

# Exitosos por naturaleza



Foto: Alejandro Acosta

Tomado de la Revista Dinero

José Fernando Piñeros, gerente general de Labfarve.

**El negocio de los medicamentos naturales, homeopáticos y suplementos alimenticios está volando. Crece a 20% anual y factura más de \$150.000 millones.**

## [Consumo y ventas](#)

Las terapias naturales aplicadas al cuidado de la salud se están convirtiendo en un negocio que vale oro. Impulsados por una millonaria publicidad, los medicamentos naturales, también llamados fitoterapéuticos, son hoy uno de los mejores negocios del sector salud y bienestar.

Aunque no pueden ser cobrados en las droguerías que dispensan las medicinas del Plan Obligatorio de Salud (POS) y no cuentan con ningún subsidio, el 'boca a boca' de sus usuarios satisfechos está impulsando su crecimiento.

Hoy las tiendas naturistas están presentes en casi todos los formatos de almacenes de comercio. Sus productos están codificados en grandes cadenas de droguerías y supermercados.

Solo los 25 laboratorios autorizados por el Invima vendieron el año pasado \$145.600 millones, a

los que se suman las ventas de algunos laboratorios farmacéuticos que tienen líneas naturales. Pero también está la desconocida pero millonaria facturación de los laboratorios ilegales, que pululan por todo el país y que tienen grandes centros de distribución en zonas como San Victorino, en el centro de Bogotá.

De la mano del boom de la medicina bioenergética, y la creciente tendencia a lo natural, los laboratorios de fitoterapéuticos empezaron a crecer en el país, formalizando prácticas medicinales de indígenas y campesinos. El pionero fue Labfarve, creado en 1974 y que pertenece al Grupo Corpas. Tiene 14 tiendas propias, desde los 90 exporta a Estados Unidos y Ecuador y, según el sitio web losdatos.com, facturó el año pasado \$13.099 millones.

José Fernando Piñeros, su gerente general, lamenta que no están codificados dentro del POS, lo que limita su crecimiento, aunque su plan es obtener la autorización del Gobierno porque “las encuestas demuestran que esa es una limitante para muchos pacientes y hoy 7 de cada 10 prefieren los tratamientos alternativos a los convencionales”.

Pero Carlos Zuluaga, gerente comercial de Natural Freshly, –con ventas por \$30.724 millones en 2011–, difiere de esta propuesta. En su opinión, estar en el POS les traería más problemas que beneficios. “Ahí toca regatear todo, los márgenes son muy bajos y no pagan de contado” dice, y agrega que por ese motivo prefiere quedarse como está, buscando nuevos canales de comercialización y aprovechando las 5.000 tiendas naturistas del país.

### **Juntos pero no revueltos**

Dentro de la categoría de fitoterapéuticos clasificada por el Invima también están los medicamentos homeopáticos, que son vendidos con prescripción médica, no se consiguen en los almacenes de cadena, sino en droguerías especializadas y en los consultorios de los médicos.

Allí el líder es un importador: el alemán Heel, cuyos ingresos fueron \$28.556 millones en 2011. Detrás de él vienen varios nacionales, que además son exportadores. Magnofarma es uno de ellos y dice ser el segundo en Colombia y el primero en Ecuador. Atribuye su éxito a que produce con alta calidad, pero a menores precios que los importados y su gran ventaja ha sido el cambio de estatus de la medicina biológica que pasó de ser clandestina y considerada de teguas, a tener caché y ser muy apreciada. Prueba de ello es que la mayoría de médicos que la practican tienen agendas llenas, sin tener que trabajar con las EPS.

Es más, varios laboratorios naturistas y homeopáticos son propiedad de los mismos médicos que formulan y venden dichos medicamentos.

En el Laboratorio Homeopático Alemán, otro de los fabricantes nacionales, dicen que a diferencia de los productos de venta libre, los que se venden con fórmula no pueden ser promovidos con publicidad y por eso sus cifras son más pequeñas. No obstante, las cifras de losdatos.com

muestran que solo cuatro de los laboratorios certificados con buenas prácticas de manufactura del Invima facturan menos de \$1.500 millones anuales.

Aunque sí es un hecho que la publicidad se ha convertido en un aliado de los medicamentos naturales. De acuerdo con las cifras de Ibope, entre enero y septiembre de este año solo Natural Freshly, Pronabell y Labfarve invirtieron \$13.500 millones en pauta, según cifras brutas de Ibope, 23% más que un año atrás, pese a que Labfarve prácticamente dejó en ceros este gasto, para pasarse a hacer mercadeo directo con los médicos, una estrategia similar a la utilizada por La Santé Vital.

Mientras Natural Freshly apuesta por la radio y ha logrado que un producto que sacó hace un año esté hoy entre los más vendidos (Mieltertos), Pronabell se concentra en la televisión y su producto estrella es un estimulante del apetito (Apetinar).

### **No machacan plantas**

Para los fabricantes ha sido buena la regulación y supervisión del Invima, pues las empresas se han profesionalizado, producen con altos estándares de calidad y entre todas emplean a más de 1.300 personas, pero sienten que existe confusión sobre lo que hacen y están preocupados por la reglamentación del uso de las plantas nativas colombianas.

Su primera aclaración es que lo que venden no es el resultado “de machacar hojas”, sino de un proceso industrial. Natural Freshly, por ejemplo, importa todos sus insumos, dado que en el país es muy difícil obtener la autorización para usar las plantas.

En Labfarve les preocupa que, pese a la gran diversidad de Colombia, solo hay autorización para usar 139 plantas, lo que les abre paso a importados que entran de forma irregular.

Con o sin autorizaciones para uso del material genético nacional, los fitoterapéuticos y los homeopáticos van a seguir creciendo y atrás quedaron las frases como “traigo hierba santa pa’ la garganta o traigo la ruda pa’l que estornuda”, ahora se impone el pague uno y lleve dos.

**Este es un espacio de participación de los usuarios.** Las opiniones aquí registradas pertenecen a los internautas y no reflejan la opinión de Publicaciones Semana. Nos reservamos el derecho de eliminar discrecionalmente aquellos que se consideren no pertinentes



**Carlos Zuluaga, gerente comercial de Natural Freshly.  
Natural Freshly es el laboratorio de mayores ventas y el que más pauta.**