es cada vez más común dirigirse a las sucursales de las cadenas farmacéuticas para surtir sus recetas y adquirir medicamentos OTC (sin receta), o productos para el cuidado de la salud. Esta observación tiene fundamento, ya que, según expertos¹, las cadenas de farmacias en México se han adelantado a su competencia en la venta de productos OTC y farmacéuticos.

Desde luego, no solamente se han adelantado gracias a la compra presencial, sino también por la venta en línea y otras prácticas y procesos que han contribuido a que las cadenas de farmacias hayan diseñado estrategias ganadoras que incluyen propuestas de valor únicas que se adaptan a las demandas de los consumidores y pacientes mexicanos.

Debido a ello, con el transcurso del tiempo, el mercado minorista de venta libre, farmacéutica y dermocosmética en nuestro país se ha consolidado en tres segmentos principales: cadenas de farmacias, farmacias independientes y farmacias de supermercado, que se enfocan principalmente en la venta de OTC, vitaminas, suplementos, productos de belleza y cuidado personal.

De esos segmentos, las cadenas tienen la mayor participación de comercialización en términos de valor, con el 65% de las ventas de productos farmacéuticos y de salud de consumo. En seguida, aparecen las farmacias independientes, en donde se ubican las empresas medianas y pequeñas, con el 19.5% de la cuota de ventas y, finalmente, las cadenas de supermercados, con una participación de mercado del 14.5%.

Como complemento, el mercado incluye otros canales minoristas de productos de venta libre y de atención médica, que incluyen la venta en línea en sitios como Mercado Libre, Amazon y Linio. Y hay que agregar tiendas de conveniencia como Oxxo, 7 Eleven y Circle K, así como plataformas de entrega como Rappi, que ofrecen entrega a domicilio para algunas de las cadenas de farmacias y supermercados.

Sin embargo, como en cualquier mercado, el precio de los medicamentos también se afecta por factores como la inflación, la oferta, la demanda y los costos de producción, que pueden afectar la dinámica de precios de un determinado medicamento, aunque vale la pena considerar otros elementos, como los siguientes²:

1. Control gubernamental. El Gobierno mexicano tiene gran influencia en el costo de los medicamentos. Para mantener la accesibilidad de los productos farmacéuticos necesarios o de mayor demanda, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) supervisa el negocio farmacéutico y establece estándares para el precio de los medicamentos.

2. Medicamentos genéricos y protección de patentes. La protección de patentes puede afectar los precios de los medicamentos, ya que, cuando la patente de un medicamento caduca, es posible que se lancen al mercado equivalentes genéricos, lo que generalmente resulta en sustitutos menos costosos. En México, los medicamentos genéricos suelen tener menor precio que sus equivalentes de marca, lo que beneficia económicamente a los clientes.

¹ <https://n9.cl/34nqp>

² <https://n9.cl/dxbvt4>

3. Competencia de mercado. La rivalidad entre farmacias puede afectar los precios. En lugares con una alta concentración de farmacias, la competencia puede resultar en precios más bajos; sin embargo, podrían ser más altos en lugares con pocas opciones ya que hay menor disputa.
4. Descuentos y promociones. Para atraer clientes, las farmacias mexicanas frecuentemente ofrecen programas de recompensas, descuentos para compras grandes, ahorros de costos en recetas específicas, o beneficios con tarjetas propias. Es común encontrar ofertas especiales temporales o descuentos en medicamentos conocidos.
5. Acuerdos de Comercio Internacional. El Acuerdo entre Estados Unidos, México y Canadá (T-MEC) y los acuerdos entre México y la Unión Europea pueden influir en el precio de los productos farmacéuticos, además de tener un impacto en la accesibilidad, el costo y la disponibilidad de productos farmacéuticos específicos en el mercado mexicano.
6. Impuesto al Valor Agregado (IVA). El impuesto al valor agregado (IVA) de los medicamentos en México es del 16%, y el precio final de venta al por menor de los productos farmacéuticos está sujeto a este impuesto, lo que puede afectar al coste final para los clientes.

Desde luego, el negocio de las farmacias tiene muchas variables a considerar y oportunidades de crecimiento del negocio que serán revisadas en la próxima edición de [Expo FAC](#), en donde se darán cita los profesionales del sector para conocer tendencias e intercambiar conocimiento. Ya están preparados.

