

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**POTENCIAL COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS
FARMACÉUTICOS COSTARRICENSES HACIA EL
MERCADO DE REPÚBLICA DOMINICANA**

**AUTOR:
ELLIOTT BRENES ORTEGA**

SAN JOSÉ, ABRIL, 2017

CONTENIDO

TRIBUNAL EXAMINADOR	1
DECLARACIÓN JURADA	2
AGRADECIMIENTOS	3
DEDICATORIA	4
CALIFICACIÓN DEL TUTOR	5
CONTENIDO	6
TABLAS	11
GRÁFICOS	12
FIGURAS	13
RESUMEN EJECUTIVO	14
CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO	15
Planteamiento del Problema de Investigación	15
Objetivos de la Investigación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
Justificación de la Investigación	17
Antecedentes de la Investigación	18
Proyecciones de la Investigación	21
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	22
Generalidades de República Dominicana	22
Economía	22
Comercio Exterior	23
Exportaciones de República Dominicana	28
Importaciones de República Dominicana	31
Intercambio comercial entre Costa Rica y República Dominicana	33
Salud	34
Sistema de Salud Dominicano	38
Productos farmacéuticos	39

Partidas arancelarias de los productos farmacéuticos	41
Mercado farmacéutico mundial	42
Industria farmacéutica de República Dominicana	44
Demanda de productos farmacéuticos en República Dominicana.....	47
Mercado potencial.....	50
Competencia	53
Industria farmacéutica de Costa Rica	56
Productores en Costa Rica	58
Barreras arancelarias.....	58
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana.....	59
Tratado de Libre comercio con el Mercado Común Centroamericano.....	60
Barreras no arancelarias	60
Políticas Públicas y Marco Regulatorio	61
Permisos sanitarios para productos farmacéuticos en República Dominicana.....	62
Certificado de origen TLC República Dominicana y Centroamérica.....	65
Certificado de origen República Dominicana – CAFTA.....	65
Proceso de exportación	65
Transporte Marítimo y Terrestre.....	66
Rutas de exportación a República Dominicana	67
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	69
Enfoque de la Investigación.....	69
Diseño de la Investigación	69
Muestra de la Investigación	70
Población.....	70
Muestra	70
Unidades de Análisis de la Investigación	71
Demanda potencial.....	72
Condiciones del mercado	72
Instrumentos Utilizados en la Investigación	72
Cuestionario	72
Entrevista	73

Proceso para la Recolección de Datos	73
Método de Análisis de los Datos	74
CAPÍTULO IV: ANALÍISIS DE RESULTADOS	75
Unidad de Análisis 1: Demanda Potencial.....	76
Categoría 1. Demanda a nivel privado.....	77
Descripción:	77
Análisis:	78
Categoría 2. Presión de los pacientes al sistema de salud público.....	79
Descripción:	79
Análisis:	79
Categoría 3. Programas de atención de enfermedades raras.....	80
Descripción:	80
Análisis:	80
Categoría 4. Incremento de oferentes	81
Descripción:	81
Análisis:	82
Categoría 5. Tendencia positiva y estable.....	83
Descripción:	83
Análisis:	83
Categoría 6. Importación de medicamentos de alto costo	84
Descripción:	84
Análisis:	84
Categoría 7. Alianzas e intercambios.....	85
Descripción:	85
Análisis:	86
Unidad de Análisis 2: Condiciones de mercado	87
Categoría 1. Relación comunidad médica y farmacéutica.....	88
Descripción:	88
Análisis:	89
Categoría 2. Educación.....	89
Descripción:	89

Análisis:	90
Categoría 3. Modelo de seguro social costarricense	90
Descripción:	90
Análisis:	91
Categoría 4. Buena reputación	92
Descripción:	92
Análisis:	92
Categoría 5. Percepción de calidad	93
Descripción:	93
Análisis:	93
Categoría 6. Competencia	94
Descripción:	94
Análisis:	95
Categoría 7. Regulaciones en República Dominicana	95
Descripción:	95
Análisis:	96
Categoría 8. Influencia del sector privado sobre el sector público	97
Descripción:	97
Análisis:	98
Categoría 9. Cultura	98
Descripción:	98
Análisis:	99
Categoría 10. Representación comercial	100
Descripción:	100
Análisis:	100
Categoría 11. Calidad	101
Descripción:	101
Análisis:	101
Categoría 12. Poder de negociación	102
Descripción:	102
Análisis:	103

Categoría 13. Penetración de mercado.....	104
Descripción:	104
Análisis:	105
Categoría 14. Ente comercial aprobado	105
Descripción:	105
Análisis:	106
Categoría 15. Exclusividad.....	106
Análisis:	107
Categoría 16. Mercado.....	107
Descripción:	107
Análisis:	108
Categoría 17. Población	109
Descripción:	109
Análisis:	109
Categoría 18. Producto Interno Bruto e ingreso per cápita.....	110
Descripción:	110
Análisis:	111
Categoría 19. Burocracia, obstáculos y barreras en Costa Rica	112
Descripción:	112
Análisis:	113
Categoría 20. Posicionamiento	114
Descripción:	114
Análisis:	115
Interpretación de Datos	116
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	119
Conclusiones de la Investigación.....	119
Recomendaciones	122
REFERENCIAS.....	124
APÉNDICE 1	128

TABLAS

Tabla 1. Principales países clientes de República Dominicana (2013 -2015)	23
Tabla 2. Principales países proveedores de República Dominicana (2013-2015).....	26
Tabla 3. Costa Rica: intercambio comercial con República Dominicana, 2006-2014	33
Tabla 4. Expectativa de vida al nacer, 1990-2020, Mundo y Regiones.....	35
Tabla 5. Tamaño del mercado mundial de medicamentos, 2014.....	42
Tabla 6. Mercado privado ético y popular (OTC)	52
Tabla 7. Participación de los Laboratorios Nacionales Dominicanos. Ventas al Mercado, 2011-2014.....	54
Tabla 8. Principales segmentos comerciales del mercado privado de medicamentos en República Dominicana, 2014	55
Tabla 9. 30 Principales corporaciones en República Dominicana.....	55
Tabla 10. Muestra de la Investigación	71
Tabla 11. Unidades y Categorías de Análisis	75

GRÁFICOS

Gráfico 1. Costa Rica: Exportaciones de productos farmacéuticos 2005 -2010.....	57
---	----

FIGURAS

Figura 1. Mercado privado de medicamentos, cadena de valor.....	47
Figura 2. Agentes de la demanda de medicamentos del mercado privado e institucional.....	51

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de tesina consiste en analizar el potencial comercial que presenta República Dominicana para la exportación de productos costarricenses. El presente estudio se aborda inicialmente con análisis del entorno que permita obtener una visión profunda sobre el tema y seguidamente, la aplicación de una metodología propia de una investigación cualitativa, en donde se aplicará una guía de entrevista a personas expertas en la materia, vinculadas al sector farmacéutico de Costa Rica y el mercado de República Dominicana.

El principal objetivo de esta investigación consiste en determinar si existe demanda potencial de productos farmacéuticos en República Dominicana y también definir si existen posibilidades reales de generar mayores envíos de estos productos a este país. Para esta investigación se abarcará este objetivo principal a través del desarrollo de dos objetivos específicos, uno de ellos es determinar la demanda potencial de productos farmacéuticos que presenta éste mercado, y el segundo es identificar las principales condiciones de dicho mercado para la realización de exportaciones a este país.

La investigación tiene un aporte de información relevante orientado a los productores farmacéuticos de Costa Rica, en donde se brinda un panorama claro del mercado del país analizado y también algunos aspectos estratégicos que se deben de tomar en cuenta antes de exportar a éste destino y con el objetivo de fortalecer las intenciones de expansión de las empresas costarricenses.

Entre las principales conclusiones del estudio, se determinó que el mercado de República Dominicana es gran consumidor de medicamentos, cuya demanda, se encuentra en pleno aumento, lo que provoca que el país importe un importante volumen de estos productos, para atender las necesidades epidemiológicas de su población, lo cual lo hace un mercado atractivo para los productos de Costa Rica. Sin embargo, se determina que las posibilidades de comercio internacional están condicionadas a factores de carácter económico, social, cultural, etc. Finalmente se citan algunas recomendaciones importantes orientadas a los productores nacionales, con el propósito de ser consideradas al inicio de las exportaciones a éste mercado en el Caribe.

CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO

Planteamiento del Problema de Investigación

En la actualidad es de vital importancia que las empresas costarricenses diversifiquen sus ventas a los diferentes mercados internacionales con el fin de incrementar sus ingresos económicos y generar un mayor bienestar social. Para lograrlo, este proceso debe de tomar en consideración a los mercados cercanos a Costa Rica, ya que estos suelen ser más accesibles por la cercanía en que se encuentran. En relación con lo anterior, según PROCOMER:

En el Caribe, República Dominicana ha sido un importante socio comercial para Costa Rica y con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre las dos naciones se concreta la oportunidad de aplicar preferencias arancelarias, tanto a los productos exportados desde Costa Rica como los importados a este y que se logre aumentar el intercambio comercial entre los dos países. (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica [PROCOMER], 2016, párr.2)

Los Tratados de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana (MCCA) y entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (CAFTA) promueven un mayor intercambio comercial, sin embargo, aún existen situaciones como la tramitología en país de destino o la indebida desaplicación de las preferencias arancelarias a los productos importados, en donde las empresas pueden ser objeto de posibles restricciones a la comercialización de productos cuando realizan las primeras exportaciones a nuevos mercados, incluso se pueden generar problemas comerciales y costos innecesarios para el exportador.

Debe de considerarse también que, la constante diferenciación e innovación que las empresas buscan en sus productos, entre ellas las pertenecientes a la industria farmacéutica, con el propósito de mantenerse en los mercados internacionales de forma competitiva, genera interrogantes sobre la posibilidad de expandir aún más los nichos de mercado atendidos por esta última y diversificar la matriz exportadora de las empresas farmacéuticas que atienden al sector a nivel mundial.

En Costa Rica existen empresas que muestran un nivel importante de experiencia en producción de productos farmacéuticos, el cual puede explotarse para mejorar el desarrollo

económico y social de la población costarricense, a través de datos confiables que demuestren la posibilidad de potencializar el ingreso de más productos y servicios hacia República Dominicana, lo cual genera, un impacto positivo en la balanza comercial de Costa Rica, y por consiguiente en los ingresos de este.

Al hallarse una fuerte participación de las compañías transnacionales en el mercado de producción farmacéutica, se buscará generar la información necesaria para que la industria farmacéutica costarricense potencialice sus envíos actuales de productos farmacéuticos (medicamentos) a República Dominicana y detecte áreas de mejora para competir con estas grandes compañías productoras de farmacéuticos y con la producción local de este destino.

Esto se hará a través de la recolección de datos de fuentes como periódicos, informes de Instituciones Públicas de Costa Rica e informes de empresas privadas, publicaciones en Internet de organismos internacionales, así también con la realización de entrevistas a las empresas que conforman el sector, las cuales brindarán datos sobre las condiciones actuales del mercado farmacéutico y su potencial comercial en República Dominicana y permitirán responder a la pregunta principal de esta investigación: ¿cuál es el potencial comercial de los productos farmacéuticos costarricenses hacia el mercado de República Dominicana?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Examinar el potencial comercial de los productos farmacéuticos costarricenses hacia el mercado de República Dominicana.

Objetivos específicos

Determinar la demanda potencial de productos farmacéuticos costarricenses en República Dominicana.

Identificar las condiciones del mercado farmacéutico para la exportación de productos farmacéuticos costarricenses a República Dominicana.

Justificación de la Investigación

En la actualidad, existen en Costa Rica empresas con niveles de producción importantes como Bayer S.A, Laboratorios Stein, Alcames Laboratorios Químicos de Centroamérica, S.A., Calox de Costa Rica S.A, etc., en el sector farmacéutico costarricense. Esta industria se encuentra exportando activamente productos farmacéuticos (medicamentos) hacia los mercados internacionales, por lo cual una expansión de estas lograría beneficiar con más empleo a personas costarricenses, al requerir de una mayor cantidad de personal por parte de las empresas productoras de fármacos, para satisfacer la nueva demanda y con lo cual se impactaría positivamente los niveles de desempleo, que demuestran como las oportunidades de trabajo son cada vez más inaccesibles dentro del país.

Este estudio tiene el objetivo de examinar el potencial existente en el mercado de los productos farmacéuticos (medicamentos) en República Dominicana, a través de datos confiables que demuestren las condiciones existentes a nivel comercial y las situaciones que pueden afectar este proceso, lo cual contribuirá a determinar la factibilidad de potencializar dichas exportaciones a este mercado caribeño y con el propósito de lograr una posible materialización de las oportunidades comerciales disponibles para los productores para colocar sus productos en este mercado internacional.

Sobre la viabilidad y pertinencia de esta investigación, se determina que al conocer de antemano cual es la disponibilidad y accesibilidad de los datos requeridos para llegar a cabo este estudio, se permite proceder a su realización, por cuanto las fuentes donde se obtendrán estos, en primera instancia, son confiables y la información obtenida de estas, es sujeta a ser procesada y analizada, lo cual contribuirá a determinar y concluir sobre cuál es el potencial comercial de los productos farmacéuticos (medicamentos) costarricenses hacia el mercado de Republica Dominicana.

La presente investigación tiene una contribución social importante, ya que la información recabada, estará a disposición de las personas o empresas que deseen conocer sobre el tema en cuestión, con lo cual, estos datos puedan servir para generar nuevos conocimientos, lo cual permite que se fortalezcan las intenciones de expansión en el área comercial de las empresas costarricenses y su posicionamiento en los diferentes mercados del mundo.

Esta investigación presenta utilidad metodológica, ya que contribuye al uso de instrumentos de medición, aplicados a través de la recolección de información de fuentes elegidas en función al tema de estudio, y con el propósito de lograr resultados útiles y confiables, de esta manera se demuestra, la utilidad e idoneidad en el uso de técnicas que faciliten el acceso a los diferentes tipos de información disponibles para llevar a cabo un estudio de esta índole, así como este último, pueda ser tomado como base para la realización de nuevos estudios sobre temas que requieren de un alto nivel de conocimiento y análisis.

Antecedentes de la Investigación

Desde la firma de Costa Rica del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros en la década de los 90 y su incorporación como miembro de la OMC (Organización Mundial del Comercio), el país ha logrado insertarse con éxito al comercio internacional. Bajo el compromiso de apertura comercial y con el propósito de ingresar los productos costarricenses a nuevos mercados, Costa Rica ha puesto en vigencia los Tratados de Comercio con México, República Dominicana, Canadá, China, Estados Unidos entre otros. (Revista Nacional de Administración [RNA], 2011)

Según la Revista Nacional de Administración:

La negociación y puesta en vigencia de estos instrumentos de la política comercial costarricense han sido pasos importantes en el camino trazado hacia la incorporación de Costa Rica al mundo globalizado. Se ha pasado de una economía que a mediados del siglo veinte apostaba al monocultivo exportador y a la sustitución de importaciones, a una economía diversificada, con alta tecnología y basada en la innovación, que se encamina al desarrollo por medio de la apertura comercial, la mayor participación en los mercados mundiales y la atracción de inversión extranjera directa especialmente de alta tecnología y de servicios, con oferta de empleos de calidad (RNA, 2011, p.10).

Por lo que se considera que esta diversificación de productos y mercados ha permitido que el país enfrente crisis internacionales con mayor resiliencia, demostrando la importancia que tiene la política de apertura comercial como elemento clave para enfrentar crisis económicas. Costa Rica ha logrado mermar los efectos negativos de estos acontecimientos, a pesar de las dificultades

económicas enfrentadas por sus principales socios, traducidas en disminución de exportaciones (RNA, 2011, pp.10-11).

La Dirección de Promoción de Exportaciones, dependencia del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile es la institución encargada de promover las exportaciones de productos y servicios, además de contribuir a la difusión de la inversión extranjera y al fomento del turismo en este país sudamericano, generó en el año 2015 un informe denominado “El mercado de Medicamentos en República Dominicana Marzo, 2015”, donde se analiza el mercado de medicamentos en República Dominicana, con el objetivo de identificar el potencial de la industria farmacéutica en este país (Dirección de Promociones de Exportaciones [ProChile], 2015, p.1)

El informe concluye lo siguiente:

Las importaciones de medicamentos muestran tendencias de crecimiento en los últimos años, por lo que también concluye que es un sector con gran potencial para Chile. Se sugiere estrechar los vínculos comerciales por medio de un acercamiento del proveedor chileno al mercado dominicano y a los distribuidores importantes, de manera de generar lazos de confianza que faciliten las relaciones posteriores, tanto en el sector público como el privado (ProChile, 2015, p.3).

Ese mismo año, la revista FORBES México publica en su versión electrónica, el artículo “Farmacias, el nuevo sector de oro en República Dominicana”, en donde menciona como:

Cientos de empresas farmacéuticas extranjeras operan en la República Dominicana y ven al país con un clima adecuado de inversión y una legislación que garantiza la estabilidad del negocio. Pfizer, industria que tiene su Centro Corporativo de Centroamérica y Caribe en Costa Rica, importa sus productos al país desde mediados del siglo XX y cuenta con una variedad de medicamentos que ayudan a prevenir, tratar y curar enfermedades dentro de una amplia gama de áreas terapéuticas. (FORBES México, 2015, párr.24-25)

En su página oficial, el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica expone lo siguiente:

A lo largo de la última década, Costa Rica mantuvo un superávit en la balanza comercial con República Dominicana, el comercio bilateral creció a una tasa promedio anual de 14,2%. Las exportaciones han mostrado una tendencia creciente constante a lo largo de la última década (con una tasa de crecimiento promedio de 14% anual, lo que posicionó al mercado dominicano como el principal destino de las exportaciones costarricenses entre los territorios insulares del Caribe. Las importaciones, por su parte, también han crecido (al ritmo de una tasa promedio de

15% anual). En el 2014, las exportaciones costarricenses superaron a las importaciones provenientes del mercado dominicano en US\$218.2 millones, lo cual se tradujo en US\$5.4 exportados por cada dólar importado (Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, 2017, párr.3)

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica en su estudio “República Dominicana: Oportunidades para el abastecimiento de insumos en la industria de dispositivos médicos” menciona lo siguiente:

El sector de Dispositivos Médicos y Farmacéutica es uno de los pilares dentro de la industria de zonas francas y es considerado como uno de los de mayor potencial de crecimiento en República Dominicana. Para los proveedores del sector de dispositivos médicos en Costa Rica, las oportunidades de serlo también en República Dominicana, existen mayormente si se trata de servicios o productos asociados a la fabricación de aparatos de transfusión o de instrumentos para medir la presión arterial. Específicamente, existen oportunidades en el suministro de servicios de exámenes microbiológicos, diseño de cuartos limpios y calibración y metrología, asimismo, en el abastecimiento de moldes por inyección y etiquetas (PROCOMER, 2016, p.2-23).

El estudio “recomienda una estrategia de venta-abastecimiento diferenciada entre las transnacionales con presencia también en Costa Rica y las que solo están en República Dominicana”. (PROCOMER, 2016, p.2)

El Oxford Intelligence publicó en 2014 el MedTech Report, el cual examinó cómo la industria farmacéutica, biotecnológica, de dispositivos médicos y atención médica está evolucionando en términos de selección de ubicación global, destacó como “Costa Rica ha surgido como un destino líder a nivel global, fuera de Europa, para la inversión en Tecnología Médica, atrayendo 47 proyectos de este tipo en un período de 5 años, incluyendo 18 en el 2012, y posicionándose como #7 a nivel global en términos del número de proyectos de manufactura, superando a Holanda, Brasil y México, entre 2008 y 2012” Oxford Intelligence (2014), citado por la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (2016, párr.2).

La examinación del potencial comercial y las condiciones del mercado farmacéutico brindan información sobre la conveniencia de enviar mayores cantidades de productos farmacéuticos (medicamentos) hacia República Dominicana, con el fin de tomar la decisión de

exportar en un ambiente que garantice la colocación exitosa de dichos productos en este país caribeño.

Proyecciones de la Investigación

El análisis del potencial comercial brindará información sobre la viabilidad de aumentar la exportación de productos farmacéuticos (medicamentos), lo cual mostrará el panorama actual del mercado y ayudará a la decisión de enviar mayores cantidades de dichos productos a República Dominicana por parte de los exportadores, con el objetivo de obtener mayores beneficios económicos, y así, impactar la balanza comercial de forma positiva e influir en el desarrollo económico y social del país.

También, se identificarán las condiciones del mercado farmacéutico de República Dominicana, con el fin de determinar cuáles aspectos pueden afectar el proceso de exportación e indicar cuáles son las posibles barreras comerciales que pueden incidir en un bloqueo del libre comercio entre ambos países, con el propósito final de informar al exportador sobre las consecuencias que estas pueden tener en sus expectativas de negocios con este país.

La presente investigación se desarrolla durante un periodo de seis meses, comprendidos entre noviembre 2016 y abril 2017.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Generalidades de República Dominicana

Según el Portal Oficial del Estado Dominicano (2017), República Dominicana es un país:

Que ocupa algo más de los dos tercios orientales de la isla de La Española, en el archipiélago de las Antillas Mayores. El tercio occidental de la isla está ocupado por Haití. Así pues, La Española es una isla compartida por dos Estados. Su extensión territorial es de 48,311 kilómetros cuadrados y limita al norte con el océano Atlántico, al sur con el mar Caribe o mar de las Antillas, al este con el Canal de la Mona, que la separa de Puerto Rico y al oeste con la República de Haití.

Las principales ciudades del país “son la capital de Santo Domingo, con 2,9 millones habitantes y Santiago de los Caballeros, que se acerca a 1 millón. Otras ciudades importantes son San Cristóbal, La Romana; San Pedro de Macorís, San Francisco de Macorís, La Vega, San Juan, Barahona y Puerto Plata” (Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo, 2016).

Tras el censo de 2014, la población dominicana se puede estimar en 10,1 millones. Esta también se estima joven: el 28 % de los ciudadanos tiene menos de 15 años de edad y el 65 % está entre los 15 y 64 años (Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo, 2016).

A finales de 2015 la población dominicana en edad de trabajar sumaba 8.7 millones de personas, y la población económicamente activa 4,3 millones. De ellos, dos millones tienen empleos formales (es decir, cotizando a la Seguridad Social y adscritos a empresas registradas y activas), 1,6 millones ocupan puestos informales y los restantes 0,7 millones están desempleados (Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo, 2016).

Economía

República Dominicana ha disfrutado de un fuerte crecimiento del producto interno bruto (PIB) desde 2005, con un doble crecimiento del 2006 al 2007: PIB / PPA estimado de 85,4 billones de dólares americanos y per cápita de 9.200 dólares americanos. El turismo (la principal fuente de ingresos extranjera), las telecomunicaciones y la zona de libre comercio industrial (prendas de

vestir, dispositivos médicos, etc.), son los sectores más importantes, si bien la agricultura sigue siendo una parte importante de la economía (Spain Exchange Country Guide, 2017).

La economía depende en gran medida de los Estados Unidos, la fuente de casi el 75 % de las exportaciones, y las remesas representan aproximadamente un 10 % del PIB, lo que equivale a casi el 50 % de las exportaciones y el 75 % de los ingresos del turismo. Con la ayuda de estrictas medidas fiscales acordadas en una renegociación con el Fondo Monetario Internacional (F M I) en 2004, se estabilizó la situación financiera del país, y se redujo la inflación a menos del 6 % (Spain Exchange Country Guide, 2017).

Comercio Exterior

Según los datos ofrecidos por el Banco Central el monto agregado de intercambios externos por bienes y servicios durante 2015 ascendió a 33.800 M\$. La importación de bienes, que se acerca a 17.000 M\$, decreció por la caída internacional de los hidrocarburos (Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, 2017).

Los servicios proporcionaron ingresos por 7.537 M\$. Los pagos por servicios sumaron 3.139 M\$, destacando el capítulo de Fletes con 1.154 M\$ pagados. El país presenta regularmente un fuerte déficit comercial, que en la balanza corriente se atenúa: -2 % en términos de PIB durante 2015 (Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, 2017).

En la siguiente tabla se desglosa los principales países importadores de bienes y servicios de República Dominicana.

Tabla 1. Principales países clientes de República Dominicana (2013-2015)

PRINCIPALES PAÍSES CLIENTES	2013		2014		2015	
	Mill. \$	Variac. %	Mill. \$	Variac. %	Mill. \$	Variac. %
EEUU	4.491	-8	4.874	8	4.495	-7

Haití	1.513	-3	1.423	-6	1.012	-28
Canadá	974	1500	912	-6	700	-23
Suiza	42	130	249	492	69	-72
China	231	-53	169	-26	122	-27
Reino Unido	181	-5	169	-6	127	-24
Países Bajos	135	6	166	23	185	11
India	10	42	140	1300	565	303
Alemania	117	25	120	2	101	-15
Venezuela	77	87	119	54	60	-49

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)

En 2013, el comercio entre República Dominicana y Estados Unidos convirtió al país norteamericano en el primer socio comercial de la isla, con ventas que superaron los 4.400 millones de dólares en 2013 a favor de República Dominicana. Dichos ingresos por concepto de exportaciones fluctuaron entre el 2013 y el 2015, al aumentar entre 2013 y 2014 en 383 millones de dólares y disminuir entre 2014 y 2015 en 379 millones de dólares.

Con respecto a Haití, esta nación caribeña significó el segundo socio comercial de República Dominicana, con ventas que superaron los 1.500 millones de dólares en 2013 a favor del país caribeño. Dichos ingresos por concepto de exportaciones disminuyeron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 1.513 millones de dólares a 1.423 millones de dólares, lo cual significó una baja de 90 millones de dólares. Dicha variación ocurrió nuevamente entre 2014 y 2015, al presentarse una fuerte disminución de 411 millones de dólares en dicho periodo.

