

Fecha: 09-09-2024
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: Grandes cadenas de farmacias pierden participación en el mercado chileno en últimos ocho años y Dr. Simi sube

Pág.: 4
Cm2: 843,9
VPE: \$ 8.395.526

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida



Grandes cadenas de farmacias pierden participación en el mercado chileno en últimos ocho años y Dr. Simi sube

Un reciente informe de la consultora XBrein revela que el mercado de las farmacias en Chile ha experimentado una transformación significativa en los últimos ocho años. Mientras que en 2016 las cuatro grandes cadenas –Cruz Verde, Ahumada, Salcobrand y Dr. Simi– controlaban el 50,3% del mercado por ubicaciones, en 2024 su participación ha caído al 34,6%. Dr. Simi es la única del grupo que aumentó.

LEONARDO CÁRDENAS

Hace unas semanas, Martín Arias, CFO de Femsa –el conglomerado propietario de Oxxo y Farmacias Cruz Verde–, afirmó que el mercado de tiendas de conveniencia en Chile es más sofisticado que en los demás países donde compiten.

Igual de competitivo, o incluso más, es el mercado de farmacias en Chile, donde el principal actor es Cruz Verde, empresa fundada por el empresario viamarino Guillermo Harding y que posteriormente pasó a manos del conglomerado mexicano.

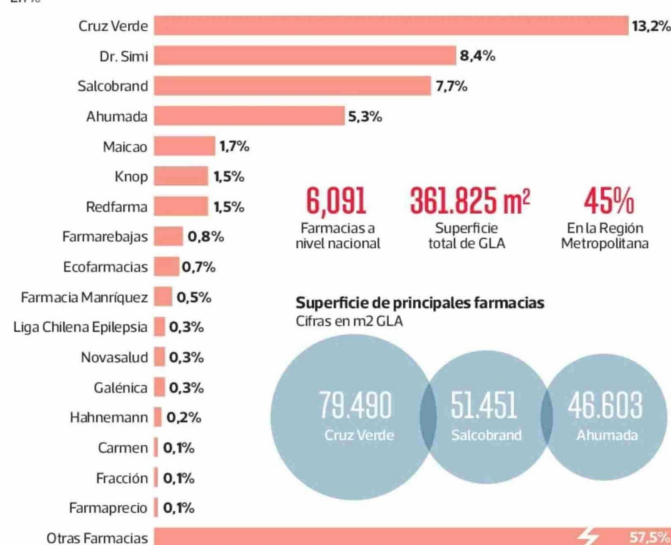
Los otros actores relevantes son Salcobrand, Ahumada y Dr. Simi, aunque la situación ha ido cambiando con el paso del tiempo. Así lo detalla el último informe de XBrein, al cual Pulso tuvo acceso.

En este reporte, la consultora analiza la evolución del mercado farmacéutico entre 2016 y 2024, destacando que el sector ha experimentado un notable crecimiento bajo el modelo de “economía de aglomeración”. Este concepto se refiere a áreas densamente pobladas donde pueden coexistir hasta 10 farmacias en una sola esquina, como ocurre en la intersección de Av. Providencia, Holanda y Luis Thayer Ojeda, en la comuna de Providencia. En estos casos no necesariamente están dentro de centros comerciales, sino que operan en locales a pie de calle.

“Hay dos factores clave: las ventas de las

DISTRIBUCIÓN DE FARMACIAS EN 2024

Participación de farmacias por localizaciones



6,091 Farmacias a nivel nacional
361.825 m² Superficie total de GLA
45% En la Región Metropolitana

Superficie de principales farmacias

Cifras en m2 GLA



cuatro principales cadenas pueden superar en un 60% las de las farmacias de barrio, gracias a los servicios y convenios que las independientes no poseen”, explicó Daniel Encina, CEO de XBrein, nueva marca de Georesearch. Ejemplo de ello son los excedentes que se pueden gastar en las cadenas de farmacias, o que hace que tengan participaciones de mercado más relevantes con amplios metros cuadrados.

