



Health Action International (HAI) es una red independiente, global que trabaja para aumentar el acceso a medicamentos esenciales y mejorar su uso racional a través de la excelencia investigadora y apoyo empírico <http://www.haiweb.org>

Estar enfermo y necesitar medicamentos puede ser una costosa desgracia en muchos países

- Un recorrido de un día por el precio de un medicamento en 93 países

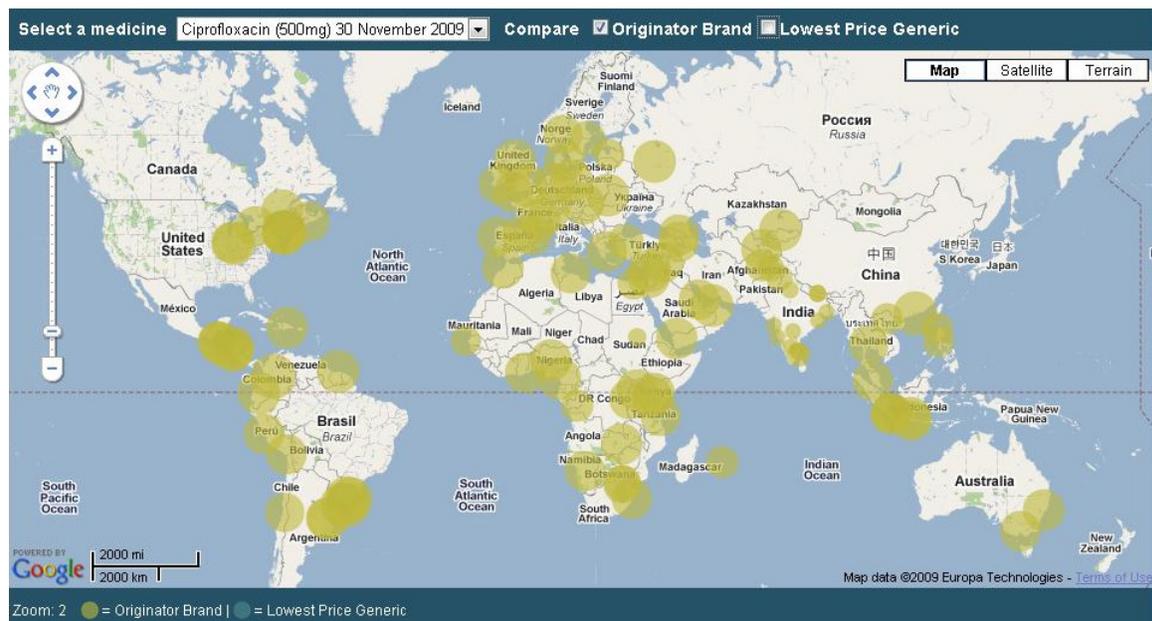
Quando se está enfermo, el precio de los medicamentos importa – especialmente si se es una de los millones de personas que viven en la pobreza en muchos países del mundo. Muchas personas no tienen acceso a los medicamentos; o no están disponibles en el sector público o los pacientes no pueden permitirse una cobertura con programa de reembolso médico. Las personas que se enfrentan a este dilema se ven obligadas a comprar las medicinas a su precio íntegro en el sector privado, prescindir de ellas o adquirir un tratamiento parcial.

Para ilustrar el asunto de los elevados precios, Health Action International (HAI) realizó un “recorrido” global de un día del precio del ciprofloxacino. El ciprofloxacino es un antibiótico de amplio espectro utilizado para tratar varias infecciones comunes, con una dosis adulta normal de 250-750 mg dos veces al día hasta 14 días. El medicamento no ha sido patentado ni en Estados Unidosⁱ, ni Europa ni el resto del mundo durante al menos 5 años y se han fabricado versiones genéricas en todo el mundo.

