

# ¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE MERCADO?

Es una herramienta de abogacía por la competencia que consiste en un análisis económico y regulatorio exhaustivo de la dinámica de competencia de un sector o mercado productivo. El objetivo es identificar la existencia de distorsiones o restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y brindar recomendaciones de política pública para propiciar su eliminación.

El estudio del Sector Farmacéutico en Costa Rica analizó las barreras regulatorias y las ineficiencias estructurales que impiden el acceso equitativo a los medicamentos en el país. En particular, el estudio abordó el retraso en la entrada de genéricos y los altos costos de los medicamentos, a la vez que propone soluciones a diversas autoridades de Gobierno.

# ELEMENTOS RELEVANTES

Este estudio ha sido financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Sin embargo, las opiniones expresadas en el mismo son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la posición del BID.

La Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) participó activamente en la recolección, coordinación de las entrevistas y revisión del análisis. Por lo tanto, adopta las conclusiones y recomendaciones aquí presentadas como propias.

# ¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DEL MERCADO FARMACÉUTICO EN COSTA RICA?

El sector farmacéutico en el país está compuesto por tres eslabones principales: 1) los laboratorios farmacéuticos, que se enfocan en la producción de medicamentos, con una mayoría de actores internacionales y un sector nacional especializado en genéricos; 2) las droguerías, que actúan como intermediarias responsables de la importación, almacenamiento y distribución mayorista; y 3) las farmacias, el canal minorista que incluye cadenas y establecimientos independientes, con un mercado en expansión que refleja un dinamismo particular en cadenas de bajo costo.



# ESTUDIO DE MERCADO DEL SECTOR FARMACÉUTICO

El estudio ha sido financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Sin embargo, las opiniones expresadas en el mismo son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la posición del BID. La Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM) participó activamente en la recolección, coordinación de las entrevistas y revisión del análisis. Por lo tanto, adopta las conclusiones y recomendaciones aquí presentadas como propias.

## ¿ESTÁ JUSTIFICADA LA REGULACIÓN DE MÁRGENES DE MEDICAMENTOS CON BASE EN LOS HALLAZGOS QUE ARROJA EL ESTUDIO

El Estudio no encontró elementos que sustenten el establecimiento de una regulación de precios o márgenes de los medicamentos. No se identificaron sobrepuestos que sean resultado del abuso de una posición de poder sustancial en el mercado o indicios de prácticas anticompetitivas. Además, las regulaciones de precios deben de ser temporales y excepcionales. La imposición de márgenes podría incentivar ajustes compensatorios en precios de otros productos o servicios y aumentar los precios finales en servicios relacionados para los consumidores. A su vez, se podrían subestimar costos y desincentivar la innovación.

## ¿CÓMO AUMENTAR LA COMPETENCIA EN EL SECTOR FARMACÉUTICO CONFORME AL ESTUDIO

El estudio plantea las siguientes medidas:

1. Agilizar el proceso de registro sanitario para reducir los tiempos y aumentar la capacidad de respuesta de las autoridades regulatorias. Entre medidas posibles se sugiere implementar ventanillas especializadas para medicamentos ya aprobados en otros países con altos estándares regulatorios, simplificar los requisitos administrativos y mejorar los tiempos de atención de solicitudes.
  2. Armonizar la regulación con otros países de la región (Centroamérica y El Caribe) para facilitar la entrada de nuevos productos que sean seguros, y evitar redundancia de trámites.
  3. Fomentar la confianza en genéricos con y sin marca. Establecer campañas educativas y normativas sobre la seguridad y eficacia de los genéricos para aumentar su aceptación tanto entre consumidores como entre médicos prescriptores.
- Abordar las barreras identificadas y mejorar las condiciones de competencia se traduciría en un mercado más dinámico y accesible. El fortalecimiento de la confianza en genéricos, junto con un marco regulatorio más eficiente y alineado internacionalmente, podría reducir los costos, ampliar la oferta de medicamentos, reducir los precios al consumidor final y mejorar el acceso para la población, asegurando un acceso a medicamentos más competitivo en el largo plazo.

## ¿POR QUÉ LOS MEDICAMENTOS SON MÁS CAROS EN COSTA RICA?

El Estudio señala que los medicamentos en Costa Rica son aparentemente más caros debido a varios factores estructurales, regulatorios y específicos del país, que incluyen:

- Características del país: Costa Rica es un importador neto de medicamentos.
- Procesos de registro sanitario lentos: El registro de medicamentos en Costa Rica puede tardar años.
- Falta de armonización regulatoria: Existen normativas costarricenses que no están alineadas con estándares internacionales o regionales.
- Desconfianza en genéricos sin marca: La baja penetración de genéricos sin marca en Costa Rica está influenciada por la percepción negativa sobre su calidad y seguridad.

Se indica que estos factores combinados limitan la competencia efectiva en el mercado farmacéutico costarricense y contribuyen al incremento de precios de los medicamentos.



## ¿SE IDENTIFICARON BARRERAS DE ENTRADA EN EL SECTOR?

Sí, una de las principales identificada por el Estudio, es el retraso en el registro sanitario, un proceso complejo y prolongado que afecta particularmente a los medicamentos genéricos y opciones de bajo costo, dificultando su disponibilidad oportuna.

Además, la falta de armonización regulatoria con otros países de la región impone costos adicionales y podría desincentivar a las empresas extranjeras a ingresar al mercado costarricense.

Adicionalmente, la desconfianza hacia los genéricos sin marca limita su penetración, favoreciendo medicamentos más costosos y reduciendo los beneficios de la competencia en precios.

Finalmente, las prácticas de discriminación de precios, aunque legales y justificadas por factores como descuentos por volumen o condiciones de financiamiento, podrían dificultar la competitividad de nuevos participantes si no se realizan en un entorno transparente.