

## LA HORA DEL 'MEDICAMENTO BLANCO'

La Administración, los laboratorios y las boticas se han dado cuenta de que el gasto farmacéutico no va a dejar de crecer, al menos en esta primera mitad del siglo XXI. La población está envejeciendo y cada vez se ofrecen nuevas prestaciones. No queda otra solución que controlar esta sangría económica. Y una buena forma de hacerlo es mediante los medicamentos genéricos, que resultan un 25 por ciento más baratos por término medio frente a la marca de efecto equivalente que ha perdido su patente tras veinte años sin competencia posible.



En el envase de los genéricos no figura el nombre comercial de la farmacéutica, sino el de la sustancia de la que está hecho.

ELISA SILIÓ

Los medicamentos genéricos se reconocen porque en el envase no figura el nombre comercial de la farmacéutica, sino el de la sustancia de la que está hecho, seguido del laboratorio fabricante. En España además, aparecen las siglas EFG (Especialidad Farmacéutica Genérica).

En sólo cuatro años, de 2004 a 2008, prácticamente se ha duplicado el número de genéricos consumidos en España: del 12,03 por ciento del total de medicamentos dispensados con recetas del Sistema Nacional de Salud (SNS) en 2004 al 21,81 por ciento en 2008. Pero la diferencia entre comunidades autónomas es enorme: en Madrid o Andalucía suponen la cuarta parte de las ventas, mientras en Murcia o Canarias no sobrepasa el 12 por ciento.

Los genéricos son más baratos porque su puesta en venta no requiere una inversión previa en investigación, desarrollo y promoción; pero, por contra, cuentan con la resistencia de muchos que dudan de su fiabilidad. Prueba de ello son los porcentajes que ha presentado el Gobierno gallego: ha conseguido disminuir el gasto sólo un 30 por ciento de lo previsto pese a haberse implicado en una fortísima campaña. Aunque otros dígitos son más positivos. La patronal de los genéricos, Aeseg, estima que en una década –el tiempo que se lleva introduciendo genéricos– el sector público se ha ahorrado más de 10.000 millones de euros.

**Conciencia médica.** El primer paso, ineludiblemente, tiene que ser concienciar a los médicos, muy tentados por las grandes multinacionales farmacéuticas con el fin de que sigan recetando sus medicinas una vez perdida la patente.

### Veinte años de monopolio

Desde la salida de un medicamento a la calle su fabricante tiene por delante veinte años de total monopolio, por un acuerdo de propiedad intelectual obligatorio impuesto por la Organización Común del Mercado, de la que forman parte 153 países. En estos veinte años supuestamente la empresa puede recuperar la inversión económica y tener una rentabilidad que le permite seguir innovando ya que durante esas dos décadas nadie puede fabricar, usar, importar o vender el producto y ello margina de lo que se conoce como "cadena de medicamento" a los países en vías de desarrollo.

Entre estos Estados está India, que ha negado la patente de dos de los antivirales más usados en el mundo para tratar la infección por el VIH, el *Tenofovir* y el *Darunavir*. Otros laboratorios los podrán fabricar, un alivio para el bolsillo de muchos portadores del SIDA en el subcontinente.

El País Vasco ha puesto en marcha, con el propósito de ayudar a esta toma de conciencia, una Unidad de Fármaco-economía que evalúa el efecto financiero de la introducción de genéricos. La unidad elabora fichas de los nuevos productos que salen al mercado y que los equipos médicos deberán leer para darse cuenta de que cuentan con la misma seguridad, eficacia y calidad.

El genérico es un 25 por ciento más barato pero podría serlo aún más. La conclusión se desprende

de un informe de la Autoridad Catalana de la Competencia, que ha hecho una muestra entre el 80 por ciento de productos en la calle. El culpable, según esta institución, es el sistema de precios de referencia, un máximo en el precio de venta al público que cada año estima el Gobierno, pero que en la práctica viene a ser el mínimo. Así que, mientras las farmacias se benefician de unos descuentos de un 41 por ciento (la horquilla es grande, entre el 10 y el 70 por ciento) al no existir competencia entre todos los fabricantes de genéricos (que ajustan sus precios a este máximo), la rebaja apenas llega a los pacientes. Los autores del informe proponen suprimir este sistema de precios de referencia cuando haya muchos fabricantes, para obligarlos a rivalizar. Asimismo, según la Comisión para la Competencia Europea, mientras que de media en la Unión se tardan siete meses en sacar a la venta un medicamento tras el fin de la patente, en España ese periodo se duplica, llegando a los 14 meses.

**Pleitos.** Hecha la ley, hecha la trampa. Muchos laboratorios encuentran triquiñuelas para conservar las patentes. Es muy común agarrarse a cambios menores –como la formulación de una sal, convertir una pastilla en un jarabe con la misma composición– para retrasar la avalancha de genéricos. La explicación: una mejora del producto que se vuelve, además, más asequible. O apostar por la vía judicial para retrasar el proceso. La Comunidad Europea recogió entre 2000 y 2007 unos 700 pleitos judiciales (por incumplimiento de patente, sobre todo), de los que los fabricantes de genéricos ganaron el 62 por ciento de ellos. España es el tercer país de los 17 estu-

En cuatro años, de 2004 a 2008, casi se ha duplicado el número de genéricos consumidos en España: del 12 al 21 por ciento



En comunidades autónomas como Madrid o Andalucía los genéricos suponen la cuarta parte de las ventas.