Las personas de la extensa red de HAI y sus socios obtuvieron el precio que un paciente tendría que abonar si pagase el precio total (a diferencia de la cantidad de co-pago donde existen sistemas de reembolso) de los comprimidos de ciprofloxacino 500mgⁱⁱ en su farmacia detallista más cercana el 30 de noviembre de 2009. Se recogieron tanto los precios tanto del producto de marca original fabricado por Bayerⁱⁱⁱ (originator brand) como del equivalente genérico de menor precio de la farmacia (lowest priced generic).

El mapa a continuación muestra el precio de un tratamiento de 7 días (14 comprimidos) en dólares estadounidenses utilizando el tipo de cambio del 30 de noviembre de 2009 para el producto del creador Bayer en cada ubicación donde se recogieron los datos^{iv} – cuanto mayor era la “burbuja”, mayor era el precio. En la página web de HAI (www.haiweb.org/medicineprices) existe una forma interactiva de este mapa, en el que también pueden verse los precios de los genéricos de menor precio. Estos precios no deben considerarse representativos de la situación en un país determinado, ya que existe una gran variación de precios dentro de algunos países, y solo informan de la fase final de la cadena de suministro^v. Sin embargo, son un indicativo de lo que los pacientes tendrían que pagar si abonasen el precio íntegro al por menor, en esas farmacias en ese día.

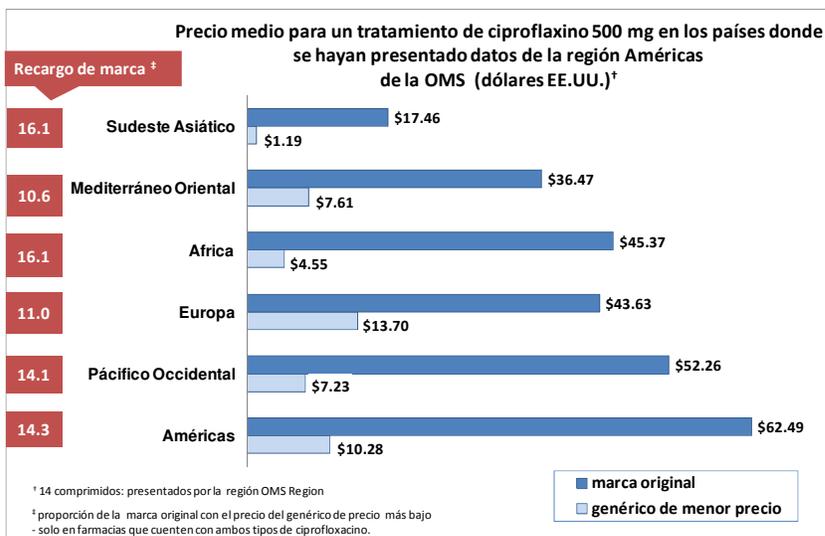
El precio que un paciente abonaría por un tratamiento del producto de la marca original era más de 200 veces mayor en Colombia que en 5 países asiáticos, donde el precio de genéricos era el más bajo, una diferencia de casi el 20.000 %^{vi}.



Los precios en el sureste asiático son mucho más bajos que en otras regiones

Como se muestra en el gráfico, el precio medio que un paciente pagaría por un tratamiento con ciprofloxacino varía mucho entre regiones; desde 17,46 dólares estadounidenses en el sureste asiático a 62,49 dólares estadounidenses en América para la marca original, y de 1,19 dólares estadounidenses en el sureste asiático a 13,70 dólares estadounidenses en Europa para el genérico.

