

Medicamentos y el poder de las marcas

Señor Director:

El informe de la Fiscalía Nacional Económica sobre el mercado de medicamentos muestra el poder que tienen las alternativas de marca en el mercado de *retail*. Ello responde a problemas de información que se dan en salud. El paciente no sabe cuál es la mejor alternativa y confía casi a ciegas en la prescripción del médico. Este, a su vez, no tiene información sobre todas las alternativas existentes, nuevos fármacos, sus precios y beneficios. Así, estos se informan por medio de los productores. Por supuesto, quienes destinan recursos a eso son los productores que pueden vender a mayor precio (25% del costo es en *marketing* y visitas médicas).

La demanda por fármacos de marca obliga a las farmacias a tenerlos en *stock*, por lo que estas compran a precios mayores que clínicas o Cenabast, aumentando el precio final que enfrenta el paciente. La regulación del mercado es crucial. Entre otros, obligación de recetar por denominación común internacional, de dispensar las versiones de menor precio y mejorar la información disponible para médicos y pacientes.

ALEJANDRA BENÍTEZ
Investigadora CEP