Con respecto a Canadá, esta nación norteamericana representó el tercer socio comercial de República Dominicana, con ventas que superaron los 970 millones de dólares en 2013 a favor de la isla. Dichos ingresos por concepto de exportaciones disminuyeron levemente entre el periodo 2013-2014 al pasar de 974 millones a 912 millones de dólares, lo que significó una baja de 62 millones de dólares. Dicha disminución se repitió entre 2014 y 2015, al presentarse una significativa baja de 212 millones de dólares en dicho periodo.

En 2013, el comercio entre República Dominicana y Suiza convirtió al país europeo en cuarto socio comercial de la isla, con ventas superiores a los 40 millones de dólares en 2013 a favor del país caribeño. Dichos ingresos por concepto de exportaciones aumentaron significativamente entre el periodo 2013-2014 al pasar de 2 millones a 249 millones de dólares, lo cual significó un aumento de 207 millones de dólares. Sin embargo, entre 2014 y 2015 se presentó una baja significativa de 180 millones de dólares en dicho periodo.

Con respecto a China, esta nación asiática representó el quinto socio comercial de República Dominicana, con ventas superiores a los 230 millones de dólares en 2013 a favor de isla. Dichos ingresos por concepto de exportaciones disminuyeron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 231 millones a 162 millones de dólares, lo que significó una baja 69 millones de dólares. Dicha disminución se repitió entre 2014 y 2015, al presentarse una baja de 47 millones de dólares en dicho periodo.

En 2013, el comercio entre República Dominicana y Reino Unido convirtió a la nación europea en el sexto socio comercial de la isla, con ventas que superaron los 180 millones de dólares, a favor de la nación del Caribe. Dichos ingresos por concepto de exportaciones disminuyeron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 181 millones a 169 millones de dólares, lo cual significó una baja 12 millones de dólares. Dicha variación ocurrió nuevamente entre 2014 y 2015, al presentarse una baja de 42 millones de dólares en dicho periodo.

En relación con los Países Bajos, esta nación representó el séptimo socio comercial de República Dominicana, con ventas que superaron los 130 millones de dólares en 2013 a favor de la nación caribeña. Dichos ingresos por concepto de exportaciones aumentaron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 135 millones a 166 millones de dólares, lo que significó un incremento 31 millones de dólares. Dicho aumento se repitió entre el 2014 y 2015, al presentarse un leve repunte de 19 millones de dólares en dicho periodo.

En 2013, el comercio entre República Dominicana e India convirtió a la nación asiática, en el octavo socio comercial de esta nación caribeña, con ventas superiores a los 5 millones de dólares en 2013, a favor República Dominicana. Dichos ingresos por concepto de exportaciones crecieron fuertemente entre el periodo 2013-2014 al pasar de 10 millones a 140 millones de dólares, lo cual

significó un aumento de 130 millones de dólares. Para el 2015, se presentó un nuevo incremento, el cual significó 565 millones de dólares en ingresos para este país caribeño.

Con respecto a Alemania, esta nación europea representó el noveno socio comercial de República Dominicana, con ventas que superaron los 115 millones de dólares en 2013 a favor de la isla. Dichos ingresos por concepto de exportaciones aumentaron levemente entre el periodo 2013-2014 al pasar de 117 millones a 120 millones de dólares. Dicha variación se revirtió entre 2014 y 2015, al presentarse una disminución de 19 millones de dólares en dicho periodo.

En relación con Venezuela, la nación sudamericana significó el décimo socio comercial de República Dominicana, con ventas que superaron los 75 millones de dólares en 2013 a favor de la nación caribeña. Dichos ingresos por concepto de exportaciones se incrementaron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 77 millones a 119 millones de dólares. Para el periodo entre 2014 y 2015 se presentó una baja de 59 millones en las exportaciones provenientes hacia este país.

La relación de los principales clientes se caracteriza en términos de peso relativo, el *ranking* es el siguiente: Estados Unidos con casi 50 %, seguido por Haití, Canadá, India, Suiza, Reino Unido y China. La Unión Europea en su conjunto absorbió el 8 % del total exportado por el país (Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, 2017).

La siguiente tabla muestra la preponderancia estadounidense como suministrador de bienes al mercado dominicano. Desde la puesta en marcha del Acuerdo DR-CAFTA las ventas norteamericanas han crecido apreciablemente. Por su parte, China continúa ganando cuota de mercado año tras año (Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, 2017).

Tabla 2. Principales países proveedores de República Dominicana (2013-2015)

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES	2013		2014		2015	
	Mill. \$	Variac. %	Mill. \$	Variac. %	Mill. \$	Variac. %
Estados Unidos	6.576	-4	7.273	10	7.757	-1

China	1.845	4	2.057	11	2.321	12
México	1.050	9	1.062	1	805	-24
Brasil	438	-11	353	-19	554	57
España	368	-31	437	18	533	22

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)

Estados Unidos representó el primer socio comercial de República Dominicana, con compras por parte de este país caribeño que superaron los 6.575 millones de dólares en 2013. Dichos egresos por concepto de importaciones aumentaron fuertemente entre dicho año y el 2015, al aumentar entre 2013 y 2014 en 697 millones de dólares y en 484 millones de dólares en el periodo 2014-2015

China significó el segundo socio comercial de República Dominicana, con egresos por concepto de importaciones por parte del país caribeño, que significaron 1.845 millones de dólares en 2013 y 2.057 millones de dólares, lo cual representó un incremento de 212 millones de dólares entre dicho periodo. Dicho comportamiento ocurrió nuevamente entre el 2014 y 2015, al presentarse un aumento de 264 millones de dólares entre ambos años.

México representó el tercer socio comercial de República Dominicana, con compras realizadas por parte de esta última, las cuales representaron en el 2013, 1.050 millones de dólares, 1.062 millones de dólares en 2014 y 805 millones de dólares en 2015, para un aumento de 12 millones de dólares y una disminución de 257 millones de dólares respectivamente.

Brasil significó el cuarto socio comercial de República Dominicana, con compras realizadas por esta última, las cuales ascendieron a 438 millones de dólares, 353 millones de dólares y 554 millones de dólares para los años 2013, 2014 y 2015 respectivamente; lo cual representó una disminución de 85 millones de dólares entre el 2013 y 2014 y un aumento en el valor de las importaciones de 201 millones de dólares entre el periodo 2014-2015.

España representó el quinto socio comercial de República Dominicana, con compras por parte de este país caribeño que superaron los 365 millones de dólares en 2013. Dichos egresos por concepto de importaciones aumentaron entre el periodo 2013-2014 al pasar de 368 millones a 437

millones de dólares, lo que significó un incremento de 69 millones de dólares. Dicho aumento se repitió entre el 2014 y 2015, al presentarse un repunte de 96 millones de dólares en el valor de las importaciones provenientes desde el país europeo.

Atendiendo a su peso relativo, los países suministradores se ordenan de la siguiente manera: Estados Unidos 41 %, China 11 %, México 6 %, Venezuela 5 %, Trinidad y Tobago 4,6 %, España 2,5 % y Brasil 1,9 %. En cuanto a la Unión Europea, durante 2015 exportó al país 1.629 millones de euros, esto representa un salto notable sobre la cifra del año anterior (Secretaría de Estado de Comercio, ICEX, 2017).

Exportaciones de República Dominicana

Según las cifras conciliadas para el 2014 las exportaciones totalizaron US\$9,947.8 MM, unos US\$346.3 MM más que en el 2013, representando esto un incremento relativo de 3,6 %. Sin embargo, el porcentaje de crecimiento fue inferior a los 5,6% registrados en el 2013, respecto al 2012. Los primordiales rubros exportados, en términos generales, fueron: Oro (US\$1,582.0 MM), instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, (US\$874.4 MM), aceites de petróleo (US\$558.7 MM), aparatos para corte, seccionamiento para circuitos eléctricos (US\$484.4 MM), y bananas o plátanos frescos o secos (US\$331.6 MM). Las exportaciones nacionales generaron divisas por US\$4,635.7 MM; crecieron un 7,4 % en comparación al año anterior. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

El principal socio comercial para estas exportaciones fue Haití, unos US\$943.7 MM, representando el 20,4 %, luego Canadá con US\$869.9 MM, y Estados Unidos con US\$869.2 MM.

Las partidas de productos nacionales de mayor exportación fueron:

- Oro (con valor de US\$1,565.5 MM, representando el 33,8 % del total y con incremento de 35.9% con relación al 2013. El 54,7 % se destinó a Canadá.
- Aceites de petróleo US\$558.7 MM, equivalente al 12,1 %, con tasa de variación de 2,3 %.
- Bananas y plátanos US\$331.4 MM, representando el 7,15 % del total, creció en un 6,9 % y fue el principal rubro agrícola de exportación.

- Preparaciones de salsas US\$114.8 MM, el 2,5 % del total, se incrementó en un 49,4 % y constituyó la principal partida de productos industrializados para consumo. El 85,2 % de este producto tuvo como destino Haití.
- Cemento hidráulico US\$111.0 MM, con una participación del 2.4% y un incremento del 5.5%. El 60.7% fue exportado hacia Haití.
- Cacao en grano US\$90.7 MM, con un aumento del 39.6%. A los Estados Unidos de Norteamérica se envió el 39.0%. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

Las exportaciones de Zonas Francas (ZF) aportaron US\$5,248.5 MM en el 2014, con un incremento de 2.9% respecto al 2013. Además, su porcentaje de participación en las exportaciones generales se redujo en un 1.7% en el 2014 (52.9%) con relación al año anterior que fue de un 53.2%. El 75.7% (unos US\$3,972.3 MM) de los valores exportados de ZF se destinaron a Estados Unidos. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

Las exportaciones por partidas de productos de las Zonas Francas estuvieron encabezadas por:

- Instrumentos, aparatos de medicina, cirugía, etc., US\$872.6 MM, equivalente al 16.6%, con un crecimiento de 16.1%. El 86.9% fue exportado a Estados Unidos.
- Cigarros, cigarrillos y cigarrillos con US\$509.6 MM (igual al 9.7% de las ZF), creció un 2.3%. El 89.8% se destinó a Estados Unidos.
- Aparatos para corte, seccionamiento de circuitos eléctricos US\$482.6 MM, registró un aumento de 12.6%. El 95.9% se envió a Estados Unidos.
- T-shirts y camisetas interiores de punto con US\$312.1 MM, creció un 26.0%. El 92.3% se destinó a Estados Unidos.
- Artículos de joyería y sus partes de metal precioso en US\$248.9%, registró una tasa de variación negativa de 10.6%. El 99.7% se exportó a Estados Unidos. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

En el año 2014 los Estados Unidos de América fue el destino del 49.1% de las exportaciones totales, equivalente a US\$4,874.0 MM y con un crecimiento de un 8.5% respecto al

año 2013. El 81.5% de las exportaciones a los Estados Unidos fueron productos de Zonas Francas. Los productos de mayor exportación a Estados Unidos fueron instrumentos y aparatos de medicina, cirugía (US\$759.8 MM), cigarrillos (US\$469.5 MM), aparatos de circuitos eléctricos (US\$463.3 MM) y el oro (US\$418.8 MM). (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

Haití continuó siendo el segundo socio comercial de mayor importancia con US\$1,423.2 MM (14.3% del total), sin embargo, decreció un 6%. Dentro de los productos que lideraron la lista estuvieron: tejidos de algodón (US\$304 MM), preparaciones de salsas (US\$104.8 MM), harina de trigo (US\$78.4 MM) y cemento hidráulico (US\$67.4 MM). (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

El tercer país, fue Canadá con US\$912.4 MM, una reducción del 6.5%. El oro representó el 93.9%, equivalente a US\$856.4 MM del total exportado hacia dicho país, pero el monto fue US\$73.4 MM menos que el año anterior. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

Entre los primeros diez socios comerciales, los que registraron mayores niveles de crecimiento fueron:

- India 1,269.3%, un crecimiento sustentado en las exportaciones de oro US\$122.8 MM, rubro que no se exportó en el 2013 al igual que el cacao en grano.
- Suiza, un 493.8%, debido a que las exportaciones de oro pasaron de US\$2.8 MM en el 2013 a US\$183.9 MM para el 2014, y la plata de US\$27.3 MM aumentó a US\$44.6 MM.
- Venezuela con 55.7%, un aumento impulsado por las exportaciones de barras de hierro o acero de US\$29.9 MM, que en el 2013 el valor fue cero, las azúcares con US\$24.7 MM y, pastas alimenticias con unos US\$13.0 MM. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

Sin embargo, las exportaciones a China decrecieron en un 26.2% a causa de la reducción de las exportaciones de los productos más destacados (minerales de cobre -15.5%, desperdicios y desechos de cobre -13.8% y los instrumentos y aparatos de medicina -787.0%). (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

Costa Rica se convirtió en el socio comercial número 32 de República Dominicana en 2014, con compras por parte del país centroamericano de aproximadamente 49.5 millones de dólares. (Procomer, 2014)

Importaciones de República Dominicana

El país importó US\$17,752.6 MM en el 2014, unos US\$631.1 MM (3.7%) más que el año anterior, sin embargo, dicho crecimiento quedó por debajo de los 5.5% registrados en el 2013 con relación al 2012. Las importaciones nacionales (US\$13,946.3 MM) representaron el 78.6% de las totales y crecieron en un 2.7% respecto al año anterior, mientras que las importaciones de Zonas Francas acumularon US\$3,608.6 MM. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

Las partidas de productos de mayores montos de importación, fueron:

- Aceites de petróleo US\$2,210.0 MM (disminuyó un 11.6% respecto al 2013). Estos aceites representaron el 12.4% de las importaciones generales. A Estados Unidos se les compró el 55.9% y a Venezuela el 16.2%.
- Aceites crudos de petróleo US\$941.3 MM (bajó un de 10%). Desde Venezuela ingresó al país el 58.6%, y desde México el 41.4%
- Gas de petróleo y demás hidrocarburos US\$756.7 MM (se incrementó en un 14.8%). Automóviles US\$617.5 MM (creció un 26.5%). Trinidad y Tobago fue el principal suplidor (80.5%).
- Automóviles US\$617.5 MM, registrando un 26.5% de crecimiento. El 35.1% provino de Estados Unidos y el 23.7% de Japón.
- El maíz fue el rubro agrícola de mayor valor importado con US\$227.9 MM, con una tasa de variación negativa de 14.3%. El 65.4% fue originario de Estados Unidos.
- Partes para los aparatos eléctricos de las partidas 8535, 8536 u 8537(US\$170.5 MM). Las importaciones de esta partida se incrementaron en un 276% con referencia al 2013. El 95% fue adquirido en Estados Unidos.

El nivel de concentración de las importaciones fue elevado debido a que 145 de las 1,159 partidas de productos que ingresaron al país acumularon el 80% del valor.

Estados Unidos de Norteamérica con US\$7,273.1 MM (41% del total), encabezó el listado de los 194 países donde se originaron la mayoría de las mercancías que ingresaron al país en el 2014. También, las importaciones desde EEUU registraron un incremento de 10.6% respecto al año 2013 (US\$6,577 MM), en parte provocado por el aumento de US\$294.1 MM (31.2%) en las compras de aceites de petróleo. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

La República Popular China fue el segundo país de bienes importados, con US\$2,057.6 MM (un 11.6%), y un crecimiento de 11.5%. La partida de aparatos electrónicos de telefonía fue la de mayor importancia con US\$202.2 MM. (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

Las importaciones desde México totalizaron US\$1,062.3 MM, de los cuales el 36.7% correspondió a los aceites crudos de petróleo.

Entre los principales países socios, los que registraron los mayores niveles de crecimiento en el 2014 fueron:

- Trinidad y Tobago 20.9% (a consecuencia del incremento en 77.6% de las importaciones de aceites de petróleo y un 19.6% gas de petróleo) y,
- España, con tasa de 18.8% (las importaciones de aceites de petróleo crecieron un 132.5% y las de cemento hidráulico un 716.9%). (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014)

Los países de mayor importancia con tasas de variación negativa estuvieron liderados por:

- Brasil con -19.4% (en gran parte por la disminución en un 51.9% del comercio de maíz y 66.1% en el papel, cartón entre otros) y, Venezuela con -16.1% (el comercio de aceites de petróleo bajó de US\$541.4 MM en el 2013 a US\$357.7 MM en el 2014, una disminución de un 33.9%). (Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana, 2014).

República Dominicana se convirtió en el socio comercial número 13 de Costa Rica en el 2014, con compras realizadas desde esta nación caribeña por aproximadamente de 267 millones de dólares. (Promocer, 2014).

Intercambio comercial entre Costa Rica y República Dominicana

El siguiente gráfico muestra el intercambio comercial entre Costa Rica y República Dominicana desde el año 2006 hasta el 2014. Como se puede apreciar, el mismo tiene un comportamiento inestable para el período.

Tabla 3. Costa Rica: intercambio comercial con República Dominicana, 2006-2014

COMERCIO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportaciones	141.9	183.7	227.9	255.2	237.8	161.4	273.4	249.0	267.6
Importaciones	20.2	50.4	75.2	25.0	26.8	41.8	38.7	30.4	49.5
Saldo	121.7	133.3	152.7	230.2	211.0	119.6	234.6	218.6	218.1
COMERCIO	162.2	234.2	303.1	280.1	264.7	203.2	312.1	279.3	317.1
TOTAL									

Fuente: Promocer y BCCR.

Entre 2006 y 2008, las exportaciones de Costa Rica hacia República Dominicana fueron de 553.5 millones de dólares, mientras que las importaciones desde este país fueron de US\$145.8 millones, lo que muestra una balanza comercial positiva a favor de Costa Rica de más de 407 millones dólares para dicho periodo.

En el 2009, el intercambio comercial entre ambas naciones tuvo un descenso significativo al pasar de US\$303.1 millones en el 2008 a US\$280.1 millones en el 2009. A partir de ese año, la baja se mantuvo por tres años consecutivos, hasta que en el 2012 el intercambio comercial aumento a US\$312.1 millones, mientras que en el 2013 bajo a US\$279.3 millones, para nuevamente repuntar en el 2014 a US\$317.1 millones.

Entre los productos con mayor atractivo en el mercado costarricense, se encuentran resina alcídicas con un valor exportado en el año 2010 de US\$1.42 millones, gasolina de aviación I con

US\$5.6 millones, varilla de acero con US\$5.01 millones, correa de metal con US\$1.56 millones, malla electro soldadas con US\$ 1.08 millones, entre otros. (Oficina Nacional de Estadística, 2017).

En lo que respecta a las importaciones de la República Dominicana provenientes desde Costa Rica, se puede observar que Costa Rica es un proveedor significativo de muchos productos, en el período 2006-2010, se registró un monto por valor importado que asciende a US\$1,204.19 millones. En este aspecto nos encontramos con productos como: petróleo y derivados con un valor importado de US\$20.91 millones, los demás medicamentos condicionados para la venta al por mayor con US\$23.65 millones, preparaciones compuesta por la elaboración de bebidas con grado alcohólico volumétrico inferior o igual a 0,5 vol. Con US\$20.43 millones importado, entre otros productos. La mayoría de estos productos provienen del sector Agrícola e Industrial de la nación costarricense. (Oficina Nacional de Estadística, 2017)

Salud

Las principales áreas de peligros para la salud en la población dominicana, y que la USAID pretende controlar, son: la prevención del VIH/SIDA y su tratamiento, la planificación familiar y salud reproductiva, y la supervivencia infantil. A partir de 2005, el gasto total en salud representa el 5,7% del PIB del país; la salud por cada habitante es de 378 dólares americanos.

Se sugieren medidas de seguridad contra el Cólera, la Hepatitis A, Hepatitis B, la malaria, el sarampión, la poliomielitis, el tétanos-difteria, la fiebre tifoidea y la rabia para aquellos que tengan la intención de ir fuera de las principales áreas dedicadas al turismo del viajero. El turista debe tener conocimiento de la alta incidencia del VIH / SIDA en el país y tomar las precauciones pertinentes. Otras enfermedades infecciosas que prevalecen en el país incluyen la brucelosis, la leishmaniasis cutánea difusa, la encefalitis equina del este, la filariasis linfática y la esquistosomiasis, entre otras. (Spain Exchange Country Guide, 2017).

La siguiente tabla muestra la expectativa de vida del mundo y sus regiones, y las compara con la expectativa de vida en República Dominicana:

Tabla 4. Expectativa de vida al nacer, 1990-2020, Mundo y Regiones

Área	1990- 1995	1995- 2000	2000- 2005	2005- 2010	2010- 2015	2015- 2020	2010-2015 vs 1995- 1990
Mundo	64,76	65,62	67,10	68,72	70,01	71,03	8%
África	51,74	55,14	52,91	55,55	58,24	58,89	13%
Asia	65,41	66,66	68,76	70,28	71,42	72,44	9%
Europa	72,57	73,07	73,76	75,28	76,10	76,93	5%
América Latina	68,93	70,68	72,14	73,45	74,70	75,87	8%
Caribe	67,57	68,74	69,79	71,22	72,55	73,54	7%
República Dominicana	69,00	70,03	71,08	72,17	73,29	74,37	6%
América Central	70,67	72,63	74,00	75,26	76,48	77,63	8%
América del Sur	68,48	70,21	71,73	73,03	74,27	75,46	8%
América del Norte	75,84	76,62	77,39	78,36	79,11	79,86	4%
Oceanía	72,53	73,71	75,28	76,84	77,63	78,33	7%

Fuente: División Población – Naciones Unidas, World Population Prospects (2013)

Si se compara República Dominicana con las diferentes regiones del mundo, se observa que en el periodo 1990-1995, esta nación presentaba una expectativa de vida al nacer de 4.24 años mayor que la que tenía el mundo. A excepción del periodo comprendido entre 1995-2000, en donde también la expectativa de vida mostró una diferencia ascendente de 4.41 años en comparación con el mundo, en los siguientes periodos, si bien existió un incremento en la expectativa de vida en República Dominicana con relación con el mundo, también se muestra un desaceleramiento, al pasar de 4.41 años entre 1995 y 2000 a 3.98 entre 2000-2005, 3.45 años entre 2005-2010 a 3.28 en relación con el mundo.

En periodo 2010-2015 la diferencia fue de 3.45 años, por lo que hubo una leve mejora con respecto a los periodos anteriores. Para el 2015-2020 se espera que la expectativa de vida en República Dominicana sea 3.34 años mayor que en el mundo, dándose así, una pequeña caída con respecto al periodo 2010-2015.

En comparación con África, la tendencia es fluctuante, ya que, a pesar de que República Dominicana presentó en todos periodos entre 1990 y 2015 mayores expectativas de vida al nacer en comparación con el continente, las diferencias entre estas variaron, al pasar de 17.26 años entre 1990 y 1995 a 14.86 años entre 1995 y 2000, con la subida entre este último periodo y el 2000-2005 hasta los 18.17 años, para seguidamente disminuir a 16.62 años entre 2005-2010 y a 15.05 años entre 2010-2015. Para el periodo 2015-2020 se espera un leve repunte en dicha diferente para llegar hasta los 15.48 años.

Con respecto a Asia, República Dominicana presenta mayores expectativas de vida al nacer en todos los periodos entre 1990 y 2015. Sin embargo, las diferencias entre estas muestran una disminución sostenida al pasar de 3.59 años entre 1990-1995 a 1.87 años entre 2010-2015. Se espera un leve repunte en dicha diferencia para llegar hasta los 1.93 años para el 2015-2020.

República Dominicana presenta menores expectativas de vida al nacer en todos los periodos entre 1990 y 2015 al compararla con Europa. A pesar de, las diferencias entre estos indicadores son variantes, ya que entre los periodos 1990-1995 y 2000-2005 se presentó una disminución al pasar de 3.57 años entre 1990-1995 a 2.68 años entre 2000-2005. Para el periodo 2005-2010, dicho índice repunta hasta 3.11 años, para nuevamente caer entre 2010-2015. Se espera que para el 2015-2020 otra disminución en dicha diferente ocurra, para que esta llegue hasta los 2.56 años.

Al comparar las expectativas de vida al nacer entre República Dominicana y el resto de América Latina, se observa como este país caribeño paso de tener un índice mayor, con una diferencia de 0.07 años en el periodo 1990-1995, a tener América Latina en el periodo 2010-2015, una mayor expectativa de vida al nacer con una diferencia de 1.41 años. Se pronostica que dicha tendencia aumentara entre 2015 y 2020, para llegar hasta los 1.5 años.

Considerando a los países del Caribe, República Dominicana muestra mayores expectativas de vida al nacer en todos los periodos analizados. Sin embargo, la diferencia entre estas ha mostrado un descenso, al pasar de 1.43 años entre 1990 y 1995 a 0.73 años en el periodo 2010-2015. Habrá una leve mejoría en dicha diferencia entre 2015 y 2020 al llegar hasta 0.83 años.

República Dominicana presentó menores expectativas de vida al nacer en todos los periodos comprendidos entre 1990 y 2015 al compararse con América Central. Las diferencias entre los indicadores de la subregión y el país caribeño, fueron en claro aumento, al pasar de 1.64 años entre 1990 y 1995 a 3.19 años entre 2010 y 2015. Para el periodo 2015-2020 se espera otro aumento en dicha diferencia para llegar hasta los 3.26 años.

Con respecto a América del Sur, República Dominicana solo presentó mayores expectativas de vida al nacer el periodo entre 1990 y 1995 en comparación con el subcontinente. A partir del periodo 1995-2000, las diferencias entre las expectativas de vida pasaron de ser de 0.18 años hasta llegar hasta a 0,.98 años en el periodo 2010-2015. Se espera que esta tendencia repunte nuevamente para llegar hasta los 1.09 años entre el 2015 y 2020.