## PILAR CERNUDA Genéricos



CUANDO vivía en Nueva York las medicinas llevaban mi nombre. Mejor dicho: cuando vivía en Nueva York, las píldoras y cápsulas que debía tomar estaban en un frasquito de color oscuro con una pegatina en la que estaba escrito mi nombre. Y el frasco sólo contenía el número de cápsulas o píldoras que debía tomar, ni una más ni una menos. Fue allí, en la *Gran Manzana*, donde oí la palabra *genéricos* por primera vez.

Hoy, en España, los genéricos se han incorporado a nuestro vocabulario habitual, y nadie se extraña al escuchar ibuprofeno, omeprazol o paracetamol –aunque cuesta más pronunciar matemizol o lorazepám– que afortunadamente empiezan ya a ser de consumo frecuente. Sin embargo, ha costado. Sobre todo, entre la gente mayor.

Pongo antena en mi farmacia, lo más parecido a una tertulia médico-psicológica que se me ocurre, regentada por cuatro mujeres que podrían hacer una tesis sobre el comportamiento humano. “Carolina, esta medicina que me das no es la mía. La mía es roja y esta caja es verde”. Y responde Carolina: “Te he dado el

Carolina se desespera. Razona con paciencia, ofrece todas las explicaciones posibles, pero no hay manera. Su clienta, que anda cerca de los ochenta, está convencida de que no duerme porque le han cambiado la medicación, le duelen las piernas porque le han cambiado la medicación y se levanta con dolor de cabeza porque le han cambiado la medicación. Y no le vale ningún argumento que le haga pensar lo contrario. Como esa mujer, simpática mujer a pesar de su empecinamiento de diferenciar la efectividad de sus medicamentos en función del color de las cajas, muchos más clientes muestran recelo hacia los genéricos, aunque con el tiempo van pasando por el aro. Los más jóvenes son otra cosa, pero Carolina es realista: la gente joven, la que está aún en edad de trabajar y ganarse un sueldo, los han aceptado mejor, casi desde el primer momento, sólo y exclusivamente por el precio.

Ha costado, pero finalmente se ha impuesto la evidencia: los genéricos son tan efectivos como las marcas comerciales. Y más baratos. El precio ha sido clave para aceptarlos gradualmente, así como la recomendación de los responsables de las consejerías de Sanidad a sus médicos para que en la medida de lo posible recetasen genéricos. Además, muchos laboratorios han cooperado en su implantación al lanzarlos al mercado y poco a poco se han abierto camino, rompiendo tabúes, como por ejemplo el que asegura que lo caro es siempre mejor, sea ropa, cosméticos o productos de alimentación, promoviendo así la famosa *marquitis* que tanto ha afectado a la economía doméstica. Hay casos en los que se hace evidente que lo caro es barato, es más consistente y dura más, pero en muchos otros lo barato puede competir con lo caro en igualdad de condiciones. Y los genéricos pertenecen a este último apartado.

“Ha costado, pero finalmente se ha impuesto la evidencia: los genéricos son tan efectivos como las marcas comerciales”

genérico. Es exactamente igual, lo único que cambia es el color de la caja. Es la que te ha recetado tu médico y, como comprenderás, tanto él como yo queremos lo mejor para ti, no vamos a engañarte”. “Sí, pero es que yo estaba acostumbrada a las otras y a lo mejor ésta no me sienta igual. Recuerda que me diste un genérico para dormir y no conseguía dormirme, era mejor el orfidal”. “Mujer, ¡qué va a ser mejor! Ni mejor ni peor, son exactamente iguales, y encima cuesta un poco menos”. “Lo que pasa es que la Seguridad Social quiere ahorrar y por eso recomienda genéricos, pero no es lo mismo, no es lo mismo...”

Estamos aún lejos de la media europea, pero los genéricos empiezan a ser moneda corriente. Son efectivos y además han aliviado sensiblemente nuestros bolsillos y los del servicio público de salud.

Para aliviarlo aún más podría ponerse en marcha un segundo capítulo: reducir el tamaño de los envases. He tenido en casa, durante varios años –completamente caducado– el botellón de tres cuartos de litro con el jarabe que dí a mi hija cuando tuvo la tosferina. No le hicieron falta ni diez cucharadas.

Pilar Cernuda es periodista.



## La crisis llega a los laboratorios

EN tiempos de recesión económica, como la actual, los principales laboratorios también se resienten. *Pfizer*, la primera farmacéutica mundial por volumen de ventas, prescindió en 2008 de 10.000 de sus 85.000 empleados, lo que supuso despedir a 800 de los 8.000 trabajadores de sus centros de investigación. Además, la multinacional se va a centrar exclusivamente en seis áreas terapéuticas –cáncer, dolor, inflamación, diabetes, alzheimer y esquizofrenia–, olvidando-

se de otras en las que había hecho importantes inversiones, como la obesidad o la enfermedad cardiovascular.

El debate está servido. Los Estados están desbordados con el gasto sanitario, que sigue disparado, pero tiene enfrente a un sector poderoso y generador de numerosos puestos de trabajo.

diados por número de pleitos (69). La media está en 40. También supera el promedio en el tiempo que duran estos procesos (3,8 años frente a 2,8 de la media).

La Comisión denuncia asimismo que los laboratorios de marca se entrometen en el transcurso de la aprobación de los genéricos. Por ejemplo: en España, donde hubo

una campaña publicitaria específica de Farmaindustria (la patronal de los grandes laboratorios) que sembraba dudas sobre la seguridad de los medicamentos sin su sello. ■

Los genéricos son más baratos porque su puesta en el mercado no requiere una inversión previa en investigación, desarrollo y promoción