

Actualidades

Elaboración de perfiles de mercado para las empresas exportadoras del sector farmacéutico

El Centro de Información del Centro para la Promoción del Comercio Exterior de Cuba (CEPEC) del Ministerio de Comercio Exterior (MINCEX) ofrece servicios de información sobre la base de una gestión especializada de la información y el conocimiento, útiles a múltiples empresas en el país. Su misión fundamental es el fomento, desarrollo, promoción y diversificación de las exportaciones y las importaciones.

Entre sus actividades principales se encuentran los servicios de consultoría, la promoción de la oferta exportable cubana, el servicio especializado de biblioteca, el servicio de información comercial y económica, así como la edición de publicaciones.

PERFIL DE MERCADO

Es un resumen de las características de un mercado, que incluye la información de los compradores y competidores tradicionales, así como información general sobre la economía y patrones del comercio al por menor en un sector. Su objetivo general es facilitar la expansión del sector de comercio extranjero de los países en desarrollo.

Beneficios

- Alertar a los exportadores sobre las oportunidades de negocio.
- Mejorar las relaciones y estimular el diálogo con la comunidad empresarial local.
- Formar el personal en técnicas de investigación de mercados y adquisición de experiencia para un producto específico.
- Perfeccionar el uso de la información disponible, para colocarla a disposición de la comunidad empresarial.
- Reunir información en el formato que se emplea para los perfiles de mercado.
- Utilizar la metodología empleada en los perfiles de mercado como terreno de prueba para mejorar la cooperación con los asesores de comercio nacional ubicados en el exterior.
- Organizar y fomentar debates sobre producto y mercados específicos con la comunidad local de negocios.

Sus principales usuarios son las empresas orientadas a la exportación y a la importación.

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PERFIL DE MERCADO DE UN PRODUCTO FARMACÉUTICO

La forma más fácil para realizar esta tarea es dividir el proyecto en pasos que se pueden escalar. Esta se extiende desde el acopio de la información hasta la diseminación de la investigación realizada.

1. *Descripción del producto.* Partida arancelaria y descripción del producto que se desea investigar.
2. *Análisis cuantitativo. Comercio:* Comportamiento del mercado mundial del producto de interés, principales importadores e importadores, competencia que representan para el país productor, producción a nivel mundial, datos del consumo.
3. *Análisis cualitativo.* En el caso de los productos de la industria farmacéutica tienen un valor esencial las regulaciones existentes para ellos, al ser principalmente productos utilizados en la esfera de la salud humana. Estos productos deben cumplir estrictamente los requerimientos establecidos para su comercialización, y muchos mercados no tienen autorización para su importación. Entre las características analizadas se encuentran:

- *Características de la demanda:* Uso del producto y requerimientos del mercado.
- *Perfil de las principales compañías comercializadoras.*
- *Perspectivas del mercado:* Comprende un análisis de las posibilidades de un producto farmacéutico en un determinado mercado, por su calidad, sus potencialidades para la salud humana, su carácter innovador y la inexistencia de productos competitivos en el país al cual se desea exportar.
- *Direcciones útiles.* Organismos internacionales reguladores de medidas sanitarias, asociaciones de organismos de apoyo al comercio, entidades investigadoras de productos farmacéuticos, consultorías.

4. Algunas herramientas para el análisis de mercado.

- *Bases de datos del Trademap* (www.trademap.org): Ofrece indicadores sobre el desempeño de las importaciones y exportaciones de un determinado producto y mercado, la demanda internacional y el papel de los competidores.
- *Product Map* (www.p-maps.org): Comprende varios portales en Internet; cada uno se concentra en una industria en particular, con abundantes datos sobre el comercio internacional.
- *Organización Mundial del Comercio* (<http://www.wto.org/indexsp.htm>): Sitio de la OMC; contiene las normas que rigen el comercio entre los países.
- *Organización Mundial de la Salud (OMS)* (www.oms.org): Contiene abundante información en salud
- *Kompás* (www.kompass.es): Es una página en Internet que agrupa una gran cantidad de empresas de distintos países. En la búsqueda, se pueden incluir criterios como: importadora, exportadora, productos, región del mundo en que se encuentra, etcétera.
- Sitios en Internet relacionados con la medicina, las investigaciones farmacológicas y empresas líderes en la producción de alimentos, como *Bayer* (www.bayer.com), una empresa Globex cuyas investigaciones y productos se orientan a

los campos de asistencia médica, nutrición y materiales de alta tecnología. Su fortaleza son los productos farmacéuticos.

INTERRELACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL POLO CIENTÍFICO Y EL CEPEC

El CEPEC, como institución de información al servicio de las empresas exportadoras cubanas, ha desarrollado desde su creación una importante labor de apoyo a las empresas farmacéuticas. Son diversos los estudios realizados relacionados con el sector salud. Tal es el caso de estudios de mercado realizados para África del Sur, Turquía, El Salvador, Paraguay, Australia, Costa Rica y Argentina. También existen estudios relativos a un producto específico como: *Inmunomoduladores timicos*, el *Estudio del mercado mundial de hemoderivados* (2005) y el *Perfil y mercado farmacéutico de Bolivia* (2006).

El interés del centro es seguir desarrollando las investigaciones de mercado para la exportación como una forma de colocar la actividad de gestión del conocimiento al servicio de la industria farmacéutica cubana.

Trabajo procesado por la licenciada Ana Liliam Ruiz, especialista en información comercial del Centro para la Promoción del Comercio Exterior de Cuba (CEPEC).