Al comparar las expectativas de vida al nacer de República Dominicana y América del Norte, esta es mayor en esta última en todos los periodos analizados. Sin embargo, la diferencia entre los índices de país caribeño y el subcontinente mostraron una disminución sostenida al pasar de 6.84 años en el periodo 1990-1995, hasta llegar a los 5.82 años entre 2005 y 2010. Se pronostica que dicha tendencia continúe disminuyendo entre 2015 y 2020 al llegar hasta los 5.49 años.

En Oceanía, la expectativa de vida al nacer presenta mayores niveles en comparación a República Dominicana. La diferencia entre los indicadores del continente y el país del Caribe, muestran un aumento al pasar de 3.53 años entre 1990 y 1995 a 4.67 años para el periodo 2005-2010. Sin embargo, a partir del periodo 2010-2015 se observa una disminución entre dicha diferencia en los índices de expectativa de vida al nacer, ya que esta pasa a los 4.34 años, la cual también se mantendrá

Por lo tanto, se considera que República Dominicana tiene una expectativa de vida superior respecto del promedio en el mundo, en África, Asia, los países del Caribe, pero con una tendencia

a desacelerarse con respecto a estas regiones. En comparación con el promedio latinoamericano, los índices en este país no solo han desmejorado, sino que la brecha de años con respecto a la región se ha incrementado, no así, si se compara con Europa, América del Norte y Oceanía, donde si bien los índices son superiores a los presentados por República Dominicana, esta ha disminuido; la diferencia en este indicador con respecto a estas regiones.

Esto permite comprender cuál ha sido el panorama en área de salud existente en República Dominicana durante los últimos años, en relación con otros países y determinar la mejora necesaria en dicha área, que, por lo tanto, ofrece claras oportunidades de negocios para las diversas empresas que componen el sector farmacéutico y médico.

Sistema de Salud Dominicano

Dentro del Sistema de Salud Dominicano se puede encontrar diferentes actores que componen el sector público y privado. Entre las organizaciones que integran el sector público se encuentran el Ministerio de Salud Pública (MSP), el Consejo Nacional de la Seguridad Social (CNSS), la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) y el Seguro Nacional de Salud (SENASA), como principal aseguradora pública. En el sector privado se destacan las Administradoras de Riesgos de Salud (ARS). (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

La Ley N.º 87 del año 2001 creó el Sistema Dominicano de Seguridad Social que identifica tres modalidades de seguro:

- **Subsidiado:** El estado se hace cargo del 100% del valor de los medicamentos. De acuerdo a la información provista por PROMESE-CAL, alcanza a tres millones de personas quedando excluidos un millón y medios de personas de bajos recursos que se abastecen de medicamentos a través de las Farmacias del Pueblo.
- **Contributivo subsidiado:** Los pacientes abonan 30% del valor de los medicamentos y el estado el restante 70%. Esta modalidad no se encuentra operativa en la práctica.

- **Contributivo:** Los pacientes abonan 30% del valor de los medicamentos y el 70% restante es responsabilidad de la empresa aseguradora que corresponda. Sin embargo, existe una asignación de RD\$3.000 en cobertura al año del Plan Básico del Seguro Familiar de Salud, por lo que el grueso del gasto en medicamentos proviene del bolsillo de los hogares. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Productos farmacéuticos

Producto farmacéutico o medicamento es cualquier sustancia, natural o sintética, o mezcla de ellas, que se destine al ser humano con fines de curación, atenuación, tratamiento, prevención o diagnóstico de las enfermedades o sus síntomas, para modificar sistemas fisiológicos o el estado mental en beneficio de la persona a quien le es administrado. Se consideran productos farmacéuticos las materias primas activas, los preparados farmacéuticos, las especialidades farmacéuticas y los medicamentos herbarios tradicionales. (Instituto de Salud Pública, Ministerio de Salud, Gobierno de Chile, 2017).

Los productos farmacéuticos en particular los medicamentos son un elemento fundamental tanto de la medicina moderna como de la medicina tradicional. Estos productos deben ser absolutamente seguros, eficaces y de buena calidad y ser recetados y utilizados de manera racional. (Organización Mundial de la Salud, 2017).

La cadena productiva de farmacéuticos y medicamentos comprende la producción de principios activos, medicamentos, antibióticos, vitaminas y medicamentos biológicos. Todos los medicamentos están elaborados a partir de un componente activo que es una molécula cuya acción en el organismo permite el alivio o cura de una enfermedad. Además del componente activo, los medicamentos incluyen sustancias neutras que sirven de conductores del componente activo denominados excipientes. El proceso de obtención de la molécula o componente activo se denomina síntesis y es éste el que previamente requiere de los procesos de investigación y desarrollo en una primera etapa, ya que luego de la obtención y purificación del principio activo se pasa al estudio preclínico y clínico para evaluar la eficacia y seguridad. (Departamento Nacional de Planeación de Colombia).

La cadena productiva de farmacéuticos y medicamentos ofrece gran cantidad de productos finales dada la infinidad de enfermedades, malestares y deficiencias del ser humano que la medicina busca atender. Para elaborar tales productos se utilizan técnicas y procesos de producción de mayor complejidad tecnológica que la de muchos otros sectores manufactureros y de otras industrias químicas. A lo largo del tiempo, la gran mayoría de materias primas empleadas en la elaboración de medicamentos fueron materiales orgánicos extraídos de plantas y animales. (Departamento Nacional de Planeación de Colombia).

Hoy la industria farmacéutica ha reemplazado buena parte de los productos naturales por sustancias sintéticas y/o semisintéticas que conservan las propiedades del producto natural o le otorgan otras propiedades útiles para los pacientes. La elaboración de los productos farmacéuticos y de medicamentos posee ciertos procesos que son comunes a todos ellos:

- **Formulación de medicamentos sólidos:** para la obtención de tabletas, grageas y pastillas se realiza la mezcla de las materias primas según fórmula química del medicamento. En esta etapa se mezcla la molécula activa o ingrediente activo con sustancias inertes. Este proceso puede llevarse a cabo en estado húmedo o seco. En el primer caso, la mezcla tendrá posteriormente que pasar por el proceso de secado en hornos u equipos especializados, para posteriormente pasar al de granulación, en el cual se llevan a un determinado tamaño las partículas de la mezcla. Una vez se realiza la granulación, el medicamento es conducido a máquinas tabletadoras donde se efectúa el proceso de compresión y se hace un primer control de calidad de la uniformidad del medicamento obtenido (peso y dureza).
- **Formulación de medicamentos líquidos:** para la elaboración de jarabes, suspensiones y gotas, el componente activo es disuelto en una sustancia líquida, por lo general agua, que previamente ha recibido un tratamiento especial de purificación y esterilización. Al igual que en los medicamentos sólidos también en esta etapa se realizan controles de calidad.
- **Control de calidad:** los medicamentos sólidos y líquidos deben pasar por diversas pruebas de calidad en su consistencia, composición química, dureza, viscosidad, etc., que guarde correspondencia con la formulación aprobada y registrada por los laboratorios. Los medicamentos rechazados deben incinerarse o triturarse por completo.

- **Envasado y empaque:** debido a la delicadeza de los productos farmacéuticos y de los medicamentos, el empaque de los mismos también debe asegurar unas condiciones particulares de acuerdo a cada producto. (Departamento Nacional de Planeación de Colombia, 2016)

Los requisitos de manufactura de cualquier medicamento de calidad implican que diferentes lotes de un mismo producto conserven durante su fabricación condiciones idénticas, que les permita garantizar la efectividad del producto en el momento de su aplicación y su uniformidad en el tiempo. Por este motivo, todo proceso de producción de un medicamento deberá ceñirse estrictamente a control de calidad, en general al concepto de buenas prácticas en la manufactura. La elaboración de un medicamento de calidad debe atender las siguientes etapas:

- Las materias primas utilizadas en la fabricación del medicamento, como sustancias químicas biológicas, y los envases y accesorios de vidrio, deben ser transportadas a las plantas de producción bajo normas de higiene.
- Pesado y medición de las materias primas.
- Pruebas fisicoquímicas y microbiológicas de las materias primas para certificar su calidad y eficacia.
- Almacenamiento de materias primas bajo control de temperatura y luz.
- Selección y medición de los componentes requeridos para la elaboración de un lote de medicamentos. (Departamento Nacional de Planeación de Colombia, 2016).

Partidas arancelarias de los productos farmacéuticos

Para la presente investigación los productos farmacéuticos comprenden las siguientes partidas incluidas en el Sistema Arancelarios Centroamericano (SAC):

- 3003: Medicamentos (excepto los productos de las partidas N.º 30.02, 30.05 “30.06) constituidos por productos mezclados entre sí, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, sin dosificar ni acondicionar para la venta al por menor.

- 3004: Medicamentos (excepto los productos de las partidas No. 30.02, 30.05 “30.06) constituidos por productos mezclados entre sí, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados (incluidos los administrados por vía transdérmica) o acondicionados para la venta al por menor. (Sistema Arancelario Centroamericano - Versión Universitaria, 2016).

Mercado farmacéutico mundial

República Dominicana es un importador neto de medicamentos. La mayor parte de los medicamentos se importan ya acondicionados para su venta al detalle y la incidencia de su mercado es marginal en las estrategias de investigación y desarrollo (I+D) y mercadeo de las empresas farmacéuticas globales debido a su reducido tamaño. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

El valor del mercado global de farmacéuticos para el año 2014 (último dato públicamente disponible) ha sido estimado en US\$ 936.511 millones por IMS Health, la consultora internacional especializada en la provisión de datos de ventas para la industria farmacéutica y de servicios de salud.

En la tabla a continuación se presenta el tamaño del mercado mundial y las ventas per cápita por región. Los mayores mercados corresponden a los países desarrollados. Norteamérica (EE.UU. y Canadá), Europa y Japón participan con algo más del 80%, mientras que la participación del conjunto de América Latina es del orden del 5,7%.

Es clara la disparidad que existe entre las distintas regiones del mundo. Las ventas per cápita en Norteamérica son más de diez veces superiores a las de América Latina. A su vez, las ventas per cápita de América Latina cuadruplican las ventas de Asia, África y Australia.

Tabla. 5. Tamaño del mercado mundial de medicamentos, 2014

Regiones	Tamaño del mercado		Ventas anuales per cápita, en dólares (c)
	Millones de dólares(a)	Participación (b)	

Norteamérica (Canadá y EE.UU)	372.731	39.8%	1.095
Europa	286.572	30.6%	543
Asia/África/Australia	118.937	12.7%	26
Japón	104.889	11.2%	826
América Latina	53.381	5.7%	93
TOTAL	936.511	100.0%	149

Fuentes: (a) IMS Health, 2015; (b) corresponden a datos de IMS Health de 2009 (c) el consultor sobre datos de IMS Health y estimaciones de la población mundial de US Census Bureau y CEPAL.

En conclusión, se observa que globalmente los ingresos de la industria provienen mayoritariamente de los mercados de los países más desarrollados.

La industria farmacéutica es una actividad altamente intensiva en I+D que, si bien opera a escala global, fabrica y comercializa sus productos en un ambiente institucional altamente regulado, mayoritariamente a nivel nacional. La industria se encuentra sujeta a tres tipos principales de regulaciones nacionales: de patentes, de autorización de comercialización y de fijación de precios o reembolsos. Sólo en las dos primeras existe algún grado de armonización a nivel global o de grupos de países. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Existen dos tipos de empresas farmacéuticas: las empresas originadoras de nuevas especialidades farmacéuticas (*originator companies*) y las empresas fabricantes de medicamentos genéricos (*generic manufacturers*). Las empresas originadoras son compañías de gran envergadura, de escala global, que se dedican a la investigación, desarrollo, fabricación, comercialización, mercadeo y suministro de medicamentos innovadores. Esto incluye llevar a cabo los ensayos y procedimientos que las autoridades exigen para autorizar la comercialización de cada nueva sustancia. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Los fabricantes de medicamentos genéricos son compañías de menor envergadura económica, de alcance nacional o regional y con actividades de investigación y desarrollo mucho

más limitadas. Estas empresas elaboran y comercializan productos equivalentes a los originales, a un precio usualmente menor, una vez que la patente y la exclusividad de uso de los datos de los medicamentos originales han caducado. Los procedimientos para registrar estos productos son sustancialmente menos costosos, ya que se limitan a demostrar su equivalencia respecto del medicamento original ya autorizado. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Industria farmacéutica de República Dominicana

La incidencia directa del mercado farmacéutico en la economía es reducida porque la producción doméstica es de poco valor agregado. El mercado se caracteriza por una gran penetración de industrias internacionales que, en general, no poseen fabricación en el país y, algunas se encuentran representadas por filiales y, por laboratorios nacionales que importan los principios activos o los medicamentos sin fraccionar. Además, existen distribuidores que importan y/o comercializan bienes finales. (Política Farmacéutica Nacional). Sin embargo, el sector farmacéutico, en conjunto con los otros productos y servicios que integran el sector salud (servicios de internación, profesionales de la salud, equipamiento médico y de diagnóstico) son determinantes fundamentales de la condición sanitaria de la población en general y de la población económicamente activa en particular. Por ello puede decirse que el sector farmacéutico tiene una incidencia sustantiva, aunque indirecta, sobre las posibilidades de crecimiento y desarrollo de cualquier economía. (Política Farmacéutica Nacional, 2006)

La incidencia de los medicamentos en el gasto total de los países es de consideración (alrededor del 1% del PIB) y dependiendo del rol del sector público en la provisión de medicamentos gratuitos o subsidiados a la población, la incidencia sobre el presupuesto público también puede ser relevante. En este sentido, de acuerdo a datos del Banco Central dominicano, el gasto total (público y privado) en salud (que incluye otras prestaciones además de los medicamentos) representó casi 2,8% del PBI durante 2014; el gasto privado constituyó 71% del total y el gasto público 29%. El gasto público en medicamentos durante 2009 ascendió a 121 millones de dólares, US\$ 12.45 per cápita. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

República Dominicana es importadora neta de medicamentos que en su gran mayoría se importan acondicionados para su venta al por menor. Es decir que la mayor parte de los medicamentos que se consumen en el país se importan fraccionados, envasados y etiquetados para su venta al por menor. Las compañías internacionales no tienen plantas en el país, existen filiales e importadores. Algunos laboratorios internacionales tienen un distribuidor nacional. Existen algunos contratos de exclusividad entre éstos y los distribuidores locales o importadores, pero no es lo usual. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

Cuenta con 70 laboratorios de producción nacional y cinco compañías internacionales radicadas en el país, 1.305 distribuidoras que se dedican a la importación y/o comercialización de productos terminados y 4.075 farmacias autorizadas. Los laboratorios internacionales no tienen plantas en el país, comercializan a través de filiales que funcionan como importadores exclusivos, con importadores generales o con varios distribuidores. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

Los distribuidores son mayoritariamente firmas de capitales locales. Los distribuidores son quienes, por un lado, abastecen al mercado institucional participando de licitaciones públicas; y por otro lado, abastecen a las farmacias y cadenas de farmacias, que conforman el canal de comercialización minorista del mercado privado. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

Respecto de la formación de precios, los productos farmacéuticos son considerados como artículos de primera necesidad de acuerdo con la Ley N.º 13 de 1963. La misma creó la Dirección General de Control de Precios y estableció que la fijación del precio máximo de venta estaría a cargo de la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social (SESPAS). Sin embargo, en la práctica no se ha aplicado esta legislación y no ha habido ningún control sobre la fijación de precios. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

Sobre este aspecto, en febrero de 1972 se firmó un acuerdo entre SESPAS, la Asociación de Representantes y Productores Farmacéuticos (ARAPF), y la Asociación de Dueños de Farmacias, que establece los márgenes de beneficio en el sector privado de acuerdo a lo siguiente (Política Farmacéutica Nacional, 2006):

- Precio de Venta Laboratorio (PVL): establecido libremente por el productor
- Precio de Venta Distribuidor (PVD):

- o +25% del PVL si el distribuidor no realiza promoción del medicamento
- o +40% del PVL si el distribuidor realiza promoción del medicamento
- o +33,3% cuando los gastos de promoción son compartidos
- Precio de Venta al Público (PVP): +30% sobre el PVD

Respecto de los medicamentos de origen internacional, los importadores pueden llegar a tener márgenes más altos que los fabricantes, lo que deriva también en precios altos y crea incentivos para la falsificación y la entrada ilegal al país. De hecho, existe comercialización “informal” de medicamentos en República Dominicana, y algunas estimaciones privadas la ubican entre el 20% y el 30% del mercado. (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

En el mercado institucional existe un ente responsable de proveer los medicamentos, el Programa de Medicamentos Esenciales (PROMESE-CAL), que fue creado en 1984 y desde el año 2000 funciona como Central de Apoyo Logístico. Actualmente, PROMESE-CAL adquiere medicamentos de los fabricantes e importadores mediante licitaciones públicas y abiertas y los distribuye a: hospitales públicos y sub-centros de salud, clínicas rurales y Farmacias del Pueblo, entre otras instituciones estatales. Por ley, sólo puede adquirir medicamentos dentro de la República Dominicana y sólo distribuye medicamentos genéricos, nunca con patentes. Se estima que PROMESE-CAL moviliza 12% del valor total del mercado de medicamentos, unos RD\$ 7.000 millones a 2005 (Política Farmacéutica Nacional, 2006).

En general, PROMESE-CAL enfrenta un precio mucho menor que el precio del mercado privado. Esto es porque realiza licitaciones para la adquisición de medicamentos por grandes volúmenes, muchos de ellos importados con origen en proveedores de bajo costo, y paga en un plazo razonable (entre 35 y 75 días). En el caso de los laboratorios nacionales, éstos le venden a un precio más bajo que el que cobran en el mercado privado, lo que constituye lo que la literatura económica denomina discriminación de precios de tercer grado. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2014).

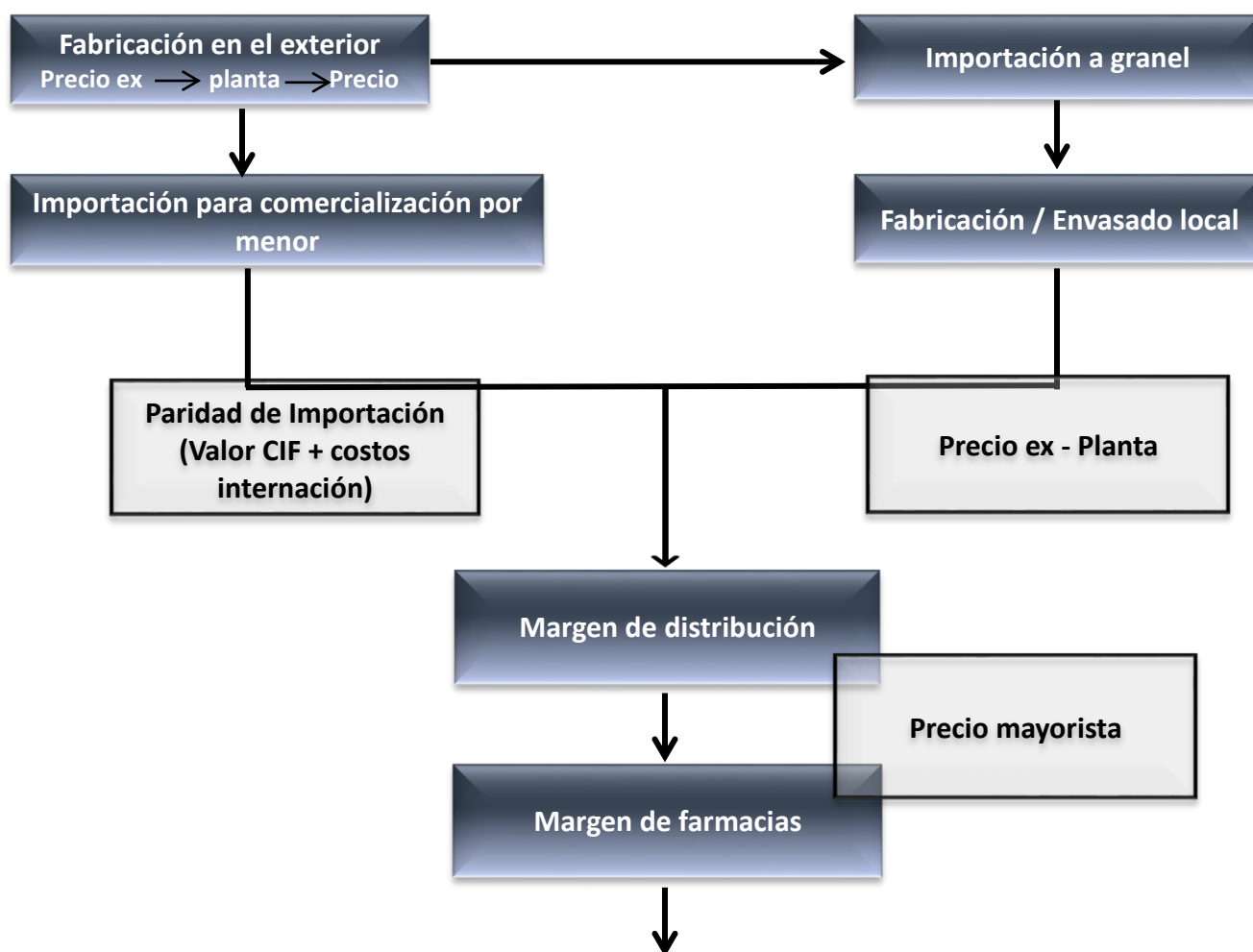
El margen de PROMESE-CAL es en promedio del 18% del precio de compra. Este margen se destina al financiamiento de programas de hemodiálisis, diálisis peritoneal, donaciones a instituciones eclesíásticas, estatales, ONG y obras de bienestar social. En cuanto a los precios

finales en las Farmacias del Pueblo, según PROMESE-CAL los mismos han bajado entre un 60% y un 70% desde 2004 hasta la actualidad. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana)

Demanda de productos farmacéuticos en República Dominicana

Desde el lado de la oferta existen tres principales agentes económicos: las empresas farmacéuticas, tanto nacionales como internacionales, los distribuidores y las farmacias y cadenas de farmacias. La siguiente ilustración muestra cómo se articulan los distintos eslabones que integran la cadena de valor de los medicamentos éticos que se comercializan en el mercado privado

Figura 1. Mercado privado de medicamentos, cadena de valor





Precio Minorista

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana

Los laboratorios (internacionales y nacionales) desarrollan estrategias de mercadeo. Estas estrategias se canalizan a través de los visitantes médicos para los medicamentos éticos, y a través de la publicidad convencional cuando se trata de medicamentos populares. Los costos de difusión o comercialización se encuentran comprendidos en el precio ex-planta. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

En el caso de los medicamentos originales, el precio ex-planta busca recuperar los costos de I+D, fabricación y comercialización, los costos de los procedimientos de autorización de nuevos medicamentos y nuevas indicaciones terapéuticas y los costos de difusión a los prescriptores médicos. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

En el caso de los medicamentos genéricos el precio ex-planta busca recuperar los gastos de fabricación y comercialización. Los costos de autorización de los medicamentos son menores, pero sólo si los fabricantes de genéricos pueden acceder fácilmente a los datos de prueba de los productos originales y obtener el registro sanitario que permite su comercialización. En los casos de los genéricos de marca, existen también costos asociados al desarrollo de las marcas. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

República Dominicana cuenta con 70 laboratorios de producción nacional y cinco compañías internacionales radicadas en el país, 1.305 distribuidoras que se dedican a la importación y/o comercialización de productos terminados y 4.075 farmacias autorizadas (502 Farmacias del Pueblo donde se dispensan medicamentos esenciales). (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Los laboratorios internacionales no tienen plantas en el país, comercializan a través de filiales que funcionan como importadores exclusivos, con importadores generales o con varios

distribuidores. Aunque FarmaXtra, una de las principales cadenas de farmacias del país, cuenta con su propio centro de distribución tampoco es frecuente que las farmacias tengan distribuidor exclusivo. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Hay dos asociaciones empresariales: INFADOMI (Industrias Farmacéuticas Dominicanas) que nuclea a los laboratorios y ARAPF (Asociación de Representantes, Agentes y Productores Farmacéuticos) que también incluye al resto de agentes dentro de la industria. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Los distribuidores son mayoritariamente firmas de capitales locales. Los distribuidores son quienes, por un lado, abastecen al mercado institucional participando de licitaciones públicas; y por otro lado, abastecen a las farmacias y cadenas de farmacias, que conforman el canal de comercialización minorista del mercado privado. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Respecto de la distribución, se destaca Leterago, la principal distribuidora mayorista del país, que opera desde 1961 y a partir de 2002 se expandió a países de América Central como Panamá, Ecuador, Costa Rica y Nicaragua, entre otros. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Existen tres tipos de farmacias: las cadenas de farmacias, las farmacias de barrio y las Farmacias del Pueblo. Aunque la legislación no lo contemple explícitamente, los supermercados ofrecen medicamentos de venta libre. Las Farmacias del Pueblo ostentan precios sensiblemente menores al resto de los establecimientos como resultado de la labor de PROMESE-CAL y a exenciones impositivas a favor de estas farmacias. Por lo tanto, en algunos lugares las farmacias de barrio están siendo desplazadas por las Farmacias del Pueblo por la gran diferencia de precios de los medicamentos, lo que a su vez genera prácticas de arbitraje. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Entre las cadenas de farmacias, se destacan Los Hidalgos, Carol, Farmax, FarmaXtra. Los Hidalgos cuenta con 38 sucursales y cuatro unidades de negocios: farmacias tradicionales, farmacias complementarias (localizadas principalmente en plazas comerciales y supermercados),

farmacias institucionales (que atienden a grupos empresariales) y farmacias hospitalarias (ubicadas en los centros de salud). (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Por su parte, Farmacias Carol tiene una red de 36 sucursales. Farmax, es la farmacia más antigua del país, comenzó sus operaciones bajo la denominación de Farmacia Normal en 1837 fabricando medicamentos artesanales; tiene presencia en grandes cadenas de supermercados (el Nacional, Jumbo, Pola, La Sirena y Carrefour). Por último, la cadena FarmaXtra integra a una red de farmacias independientes bajo una misma marca, cuenta con 48 sucursales y un centro de distribución propio. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Por otro lado, otros agentes de relevancia son los médicos prescriptores que emiten las recetas que los pacientes requieren para la compra de los medicamentos de venta bajo receta en las farmacias. Las entidades que operan en el mercado institucional (seguros sociales, hospitales públicos, autoridades sanitarias) también son agentes clave, ya que determinan qué oferta de medicamentos estará disponible de modo gratuito o a muy bajo costo y el grado de cobertura de la población demandante. De este modo, la decisión de compra de los pacientes se encuentra determinada por dos factores. Por un lado, por la prescripción de los médicos y, por otro, por el acceso a los medicamentos considerandos básicos o esenciales. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Mercado potencial

A fin de asegurar el acceso de la población a una canasta de medicamentos considerados esenciales, suelen existir distintos programas gubernamentales e instituciones de seguro que compran los medicamentos y luego los proveen gratuitamente a la población.