En la actualidad, la suma de las participaciones de mercado de las ‘otras farmacias’ supera a las de las cuatro principales cadenas en términos de ubicaciones.

En 2024, la participación de mercado por ubicaciones de Cruz Verde es del 13,2%, Farmacias Ahumada del 5,3%, Salcobrand del 7,7%, y Dr. Simi del 8,4%, sumando en total un 34,6%. En contraste, en 2016 estas cuatro cadenas concentraban un 50,3% del mercado. En ese año, Cruz Verde tenía una participación del 20,4%, Ahumada del 12,9%, Salcobrand del 12,5%, y Dr. Simi del 4,4%.

Entre 2016 y 2024, las ‘otras farmacias’ incrementaron su participación de mercado en cantidad, pasando del 49,7% al 65,4% del total de ubicaciones. Sin embargo, si se mide por los metros cuadrados de superficie de cada uno de sus locales, las cuatro

FUENTE: XBREIN (Nueva marca de Georesearch)

LA TERCERA



SIGUE ►►



Fecha: 09-09-2024
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general

Pág.: 5
Cm2: 189,3
VPE: \$ 1.882.928

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Grandes cadenas de farmacias pierden participación en el mercado chileno en últimos ocho años y Dr. Simi sube

grandes cadenas suman el 55,2% versus las 'otras farmacias' que tienen 44,8%

En ese caso, Ahumada fue la que más disminuyó su superficie de GLA (término en inglés que se relaciona al área total arrendable de un local comercial), pasando de una participación de mercado de 28% en 2016 a 12,9% en 2024. En el mismo periodo, Cruz Verde también disminuyó del 26% a 22% y lo mismo en el caso de Salcobrand de 18,5% a 14,2%. La única que sube sus participaciones de mercado, tanto en número de locales como en GLA, es Dr. Simi.

Según Encina, "la gente de Dr. Simi está realizando un movimiento muy interesante, ya que actualmente están llegando a sectores de alto nivel socioeconómico. Originalmente, su estrategia estaba enfocada en los segmentos C3 y D, con el objetivo de ofrecer una farmacia asequible. Su presencia se concentraba en comunas como La Florida y Puente Alto, pero ahora están inaugurando locales en comunas como Vitacura, Lo Barnechea y Las Condes. Este es un cambio significativo, ya que están expandiendo su mercado de manera positiva. Su objetivo es llegar al público ABCI, un segmento en el que, hasta hace cuatro años, no tenían presencia".

FRANQUICIAS

Daniel Encina, CEO de Xbrein explicó que el fuerte crecimiento de las "otras farmacias" se atribuye a la contracción de Ahumada en cantidad de locales. "Hoy las farmacias independientes no cadenas, han encontrado ciertos nichos que les permiten ser rentables. Ejemplo de ello es el caso de RedFarma que está muy presente en el sur del país".

Encina afirmó: "Otro de los factores que ha influido en el fuerte crecimiento de las 'otras farmacias' es el impulso de desarrollo a través del modelo de franquicias. Por ejemplo, Red Farma opera bajo un esquema de franquicias y busca expandirse utilizando este concepto, similar a lo que hacen empresas como Gastronomía y Negocios, que gestionan marcas como Doggis y Juan Maestro y crecen a través de franquiciados. Es un modelo comparable al que utiliza Subway, por ejemplo."

"En el mercado de farmacias, observo una tendencia que podría estar siguiendo una lógica de economía de aglomeración, un concepto sumamente interesante. Esta tendencia sugiere que se comenzarán a formar clústeres de comportamiento, donde, además de lo clásico como un strip center con una farmacia o una tienda de conveniencia, se podrían crear pequeños clústeres. Un ejemplo de esto sería el crecimiento de estaciones de servicio, donde además de la tienda de conveniencia, se podría incorporar una farmacia. El objetivo es concentrar y localizar varios destinos en un solo lugar, haciéndolos más accesibles y convenientes, incluso más que lo que ofrece un strip center", comentó Encina.

Farmacias Cruz Verde, Ahumada y Salcobrand declinaron responder consultas sobre este artículo. ●