

**A. BOOTS ENFRENTARÁ
MERCADO COMPETIDO**

La multinacional a través de **Farmacías Benavides** enfrentará el reto de mantener su liderazgo.

ENFRENTARÁ A CADENAS FARMACÉUTICAS DE *RETAIL* COMPETITIVAS

Expertise no asegura éxito en México a Alliance Boots

De acuerdo con expertos, los competidores mexicanos han consolidado un modelo de negocios exitoso que ha ganado mercado rápidamente; **Farmacías Benavides** enfrentará el reto de mantener su liderazgo en este mercado

Ivette Tejeda

EL ECONOMISTA

EL ÉXITO de la llegada a México de la inglesa Alliance Boots, a través de la compra de **Farmacías Benavides**, no estará completamente “vacunado” por el amplio *expertise* que tiene la firma, derivado de su importante operación en Europa y recientemente en Estados Unidos (a través de su acuerdo con la firma Walgreens), pues las principales cadenas nacionales de *retail* del sector se han hecho más competitivas en el último lustro, además de que es la primera incursión de la empresa británica al mercado latinoamericano.

“Tenemos cadenas mexicanas de **farmacias** de muy buena calidad, desde antes de verse amenazadas por la llegada de un competidor extranjero se han diferenciado, este tipo de **farmacias** ya venían mejorando sus estándares de calidad, sus términos de negociación de proveedores y sus esquemas de apego al cliente desde antes”, dijo en entrevista Ignacio García-Téllez, director de la división Deals Salud de la consultoría PwC.

En el mercado de venta de medicamentos al menudeo en México,

que ronda los 15,000 millones de dólares, las cadenas de **farmacias** tienen 59% de participación según datos de IMS Health, y mientras que Alliance Boots ocupa el primer lugar, con 29% de participación tras la compra de **Farmacías Benavides**, las dos cadenas que le siguen son **farmacias** del Ahorro, con una participación de 28%, seguida por **farmacias** Guadalupe, con 27% y las de Fomento Económico Mexicano (FEMSA), con 10% de participación a través de YZA y La Moderna.

WALMART RESIENTE COMPETENCIA

No obstante, la alta competencia que impera e imperará en el sector podría llevar a que el negocio de **farmacias** de Walmart sea de “baja dosis” para sus ingresos. “En el caso de Walmart sigue siendo una prueba ya que apenas cuentan con 10 **farmacias** *stand alone* (en México tiene 2,199 tiendas por lo que no representan ni 0.5% del número de unidades). La mayor ventaja para Walmart es el tráfico en tiendas y no le vemos mucho potencial de crecimiento a este formato”, dijo a **El Economista** Ana Cecilia Hernández de Invex Análisis.

Lo anterior, a pesar de que las ten-

dencias del año pasado en venta minorista de medicamentos mostradas en el “IMS World Review 2013” a través de los autoservicios empezaban a despegar, impulsadas por sus marcas genéricas. En dicha categoría destacaba Walmart de México, quien tiene su propia línea de medicamentos Medimart y opera **farmacias** independientes a sus autoservicios.

“Considero que lo que pasará es que las que ya estaban haciendo su tarea de colocarse mejorarán más y las que no lo habían hecho o van a empezar a ver, difícilmente tomarán una posición buena. El gran reto es sobre todas aquellas independientes y las de supermercado, éstas sí empezarán a tener una presión muy fuerte porque no es su core business”, expresó el especialista de PwC.

claudia.tejeda@eleconomista.mx

**15,000
MILLONES**

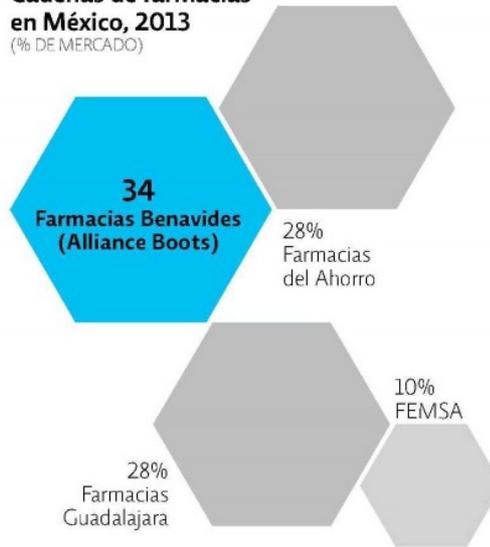
de dólares es el valor del mercado de ventas al menudeo, del cual las cadenas de farmacias tienen 59 por ciento.



SUBEN TEMPERATURA AL MERCADO MEXICANO

La llegada de la británica Alliance Boots a México subirá la temperatura al mercado de cadenas de farmacias nacional. Expertos aseguran que las mexicanas han mejorado su competitividad en los últimos años, por lo cual la incursión de la británica a este mercado no está completamente asegurada.

Cadenas de farmacias en México, 2013
(% DE MERCADO)

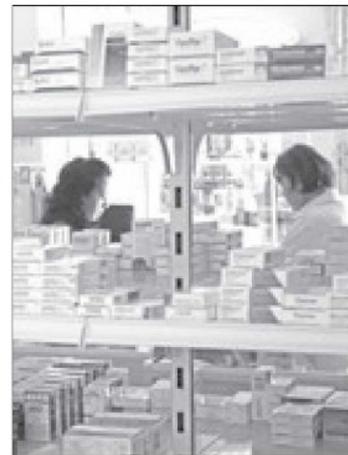


FUENTE: IMS HEALTH.

GRÁFICO EE: STAFF

Las ventas minoristas de medicamentos, a través del canal de cadenas de farmacias en el país, pasó de representar 45% del total de venta *retail* de la categoría en el 2008, a 59% en el 2013, en repercusión de las farmacias independientes.

Ventas minoristas de medicamentos en México, 2013
(% DE MERCADO)



14%

CRECIERON

las ventas de las farmacias con ópticas y mercancías generales en México en el 2013, luego de crecer 4.5% el año previo