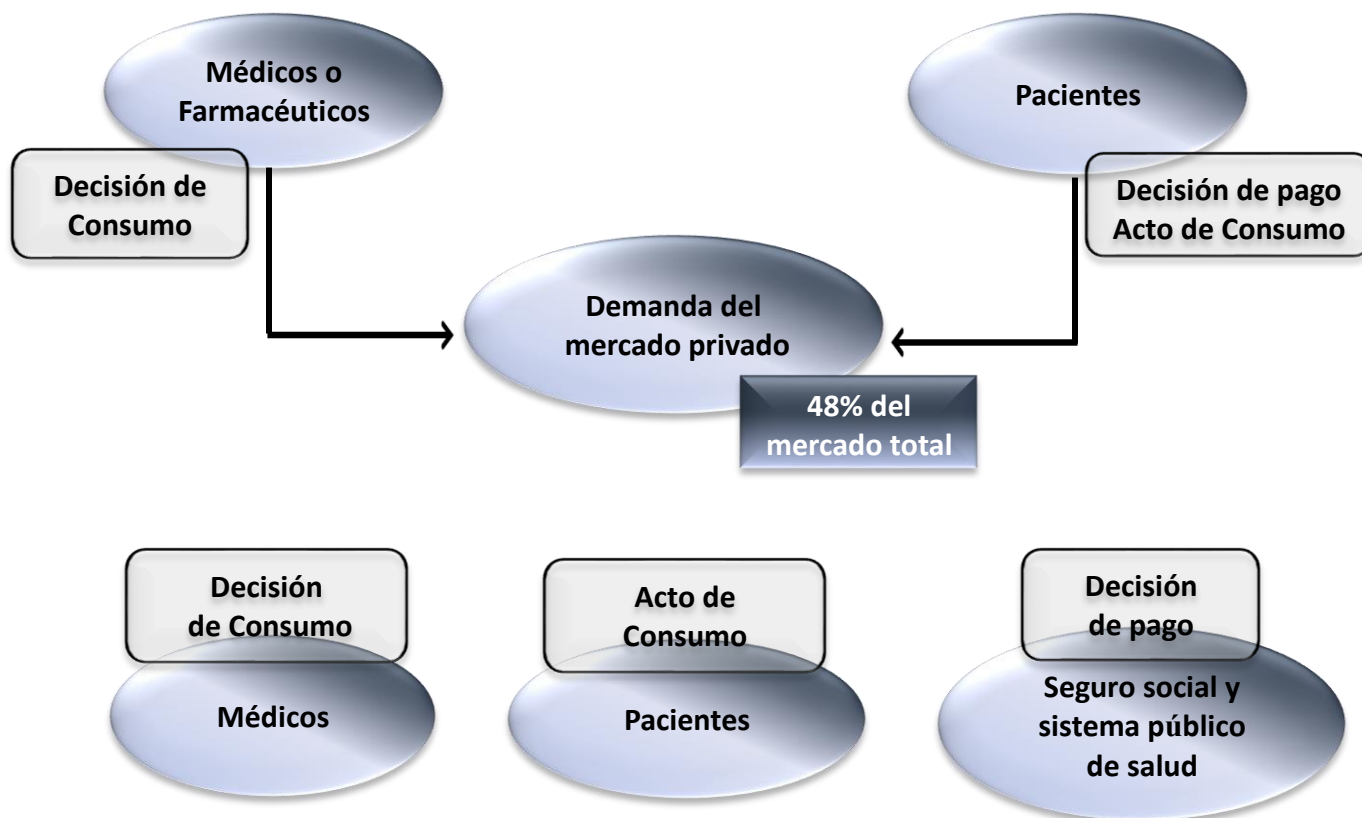
Estas canastas se basan en buena medida en la lista de medicamentos esenciales de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que actualmente comprende 340 medicamentos esenciales para el tratamiento de las condiciones médicas identificadas como prioritarias a escala global: malaria, HIV/SIDA, tuberculosis, salud reproductiva, cáncer y diabetes. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

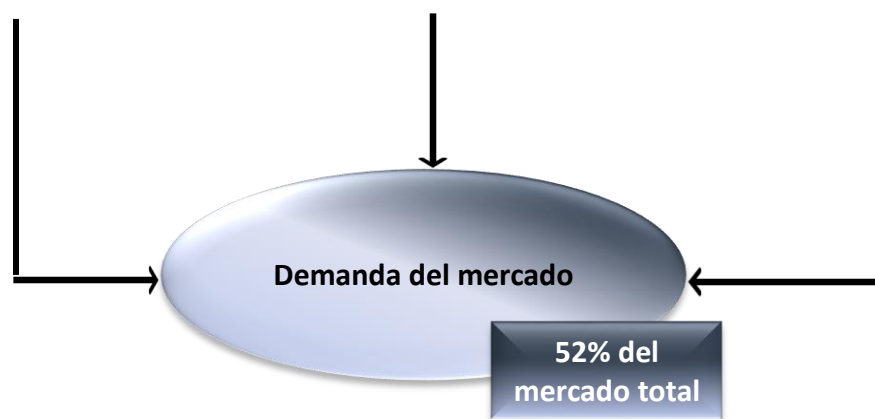
En general, estos medicamentos son adquiridos a los distribuidores mayoristas mediante mecanismos competitivos de compra (licitaciones públicas o similares). Luego los medicamentos son provistos a los pacientes en los hospitales públicos o en dispensarios o farmacias de las instituciones (en la República Dominicana los dispensarios se denominan Unidades de Atención Primaria (UNAPs) y las farmacias institucionales Farmacias del Pueblo). Este segmento del mercado se denomina “mercado institucional”. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

En las farmacias se comercializan al por menor todos los productos del mercado. Este segmento del mercado se conoce como “mercado privado”. De acuerdo a las entrevistas realizadas, el mercado dominicano se divide entre institucional y privado de forma relativamente equitativa. El mercado institucional mueve RD\$ 5.000 millones anuales lo que representa 52% del total, el mercado privado se queda con 48% restante. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

La siguiente ilustración muestra cuales son los agentes de la demanda de medicamentos del mercado privado e institucional en República Dominicana y como participan en el sector:

Figura 2. Agentes de la demanda de medicamentos del mercado privado e institucional





Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016

Conforme a la regulación sanitaria, existen medicamentos cuya venta es libre y medicamentos de expendio por medio de receta (ésta puede ser ordinaria o receta de psicotrópicos o estupefacientes). En la industria, los medicamentos de venta libre se conocen como medicamentos OTC, por las siglas en inglés correspondientes a “over the counter”. Otra denominación es “medicamentos populares”. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Los medicamentos de venta bajo receta, también llamados medicamentos de prescripción médica (*prescription drugs*), usualmente también se denominan en español “medicamentos éticos”. En la República Dominicana, el mercado más importante es el ético. El mismo representa 88% en unidades y 93% en valor, si se toman en cuenta las estadísticas del mercado privado.

Tabla 6. Mercado privado ético y popular (OTC)

	Unidades	%	Valor (US\$)	%
Mercado Ético	40.592.361	88,0%	493.967.321	93.4%
Mercado Popular	5.530.173	12,0%	34.688.614	6.6%
Total	46.122.534	100,0%	528.655.936	100,0%

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana

Los productos farmacéuticos enfrentan diverso grado de competencia a lo largo de su ciclo de vida. Las compañías farmacéuticas cambian sus estrategias de mercadeo en consonancia con ello. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Los productos nuevos o innovadores usualmente se encuentran protegidos de la competencia por las leyes de patentes. Estas fueron considerablemente estandarizadas a escala global, a partir del Acuerdo TRIPS (siglas en inglés de Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Una vez expirada la protección de patentes, quedan expuestos a la competencia. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Tanto los productos originales como los genéricos competidores pueden comercializarse bajo una marca comercial registrada, lo cual puede sumarles valor de marca. Las dos variables (patente y marca) se combinan generando cuatro grupos de medicamentos respecto de los cuales las empresas articulan distintas estrategias de comercialización y precios:

- Medicamentos originales, con patente vigente y marca comercial
- Medicamentos originales, sin patente vigente
- Medicamentos genéricos sin marca comercial
- Medicamentos genéricos comercializados bajo marcas registradas. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

El mercado dominicano privado de medicamentos alcanzó un valor de US\$ 529 millones en 2014. Los medicamentos más importantes en valor son los de marca llevándose 65% del total (US\$ 341 millones), le siguen los de investigación con 28% del total (US\$ 148), y finalmente, los genéricos con el restante 7% (US\$ 40 millones). (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Competencia

República Dominicana es, como se mencionó, importador neto de medicamentos. Cuenta con 1.305 distribuidores que importan y/o comercializan productos terminados de las compañías farmacéuticas internacionales. La producción nacional se encuentra en manos de 70 laboratorios de medicamentos cuya capacidad de fabricación consiste en la producción de formulaciones a partir de materias primas farmacéuticas y el reacondicionamiento de formas farmacéuticas definitivas; y existen cinco multinacionales que producen medicamentos localmente. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

La participación de los laboratorios con plantas de producción nacional en el total de las ventas del mercado privado de medicamentos se presenta en la siguiente tabla, para el periodo comprendido entre 2011 y 2014. Tal como puede verse, los laboratorios con producción nacional representaron en 2014 alrededor del 32,3% del valor de las ventas del mercado privado, siendo este porcentaje significativamente inferior al porcentaje que representan estos mismos laboratorios en las unidades vendidas (del 44,2%). (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Tabla 7. Participación de los Laboratorios Nacionales Dominicanos. Ventas al Mercado, 2011-2014

Detalle	2011	2012	2013	2014
Valor				
Laboratorios Nacionales	29.9%	30.2%	31.7%	32.3%
Resto de Laboratorios	70,1%	69,8%	68,3%	67,7%
Unidades				
Laboratorios Nacional	41.5%	42.1%	43.5%	44,2%
Resto de Laboratorios	58.5%	57.9%	56.5%	55,8%

Fuente: El consultor sobre la base de IMS Health y del Registro de Plantas de Fabricación Licenciadas de la Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios del Ministerio de Salud Pública.

En la tabla, a continuación, se presentan las ventas en volumen y valor de los principales segmentos comerciales del mercado privado de medicamentos, con sus participaciones en el total, la variación interanual y el precio medio. Puede observarse que el mercado ético representó en 2014 el 93% del total de ventas del mercado privado, las que ascendieron a US\$ 529 millones. La participación respecto de las unidades vendidas fue del 88%. El precio medio en el mercado ético es el doble que el precio medio del mercado popular.

Tabla 8. Principales segmentos comerciales del mercado privado de medicamentos en República Dominicana, 2014

	Valores (millones de US\$)			Unidades			Precio medio
	2014	%	2014 vs 2013	2014	%	2014 vs 2013	
Mercado total	529	100%	3%	46.122.534	100%	5%	11,46
Ético	494	93%	2%	40.592.361	88%	5%	12,17
Popular	35	7%	7%	5.530.173	12%	7%	6,27
Marca	341	65%	3%	30.232.718	66%	3%	11,28
Investigación	148	28%	-1%	9.037.052	20%	2%	16,36
Genérico	40	7%	11%	6.852.764	15%	19%	5,78

Fuente: El consultor sobre la base de IMS Health

Por otro lado, el mercado de medicamentos de marca abarca el 65% en valores y 66% en unidades. Los medicamentos de investigación, por su parte, se llevan 28% en valores y 20% en unidades. El mercado de genéricos tiene una participación mayor en términos de unidades (15%) respecto de su participación en valores (7%) dado que el precio es el más bajo, casi tres veces menor que el precio medio de los medicamentos de investigación.

Por último, se observa un crecimiento del mercado del 3% al 5 % entre 2014 y 2013 en unidades y valores, respectivamente. Se destaca el aumento de las unidades vendidas de genéricos que alcanzó 19%. Las treinta corporaciones con mayores ventas durante el año 2014, se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 9. 30 principales corporaciones en República Dominicana

Corporación	Unidades	%	Valor (US\$)	%	Precio Promedio
Ethical Corp	3.149.506	6.8%	44.946.046	8.5%	14,27
Bayer Corp	2.568.645	5.6%	22.877.776	4.3%	8,91
Rowe Corp	1.545.043	3.3%	20.909.758	4.0%	13,53
Corp Lam	1.182.813	2.6%	19.839.854	3.8%	16,77
Rommers	1.322.769	2.9%	19.227.982	3.6%	14,54
Sued Sa	2.030.391	4.4%	18.887.622	3.6%	9,30
Glaxosmithkli Corp	1.464.553	3.2%	18.829.153	3.6%	12,86
Farach Corp.	3.287.070	7.1%	18.775.924	3.6%	5,71
Sanofi-aventis Corp	1.053.128	2.3%	18.094.584	3.4%	17,18
Magnachem Corp	2.020.305	4.4%	17.778.750	3.4%	8,80
Merck Ag	696.991	1.5%	14.288.545	2.7%	20,50

Novartis Corp	552.794	1.2%	14.253.622	2.7%	25,78
Pharmatech	967.979	2.1%	13.561.154	2.6%	14,01
Acromax	1.350.325	2.9%	12.857.634	2.4%	9,52
Astrazeneca	390.887	0.8%	11.437.513	2.2%	29,26
Msd Corp	294.689	0.6%	11.424.722	2.2%	38,77
Pzifer Corp	455.759	1.0%	11.097.142	2.1%	24,35
Suiphar Corp	678.029	1.5%	10.322.364	2.0%	15,22
Asofarma	339.673	0.7%	9.554.290	1.8%	28,10
Infaca Sas	752.214	1.6%	8.955.074	1.7%	11,90
Menarini	487.539	1.1%	7.492.489	1.4%	15,37
Feltrex	869.669	1.9%	6.626.126	1.3%	7,62
Grupo Ferrer	404.425	0.9%	6.057.473	1.1%	14,98
Abbott	594.236	1.3%	5.919.043	1.1%	9,96
Boehringer Ing	396.407	0.9%	5.892.693	1.1%	14,87
Panalab	326.115	0.7%	5.452.497	1.0%	16,72
Gador	369.162	0.8%	5.320.291	1.0%	14,41
Iberofarmacos	759.787	1.6%	5.215.164	0.8%	6,86
Union	687.648	1.5%	4.447.926	0.8%	6,47
Eisai	143.437	0.3%	4.396.347	0.8%	30,65
Otros (426)	14.980.546	32.5%	133.926.379	25.3%	8,94
Total	46.122.534	100.0%	528.655.936	100,0%	11,30

Fuente: IMS Health.

Ethical Corp es la empresa con las mayores ventas medidas en valor, participa con el 8,5%, y la segunda empresa en cantidad de unidades vendidas (detrás de Farach Corp.), con el 6,8%. Es evidente que ninguna empresa alcanza una participación mayor al 9%, y que hay una gran cantidad de empresas en el mercado (existe una considerable cantidad con un muy bajo nivel de ventas).

Los precios promedio presentados incluyen a todos los medicamentos producidos por las empresas, por lo que una gran parte de la variabilidad entre las empresas se debe a que producen distintos medicamentos o bien producen medicamentos con precios de venta diferenciados. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

Industria farmacéutica de Costa Rica

El subsector farmacéutico comprende los productos clasificados en el capítulo 30 “Productos farmacéuticos” del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA). Los productos farmacéuticos son uno de los principales subsectores de exportación en Costa Rica.

Los productos farmacéuticos son uno de los principales subsectores de exportación en Costa Rica. En el año 2010 registró un valor exportado de US\$ 305.6 millones, presentando un crecimiento promedio anual del 5.4% para el período 2005-2010. Durante dicho quinquenio, las exportaciones de este subsector han mantenido una participación dentro del total del 3.3%. (PROCOMER, 2012)

El siguiente gráfico, presenta precisamente, cual fue la tendencia que mostro la exportación de productos farmacéuticos costarricenses en dicho periodo y su valor exportado en dólares:



Fuente: PROCOMER

Los principales productos farmacéuticos que se exportaron en 2010 fueron los medicamentos y los antisueros, con participaciones dentro del subsector de 93.6% y 6%, respectivamente. Ese mismo año, el primer destino de exportación fue Panamá con una participación del 23.2% es decir más de US\$ 71 millones. (PROCOMER, 2012).

Entre 2005 y 2010, el mercado de Panamá ha mostrado un aumento importante como destino de las exportaciones costarricenses, especialmente en 2009 con un crecimiento del 20,3% respecto al año anterior. Sin embargo, el valor de las exportaciones hacia Panamá disminuyó un 23,5% en el 2010. (PROCOMER, 2012).

Guatemala y Honduras mantienen una participación similar del 12.4%, con un valor exportado hacia esos destinos de US\$ 38 millones y US\$ 37.8 millones, respectivamente. (PROCOMER, 2012)

Productores en Costa Rica

Según los registros del Colegio de Farmacéuticos 136 laboratorios farmacéuticos concentrados principalmente en la Gran Área Metropolitana, cuentan con un amplio portafolio de productos como, por ejemplo: medicamentos éticos (medicamentos de venta con receta), fitofármacos (elaborados con plantas medicinales) de efectividad comprobada, extractos y aceites esenciales, medicamentos *over the counter* (medicamentos de venta sin receta), medicamentos de uso veterinario, entre otros.

En el año 2010 se contabilizaron 37 empresas exportadoras de productos farmacéuticos, destacándose la presencia tanto de subsidiarias de grandes compañías farmacéuticas establecidas en el país (por ejemplo, Roche Servicios S.A., Pzifer S.A, Hospira Costa Rica y Bayer S.A) como de laboratorios nacionales (por ejemplo, Sukia farmacéutica, Zepol Centroamericana, Laboratorios Barly S.A.). (PROCOMER, 2012)

Barreras arancelarias

En materia impositiva, la importación de medicamentos está exenta de derechos aduaneros (aranceles) y el Impuesto Sobre las Transferencias de Bienes Industrializados (ITBIS), que es el impuesto sobre el valor agregado, no alcanza a los medicamentos. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

La República Dominicana aplica preferencias arancelarias bajo el DR-CAFTA, el MCCA y otros acuerdos preferenciales. Existe progresividad arancelaria, pero ésta no sigue las pautas

típicas: aunque el tipo medio aplicado a los productos acabados es superior al de los productos semiacabados, el tipo medio de los aranceles aplicados a las materias primas es superior al de los productos semiacabados.

Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana

El DR-CAFTA fue firmado el 5 de agosto de 2004 por la República Dominicana, cinco países de Centroamérica y los Estados Unidos. En la República Dominicana, el DR-CAFTA se promulgó el 9 de septiembre de 2005 y entró en vigor el 1° de marzo de 2007. El DR-CAFTA establece las bases para crear una zona de libre comercio y se compone de 22 capítulos y sus respectivos anexos. Dichos capítulos abordan el trato nacional y el acceso al mercado de bienes (con disposiciones especiales para los productos agrícolas, los textiles y el vestido), reglas y procedimientos de origen, administración aduanera, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, defensa comercial, contratación pública, inversión, comercio transfronterizo de servicios, servicios financieros, telecomunicaciones, comercio electrónico, propiedad intelectual, transparencia, administración del tratado, solución de controversias, excepciones, y disposiciones finales. El Tratado también incorpora capítulos sobre los temas laboral y ambiental. (PROMOCER, 2008).

En general, la mayoría de los productos industriales y bienes de consumo quedaron libres de arancel a la entrada en vigor del DR-CAFTA. Los aranceles sobre otros productos se eliminan en períodos de 5 a 10 años, en tanto que los productos agrícolas tienen periodos de desgravación más largos (15 a 20 años). (PROMOCER, 2008).

En cuanto al comercio entre la República Dominicana y cada país centroamericano, se aplica el programa multilateral de desgravación arancelaria, salvo para algunas mercancías que quedaron excluidas (cerveza, alcohol, tabaco, azúcar, café y otros productos agrícolas) o que están sujetas a los compromisos de desgravación pactados previamente por la República Dominicana y los países centroamericanos en su TLC y que han sido incorporados al DR-CAFTA (PROMOCER, 2008).

Tratado de Libre comercio con el Mercado Común Centroamericano

El acuerdo entró en vigor en octubre del 2001, está integrado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, establece el libre comercio transfronterizo para la mayoría de los productos. Se exceptúan de este trato los aceites vegetales que deben pagar un arancel del 15 por ciento y algunos productos del petróleo que se sujetan a un calendario de desgravación, así como un grupo de productos excluidos de la liberalización que comprende bebidas alcohólicas, tabaco, frijoles, ajo, cebollas, arroz, harina de trigo, café, azúcar, pollo y leche en polvo. (PROMOCER, 2008).

Barreras no arancelarias

Existen barreras legales por la naturaleza del sector que son habituales en este mercado. Entre las cuales se encuentran todos los procedimientos, registros y controles que deben realizarse para poder operar en el mercado, ya sea para el caso de un distribuidor, laboratorio y/o farmacia. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

No obstante, sí debe considerarse como una barrera a la entrada relevante la demora en la expedición de los registros sanitarios. Según ARAPF, pueden llegar a tardar entre tres y cuatro años; según la DIGEMAPS, el promedio es de 19 meses a 2014. En cualquiera de los dos casos, se exceden ampliamente los 90 días estipulados por la normativa correspondiente; al inicio de 2015 había unos 13.000 trámites pendientes. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Una importante barrera de entrada al negocio de la importación y distribución mayorista de medicamentos es la restricción a las importaciones paralelas, debido al requerimiento de que se compren los medicamentos a empresas legalmente representadas en República Dominicana. Sólo los laboratorios y los distribuidores pueden importar medicamentos. Tanto PROMESE-CAL como el Programa de Medicamentos de Alto Costo hicieron notar que lograrían precios mucho más bajos si pudiesen comprar directamente a las casas matrices de los laboratorios internacionales, en muchos casos. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Otro elemento que limita la entrada en este mercado es el *know how* de aspectos claves de la actividad local, tales como: procedimientos de inscripción y reinscripción de medicamentos en los registros sanitarios, participación en compras públicas, sensibilización de médicos prescriptores (a través de los visitadores médicos), vinculación comercial con las farmacias. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Por último, en el mercado de venta al público a través de farmacias, puede considerarse como barrera a la entrada lo dispuesto sobre la ubicación de las farmacias en el párrafo V del artículo 103 de la Ley General de Salud (Ley N.º 42-01): “las farmacias se establecerán a una distancia no menor de 500 metros una de otra. Sin embargo, la SESPAS puede disponer una distancia menor en caso de concentración poblacional en edificios de varios niveles o plazas comerciales”. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Políticas Públicas y Marco Regulatorio

De acuerdo al Perfil Farmacéutico Nacional:

En República Dominicana no hay una política nacional de buena gobernanza y no se dispone de una política para gestionar y sancionar las cuestiones de conflictos de intereses en los asuntos farmacéuticos. Hay, sin embargo, un código de conducta formal para los funcionarios públicos, pero no existe un mecanismo de denuncia de irregularidades que permita a los individuos manifestar su preocupación frente a actos indebidos que ocurren en el sector farmacéutico. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Si bien:

La farmacovigilancia es obligatoria en la práctica no es frecuente. PROMESE-CAL realiza vigilancia de la calidad al inicio de sus procesos de compra. El Departamento de Vigilancia Sanitaria no cuenta con la estructura necesaria ni el presupuesto para hacer una vigilancia de calidad adecuada. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Relativo a la prescripción médica, no existe todavía una normativa de genéricos. La Ley No. 246 en su artículo 225 especifica que el intercambio de medicamentos recetados sólo es

aplicable en farmacias hospitalarias de hospitales públicos. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Respecto de los precios, no hay regulación o controles sobre los precios de los medicamentos y de acuerdo a la dinámica del mercado no hay incentivos para incluir cotas o limitar los precios. No hay regulación sobre los márgenes, aunque existe, como se mencionó anteriormente, un acuerdo entre privados. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Permisos sanitarios para productos farmacéuticos en República Dominicana

El proceso de registro para comercializar medicamentos debería tardar 90 días, no obstante, en la práctica existe mucha demora por lo que es usual que las empresas continúen la actividad incluso con el registro vencido. También existe la figura de exención del registro para productos utilizados en programas especiales de salud pública. Los medicamentos deben registrarse por su Denominación Común Internacional (DCI) o por su nombre comercial más DCI. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Todos los medicamentos fabricados industrialmente requieren registro en la DIGEMAPS. El registro debe ser previo a la elaboración, fabricación, producción, importación, envase, almacenamiento, transportación, promoción, distribución y uso del medicamento en el territorio dominicano (art. 22 Ley No. 246). “Solamente los laboratorios industriales farmacéuticos que se dediquen a la fabricación de productos farmacéuticos acabados, y las droguerías o distribuidoras podrán presentar a registro medicamentos y responsabilizarse como titulares de los mismos ante la Dirección General de Drogas y Farmacias” (hoy DIGEMAPS, art. 24 Ley N.º 246).

