



Campaña contra genéricos: confunde y ganará

Primero, sorpresa. Después, indignación y rechazo. Esto es lo que genera la lectura del proyecto de ley que, por un lado, desconoce de un brochazo la capacidad técnica y científica del Invima para, una vez cumplidas las exigencias pertinentes, otorgar registro sanitario a los medicamentos genéricos que se comercializan en Colombia, y, por otro, la seriedad y el compromiso ético de los laboratorios que funcionan en el país con la salud de los colombianos y el impacto positivo de sus precios bajos en la sostenibilidad financiera del sistema.

Afirmaciones del autor de esa iniciativa, Hernando Padaui, representante a la Cámara por Cambio Radical, como que los genéricos no son eficaces y que, por lo tanto, debe prohibirse su formulación, no resisten siquiera una primera mirada, pero sí se suman a la vieja campaña de las multinacionales del sector de desacreditarlos y eliminar o reducir la competencia para continuar imponiendo precios elevados.

El ministro de Salud, Alejandro Gaviria, fue tajante al advertir que dicho proyecto es inconveniente y va en contravía de la tendencia mundial de profundizar en el uso de los productos genéricos con el fin de evitar el colapso de los sistemas de salud y, de paso, agrego yo, el de los agobiados presupuestos familiares golpeados por los precios monopólicos de los medicamentos innovadores de marca.

A nadie se le puede olvidar el derrumbe del Fosyga por los billonarios recobros –en el 2010 alcanzaron 2,5 billones de pesos– que se le hacían por medicamentos no contemplados en el POS, principalmente por los altos precios de aquellos innovadores de marca cuya defensa la asume hoy el congresista de marras.

Esos abusos llevaron al Gobierno a establecer el control de precios, dándole un respiro a las finanzas de la salud, y que hoy el Ministro esté ad portas de expedir la declaratoria de interés público del imatinib (utilizado diferentes tipos de cáncer), de cuya marca Glivec es titular la multinacional Novartis y que goza de una patente que se vence en el 2018, para que a través de una licencia obligatoria el genérico pueda competirle y reducir significativamente su precio. Por esto, el funcionario está soportando inmensas presiones de dentro y fuera del país, tendientes a evitar dicha declaratoria.



Sala de Prensa

A pesar del evidente desprecio de Padaui por los genéricos, ¿cómo puede explicar que Colombia no sea un inmenso hospital con sus 48 millones de habitantes en cama si se tiene en cuenta que alrededor del 70 por ciento de las unidades de medicamentos vendidos y el 30 por ciento del valor de esas ventas corresponden a los fármacos que él quiere desaparecer de la escena sanitaria? El 70 por ciento del valor restante es copado por los de marca, con relevancia de los innovadores, que tanto aplaude y defiende el citado congresista.

En el 2009, un artículo publicado en UN Periódico, de la Universidad Nacional, señaló que “Un estudio de precios realizado en 2008 por AIS/Ifarma en países de América Latina, mostró que en Colombia medicamentos como loratadina jarabe genérico, usado para tratar molestias respiratorias en niños, cuesta menos de un dólar, pero que su precio puede ser de 10 dólares si se trata de la versión del laboratorio innovador. Mientras que, la ciprofloxacina genérica de 500 miligramos, un antibiótico esencial para tratar diferentes infecciones, cuesta 51 veces menos que la del laboratorio innovador”.

Esas abismales diferencias se explican principalmente por la competencia de los genéricos; la calidad no tiene nada que ver con esas brechas, pues es garantizada por el examen al que son sometidos todos los medicamentos por el Invima para concederles el registro sanitario. No sobra destacar que el Invima está certificado por la Organización Panamericana de la Salud como Autoridad Regulatoria de Referencia Regional Nivel IV.

¿Por qué son mucho más baratos los productos genéricos que los innovadores? La patente los protege de la competencia durante 20 años, durante los cuales tienen libertad para fijar sus precios. El citado artículo de UN Periódico observa que “los laboratorios farmacéuticos innovadores gastan sumas de dinero exorbitantes en mercadeo y publicidad. En el 2001 Laboratorios Merck invirtió en la publicidad de Vioxx (Rofecoxib) 160 millones de dólares, es decir, más de lo que compañías como Pepsi o Budweiser invierten en promocionar sus productos”.

Cuando se vence el plazo de la patente, los medicamentos genéricos, que se fabrican con la misma molécula del innovador, pueden salir al mercado y como no necesitan incurrir en semejantes erogaciones promocionales, compiten con sus precios bajos, pues la calidad es igual.

El proyecto resulta aún más peligroso porque en el muy remoto evento de ser aprobado, amenaza el ingreso de los medicamentos biosimilares al mercado colombiano, ya que,



Universidad del Valle

Facultad de Salud - Grupo de Comunicaciones



Sala de Prensa

como se sabe, estos son los 'genéricos' de los biotecnológicos innovadores, utilizados para tratar enfermedades como cáncer, sida, artritis reumatoidea, etc. Los precios de estos últimos son tan elevados que solo pueden ser moderados por los biocompetidores (biosimilares).

La iniciativa de Padai, que también contempla grotescas multas y hasta cárcel por la prescripción de medicamentos genéricos, busca socavar la confianza en estos fármacos y generar su rechazo entre la población. La consigna parece ser 'confunde y ganarás'.

Alberto Bravo Borda

Presidente Ejecutivo de Asinfar.

Diario Portafolio, 19 de Mayo de 2016, Página 31.