En su art. 29 la Ley N.º 246 enumera los documentos que deben presentarse para la evaluación sanitaria de un producto:

- Documentación administrativa y legal:
 - Datos del fabricante de la especialidad farmacéutica.

- Carta de solicitud de registro firmada por el director técnico y el propietario del establecimiento farmacéutico.
- Certificado de autorización del establecimiento farmacéutico.
- Certificado de Buenas Prácticas de Manufacturas del laboratorio fabricante, entre otros.
- Documentación de los medicamentos y de las materias primas:
 - Nombre o marca del medicamento y DCI, con certificado emitido por la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI).
 - Composición cualitativa y cuantitativa completa, indicando los principios activos, expresado por unidad de administración, grupo solicitado dentro del sistema ATC.
 - Forma farmacéutica, vías de administración, presentación del envase, indicaciones, contraindicaciones, advertencias, entre otros.
- Documentación química, farmacéutica y biológica:
 - Fórmula y composición declarada del medicamento, de los principios activos, excipientes, cubiertas y coberturas.
 - Monografía que permita identificar la fórmula declarada y las propiedades de la misma
 - Método de fabricación con esquema, descripción de proceso y controles.
 - Métodos de control de calidad realizados para procedimientos de fabricación de producto.
 - Especificaciones del envase primario y esquemas del mismo.
 - Período de validez y condiciones de conservación.
 - Modo de preparación para su uso.
 - Período de validez propuesto para el producto sin reconstituir y reconstituido, cuando proceda.
 - Metodología analítica del producto terminado.
 - Documentación sobre el desecho de residuos del medicamento.
 - Condiciones de uso y dispensación:
 - Medicamentos de uso exclusivo hospitalario o de uso ambulatorio.

- Medicamentos de libre venta o medicamentos de dispensación a través de un tipo de receta; condiciones de comercialización respecto a su publicidad.
- Documentación toxicológica y farmacológica:
 - Resumen del mecanismo de acción y del perfil farmacodinámico del medicamento;
 - Estudios de seguridad y eficacia;
 - Comportamiento cinético y metabolismo;
 - Datos farmacocinéticas, niveles plasmáticos de fármaco y metabolitos;
 - Datos de toxicidad sub-aguda y crónica, estudios de carcinogenicidad, mutagenicidad y efecto sobre función reproductora.
- Documentación clínica divulgada
- Muestras del medicamento y materias para la solicitud del registro, con sus correspondientes certificados analíticos
- Muestras de todo el sistema de información e identificación del medicamento para su registro.
- Ficha técnica oficial.
- Ficha informativa profesional de la especialidad farmacéutica. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016)

La normativa exige que se realicen inspecciones anuales sobre el cumplimiento de las BPM y BPA a los establecimientos farmacéuticos y son un requisito previo para la concesión de licencias. Las entidades sujetas a inspección son fabricantes locales, mayoristas privados, distribuidores al por menor, farmacias públicas y depósitos; y farmacias y puntos de dispensación en establecimientos de salud. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Respecto de la importación de medicamentos, es requisito contar una autorización, debe realizarse un muestreo de los productos importados para su análisis y existen puertos aduaneros autorizados especialmente para la entrada de este tipo de productos. (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2016).

Certificado de origen TLC República Dominicana y Centroamérica

Según el CEI-RD, las partes deben utilizar el formulario de Certificado de Origen, el cual comprobará documentalmente que una mercancía califica como originaria, hace referencia a que el exportador llenará y firmará el certificado de origen, siempre y cuando cumpla con las reglas de origen establecidas en este acuerdo comercial. Una mercancía será considerada como originaria de las partes de este acuerdo si ha sido enteramente obtenida en cualquiera de sus territorios y en términos generales cuando se incorporen mercancías no originarias deberá existir un grado de transformación. (CEI-RD, 2017).

Certificado de origen República Dominicana – CAFTA

Según el CEI-RD, la presentación del documento que certifica el origen de las mercancías no tiene un formato establecido y lo puede presentar el Importador, el Productor o el Exportador; en el artículo 4.16, Numeral 2 del Tratado se establece: cada parte dispondrá que una certificación no necesita estar hecha en un formato preestablecido, siempre que la certificación sea en forma escrita o electrónica, incluyendo, pero no limitando, los siguientes elementos:

- Nombre de la persona certificadora, incluyendo, cuando sea necesario información de contactos u otra información de identificación
- Clasificación Arancelaria bajo el Sistema Armonizado y una descripción de la mercancía
- Información que demuestre que la mercancía es originaria.
- Fecha de la Certificación.
- En el caso de una Certificación General, el período que cubre la Certificación.

Proceso de exportación

Para exportar a cualquier país el primer trámite a realizar es la inscripción ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) ante la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), el cual, tiene validez por un año y se puede renovar manual o electrónicamente. Además, según el producto a exportar se debe inscribir ante la institución gubernamental o privada

que corresponda, cada documento debe solicitarse personalmente en las distintas instituciones. También se requiere la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) ante la VUCE, así como dos facturas comerciales que correspondan a documentos mercantiles que funcionan como título ejecutivo contra el deudor. Algunos de los trámites asociados a la VUCE pueden realizarse de manera electrónica lo cual garantiza una amplia agilidad en los trámites de exportación.

Transporte Marítimo y Terrestre

República Dominicana es el país que ocupa las dos terceras partes de la Isla La Española. Su extensión territorial es de 48.730 kilómetros cuadrados de los cuales 48.380 kilómetros son territorio sólido y 350 kilómetros son aguas territoriales. Al norte de República Dominicana se encuentra el Océano Atlántico, al sur está el Mar Caribe, al oeste Haití, y al este Puerto Rico. (PROCOLOMBIA, 2016).

La mayoría de sus productos importados llegan vía marítima, razón por la que, República Dominicana ha desarrollado una buena infraestructura portuaria, con alrededor de una docena de puertos en sus 1.288 Km de costas. República Dominicana cuenta con los puertos de Manzanillo, Puerto Plata, Puerto Duarte, en la costa Norte de la isla y Cabo Rojo, Barahona, Azua, Palenque, Santo Domingo, San Pedro de Macorís y La Romana en la costa Sur de la isla. (PROCOLOMBIA, 2016).

El puerto de Haina es en la actualidad el principal y más concurrido puerto en la República Dominicana. Alrededor del 70% de toda la carga se mueve a través de este, situado a sólo 6 millas de distancia de Santo Domingo de la ciudad capital. Hay instalaciones portuarias en las dos orillas del río Haina, al oeste del poblado del mismo nombre en la latitud $18^{\circ}25$ N, longitud $70^{\circ}00$ W. Con un calado de 10 metros (28 a 35 pies), con una profundidad en el canal de entrada de 10.67 metros (35 pies), un círculo de maniobra de 300 metros (984 Pies) y una longitud de muelle de 3,044 metros (10,000 Pies). No realiza operaciones de buques de pasajeros, actualmente está concesionado a la empresa Haina Internacional Terminal HIT. En el mismo se manejan carga general, granos, madera, palanquilla, carga contenedorizada y combustible. (PRO ECUADOR, 2013).

El puerto de Caucedo es una terminal marítima y zona franca de clase mundial localizada en Punta Caucedo, a 25 kilómetros de la ciudad de Santo Domingo, capital comercial y política del país. Forma parte del portafolio de DP World, líder internacional en operaciones, desarrollo de nuevas terminales portuarias, logística y servicios relacionados. Este puerto privado inició sus operaciones en diciembre del 2003 y cuenta con tecnología de punta para el manejo de operaciones portuarias. Además, dispone de los sistemas de seguridad más avanzados de la industria y una combinación única en el mundo de certificaciones de seguridad adquiridas provee instalaciones para embarcaciones modernas Post-Panamax y Super Post Panamax. (PRO ECUADOR, 2013).

Todos los puertos están conectados por 19.705 Km de vías entre las cuales destaca la autopista Duarte que comunica con las principales ciudades Santo Domingo y Santiago por el Norte, la carretera Sánchez con las regiones Sur y Suroeste y finalmente la carretera Mella, que enlaza con la región Sureste. De este sistema de carreteras, el 50,10% de las vías se encuentran pavimentadas (9.872 kilómetros). En cuanto al acceso por modos complementarios como el ferrocarril, la red ferroviaria consta de 1.784 Km con una infraestructura bastante precaria y la mayoría de estas vías son usadas por las empresas de azúcar de la región. (PROCOLOMBIA, 2016).

Rutas de exportación a República Dominicana

Desde la oferta logística vía marítima, existen diferentes compañías navieras como Mediterranean Shipping Company(MSC), American President Lines (APL), CMA CGM, Hapag Lloyd, entre otras, que ofrecen diferentes rutas para la exportación de mercancías desde Costa Rica hasta República Dominicana. También existen consolidadores de carga como Grupo H.A Logística, GT LOGISTICS, AIMI Consolidadores, entre otros los cuales ofrecen sus servicios de manejo de carga internacional, servicios portuarios, agencia aduanal y almacén fiscal en Costa Rica, los cuales pueden ser de utilidad a la hora de exportar productos y/o servicios hacia República Dominicana.

Por lo general, el punto de salida de las mercancías originarias de Costa Rica hacia República Dominicana es Puerto Limón, y en donde, el tiempo de transito al punto de llegada es

de entre 5 y 13 días a Puerto Caucedo y de entre 6 y 10 días a Puerto Rio Haina, dependiendo de la naviera utilizada.

También, es importante considerar que la frecuencia de los servicios ofrecidos por las diferentes navieras es semanal, con salidas los días Miércoles, Viernes y fines de semana, así como una modalidad de servicio directo entre los puertos mencionados anteriormente.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Para la elaboración del presente estudio se realizó una búsqueda de información sobre los tipos de investigación que contribuyó a determinar la idoneidad de utilizar el enfoque cualitativo, por cuanto se planea realizar cuestionarios (entrevistas), los cuales serán conducidos de forma abierta y democrática, y con el propósito de garantizar el correcto uso del enfoque seleccionado. Los resultados no se representarán estadísticamente, por lo tanto, la información obtenida se presentará a través de las perspectivas y los puntos de vista de los participantes, expertos en el tema en cuestión y con el objetivo de obtener información detallada y profunda acerca del tema investigado, para lograr determinar la viabilidad del mismo.

Según Hernández, Fernández y Baptista, dicho enfoque busca:

Comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto. El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (2014, p.42).

Su meta es lograr “identificar informantes que aporten datos y guíen al investigador por el lugar, adentrarse y compenetrarse con la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio. La investigación cualitativa siempre se aborda desde la perspectiva humana (su experiencia)” Hernández et al. (2014, p.42).

Diseño de la Investigación

La presente investigación utilizará el paradigma naturalista o interpretativo, por cuanto su orientación es de acción participativa. Este enfoque tiene como fuente principal de recolección de datos de los cuestionarios (entrevistas), que permitan recabar el conocimiento y las opiniones de los expertos en el tema y así garantizar una participación democrática y comunicativa entre el investigador y los sujetos entrevistados. También, abarca el enfoque etnográfico, al dirigir dichas entrevistas a varios grupos sociales, determinados por personas como gerentes, jefes de nivel

medio, subordinados, etc., con el fin de comprender a cada uno de ellos y su conocimiento, de forma individual, para lograr una mayor variedad de criterios que respalden este estudio, puesto que se contribuye a evitar sesgos.

Según Hernández et al. (2014, p.43) los diseños etnográficos “investigan grupos o comunidades que comparten una cultura: el investigador selecciona el lugar, detecta a los participantes, de ese modo recolecta y analiza los datos. Asimismo, proveen de un “retrato” de los eventos cotidianos”.

El diseño de acción participativa se refiere a lo siguiente:

Democrático, puesto que habilita a todos los miembros de un grupo o comunidad para participar. Equitativa, por cuanto, las contribuciones de cualquier persona son valoradas y las soluciones incluyen a todo el grupo o comunidad y liberadora, ya que una de sus finalidades es combatir la opresión e injusticia social (Hernández et al., 2014, p.43).

Muestra de la Investigación

Población

Con el objetivo de lograr recabar información confiable, se debe entrevistar a expertos en la rama de comercio internacional y también empresarios orientados al sector farmacéutico, por lo que la población sujeta a investigación está concentrada en personal de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), personal del Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), y personal de empresas del sector farmacéutico de Costa Rica.

Muestra

Los criterios de selección de la muestra por utilizar en el presente estudio serán el criterio de expertos y de selección intencional, a razón de que los participantes serán seleccionados por parte del investigador por cuenta propia y basado en un criterio de idoneidad, y en donde dichos participantes transmitirán el conocimiento adecuado sobre el tema estudiado en esta investigación, con el fin de obtener información confiable y útil para su análisis.

Según Hernández et al. (2014, p.43) en muestras de criterio de expertos “es necesaria la opinión de expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en estudios cualitativos, que buscan generar datos que sean sujetos de análisis o la materia prima del diseño de cuestionarios”.

Para efectos de la presente investigación, específicamente, la muestra está constituida por 7 entrevistados conocedores del mercado de República Dominicana y el sector farmacéutico costarricense, muestra aplicada por conveniencia según el perfil buscado a partir del planteamiento del problema de estudio y los objetivos trazados, la muestra está conformada de la siguiente manera:

Tabla 10. Muestra de la Investigación

Nombre	Institución/Empresa	Cargo
Entrevistado 1	PROCOMER	Formación de Empresas
Entrevistado 2	COMEX	Área Comercial
Entrevistado 3	Gutis	Área de Jefatura
Entrevistado 4	GlaxoSmithkline Costa Rica.S.A	Experto en Negociación Internacional
Entrevistado 5	Laboratorios Stein	Área de Gerencia
Entrevistado 6	Calox de Costa Rica, S.A	Área Operativa
Entrevistado 7	Laboratorios Ancla	Área de Mercadeo

Fuente: elaboración propia

Unidades de Análisis de la Investigación

Son los elementos en los que recae la obtención de información y que deben ser definidos con propiedad, es decir precisar, a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información. Las unidades de análisis deben, además, ser identificadas para poder precisar el tipo de instrumento de recolección de información por cuanto al no ser similares, su intervención proporcionaría información confusa o complicada. Esto es importante según sea el tema o problema de investigación, para lograr identificar la factibilidad del presente estudio. Las unidades de análisis de la presente investigación se detallan a continuación:

Demanda potencial

Se refiere al consumo total de productos o servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, en donde se tiene en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Dentro de las variables que determinan la demanda potencial de un bien o servicio se encuentran los precios, la renta, preferencias de los consumidores, la capacidad de modificar estas últimas a través del esfuerzo comercial y la evolución de la industria.

El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio ofrecido tiene como objetivo principal ayudar a proyectar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas dentro de un plan de expansión comercial hacia otros mercados potenciales.

Condiciones del mercado

Según el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2016, párr.4) las condiciones del mercado “es el conjunto de condiciones que permiten a los exportadores extranjeros de bienes o servicios, o a proveedores extranjeros de servicios o inversionistas extranjeros; acceder el mercado de un país importador.” El acceso a mercados cubre áreas estratégicas de negociación como las siguientes: aranceles, medidas no arancelarias, salvaguardias, procedimientos aduaneros, reglas de origen y barreras técnicas al comercio.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

El cuestionario es un procedimiento para la obtención y registro de datos. Es un instrumento de evaluación que registra la información solicitada y el cual suele ser aplicado por parte de un evaluador o entrevistador a más de un participante. Esto permite consultar a una población amplia de una manera rápida y confiable.

Este instrumento está compuesto de un cuestionario abierto el que se caracteriza por presentar preguntas abiertas o libres, es decir, que no tiene delimitadas de antemano las alternativas

de respuesta. El objetivo de este cuestionario es obtener información detallada y con mayor profundidad.

Entrevista

Para la presente investigación, la entrevista, la cual contiene seis preguntas, está formulada con el objetivo de recopilar datos de personas conocedoras del mercado de productos farmacéuticos (medicamentos) de República Dominicana, específicamente, en aspectos como el potencial comercial de dichos productos y las condiciones del mercado en esta nación caribeña.

Estas serán realizadas a los elementos seleccionados en la muestra, los cuales serán contactados de forma previa, se les indicará sobre el fin y objetivo de la medición, para que dichos participantes accedan voluntariamente a responder el documento. Estas también serán llevadas a cabo, por tratarse de un tema muy específico, solamente a expertos que puedan dar insumos relevantes para el desarrollo de la investigación y obtener la confiabilidad deseada.

Proceso para la Recolección de Datos

El presente estudio se fundamenta en las fuentes secundarias en primera instancia por cuanto, el primer paso para la realización de la misma es la recolección de información que procedan de estudios, periódicos, páginas electrónicas, etc., entre las cuales se encuentran estudios de Instituciones del Gobierno de Costa Rica, informes de Empresas, publicaciones en páginas web de medios de comunicación y organismos internacionales, entre otros.

Las fuentes primarias de la investigación son las entrevistas aplicadas a los elementos seleccionados como muestra, los cuales abarcan a personal de Instituciones del Gobierno de Costa Rica, como lo son el personal del Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), así como, personal de la Industria Farmacéutica costarricense, para los que se siguió un proceso detallado, el cual consistió primeramente en su respectiva selección, concientización sobre la naturaleza del estudio, junto a la aceptación del sujeto objeto de este, para ser entrevistado y grabado, así como la conveniencia en hora y día de

ambas partes para la aplicación del instrumento. El formato que va dirigido a las instituciones y a las empresas, será el mismo, ya que no habrá diferencia en el perfil empresarial o institucional.

Método de Análisis de los Datos

El análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que esta investigación someterá los datos, con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. En el presente estudio, la acción esencial consistirá en recibir datos no estructurados, a los cuales se les proporcionará una estructura. Los datos serán variados, pero en esencia consistirán en observaciones del investigador y opiniones de los participantes, las cuales serán principalmente en forma de expresión verbal (como respuestas orales y gestos en una entrevista o cuestionarios).

Las expresiones verbales como tipo de comunicación, pueden realizarse de dos formas: oral a través de signos orales y palabras habladas o escrita por medio de la representación gráfica de datos.

El análisis de datos se realizará por medio de categorías de análisis, las cuales serán descritas, definidas y analizadas para efectos de esta investigación, considerando que, las categorías son “conceptualizaciones analíticas desarrolladas por el investigador para organizar los resultados o descubrimientos relacionados con un fenómeno o experiencia humana que está bajo investigación” (Hernández et al., 2014, p.426).

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se realizará el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos a partir de las entrevistas aplicadas a la muestra seleccionada por conveniencia. La información se presentará de la siguiente manera: primero, en una tabla se desglosarán las categorías de análisis surgidas según cada unidad de análisis explorada. Estas unidades de análisis se obtuvieron del contenido de cada objetivo específico.

En la segunda parte, se detallará y se analizará cada una de las categorías de análisis. Seguidamente, se confrontará con la teoría que le da el sustento a la investigación al definir cada una de las categorías de análisis.

Tabla 11. Unidades y Categorías de Análisis

Unidad de Análisis	Categoría de Análisis
Demanda Potencial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demanda a nivel privado 2. Presión de los pacientes al sistema de salud público 3. Programas de atención de enfermedades raras 4. Incremento de oferentes 5. Tendencia positiva y estable 6. Importación de medicamentos de alto costo 7. Alianzas
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relación comunidad médica y farmacéutica 2. Educación

<p style="text-align: center;">Condiciones de Mercado</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Modelo de seguro social costarricense 4. Buena reputación 5. Percepción de calidad 6. Competencia 7. Regulaciones en República Dominicana 8. Influencia del sector privado sobre el sector publico 9. Cultura 10. Representación comercial 11. Calidad 12. Poder de negociación 13. Penetración de mercado 14. Ente comercial aprobado 15. Exclusividad 16. Mercado 17. Población 18. Producto Interno Bruto e Ingreso per cápita 19. Burocracia, obstáculos y barreras 20. Posicionamiento
--	---

Fuente: Elaboración propia.

Unidad de Análisis 1: Demanda Potencial

Esta primera unidad hace referencia a la demanda potencial, la cual se define como la “máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado.” (crecenegocios, 2017)

Para comprender la demanda potencial que puedan tener los medicamentos costarricenses en el mercado de República Dominicana, es necesario determinar los factores que influyen en esta y su impacto en las posibilidades de negocio de estos productos en este país caribeño:

Para esta unidad de análisis se derivan las siguientes categorías:

1. Demanda a nivel privado
2. Presión de los pacientes al sistema de salud público
3. Programas de atención de enfermedades raras
4. Incremento de oferentes
5. Tendencia positiva y estable
6. Importación de medicamentos de alto costo
7. Alianzas e intercambios

A continuación, se presenta un análisis de cada una de las categorías mencionadas anteriormente, con relación a las respuestas obtenidas a partir del cuestionario aplicado.

Categoría 1. Demanda a nivel privado

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación, se obtuvo la primera categoría de análisis, la cual corresponde a la demanda a nivel privado de medicamentos en República Dominicana.

Según la Comisión Nacional de la Defensa de la Competencia de República Dominicana (2014), la demanda a nivel privado representa en el ámbito sanitario, “la expresión de las preferencias de los individuos en forma de su disposición a pagar a cambio de recibir servicios sanitarios y satisfacer así su utilidad individual a través de sistemas de mercado.”

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “De acuerdo con lo observado en los últimos tres años hay una tendencia positiva de la demanda de medicamentos por parte de los pacientes a nivel privado.” (Entrevistado 1)

- ✓ “La demanda actual tiene un comportamiento estable, los productos que comercializamos ya están bien posicionados y recibimos pedidos de reabastecimiento de nuestros clientes. Nuestros productos son vendidos en el mercado privado (farmacias) por medio de distribuidores.” (Entrevistado 2)
- ✓ “Se realizó un estudio hace un par de años y se determinó que existe mucho potencial para el sector exportador de Costa Rica en el sector privado” (Entrevistado 4)

Análisis:

Con los resultados obtenidos, se comprende que la mayor parte del consumo de medicamentos en República Dominicana proviene del sector privado, el cual también ha mostrado en los últimos años una tendencia estable y positiva. Según la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social de República Dominicana (2007):

En relación al Gasto Nacional en Salud según las mediciones realizadas por Cuentas Nacionales de Salud es el 7.3 % del Producto Bruto Interno. De este monto, el 67.7% circula en el sector privado, y apenas el 32.3 % es aportado por el sector público lo que es igual a un 2.4 % del PBI.

El sector privado de medicamentos en República Dominicana se caracteriza por tener de principal agente financiero a los hogares, que gastan dinero de su bolsillo para pagar consultas médicas, medios de diagnóstico, cuotas de recuperación en los hospitales, adquirir medicamentos en las farmacias y otros. Dicho gasto se ve reflejado en el hábito de consumo que tienen los dominicanos, en donde el “37 % de la población compra medicamentos mensualmente, el 14 % lo hace semanal, el 9% los compra diariamente.” (Institución Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, 2016).

Es así como, el gasto mensual en medicamentos al que incurren los dominicanos también se muestra dinámico. Según el Pro Consumidor (2016) “el 44% de la población gasta aproximadamente RD\$1,000.00, el 31% gasta entre RD\$1,001.00-RD\$2,000.00, el 13% unos RD\$4,000.00 y el 12% más RD\$4,000.00”. El gasto también se refleja en los ingresos que generó el mercado dominicano privado de medicamentos, los cuales alcanzaron los \$529 millones de dólares en 2014. (Institución Nacional de Protección de los Derechos del Consumidor, 2016)

Categoría 2. Presión de los pacientes al sistema de salud público

Descripción:

La segunda categoría de análisis corresponde a la presión de los pacientes al sistema de salud público de República Dominicana. La presión de los pacientes hacia un sistema de salud público, se comprende como uno de los factores que afectan “la resiliencia de un sistema de salud de absorber perturbaciones, de responder y recuperarse mediante la prestación oportuna de los servicios necesarios.” (Organización Panamericana de la Salud, 2016).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Adicionalmente las presiones de pacientes hacia entidades estatales y a los programas de atención de enfermedades raras que demandan medicamentos de alto costo, han sido muy fuertes obligando a la importación de medicamentos de alto costo.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Se recomienda ingresar productos para la población de bajos recursos a través del Seguro Social, ya que, si se ponen en un punto de venta, es muy seguro que no se va dar el efecto de venta deseado.” (Entrevistado 7)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, se comprende que los entrevistados consideran que existe una mayor presión por parte de los pacientes que utilizan el servicio de salud público en República Dominicana, para que este, provea una mayor gama de medicamentos a los que ofrece actualmente, los cuales suelen ser importados y de mayor costo por el grado de especialización en el tratamiento de las enfermedades.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe:

En el Caribe, la creciente importancia de los seguros y proveedores privados, el alto (y cada vez mayor) nivel del gasto de bolsillo en salud y los efectos del aumento de los costos del sistema público determinan que la subregión (con la excepción de Cuba) esté tendiendo a un modelo en el que los más ricos se atienden en el extranjero, la población de ingreso medio recurre a seguros o a servicios privados y los más pobres solo cuentan con el sistema público. (CEPAL, 2006).

El problema que enfrenta el sistema de salud público en República Dominicana se explica por el rezago epidemiológico, el cual “se expresa en la mortalidad por enfermedades evitables como desnutrición, infecciones comunes y algunos padecimientos asociados a la reproducción” (Rubén García García, 2008), los problemas de eficiencia, un sector de seguridad social fragmentado, pero principalmente, por la informalidad, que lleva a una cobertura contributiva limitada, la cual refleja la desigualdad del ingreso de los dominicanos y provoca que dicha población carezca de otras opciones para atender sus padecimientos, trasladando obligatoriamente, la atención de esta a la protección social.

Categoría 3. Programas de atención de enfermedades raras

Descripción:

La tercera categoría de análisis, la cual corresponde a los programas de atención de enfermedades raras brindados por el sistema de salud dominicano. Dichos programas se concentran en atender, “entidades de baja prevalencia, mayormente de origen genético, complejas, crónicas, progresivas, que generan una gran morbilidad y un alto grado de discapacidad y que necesitan de cuidados permanentes y abordaje multidisciplinar y transdisciplinaria.” (Comisión Nacional de la Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2014).

El argumento expuesto por la empresa es:

- ✓ “Adicionalmente, los programas de atención de enfermedades raras que demandan medicamentos de alto costo, han sido muy fuertes obligando a la importación de medicamentos de alto costo.” (Entrevistado 1)

Análisis:

Según el entrevistado, los programas de atención de enfermedades raras en República Dominicana demandan cada vez más medicamentos importados, los cuales por sus características en el tratamiento de estos padecimientos suelen ser costosos.

Las enfermedades raras presentan características que dificultan su diagnóstico y tratamiento, como son la carencia de un abordaje específico, ya que al contrario que otras

enfermedades, las enfermedades raras no suelen ser abordadas de forma oportuna, por razones de gestión, provisión y coordinación de servicios, la inexistencia de tratamientos curativos o baja accesibilidad a estos, así como la tendencia a la discapacidad, la mayoría de las veces con un alto coste familiar, social y sanitario.

En la actualidad se estima que el 8% de la población mundial padece una “enfermedad rara” y se considera que, dada la frecuencia por habitantes, puede haber unos 5 mil dominicanos afectados de alguna de estas enfermedades. (Diario Libre, 2015).

En aras de atender a la población que presenta dichas enfermedades, se creó, en República Dominicana, los programas de atención de enfermedades raras. Según el artículo publicado en la página oficial del Ministerio de Salud Pública de República Dominicana (2017), el cual se titula “MSP beneficia a más de 8 mil personas a través del Programa Protegido”, el autor menciona que:

Las personas afectadas por una enfermedad de alto costo pueden recibir ayuda hasta por 5 millones. De acuerdo a la Organización Panamericana de la Salud (OPS), el impacto de estas enfermedades crónicas está creciendo de forma sostenida en numerosos países de ingresos bajos y medios como República Dominicana. En ese sentido, las autoridades de Salud Pública, realizan ingentes esfuerzos para prevenir estas enfermedades, mediante el fortalecimiento de la Atención Primaria en Salud y para alargar la esperanza de vida de aquellas personas que sufren una enfermedad de las denominadas catastróficas. El Ministerio de Salud Pública, cuenta con el Programa Protegido, que constituye uno de los instrumentos principales para dar respuestas a miles de familias de escasos recursos.

Se debe considerar que los medicamentos para la atención de enfermedades raras, suelen ser importados, por ser el mercado farmacéutico local de producción doméstica de poco valor agregado, de difícil acceso, y de precio elevado, lo cual se explica por la falta de volúmenes para hacer menos costosa la producción de estos, como sucede con los medicamentos para enfermedades más frecuentes.

Categoría 4. Incremento de oferentes

Descripción:

La cuarta categoría de análisis, corresponde al incremento de oferentes de medicamentos en República Dominicana. Un oferente “es un agente que ofrece un bien o servicio en un mercado.

Los mismos tienden a maximizar la ganancia, buscando imponer el precio más alto posible.”
(<https://definicion.mx/oferente/> , 2017)

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son los siguientes:

- ✓ “En el sector privado ha habido un incremento de oferentes dada la tendencia positiva de la demanda.” (Entrevistado 1)
- ✓ “La demanda actual tiene un comportamiento estable, los productos que comercializamos ya están bien posicionados y recibimos pedidos de reabastecimiento de nuestros clientes.” (Entrevistado 2)

Análisis:

Se comprende por las respuestas obtenidas de los entrevistados, que el número de oferentes de medicamentos ha ido en crecimiento en República Dominicana, a causa del aumento en la demanda que han presentado dichos productos, por parte de los diferentes actores sociales que componen la sociedad dominicana.

En República Dominicana el mercado de medicamentos “se caracteriza por una gran penetración de industrias internacionales que, en general, no poseen fabricación en el país y, algunas se encuentran representadas por filiales y, por laboratorios nacionales que importan los principios activos o los medicamentos sin fraccionar.” (Comisión Nacional de la Defensa de la Competencia de República Dominicana, 2014).

Muestra de esto, es el número de oferentes de medicamentos que existen en la actualidad en República Dominicana. Según la Comisión Nacional de la Defensa de la Competencia de República Dominicana (2014) este país “cuenta con 70 laboratorios de producción nacional y cinco compañías internacionales radicadas en el país, 1.305 distribuidoras que se dedican a la importación y/o comercialización de productos terminados y 4.075 farmacias autorizadas”.

Dicho número, también aumentará en el futuro, debido a la demanda de medicamentos que experimenta el país. Según el Listin Diario (2017) “el Programa de Medicamentos Esenciales (Promese/Cal) evalúa diferentes lugares para la construcción de 30 nuevas farmacias del pueblo, que se unirán a las 502 existentes” debido a que “la demanda de medicamentos en las farmacias

del pueblo ha estado en crecimiento.” Dicho incremento en los oferentes de medicamentos en este país busca “además de fortalecer los 12 programas especiales de cobertura de medicamentos de alto costo, construir un almacén de distribución en el Sur, para abastecer las 130 farmacias del pueblo que funcionan en esa región.” (Listin Diario, 2017).

Categoría 5. Tendencia positiva y estable

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la cuarta categoría de análisis, la cual corresponde a la tendencia positiva que presenta la demanda de medicamentos en República Dominicana.

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son los siguientes:

- ✓ “De acuerdo a lo observado en los últimos tres años hay una tendencia positiva de la demanda de medicamentos por parte de los pacientes a nivel privado.” (Entrevistado 1)
- ✓ “La demanda actual tiene un comportamiento estable, los productos que comercializamos ya están bien posicionados y recibimos pedidos de reabastecimiento de nuestros clientes.” (Entrevistado 2)

Análisis:

Según los entrevistados, el mercado de medicamentos en República Dominicana ha tenido una tendencia hacia el crecimiento en los últimos años, con especial atención a nivel privado. El periódico Hoy Digital, en su artículo “Mercado farmacéutico movió US\$550 millones en el 2014” menciona como “los valores del mercado de medicamentos de la República Dominicana, hasta noviembre del año 2014, fueron US\$550 millones, con un crecimiento estimado de un 5%” (2015).

República Dominicana presenta crecimientos importantes en la demanda de medicamentos, en los diferentes mercados que componen este sector. Ejemplo de ello, es la tendencia al crecimiento de farmacias a lo largo del país, que buscan atender la demanda de productos comercializados por estas, la importación de medicamentos de alto costo para atención

de pacientes afiliados a los programas de atención de enfermedades raras y la demanda de medicamentos provistos por el sistema de salud público dominicano, proveniente de los asegurados.

Categoría 6. Importación de medicamentos de alto costo

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la sexta categoría de análisis, la cual corresponde a la importación de medicamentos de alto costo en República Dominicana.

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Adicionalmente las presiones de pacientes hacia entidades estatales y a los programas de atención de enfermedades raras que demandan medicamentos de alto costo, han sido muy fuertes obligando a la importación de medicamentos de alto costo.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Los medicamentos de alto costo no se ven afectados por las preferencias de los consumidores, ya que estos suelen ser comprado por un tema de necesidad en la atención de enfermedades especiales y no por una preferencia.” (Entrevistado 7)

Análisis:

Según los entrevistados, en República Dominicana, los pacientes del sistema de salud dominicano público y los programas de atención de enfermedades raras han provocado un aumento de la demanda de medicamentos de alto costo y, por ende, un incremento en la importación de dichos productos.

El consumo de medicamentos entre la población de República Dominicana es de 60% importados y el restante 40% es de producción local, según la Asociación de Representantes, Agentes y Productores Farmacéuticos (ARAPF). Entre las principales razones por la que se da la importación de medicamentos de alto costo, se encuentran: un mercado farmacéutico local de

producción doméstica de poco valor agregado, el ser productos monopólicos, con un único oferente, de muy baja sustitución y protegidos por derechos de propiedad.

Según la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia en República Dominicana:

Existe un Programa de Medicamentos de Alto Costo, que es administrado por el Estado para proveer, en forma gratuita para los beneficiarios, medicamentos específicos de difícil acceso para personas de bajos recursos. Los medicamentos cubiertos en este programa son productos importados y con patentes. Dadas las características de los mismos (medicamentos exclusivos de único proveedor), la mayoría se realiza mediante compra directa o importaciones conjuntas con países de Centroamérica y algunos pocos productos a través de licitación. (2014)

Debido a su costo:

Los MAC son catalogados como tales por poseer un costo directo igual o superior a 40% del ingreso del hogar donde hay un paciente que necesita tomarlos, provocando un excesivo esfuerzo económico para pacientes, aseguradoras o bien para el sistema público de salud (Gustavo H. Marín y María Andrea Polach, 2011)

Esto supone un agregado a las presiones que generan los pacientes al sistema de salud público dominicano, ya beneficia a muy pocos individuos y reasigna recursos destinados a un grupo mayor de ciudadanos o afiliados.

Categoría 7. Alianzas e intercambios

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la séptima categoría de análisis, la cual corresponde a las posibles alianzas e intercambios entre Costa Rica y República Dominicana en material educacional y su posible impacto en la relación comercial de ambos países. Según el Ministerio de Educación Cultura y Deportes de Venezuela, una alianza es “la conformación de una unión de socios con aportes particulares concretos para el establecimiento de intercambios diversos, en los cuales se asumen participativamente nuevos compromisos de producción, servicio, comercio, funcionamiento y actualización formativa con pertinencia social y desarrollo sustentable” (2000). El intercambio por

su parte es la “reciprocidad e igualdad de consideraciones y servicios entre entidades o corporaciones análogas de diversos países o del mismo país.” (RAE, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “CR podría pensar en alianzas con República Dominicana de tipo educacional de manera que el intercambio facilite la relación comercial. Intercambio por ejemplo en el campo del turismo donde ellos nos llevan mucho camino adelante pero no están bien en el área de la salud, en estos aspectos podríamos vernos beneficiados los dos países si a nivel estatal se llegara a proponer algo así.” (Entrevistado 1)
- ✓ ““Una buena estrategia en todo caso, sería realizar alianzas con empresas farmacéuticas de República Dominicana, para que, si desde Costa Rica se exporta un producto, se haga una alianza con una empresa farmacéutica de allá y mientras que se produzca allá el etiquetado, se haga la tramitología y hasta se les puede vender la marca desde aquí para introducir el producto y colocarlo poco a poco.” (Entrevistado 7)

Análisis:

Acorde a las respuestas brindadas por los entrevistados, se comprende que las alianzas de tipo educacional con República Dominicana, facilitarían las relaciones comerciales entre el país caribeño y Costa Rica, así como el intercambio de productos entre estas, en campos como el turístico y de la salud entre los países, lo cual sería de beneficio para ambas naciones, por los conocimientos obtenidos en dichas áreas de la economía.

Hoy en día, las alianzas son necesarias para que las empresas no sólo sobrevivan en el mercado, sino para desarrollar procesos exitosos y productos permanentes, más aun entendiendo que ninguna empresa es autosuficiente en las funciones que realiza. Es así como, entre los aspectos positivos de las alianzas que las instituciones y empresas costarricenses pueden lograr con sus pares en República Dominicana se encuentran la transferencia de tecnología, para mejorar ventajas competitivas, siendo estas en materia de salud y turismo, aprovechar mayores oportunidades al consolidar la oferta y compartir riesgos, un mayor acceso a nuevos mercados de salud y turismo,

canales de distribución que permitan la efectiva comercialización de productos médicos y la promoción del turismo entre los dos países, pero principalmente compartir la experiencia que ambos tienen en materia de salud y turismo respectivamente.

En materia de salud, Costa Rica ya cuenta con alianzas con la subregión caribeña. A través de la iniciativa de La Agenda de Salud de Centroamérica y República Dominicana 2009-2018, se busca:

Fortalecer el proceso de integración social regional, contribuir a elevar el nivel de salud de la población, así como orientar y armonizar las acciones de los socios nacionales, regionales e internacionales que, desde el sector público, no gubernamental y privado estén comprometidos con el mejoramiento de la salud de los pueblos de esta región. (Secretaría Ejecutiva del Consejo de Ministros de Salud de Centroamérica, 2009).

Sin embargo, las alianzas con República Dominicana directamente, son escasas, ya que se suele buscar realizar este tipo de convenios, en conjunto con otros países.

Unidad de Análisis 2: Condiciones de mercado

La segunda unidad de análisis trata acerca de las condiciones de mercado en República Dominicana para el ingreso de medicamentos. Estas se definen como “el conjunto de condiciones que permiten a los exportadores extranjeros de bienes o servicios, o a proveedores extranjeros de servicios o inversionistas extranjeros; acceder el mercado de un país importador.” (crecenegocios, 2017)

Para esta unidad de análisis se derivan las siguientes categorías:

1. Relación comunidad médica y farmacéutica
2. Educación
3. Modelo de seguro social costarricense
4. Buena reputación
5. Percepción de calidad
6. Competencia
7. Regulaciones en República Dominicana

8. Influencia del sector privado sobre el sector publico
9. Cultura
10. Representación comercial
11. Calidad
12. Poder de negociación
13. Penetración de mercado
14. Ente comercial aprobado
15. Exclusividad
16. Mercado
17. Población
18. Producto Interno Bruto e Ingreso per cápita
19. Burocracia, obstáculos y barreras
20. Posicionamiento

Cada categoría será detallada con las respuestas brindadas por las personas entrevistadas, las cuales son expertos y tienen conocimiento sobre el tema en cuestión.

Categoría 1. Relación comunidad médica y farmacéutica

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la primera categoría de análisis, la cual corresponde a la relación de la comunidad médica y farmacéutica entre Costa Rica y República Dominicana. Según la Comisión de Bioética de la Segto (2013) la relación entre la comunidad médica y la farmacéutica “es muy estrecha, basada en principios de información y promoción, pero abarca además otras áreas más genéricas y de más impacto en la competencia profesional, a través de las acciones de formación continuada”.

El argumento expuesto por la empresa es el siguiente:

- ✓ “Los medicamentos de Costa Rica tienen una buena reputación en el mercado dominicano debido a la cercanía existente entre la comunidad médica y farmacéutica” (Entrevistado 1)

Análisis:

Según el entrevistado consultado, la relación cercana entre la comunidad médica y farmacéutica de República Dominicana y Costa Rica ha permitido que los medicamentos procedentes de Costa Rica tengan una buena percepción de producto en el mercado de República Dominicana.

Dicha relación entre ambas comunidades de ambos países se explica en la tendencia observada en toda América Latina a crear lazos de carácter social que permitan aplicar políticas comunes y en conjunto, en pro de la salud de las poblaciones de los países, Es así como:

Los países de Centroamérica y República Dominicana, dentro del marco del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) han implementado la Negociación Conjunta y Compra de Medicamentos conocida como Negociación Conjunta COMISCA. La Negociación Conjunta COMISCA se define como un mecanismo que favorece el acceso a medicamentos de calidad, seguros y eficaces a un menor precio que los obtenidos en adquisiciones individuales, logrando un precio unificado para la Región. (COMISCA, 2016)

Categoría 2. Educación**Descripción:**

La segunda categoría de análisis, corresponde a la educación en Costa Rica y su impacto en la formación de profesionales en el área de salud en República Dominicana. La educación es “la comunicación organizada y sustentada, que está diseñada para producir aprendizaje.” (OECD-2004).

El argumento expuesto por la empresa es el siguiente:

- ✓ “En República Dominicana toda la actividad medica de educación e intercambio se hace con Centroamérica y más aun con CR donde se han formado muchos médicos y farmacéuticos.” (Entrevistado 1)

Análisis:

Según el entrevistado, la formación de profesionales en medicina y farmacéutica en República Dominicana se desarrolla con especial atención en Costa Rica. Según la Organización Panamericana de la Salud, el Ministerio de Salud de República Dominicana y la Escuela Andaluza de Salud Pública, los médicos en República Dominicana (2010):

La mayoría (54.7%) ha estudiado o ejercido la profesión en el país, sin verse en la necesidad de emigrar; seguida por el 30.7% que emigró en busca de hacer una especialidad o ejercer su profesión y regresó a la República Dominicana; en tanto que existe una pequeña proporción (5.3%) que en la actualidad se considera emigrante.

Las razones por las que dichos profesionales deciden emigrar suelen ser variadas, sin embargo, dentro de las estas se pueden encontrar las personales y familiares, laborales, profesionales, entre otras. En este sentido, “se observa que las razones vinculadas con el desarrollo profesional y laboral tuvieron mayor relevancia para los profesionales que manifestaron haber emigrado en busca de un título de especialización o una plaza de trabajo, entre un 80.7% y 66.9% respectivamente” (Organización Panamericana de la Salud, el Ministerio de Salud de República Dominicana y la Escuela Andaluza de Salud Pública, los médicos en República Dominicana, 2010).

La formación académica de los médicos dominicanos, a través de intercambios de tipo educacional con Costa Rica, permite atender nuevas necesidades generadas por los pacientes que utilizan el sistema de salud en República Dominicana, lo que mejora la resiliencia de este de proveer los servicios necesarios a sus afiliados. Es así como, por ejemplo, una mayor especialización de los profesionales de la medicina genera una expansión del primer nivel de atención de cobertura, por lo menos inicialmente, provocada por el aumento de la demanda de servicios especializados, al detectar problemas que anteriormente no eran atendidos.

Categoría 3. Modelo de seguro social costarricense**Descripción:**

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la tercera categoría de análisis, la cual corresponde al modelo de seguro social costarricense. La seguridad social se comprende como el “conjunto de medidas que la sociedad proporciona a sus integrantes con la finalidad de evitar desequilibrios económicos y sociales que, de no resolverse, significarían la reducción o la pérdida de los ingresos a causa de contingencias como la enfermedad, los accidentes, la maternidad o el desempleo, entre otras.” (Elibeth Venegas, 2014)

El argumento expuesto por la empresa es:

- ✓ “En República Dominicana se tiene una excelente percepción de la calidad de la medicina costarricense generado por el Seguro Social que ha sido como el modelo a seguir.” (Entrevistado 1)

Análisis:

El Seguro Social de Costa Rica ha estado en un proceso de desarrollo de las oportunidades de mejora continua, para elevar la calidad de los servicios de salud brindados a la población costarricense. Muestra de esto es la transformación que dicho sistema ha logrado durante los años de funcionamiento que tiene.

Según Rafael Vargas (1997) “el proyecto de modernización aplicado a la Caja Costarricense de Seguro Social, desde sus inicios proyectó el impulso de servicios con calidad, eficacia, eficiencia, efectividad y racionalidad de los recursos. Varios proyectos fueron puestos en marcha con el fin de mejorar la calidad de los servicios y se impulsaron diversos proyectos con base en la capacitación de diferentes grupos de trabajo.”

Dicha modernización también tuvo un impacto en la medicina costarricense, ya que promovió programas sectoriales de mejoramiento continuo de la calidad y equipos de profesionales de los hospitales públicos, las regiones y las áreas de salud, capacitados en métodos y herramientas para identificar problemas relacionados con la atención y la formulación de propuestas de intervención para la mejora continua de la calidad.

Es así como, según Donabediam en 1980, Roemer y Montoya en 1988 y Pálmer en 1989, “la calidad en servicios de salud se expresa en una actividad continua de evaluación y de revisión de valores, de incremento del compromiso y de un fuerte contrato psicológico con la visión y la misión de la institución”.

Categoría 4. Buena reputación

Descripción:

La cuarta categoría de análisis, corresponde a la buena reputación que presentan los medicamentos costarricenses en República Dominicana. La buena reputación se considera como la “opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo.” (RAE, 2017).

El argumento expuesto por la empresa es:

- ✓ “Los medicamentos de Costa Rica tienen una buena reputación en el mercado dominicano debido a la cercanía existente entre la comunidad médica y farmacéutica.” (Entrevistado 1)

Análisis:

Según el entrevistado, uno de los factores por los cuales los medicamentos costarricenses tienen buena acogida en el mercado dominicano, es por la buena reputación de la cual estos gozan, lograda a través de la relación que existe entre la comunidad médica y farmacéutica entre los dos países.

La continuidad en la comercialización de productos farmacéuticos en diferentes regiones del mundo, los conocimientos sobre el medicamento en cuestión o la posibilidad de seguir investigando y desarrollando en nuevas aplicaciones para beneficio de determinados grupos de pacientes, son atributos con los que se le vinculan a los productos farmacéuticos costarricenses, lo que contribuye a la buena reputación de estos últimos, en el mercado de República Dominicana.

Este atributo se vuelve esencial en una industria donde cada día más se avanza en el compromiso de apostar por una ética empresarial transparente en las relaciones con los

profesionales sanitarios y las diversas administraciones con el fin último de avanzar en materia científica y contribuir a mantener un sistema de salud vanguardista y sostenible en el tiempo, así como promover el “equilibrio en los materiales promocionales y asegurar la calidad y eficacia de sus productos” (Portafolio, 2014).

Categoría 5. Percepción de calidad

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la quinta categoría de análisis, la cual corresponde percepción de calidad de la medicina y los aspectos que influyen en la percepción de calidad de los medicamentos entre los dominicanos. Según el Ministerio de Salud de Perú “la percepción de la calidad es el resultado de una comparación del paciente con el desempeño actual del producto o servicio.” (2002).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son los siguientes:

- ✓ “En República Dominicana se tiene una excelente percepción de la calidad de la medicina costarricense generado por el Seguro Social que ha sido como el modelo a seguir.” (Entrevistado 1)

- ✓ “Debe tenerse conocimiento de todos los puntos que influyan en el cliente.” (Entrevistado 4)

- ✓ “Mientras que el producto cumpla con las expectativas de país, este ingresara al mercado.” (Entrevistado 5)

Análisis:

La medicina costarricense se ha perfilado como de calidad en República Dominicana debido a las políticas y estrategias aplicadas por el Seguro Social costarricense, en las cuales este busca volver a los valores de satisfacer al usuario, aprovechar los recursos disponibles y mantener la pericia en los diferentes campos profesionales que permitan adecuar al sistema de salud a las

necesidades de la población, particularmente los más necesarios y dar servicios accesibles y equitativos.

Así también, otro aspecto que influye en la percepción de calidad de los medicamentos en República Dominicana se explica en la cultura de esta última. Existe una tendencia por parte del consumidor dominicano, de preferir productos importados sobre la producción nacional, ya que son vistos de mejor calidad. Al igual, los dominicanos prefieren ver el producto y esperan servicios postventa. Esto se ha convertido en un factor determinante en las decisiones de compra de los dominicanos.

Es así como se comprende que la percepción de calidad es determinada por variedad de factores, que no se limitan a solo uno. Según Martha Cecilia Rodríguez Vargas (2012):

La experiencia demuestra que los usuarios perciben la calidad de una forma mucho más amplia que el simple hecho de percibir la calidad en el producto adquirido, de ahí que surge la necesidad de que las empresas definan la calidad de la misma manera que lo hacen los usuarios.

Categoría 6. Competencia

Descripción:

La sexta categoría de análisis, corresponde a la competencia en el mercado de medicamentos en República Dominicana. La primera se comprende como la “situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.” (RAE, 2017)

El argumento expuesto por la empresa es:

- ✓ “A pesar de que el mercado es muy competido y con prácticas poco éticas e nivel del comercio de medicamentos, aún hay muchas oportunidades de incursionar con éxito. (Entrevistado 1)

Análisis:

Según los entrevistados, a pesar de representarse como un mercado muy competido y con problemas de índole ético, el mercado de medicamentos de República Dominicana continúa presentando muchas posibilidades de comercio de dichos productos en ese país del Caribe.

El sector de medicamentos es un sector muy sensible en la economía ya que está íntimamente relacionado al sector salud, el cual es de suma importancia desde el punto de vista social y económico debido a que su oferta disponible incide grandemente en la salud de la población. Es así como, un mercado como el farmacéutico, presenta una alta participación de actores, en la cual, cada uno de ellos cumple con una función específica en la generación de la renta farmacéutica.

En el caso de República Dominicana, se puede encontrar con “productos de una diversidad de empresas (456 corporaciones). Los líderes son tanto los grandes laboratorios internacionales de I+D como los laboratorios nacionales.” (Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, 2014).

A pesar de esto, el mismo mercado presenta oportunidades claras para el ingreso de medicamentos en varios segmentos, como lo son productos de alto costo para la atención de enfermedades raras y medicamentos esenciales administrados por el sistema de salud público dominicano, así como también la demanda a nivel privado de medicamentos, expendidos a través de farmacias y otros establecimientos.

Categoría 7. Regulaciones en República Dominicana**Descripción:**

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la séptima categoría de análisis, la cual corresponde a las regulaciones en República Dominicana.

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Para exportar a República Dominicana hay que entender que las regulaciones existentes pueden ser una barrera.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Lo ideal es vender directo a la cadena y que ellos hagan los registros.” (Entrevistado 3)
- ✓ “Existe una ley en República Dominicana que obliga a las empresas exportadoras hacerlo por medio de un único distribuidor y en muchos casos estos temas no se conocen.” (Entrevistado 4)
- ✓ “Para vender un producto, este es presentado al Ministerio de Salud y este da la libre venta.” (Entrevistado 5)
- ✓ “El mercado tenía barreras no arancelarias que afectaban los procesos de aprobación.” (Entrevistado 6)
- ✓ “En lo que respecta a la promoción un medicamento, especialmente los de consumo masivo, son un poco más abiertos, no hay tantas trabas.” (Entrevistado 7)

Análisis:

Según los entrevistados, las regulaciones que presentan el ingreso de medicamentos hacia el mercado de República Dominicana, deben ser comprendidas de forma que las empresas se adapten al entorno en el que este último se desarrolla, contemplando variables como los canales de distribuciones, la promoción, etc., con el propósito final de lograr insertar sus productos exitosamente.

En República Dominicana, los productos farmacéuticos (medicamentos) se manejan en un esquema de libertad con vigilancia estatal. Dicha vigilancia se refleja en los requisitos y regulaciones que presentan el registro, ingreso, comercialización y promoción de dichos productos en ese país caribeño

Entre las regulaciones más comunes se encuentran:

- ✓ El Reglamento de Medicamentos. Este regula:

La fabricación, elaboración, control de calidad, suministro, circulación, distribución, comercialización, información, publicidad, importación, almacenamiento, dispensación, evaluación, registro y donación de los medicamentos, así como el uso racional de los mismos en el Sistema Nacional de Salud. (Ministerio de Salud Pública Dominicana, 2016).

Esta regulación también aplica a los establecimientos farmacéuticos, sus especificaciones y funciones, así, como las normas requerimientos y exigencias relativas a seguridad, eficacia y calidad, de medicamentos, productos sanitarios, cosméticos, productos de higiene personal, productos farmacéuticos de origen natural que se comercialicen con fines terapéuticos y productos de higiene del hogar.

- ✓ Reglamento Técnico que regula la publicidad y promoción de medicamentos, cosméticos, productos sanitarios, de higiene personal y del hogar. Este:

Aplica a las actividades de publicidad de medicamentos de venta libre, sin receta médica (OTC), promoción de medicamentos bajo prescripción médica o receta médica, cosméticos, productos de higiene personal, del hogar y productos sanitarios, a ser difundidos en el territorio nacional independientemente de su procedencia y de los medios de difusión que se utilicen, y a todas las personas e instancias que intervienen en el proceso. (Ministerio de Salud Pública Dominicana, 2016)

Categoría 8. Influencia del sector privado sobre el sector público

Descripción:

La octava categoría de análisis, corresponde a la influencia del sector privado sobre el sector público en República Dominicana. La influencia se comprende como la “persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio.” (RAE, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Eso si la política juega un rol importante, para lograr exportar es necesario contar con alguna empresa local distribuidora de reputación, que logre hacer gestión en base a su

influencia en las entidades del estado que manejan los procesos de importación en el país.”
(Entrevistado 1)

- ✓ “Hay que pagarle al dependiente de la farmacia para que impulse la venta de mi producto.”
(Entrevistado 4)

Análisis:

Analizando las respuestas de los entrevistados, se encuentra que para lograr exportar y comercializar medicamentos en República Dominicana, es necesario contar personas o empresas que faciliten los procesos de ingreso de dichos productos, regulados por las instituciones públicas. Así también es necesario comprender que dentro de la industria de comercialización de medicamentos se presentan conflictos de índole ético que afectan a las empresas que venden dichos productos en este país.

Es así como, por ejemplo, en la prescripción de medicamentos:

Los actores que intervienen no son sólo el médico y el paciente. En ese instante se hacen presentes las influencias de instancias como la administración sanitaria, la legislación, la industria farmacéutica, la estructura de la asistencia sanitaria, etc. Todas esas influencias pueden crear conflictos entre sí. (Alfredo Cano Garcinuño, 2009)

Categoría 9. Cultura

Descripción:

La novena categoría de análisis, corresponde a la cultura de República Dominicana. La cultura es definida como “el conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos.” (José Herrero, 2002).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Dado el vínculo social y cultural de Dominicana con EU es importante a la hora de exportar tener claridad que los dominicanos tienen en su gran mayoría una aspiración de

convertirse en Ciudadanos Norteamericanos, esto puede ayudar si el exportador muestra algún vínculo o imagen de producto norte americanizado, los símbolos son significativos en este país.” (Entrevistado 1)

- ✓ “Una de los puntos más importantes para lograr comercializar medicamentos en República Dominicana es homologar los nombres de estos a la costumbre local.” (Entrevistado 3)
- ✓ “Es importante conocer datos como el PIB, calidad y cultura, datos que permitan analizar márgenes y productos a elegir que puedan competir dentro del mercado.” (Entrevista 2)

Análisis:

Según Rodríguez, A. (2014) la cultura “influye en las negociaciones internacionales, los procesos de negociaciones y finalmente en la manera de hacer negocios.”

En República Dominicana los últimos años, las influencias externas provocadas por la apertura económica y la globalización de los mercados han provocado una tendencia en la población a seleccionar productos alimenticios de mayor calidad y/o productos más saludables. Los consumidores dominicanos están muy influenciados por Estados Unidos, el cual proviene del traspaso de valores culturales de este país norteamericano hacia amplios sectores sociales dominicanos, tanto por la importancia en el comercio bilateral como por los más de 1,5 millones de dominicanos que residen en los Estados Unidos.

También existe una clara tendencia por parte del consumidor dominicano, de preferir productos importados sobre la producción nacional, ya que son vistos de mejor calidad. Al igual que los dominicanos prefieren ver el producto y esperan servicios postventa. Esto se ha convertido en un factor determinante en las decisiones de compra de los dominicanos.

Es por eso que, para exportar medicamentos hacia República Dominicana, se debe de comprender la importancia de factores como el vínculo social y la costumbre local a la hora de realizar negociaciones con los dominicanos, ya que se deben determinar las mejores prácticas comerciales que incorporen dichos aspectos, con el propósito de lograr incursionar en ese mercado exitosamente.

Categoría 10. Representación comercial

Descripción:

Con base en el instrumento que se utilizó para desarrollar la presente investigación se presenta la undécima categoría de análisis, la cual corresponde a la representación comercial. Según la Real Academia Española la representación se comprende como “conjunto de personas que representan a una entidad, colectividad o corporación.” (2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Eso si la política juega un rol importante, para lograr exportar es necesario contar con alguna empresa local distribuidora de reputación, que logre hacer gestión en base a su influencia en las entidades del estado que manejan los procesos de importación en el país.” (Entrevistado 1)

- ✓ “Es importante realizar un estudio para determinar de la gama de productos que ofrecemos cuales podrían tener potencial en este mercado, para ello fue vital el apoyo de nuestros socios comerciales en este país.” (Entrevistado 2)

Análisis:

Según los encuestados, dadas las restricciones que presenta la fabricación, elaboración, control de calidad, suministro, circulación, distribución, comercialización, publicidad, importación y almacenamiento en República Dominicana, es necesario que exportadores costarricenses que deseen enviar medicamentos hacia este país, cuenten con un agente o contacto local, que permita agilizar los procesos de ingreso de dichas mercancías en las instituciones del gobierno dominicano que regulan este mercado y la venta de dichos productos en los diferentes establecimientos o comercios que ponen a disposición de la población dominicana estos, con el propósito de ingresar exitosamente a este mercado y a su vez, determinar cuáles productos tendrían mejor acogida en ese país.

La aparición del agente o representante comercial “se justifica en una necesidad económica del fabricante, sea para expandir su mercado a otras fronteras sin invertir capital o no asumir riesgos. Por ende, el fabricante designa a un agente comercial como único y exclusivo en un determinado territorio para que desarrolle su actividad, en estricta colaboración comercial con su principal, en calidad de comerciante independiente.” (Mauricio José Guido Núñez y Adriana Chavarría Araya, 2014)

Categoría 11. Calidad

Descripción:

La undécima categoría de análisis, corresponde a la calidad de los medicamentos exportados hacia República Dominicana. La calidad se comprende como el “conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas” (Daniel Tabuenca, 2014).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Los productos que se importan deben llenar alguna necesidad y contar con las condiciones de calidad pertinentes.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Es importante conocer datos como el PIB, calidad y cultura, datos que permitan analizar márgenes y productos a elegir que puedan competir dentro del mercado.” (Entrevistado 2)
- ✓ “Por su ingreso, la mayoría de la población, muchas veces compra medicamentos que no necesariamente satisfacen su necesidad” (Entrevistado 5)

Análisis:

La industria farmacéutica es una de las más importantes en la sociedad, ya que es un elemento fundamental dentro del área de salud a nivel mundial. Su fundamento es la investigación y desarrollo de medicamentos para prevenir o tratar las diversas enfermedades y alteraciones.

Por esta razón las empresas farmacéuticas tienen una gran responsabilidad en brindar la más alta calidad a sus clientes, tanto al médico, como al paciente que es el consumidor final.

En República Dominicana, no solo se debe de satisfacer una necesidad de tipo epidemiológico para lograr ingresar al mercado de medicamentos, sino que también estos deben presentar características que garanticen que los pacientes reciben productos que son seguros, eficaces y aceptables, como lo son la garantía de calidad, la inocuidad y la funcionalidad. Los medicamentos también son sujetos de regulaciones que el Estado Dominicano basa en políticas y normas que regulan los componentes relacionados con el mercado y con los de servicios de salud que incluyen, además de los recursos humanos y las tecnologías, los insumos, equipos y suministros.

Es así como, dichas regulaciones al sector permiten garantizar la calidad de los productos de los medicamentos durante su desarrollo, producción, mercadeo, distribución, prescripción, y precios y con ello, orientarse a lograr el acceso, la equidad y eficiencia deseada, donde los principales beneficiarios deben ser los grupos más vulnerables de la sociedad dominicana.

Ejemplo del esfuerzo realizados por República Dominicana para garantizar medicamentos de alta calidad para sus habitantes se encuentra es la Política de medicamentos de Centroamérica y República Dominicana. Esta busca entre otros aspectos “fortalecer las instancias técnicas responsables de garantizar los estándares de calidad de los medicamentos que se ponen a disposición de la población de la región, tanto del sector público como privado.” (Comité Técnico Subregional de Medicamentos, 2006).

Categoría 12. Poder de negociación

Descripción:

La duodécima categoría de análisis, corresponde al poder de negociación. El poder de negociación consiste en “la relación entre el coste que ofrece el desacuerdo con la otra parte y el coste que implica el acuerdo con la otra parte”. (Gestion.org, 2017)

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Negociar en dominicana es muy simple si lo que se ofrece en el proceso es atractivo para ambas partes, si los productos que se van a exportar son atractivos por su demanda, si los precios permiten una rápida generación de demanda, si los planes estratégicos y tácticos son atractivos, si hay una inversión que permita una rápida penetración de mercado.” (Entrevistado 1)

- ✓ “Una buena estrategia en todo caso, sería realizar alianzas con empresas farmacéuticas de República Dominicana, para que, si desde Costa Rica se exporta un producto, se haga una alianza con una empresa farmacéutica de allá y mientras que se produzca allá el etiquetado, se haga la tramitología y hasta se les puede vender la marca desde aquí para introducir el producto y colocarlo poco a poco.” (Entrevistado 7)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, se comprende que el acceso al mercado de medicamentos en República Dominicana depende de un conjunto amplio de factores, entre los que se encuentran un producto atractivo, precios e inversiones, que permitan la sostenibilidad de los planes de comercialización y expansión de dichos productos en este mercado caribeño.

Los precios ofertados por medicamentos influyen a la hora de hacer negociaciones en República Dominicana. Según Fernando Lamata, Ramón Gálvez, Pedro Pita Barros, Javier Sánchez Caro (2015):

El precio de un producto se sitúa entre dos extremos: por un lado, el coste de producción; por otro lado, el precio más alto que esté dispuesto a pagar un consumidor, lo que se denomina precio por el “valor” del producto. Los consumidores (en este caso los pacientes y los sistemas de salud) quieren el primer precio, más bajo; las empresas productoras quieren el segundo.

Es a razón de esto que se vuelve indispensable ofrecer un producto atractivo que satisfaga las necesidades de la población dominicana en materia de salud, como un elemento de valor agregado que disperse el factor precio y en donde los esfuerzos de las empresas costarricenses deben de enfocarse para ingresar a nichos de mercado como el de la demanda a nivel privado, la

demanda de medicamentos producida por programas de atención de enfermedades raras y el mercado de medicamentos de alto costo.

Además, es importante utilizar alianzas de tipo privado con empresas en el ámbito local dominicano que permitan dar un valor agregado en la comercialización de los medicamentos, al ofrecer un servicio oportuno y eficaz, para lograr un exitoso acceso al mercado de medicamentos en este país caribeño.

Categoría 13. Penetración de mercado

Descripción:

La decimotercera categoría de análisis, corresponde a la penetración de mercado. La penetración de mercado tiene como propósito “aumentar la cuota de mercado de un producto existente o introducción de nuevos productos para ganar cuota de mercado a través de descuentos por volumen, publicidad, precios más bajos, o agrupación como una estrategia.” (Diccionario de Leyes, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Negociar en dominicana es muy simple si lo que se ofrece en el proceso es atractivo para ambas partes, si los productos que se van a exportar son atractivos por su demanda, si los precios permiten una rápida generación de demanda, si los planes estratégicos y tácticos son atractivos, si hay una inversión que permita una rápida penetración de mercado.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Es importante realizar un estudio para determinar de la gama de productos que ofrecemos cuales podrían tener potencial en este mercado.” (Entrevistado 2)
- ✓ “Una buena estrategia en todo caso, sería realizar alianzas con empresas farmacéuticas de República Dominicana, para que, si desde Costa Rica se exporta un producto, se haga una alianza con una empresa farmacéutica de allá y mientras que se produzca allá el etiquetado,

se haga la tramitología y hasta se les puede vender la marca desde aquí para introducir el producto y colocarlo poco a poco.” (Entrevistado 7)

- ✓ “Mientras que el producto cumpla con las expectativas de país, este ingresara al mercado.” (Entrevistado 5)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, se comprende que para que una empresa logre ingresar al mercado de medicamentos en República Dominicana, es importante que se caracterice por estar orientada al este, al conocer los aspectos necesarios que permitan desarrollar una estrategia de penetración de mercado, bajo las condiciones actuales que presenten este, y con el propósito de lograr competir exitosamente dentro del sector.

En República Dominicana, el mercado de medicamentos se caracteriza por tener una demanda a nivel privado mayor que a nivel institucional. Es por eso al concentrarse en el primero se tiene que dentro de las estrategias de penetración de mercado que se pueden utilizar para atender la dicha demanda se encuentra la identificación de farmacias que sirvan de punto de venta para los productos farmacéuticos costarricenses, con el objetivo de centralizar el ofrecimiento de dichos productos a clientes potenciales, la utilización de distribuidores que permitan un rápido crecimiento y expansión del mercado de un producto, potencializar la imagen del productos farmacéuticos costarricenses y así como ofrecer un servicio al cliente personalizado.

Categoría 14. Ente comercial aprobado

Descripción:

La decimocuarta categoría de análisis, la cual corresponde al ente comercial aprobado. Un ente comercial o empresa comercial se comprende “aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas.” (Actualícese, 2014).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Se debe contar con algún ente comercial local aprobado que logre pasar por el proceso de importación.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Nuestros productos son vendidos en el mercado privado (farmacias) por medio de distribuidores.” (Entrevistado 2)
- ✓ Generalmente en un país como República Dominicana, con tener la aprobación de entes de Europa o Estados Unidos, permiten el ingreso de medicamentos más fácilmente. (Entrevista 7)
- ✓ Lo ideal es vender directo a la cadena y que ellos hagan los registros. (Entrevistado 3)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, los entrevistados consideran que para lograr ingresar y comercializar medicamentos en República Dominicana se debe manejar estos últimos a través de figuras comerciales como farmacias, distribuidoras autorizadas, etc. que permitan el posicionamiento de dichos productos en este mercado caribeño.

Según Dolores Frías Jamilena (2001) la industria farmacéutica es “sector afectado por los continuos cambios que se están produciendo en su entorno y por las actuaciones de las partes que intervienen en la comercialización de productos farmacéuticos.” Los intermediarios de este sector son entonces en esencia los que permiten que los productos farmacéuticos lleguen a su destino, el cual son los pacientes, en buenas condiciones, lo que influye en la atención oportuna que reciben estos últimos en el tratamiento de sus padecimientos, ofrece al consumidor la posibilidad de elegir dónde va a adquirir aquellos productos que necesita, y por ende una mejora en la experiencia de compra para el consumidor.

Categoría 15. Exclusividad

Descripción:

La decimoquinta categoría de análisis, corresponde a la exclusividad dada a las figuras comerciales en República Dominicana.

El argumento expuesto por la empresa es:

- ✓ “Se debe evitar dar exclusividades por la posibilidad de someterse a condiciones comerciales desgastantes para el exportador.” (Entrevistado 1)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, el entrevistado considera que se debe evitar dar derechos de exclusividad a las diferentes figuras comerciales presentes en el proceso de ingreso de medicamentos costarricenses hacia el mercado República Dominicana, ya que esto puede conllevar procesos extensos o innecesarios en la formalización de procedimientos, para una compañía que simplemente desea vender o distribuir medicamentos, lo cual entorpece el proceso de exportación de dichos productos a este mercado en el Caribe.

Según Rolando Vázquez “algunos elementos de la relación comercial son potencialmente mayores fuentes de conflicto para las empresas industriales, como lo puede ser problemas derivados del deseo de control del fabricante o, alternativamente, de la independencia del distribuidor, y deficiencias de la oferta de producto, comunicación y/o apoyo del fabricante.” (2017)

Categoría 16. Mercado

Descripción:

La decimosexta categoría de análisis, corresponde al mercado. El mercado es el “conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público”. (RAE, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Es mejor entrar a Dominicana con un producto común que ya existe en este mercado, que con uno que no se vende aun ahí, porque la marca ha tenido un proceso de vida donde se ha hecho promoción, publicidad y ya el mercado la reconoce.” (Entrevistado 6)

- ✓ “Las empresas que quieran incursionar deben tener claridad que es un mercado bastante cerrado en términos de los participantes y que en general todos estos, como es el caso de los distribuidores, se conocen mucho y tienen relaciones incluso familiares. Todas son empresas familiares con lazos unos con otros.” (Entrevistado 1)

- ✓ “Mientras que el producto cumpla con las expectativas de país, este ingresara al mercado.” (Entrevistado 5)

Análisis:

Según los entrevistados consultados, se considera que, en República Dominicana, el nivel de participación en el mercado de distribuidores de medicamentos es bajo, ya que las empresas existentes en ese país, tienen relaciones comerciales y hasta familiares entre ellas, lo que puede conllevar a problemas en la cadena de distribución. En una relación comercial, las exclusividades representan fuentes importantes de conflictos para las empresas industriales, ya que se caracterizan por la concesión de exclusividad de distribución del producto a unos pocos distribuidores, lo que limita considerablemente las posibilidades de promoción y posicionamiento de los productos farmacéuticos en diferentes regiones geográficas este país, de las que permite la concesión.

Según la Política Farmacéutica Nacional (2006), en República Dominicana:

Los distribuidores son mayoritariamente firmas de capitales locales. Los distribuidores son quienes, por un lado, abastecen al mercado institucional participando de licitaciones públicas; y por otro lado, abastecen a las farmacias y cadenas de farmacias, que conforman el canal de comercialización minorista del mercado privado.

Categoría 17. Población

Descripción:

La decimoséptima categoría de análisis, corresponde a la población de República Dominicana. La población es el “conjunto de personas que habitan en un determinado lugar.” (RAE, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Es común que en República Dominicana haya una escasez de productos especializado por un tema de costos, por el poder adquisitivo de la población”. (Entrevistado 6)
- ✓ “La población de Dominicana es de más de 10 millones de habitantes o sea es una población muy superior a la nuestra por lo que es atractivo a pesar de su ingreso per cápita es más bajo que el nuestro.” (Entrevistado 1)
- ✓ Generalmente las empresas farmacéuticas grandes, se empeñan en venderle a las personas ricas, ya que, si bien es cierto, esta población es pequeña, esta tiene un poder adquisitivo demasiado alto. (Entrevista 4)
- ✓ “Por su ingreso, la mayoría de la población, muchas veces compra medicamentos que no necesariamente satisfacen su necesidad” (Entrevistado 5)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, se interpreta que la población es un aspecto importante en el análisis que se debe realizar para enviar medicamentos hacia República Dominicana, a pesar de su bajo ingreso per cápita, comparado con Costa Rica.

En República Dominicana el consumo de medicamentos por parte de la población va en aumento. Esta basa su consumo de dichos productos en aspectos de índole cultural, de percepción,

ingreso, etc, pero principalmente por la necesidad de satisfacer sus necesidades en el tratamiento de sus padecimientos. Esto se ve reflejado en la composición del gasto en medicamentos y los entes comerciales en República Dominicana.

Según la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de República Dominicana (2014) “el mercado dominicano privado de medicamentos alcanzó un valor de US\$ 529 millones en 2014.” Así también, la mayoría del gasto se da las farmacias y otros establecimientos que comercializan al por menor todos los productos del mercado.

Categoría 18. Producto Interno Bruto e ingreso per cápita

Descripción:

La decimoctava categoría de análisis, corresponde al Producto Interno Bruto e ingreso per cápita en República Dominicana. El Producto Interno Bruto es “el total de lo que se produce con los recursos que se han utilizado en la economía, valorando cada bien final o servicio al precio que se maneja comúnmente en el mercado.” (Banco de la República de Colombia, 2017)

Por otra parte, el ingreso per cápita hace “referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, etc. El ingreso nacional corresponde a la suma de todos los ingresos individuales de los nacionales de un país.” (Banco de la República de Colombia, 2017).

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “La población de Dominicana es de más de 10 millones de habitantes o sea es una población muy superior a la nuestra por lo que es atractivo a pesar de su ingreso per cápita es más bajo que el nuestro.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Es importante conocer datos como el PIB, calidad y cultura, datos que permitan analizar márgenes y productos a elegir que puedan competir dentro del mercado.” (Entrevistado 2)

- ✓ “Generalmente las empresas farmacéuticas grandes, se empeñan en venderle a las personas ricas, ya que, si bien es cierto, esta población es pequeña, esta tiene un poder adquisitivo demasiado alto.” (Entrevistado 4)
- ✓ “Por su ingreso, la mayoría de la población, muchas veces compra medicamentos que no necesariamente satisfacen su necesidad” (Entrevistado 5)
- ✓ “Es común que en República Dominicana haya una escasez de productos especializado por un tema de costos, por el poder adquisitivo de la población”. (Entrevistado 6)
- ✓ “Un dominicano, de ingreso medio, va conseguir el mejor medicamento, no importa el precio, para tratar de controlar su enfermedad.” (Entrevistado 7)

Análisis:

El PIB entendido como el valor del gasto total en la producción de bienes y servicios que produce un flujo de ingresos y gastos realizados por los miembros de una economía, siendo estos últimos, las familias y las empresas, y el ingreso per cápita como el ingreso que cada uno de estos miembros tiene, se considera uno de los aspectos más importantes para determinar la idoneidad de comercializar de productos y servicio en un país, ya que se determina la capacidad de consumo que los diferentes actores de la economía poseen dentro de esta.

Según Federico Tobar y Evangelina Martich (2014) “en América Latina la mayor parte de la financiación de los medicamentos (alrededor de dos tercios) proviene de los ingresos de los hogares.” Es así, también basado en las opiniones de los entrevistados, que se considera oportuno comprender la dinámica del ingreso de los habitantes y de la economía en general en República Dominicana, para determinar cuál nicho de mercado atender, ya que por la variedad en el ingreso que existe entre la población, esta tiene diferentes hábitos y necesidades de consumo de medicamentos.

Categoría 19. Burocracia, obstáculos y barreras en Costa Rica

Descripción:

La decimonovena categoría de análisis, corresponde a la burocracia, obstáculos y barreras en Costa Rica. Según la RAE (2017) la burocracia se determina como la “organización regulada por normas que establecen un orden racional para distribuir y gestionar los asuntos que le son propios.”

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Creo que dadas las relaciones comerciales que existen con República Dominicana, y que en este país somos vistos como un modelo a seguir, se debería aprovechar este vínculo e imagen para fortalecer aún más a través de intercambios de diversa índole, las relaciones comerciales, y lograr reducir algunos procedimientos que podrían verse como obstáculos o barreras al deseo de comercializar en República Dominicana.” (Entrevistado 1)
- ✓ “En Costa Rica el sistema de exportación es bastante sólido y exigente, aunque burocrático. Debería ser más expedito.” (Entrevistado 1)
- ✓ “... sin embargo, dada las relaciones de socio en tratados de comercio como el tratado comercial con EU, donde Costa Rica lidero la negociación la cual fue de mucho beneficio para República Dominicana, permite lograr las aprobaciones con mayor ligereza de la que se observa en Costa Rica. Su proceso de registro sanitario es mucho más expedito que el existente en Costa Rica.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Considero que instituciones como Comex y Procomer deberían de dar charlas que permitan ampliar el conocimiento sobre temas de comercio internacional enfocados con este país para así fomentar las exportaciones e impulsar a nuevas empresas a incursionar en este mercado” (Entrevistado 2)

- ✓ “Dentro de los obstáculos más grande al exportar medicamentos a República Dominicana está el posicionamiento de marca” (Entrevistado 3)

- ✓ Estas deben de homologar los dossier y registros de productos (Entrevistado 3)

- ✓ “Las instituciones como Comex y Procomer deberían de dar una mayor divulgación de las condiciones especiales con las que pueden contar los exportadores al enviar productos hacia Dominicana.” (Entrevistado 4)

- ✓ “El tema de acceso a la información es terrible, un trabajo con Comex o Procomer es terrible, es demasiado burocrático, se dura demasiado tiempo para tener una cita, para que le contesten una pregunta, se si considera que, para exportar estas instituciones, son lo más inmediato para que me ayuden a colocar este producto allá” (Entrevistado 7)

Análisis:

Analizando los resultados obtenidos, la mayoría de los entrevistados expresan la necesidad de apoyo por parte de las instituciones o entidades que fomentan la exportación de productos en Costa Rica, para lograr mejores oportunidades de negocios en República Dominicana a través de capacitaciones, datos relevantes, información a la mano para las empresas exportadores, con el fin de ampliar su conocimiento y minimizar los riesgos cuando se tenga que realizar una exportación. La tramitología de Costa Rica y el largo proceso de obtención de la información para exportar, se entonces convierten en un verdadero obstáculo para los pequeños, grandes y medianos empresarios.

Según el Banco Mundial, un tema recurrente en los diagnósticos de la problemática de la burocracia en Costa Rica “es que los procesos gubernamentales ineficientes son uno de los mayores impedimentos a la competitividad” (2009)

Esto afecta negativamente las oportunidades de negocios que las empresas costarricenses puedan desarrollar en República Dominicana ya que las vuelve menos competitivas frente a sus pares en otros países que suplen al mercado de medicamentos en este país caribeño.

Categoría 20. Posicionamiento

Descripción:

La veinteava categoría de análisis, corresponde al posicionamiento. El posicionamiento se define como “es el lugar mental que ocupa la concepción del producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas competidores, además indica lo que los consumidores piensan sobre las marcas y productos que existen en el mercado.

Algunos de los argumentos expuestos por las empresas son:

- ✓ “Intercambio por ejemplo en el campo del turismo donde ellos nos llevan mucho camino adelante pero no están bien en el área de la salud, en estos aspectos podríamos vernos beneficiados los dos países si a nivel estatal se llegara a proponer algo así.” (Entrevistado 1)
- ✓ “Dentro de los obstáculos más grandes al exportar medicamentos a República Dominicana está el posicionamiento de marca” (Entrevistado 3)
- ✓ “En el caso de una acetaminofén o un medicamento común en el mercado, muy seguro va ganar el precio y la noción de la marca, del reconocimiento que tenga la marca.” (Entrevistado 7)
- ✓ “Dado que hace ya muchos años que los productos de la compañía se comercializan en este país, a hoy le puedo decir que nuestros productos ingresan sin mayor dificultad.” (Entrevista 2)
- ✓ “Es mejor entrar a Dominicana con un producto común que ya existe en este mercado, que con uno que no se vende aun ahí, porque la marca ha tenido un proceso de vida donde se ha hecho promoción, publicidad y ya el mercado la reconoce.” (Entrevistado 6)

Análisis:

El posicionamiento se utiliza para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor. Para llegar a esto se requiere según los entrevistados, que las empresas costarricenses ingresen sus productos en los nichos de mercado en los cuales puedan competir, conforme estas realicen investigaciones formales de marketing, para obtener un panorama más claro de lo que piensan los consumidores de los dichos productos.

Dentro de los aspectos que deben de considerar las compañías farmacéuticas costarricenses en sus planes de marketing para ingresar sus productos a República Dominicana, está la promoción de ventas que se define como “la herramienta de la mezcla de promoción que consiste en promocionar un producto o servicio a través de incentivos o actividades tales como ofertas, descuentos, cupones, regalos, sorteos, concursos, premios y muestras gratis.” (crece negocios, 2017). Esta impacta directamente el comportamiento de los compradores de una marca o una empresa, es por eso que, aunque la promoción no genere una compra inmediata, esta ayuda a fortalecer la identidad de marcas de las compañías, mejorando el reconocimiento a largo plazo.

También farmacéuticas costarricenses deben de tomar en cuenta la estrategia de posicionamiento mediante asociación. Esta se utiliza generalmente cuando un producto tiene un competidor muy fuerte y no posee un beneficio que lo destaque frente a los demás. Lo que se busca es asociar el producto a algo que tenga una posición ya consolidada. En el caso, de República Dominicana, esta es claramente útil, ya que el mercado de medicamentos en esa nación es muy competido y con gran cantidad de oferentes.

Interpretación de Datos

El sector de medicamentos es un sector muy sensible en la economía, ya que está íntimamente relacionado al sector salud, el cual es de suma importancia desde el punto de vista social y económico debido a que su oferta disponible incide grandemente en la salud de la población. El problema que enfrenta el sistema de salud público en República Dominicana se explica por el rezago epidemiológico, los problemas de eficiencia, un sector de seguridad social fragmentado, pero principalmente, por la informalidad, que lleva a una cobertura contributiva limitada, la cual refleja la desigualdad del ingreso de los dominicanos y provoca que dicha población carezca de otras opciones para atender sus padecimientos, de tal manera que traslada, obligatoriamente, la atención de esta a la protección social.

Esto ha conllevado a que, en el sector privado de medicamentos en República Dominicana, el principal agente financiero sea los hogares, que gastan dinero de su bolsillo para pagar consultas médicas, medios de diagnóstico, cuotas de recuperación en los hospitales, adquirir medicamentos en las farmacias y otros.

El consumo de medicamentos por parte de la población va en aumento. Esta basa su consumo de dichos productos en aspectos de índole cultural, de percepción, ingreso, etc., pero principalmente por la necesidad de satisfacer sus necesidades en el tratamiento de sus padecimientos. Esto se ve reflejado en la composición del gasto en medicamentos y los entes comerciales en República Dominicana.

Con el propósito de atender la demanda de medicamentos en República Dominicana se vuelve indispensable ofrecer un producto atractivo que satisfaga las necesidades de la población dominicana en materia de salud, como un elemento de valor agregado que disperse el factor precio y en donde los esfuerzos de las empresas costarricenses deben de enfocarse para ingresar a nichos de mercado como el de la demanda a nivel privado. Es por eso que dentro de los aspectos que deben de considerar las compañías farmacéuticas costarricenses en sus planes de marketing para ingresar sus productos a República Dominicana, está la promoción de ventas y la estrategia de posicionamiento mediante asociación.

Las empresas costarricenses también deben de considerar el ingreso per cápita como el como uno de los aspectos más importantes para determinar la idoneidad de comercializar de productos y servicio en un país, ya que se determina la capacidad de consumo que los diferentes actores de la economía poseen dentro de esta.

Así también, otro aspecto por considerar son las alianzas que las instituciones y empresas costarricenses pueden lograr con sus pares en República Dominicana para la transferencia de tecnología, para mejorar ventajas competitivas, siendo estas en materia de salud y turismo, aprovechar mayores oportunidades al consolidar la oferta y compartir riesgos, un mayor acceso a nuevos mercados de salud y turismo, canales de distribución que permitan la efectiva comercialización de productos médicos y la promoción del turismo entre los dos países, pero principalmente compartir la experiencia que ambos tienen en materia de salud y turismo respectivamente.

República Dominicana presenta crecimientos importantes en la demanda de medicamentos, en los diferentes mercados que componen este sector. Ejemplo de ello, es la tendencia al crecimiento de farmacias a lo largo del país, que buscan atender la demanda de productos comercializados por estas, la importación de medicamentos de alto costo para atención de pacientes afiliados a los programas de atención de enfermedades raras y la demanda de medicamentos provistos por el sistema de salud público dominicano, proveniente de los asegurados.

Se debe considerar que los medicamentos para la atención de enfermedades raras suelen ser importados, por ser el mercado farmacéutico local de producción doméstica de poco valor agregado, de difícil acceso, y de precio elevado, lo cual se explica por la falta de volúmenes para hacer menos costosa la producción de estos, como sucede con los medicamentos para enfermedades más frecuentes.

Como en cualquier otro mercado internacional, este último también presenta retos para las empresas costarricenses. Entre ellos se encuentra la gran penetración de industrias internacionales, filiales y laboratorios nacionales en República Dominicana, los cuales aumentan constantemente, las influencias de instancias como la administración sanitaria y la legislación, donde estas ejercen

control sobre los requisitos y regulaciones que presentan el registro, ingreso, comercialización y promoción de los medicamentos en República Dominicana, la industria farmacéutica, la estructura de la asistencia sanitaria, la necesidad de contar con un agente o contacto local, que permita agilizar los procesos de ingreso de los productos farmacéuticos en las instituciones del gobierno dominicano que regulan este mercado y la venta de dichos productos en los diferentes establecimientos o comercios que ponen a disposición de la población dominicana estos, el bajo nivel de participación en el mercado de distribuidores de medicamentos, entre otros aspectos.

Dada esta situación, las empresas costarricenses deben de echar mano de las ventajas con las que cuenta para ingresar a este mercado, como lo son la relación cercana entre la comunidad médica y farmacéutica de República Dominicana y Costa Rica, la buena recepción y percepción de calidad de la medicina y los medicamentos costarricenses lograda a través de la relación que existe entre la comunidad médica y farmacéutica entre los dos países y el sistema de Seguro Social costarricense, el cual es visto como un modelo a seguir en esta nación del Caribe, y con el objetivo final de concretar sus oportunidades de negocio de forma exitosa.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones de la Investigación

Habiendo cumplido con cada objetivo de la investigación, se determinaron las siguientes conclusiones:

La mayor parte del consumo de medicamentos en República Dominicana proviene del sector privado.

La mayor presión hacia el sistema de salud pública de República Dominicana proviene de los pacientes que utilizan este último.

Los programas de atención de enfermedades raras en República Dominicana demandan cada vez más medicamentos importados.

El incremento en el número de oferentes de medicamentos en República Dominicana es a causa del aumento en la demanda que han presentado dichos productos.

El mercado de medicamentos en República Dominicana presenta un aumento en la demanda.

La importación de medicamentos de alto costo presenta un incremento en el mercado de República Dominicana.

Las alianzas de tipo educacional con República Dominicana facilitarían las relaciones comerciales entre el país caribeño y Costa Rica, así como el intercambio producto entre estas.

La relación cercana entre la comunidad médica y farmacéutica de República Dominicana y Costa Rica ha permitido que los medicamentos procedentes de Costa Rica tengan una buena percepción en el mercado de República Dominicana.

La formación de profesionales en medicina y farmacéutica en República Dominicana se desarrolla con especial atención en Costa Rica.

El Seguro Social Costarricense ha permitido posicionar a la medicina de Costa Rica en República Dominicana como de excelente calidad.

Uno de los factores por los cuales los medicamentos costarricenses tienen buena reputación en República Dominicana es por la relación que existe entre la comunidad médica y farmacéutica entre ambos países.

A pesar de representarse como un mercado muy competido y con problemas de índole ético, el mercado de medicamentos de República Dominicana continúa presentando importantes posibilidades de comercio de dichos productos.

Las empresas costarricenses deben de adaptarse a las regulaciones que presentan el ingreso de medicamentos hacia el mercado de República Dominicana, para ingresar sus productos.

Para lograr exportar y comercializar medicamentos en República Dominicana, es necesario contar con personas o empresas que faciliten los procesos de ingreso de dichos productos, regulados por las instituciones públicas.

Los empresarios farmacéuticos costarricenses deben de comprender la importancia de factores como el vínculo social y la costumbre local a la hora de realizar negociaciones con los dominicanos.

Para lograr ingresar y comercializar medicamentos en República Dominicana las empresas costarricenses deben manejar estos últimos a través de figuras comerciales como farmacias, distribuidoras autorizadas, etc.

En República Dominicana, la calidad de los medicamentos es un factor importante a la hora de ser comprados por la población.

El acceso al mercado de medicamentos en República Dominicana depende de un conjunto amplio de factores, entre los que se encuentran un producto atractivo, precios e inversiones.

Para que una empresa farmacéutica costarricense logre ingresar al mercado de medicamentos en República Dominicana, esta debe tener una adecuada estrategia de penetración de mercado.

Los empresarios farmacéuticos costarricenses deben de contar con un ente comercial aprobado en República Dominicana que permita el posicionamiento de sus productos en ese mercado.

Se debe evitar dar derechos de exclusividad a las diferentes figuras comerciales presentes en el proceso de ingreso de medicamentos costarricenses al mercado República Dominicana

El nivel de participación en el mercado de distribuidores de medicamentos en República Dominicana es bajo.

La población juega un papel importante en la demanda de medicamentos en República Dominicana.

El ingreso per cápita influye en la demanda de medicamentos en República Dominicana.

La burocracia en Costa Rica afecta negativamente las oportunidades de negocios que las empresas farmacéuticas costarricenses puedan desarrollar en República Dominicana.

Las compañías farmacéuticas costarricenses deben de incorporar planes de *marketing* efectivos para ingresar sus productos a República Dominicana.

Recomendaciones

Se recomienda a los empresarios costarricenses tomar en cuenta que la mayor parte del consumo de medicamentos en República Dominicana proviene del sector privado, por lo que estos deben atender la demanda de forma que satisfagan las necesidades de la población en materia de tratamiento de enfermedades varias, a través de la comercialización de medicamentos enfocados a dicho sector.

Se recomienda a los empresarios costarricenses atender la demanda de medicamentos de alto costo, ofrecidos por los programas de atención de enfermedades raras en el sistema de salud público de República Dominicana, con el objetivo de comercializar los productos farmacéuticos en este nicho de mercado poco explorado hasta el momento. Esto se puede lograr a través del ingreso al programa de asistencia regional (COMISCA) que existe entre República Dominicana y la región centroamericana, en donde esta nación ofrece licitaciones para la compra de medicamentos para el sector público dominicano.

Se recomienda a las empresas farmacéuticas costarricenses promover las alianzas de tipo médico, educacional y de turismo con República Dominicana, con el objetivo de facilitar el intercambio de estos productos y mejorar las relaciones comerciales entre el país caribeño y Costa Rica. Dado que la mayoría de las alianzas entre Costa Rica y República Dominicana son en conjunto con otros países de la región, es necesario un mayor acercamiento bilateral con el país caribeño, para potenciar las oportunidades de negocios en ese país para Costa Rica.

Se recomienda a las empresas farmacéuticas costarricenses evitar dar exclusividades a las diferentes figuras comerciales presentes en República Dominicana, con el objetivo de eliminar procesos extensos o innecesarios en la formalización de procedimientos la exportación y comercialización de dichos productos a este mercado en el Caribe. Esto se puede lograr a través de una adecuada lectura del mercado, que permita identificar cuáles son las opciones disponibles para los exportadores costarricenses en materia de comercialización de productos farmacéuticos utilizando distribuidores, farmacias y otros establecimientos localizados República Dominicana y las prácticas comerciales que estas aplican, con el fin de determinar cuál o cuáles son las más convenientes para las empresas ticas.

Se recomienda a las empresas farmacéuticas costarricenses nacionales tomar en consideración factores como el vínculo social y la costumbre local a la hora de realizar negociaciones con los dominicanos, ya que estos influyen en gran manera en el momento de determinar cuál opción es más atractiva para la venta de medicamentos provenientes del extranjero por parte de las diferentes figuras comerciales y dirigido hacia la población que consume dichos productos.

Se recomienda a las empresas farmacéuticas costarricenses tener un agente o contacto local, que permita agilizar los procesos de ingreso de medicamentos en las instituciones del gobierno dominicano que regulan este mercado. Esto se puede lograr a través de alianzas de carácter privado, que permitan asociaciones con distribuidores o farmacias del ámbito local dominicano y a la larga conocer sobre la dinámica del mercado de productos farmacéuticos en República Dominicana.

Se recomienda a las empresas farmacéuticas costarricenses ingresar y comercializar medicamentos en República Dominicana a través de figuras comerciales como farmacias, distribuidoras autorizadas, etc. que permitan el posicionamiento de dichos productos en este mercado caribeño. Esto se puede lograr a través de agentes comerciales autorizados, que conozcan la dinámica del mercado de medicamentos en República Dominicana, lo que a su vez permite un mejor posicionamiento de los medicamentos costarricenses en ese país del Caribe.

Se recomienda a COMEX y PROCOMER impartir más y mejores capacitaciones y proveer información inmediata a las empresas exportadores de medicamentos costarricenses, con el fin de ampliar el conocimiento de estos, sobre las condiciones del mercado de República Dominicana y las oportunidades de negocios potenciales, y con el propósito final de potencializar la matriz comercial del país y promover mejores y mayores encadenamientos en la economía.

REFERENCIAS

- Actualícese. (12, febrero, 2017). Definición de una empresa comercial. Recuperado de <http://actualicese.com/2014/05/29/definicion-de-una-empresa-comercial/>
- CEI-RD. (10, diciembre, 2016). Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana. Obtenido de <http://cei-rd.gob.do/en/?s=CERTIFICADO+DE+ORIGEN>
- CEPAL. (15 enero,2017). Protección social y sistemas de salud “Los sistemas de salud y de protección social frente a los nuevos escenarios epidemiológicos y demográficos”. Recuperado de <http://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/cruces2.pdf>
- CINDE. (23, noviembre, 2016). Líderes en inversión en tecnologías médicas en la región. Recuperado de <http://www.cinde.org/es/sectores/ciencias-de-la-vida>
- COMEX. (1, diciembre, 2016). Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana. Recuperado de http://www.comex.go.cr/tratados/vigentes/republica_dominicana.aspx
- Comisión de Bioética de la Segó. (3, marzo, 2017). La relación entre el médico y las industrias farmacéutica y de productos de tecnología sanitaria. Visión ética. Recuperado de http://www.sego.es/Content/pdf/informe_de_bioetica.pdf
- Departamento Nacional de Planeación. (17, febrero, 2017). Farmacéutica y medicamentos. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/Farmaceuticos.pdf>
- Diccionario de Leyes. (17, febrero, 2017). ¿Qué es penetración de mercado?. Recuperado de <http://espanol.thelawdictionary.org/penetracion-de-mercado/>
- Estado de la Nación. (10, febrero, 2017). La evolución de la educación superior. Recuperado de <http://www.estadonacion.or.cr/educacion2015/assets/cap-4-ee-2015.pdf>
- FECOER. (5, febrero, 2017). Atención integral, continua, oportuna interinstitucional y transdisciplinaria para los pacientes de enfermedades raras en Colombia y el caso de Jessica Liliana Ramírez. recuperado de <http://www.fecoer.org/download/fecoer-concepto-atencion%20integral%20pacientes%20con%20er-11-15.pdf>
- Fondo España-SICA. (15, febrero, 2017). Guía práctica “Como Exportar a Centroamérica y República Dominicana. Recuperado de <http://www.pyme.go.cr/media/archivo/menu2/GUIAEXPORTACION.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Batista, P. (2014). Metodología de la Investigación – Sampieri (6ta edición). [versión PDF]. Recuperado <http://gateofbooks.com/metodologia-de-la-investigacion-sampieri-6ta-edicion-pdf/>

Herrero, J. (12, febrero, 2017). ¿Qué es cultura?. Recuperado de <http://pnglanguages.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>

ICEX. (23, enero, 2017). Sector Exterior. Recuperado de <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/sector-exterior/index.html?idPais=DO#0>

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. (10, enero, 2017). Estrategia de penetración en el mercado como solución del decrecimiento de las ventas para alarmas multi-servicios Ltda. Recuperado de <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/751/1/Paper%20Alejandra%20Palacios%2017112015.pdf>

La Nación. (2, febrero, 2017). El impacto del modelo de salud costarricense. Recuperado de http://www.nacion.com/opinion/foros/impacto-modelo-salud-costarricense_0_1469853031.html

Ministerio de Industria y Comercio, Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial y Cámara de la Industria Química Farmacéutica de Paraguay. (23, febrero, 2017). Análisis del Sector Farmacéutico Nacional. Recuperado de <http://www.mic.gov.py/v1/sites/172.30.9.105/files/Analisis%20del%20Sector%20Farmaceutico%20Nacional%20FINAL.pdf>

Ministerio de Salud. (7, febrero, 2017). Encuesta de satisfacción de usuarios externos de servicios de salud. Recuperado de <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/documentos/decs/07%20%20Encuesta%20Usuarios%20Externos.pdf>

Ministerio de Salud Pública. (3, marzo, 2017). MSP beneficia a más de 8 mil personas a través del Programa Protegido. Recuperado de <http://www.sespas.gov.do/Programa-Protegido>
Ministerio de Salud Pública, Organización Panamericana de la Salud, Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS). (10, enero, 2017). Perfil Farmacéutico de la República Dominicana. Recuperado de http://www.who.int/medicines/areas/coordination/pscp_repdominicana_sp.pdf?ua=1

Naciones Unidas, (15, febrero, 2017). El papel de la competencia en el sector farmacéutico y sus beneficios para los consumidores, Recuperado de http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/tdrbpconf8d3_es.pdf

ODCE. (15, febrero, 2017). Definición de educación (OECD 2004). Recuperado de http://www.inegi.org.mx/rne/docs/Pdfs/Mesa5/20/EEI_fichatecnica.pdf

OMC. (28, febrero, 2017). Regulación del comercio de Estado en el sistema de la OMC. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/statra_s/statrad_s.htm

Organización Mundial de la Salud. (10, marzo, 2017). Cómo desarrollar y aplicar una política farmacéutica nacional. Recuperado de <http://apps.who.int/medicinedocs/es/d/Js5410s/5.5.5.html#Js5410s.5.5.5>

Oxford Intelligence. (20, enero, 2017). The MedTech Report 2014. Recuperado de <http://www.oxint.com/reportdetails.cfm?id=42&title=The%20MedTech%20Report%202014>

Prochile. (18, enero, 2017). El mercado de Medicamentos en República Dominicana Marzo, 2015. Recuperado de http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1429880234FMP_RDominicana_Medicamentos_2015.pdf

<http://www.oxint.com/reportdetails.cfm?id=42&title=The%20MedTech%20Report%202014>

Prochile. (18, enero, 2017). ¿Qué es Prochile?. Recuperado de <https://www.direcon.gob.cl/que-es-prochile-2/>

Prochile. (18, enero, 2017). Guía País-República Dominicana 2016. Recuperado de http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2015/07/RDominicana_Guia_Pais_2016.pdf

PROCOLOMBIA. (20, diciembre, 2016). Perfil de logística desde Colombia hacia República Dominicana. Recuperado de http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_republica_dominicana_0.pdf

PROCOMER. (28, diciembre, 2016). Perfil de país República Dominicana. Recuperado de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Informacion%20de%20Pais%20Rep%20Dominicana.pdf>

PROCOMER. (28, diciembre, 2016). Estadísticas de Comercio Exterior de Costa Rica. Recuperado de <http://www.procomer.com/uploads/downloads/anuario-estadistico-2014.pdf>

PROCOMER. (28, diciembre, 2016). Mercado de productos químicos en Chile: el caso de los productos farmacéuticos y de cuidado personal. Recuperado de <http://www.procomer.com/uploads/downloads/6f1ee91d9e110dc4d2d2b70ec8220f206cbb8d3c.pdf>

PROCOMER. (28, diciembre, 2016). República Dominicana: Oportunidades para el abastecimiento de insumos en la industria de dispositivos médicos. Recuperado de http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Presentacion_Estudio_Oportunidades%20de%20Encadenamientos%20en%20la%20industria%20de%20dispositivos%20medicos%20en%20Republica%20Dominicana.pdf

PRO ECUADOR. (23, diciembre, 2016). Perfil logístico de República Dominicana. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_GL2013_REP.DOMINICANA.pdf

R, Magdalena. (2009). Protección Financiera en Salud en la República Dominicana. Recuperado de <http://www.funsalud.org.mx/competitividad/financiamiento/Documentos/Working%20paper%20uno/Rep%20Dominicana%20WP1.pdf>

Real Academia Española. (23, febrero, 2017). Reputación. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=W6MtSWD>

Rodríguez, A. (4, febrero, 2017). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México. Recuperado de <http://www.spentamexico.org/v2-n2/2%282%29%20156-228.pdf>

Scientific Electronic Library Online. (23, febrero, 2017). Precios de los medicamentos: cómo se establecen y cuáles son sus sistemas de control. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-82652015000100004

Spain Exchange Country Guide. (1, febrero, 2017). Las actividades económicas de República Dominicana. Recuperado de <http://www.studycountry.com/es/guia-paises/DO-economy.htm>

Tabuenca, D. (18, febrero, 2017). Aplicación de la calidad integral al medicamento. Recuperado de <http://www.academiadefarmaciadearagon.es/docs/Documentos/Documento66.pdf>

Venegas, E. (5, marzo, 2017). Seguridad Social: Desarrollo del Sistema de Salud Costa Rica. Recuperado de http://www.senado.gob.mx/comisiones/seguridad_social/docs/mesa5_4.pdf

APÉNDICE 1

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

ENTREVISTA

Estimado señor(a):

La presente entrevista forma parte del trabajo final para optar por el título de Licenciatura en Comercio Internacional. Su participación en este estudio es voluntaria y de carácter confidencial. Los resultados forman parte de la investigación: Potencial comercial de los productos farmacéuticos costarricenses hacia el mercado de República Dominicana.

Cuestionario

1. De acuerdo con su experiencia, ¿cómo se muestra la demanda actual de medicamentos en el mercado de República Dominicana?
2. ¿Cuáles son las oportunidades comerciales que presentan los medicamentos costarricenses de ingresar al mercado de República Dominicana?
3. ¿Qué aspectos culturales y socioeconómicos, es necesario conocer a la hora de exportar medicamentos a República Dominicana?
4. ¿Según su criterio, cómo se da el proceso de negociación para la comercialización de medicamentos en República Dominicana?
5. Según su experiencia, ¿cuáles suelen ser los mayores obstáculos que puedan enfrentar las empresas que deseen incursionar a éste mercado?
6. ¿Qué aspectos deberían mejorar las Instituciones del Gobierno costarricense que juegan un papel fundamental en el apoyo del crecimiento de las empresas en Costa Rica que exportan a República Dominicana?