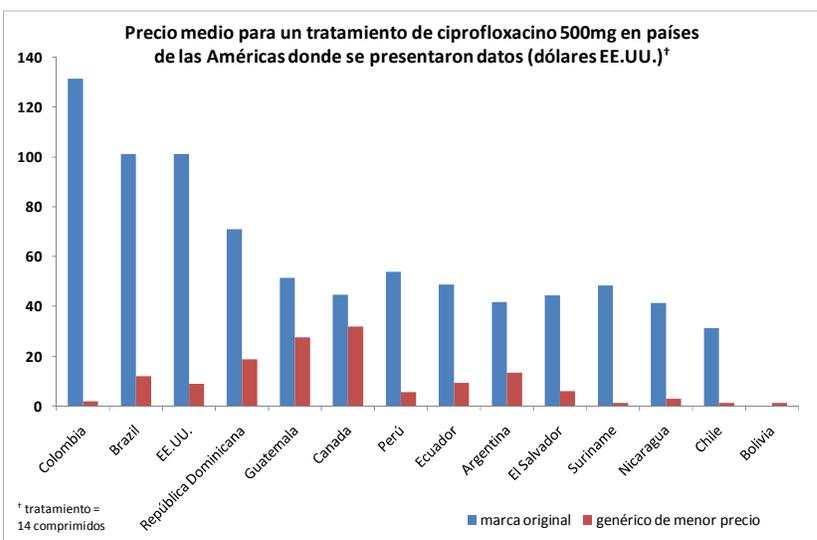
La marca original era de media entre 10 y 16 veces el precio del genérico de menor precio en las regiones, incluida la región del sureste asiático donde los precios del producto de marca y el genérico eran inferiores de media^{vii}.



Los precios varían mucho dentro de una misma región

Los precios que pagan los pacientes entre países dentro de una región también son muy variables; el gráfico a continuación muestra los datos para los países de América (la región con el precio medio más alto para la marca original). El precio de la marca original oscilaba entre una media de 31 dólares estadounidenses en China hasta los 131 dólares estadounidenses en Colombia; y el precio de los genéricos oscilaba desde solo 1 dólar estadounidense en Bolivia a 32 dólares estadounidenses en Canadá.

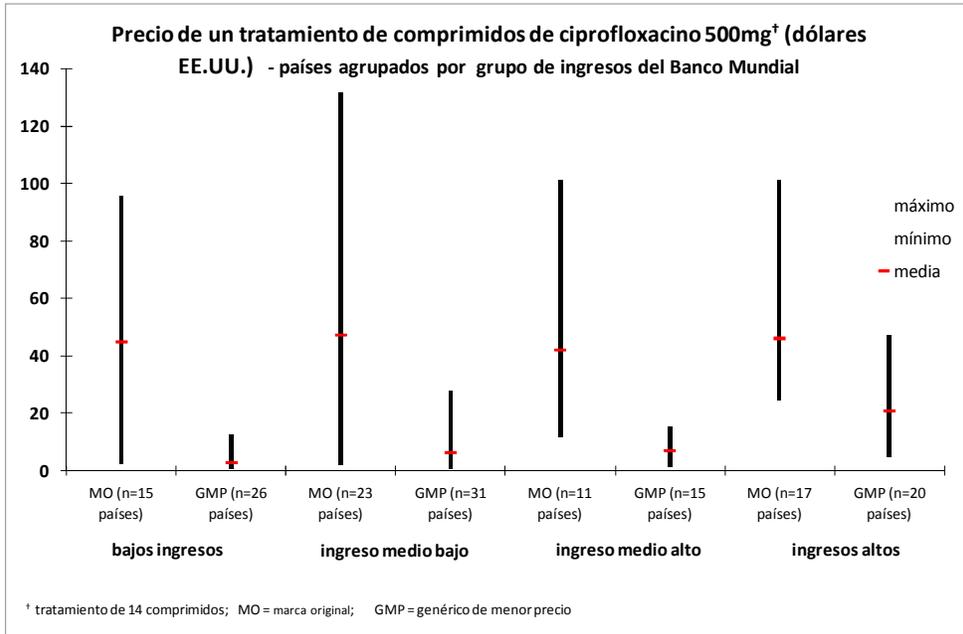
Colombia contaba con el recargo de marca más amplio, siendo la marca original 60 veces el precio del genérico de menor precio. Por el contrario, en Canadá, el precio de la marca original solo era un 40% más que el genérico que tenía un precio elevado en comparación con otros países de la región^{vii}.



Precios no equitativos: el precio de la marca original no está relacionado con el nivel de ingresos del país

El gráfico a continuación muestra el precio que un paciente pagaría por un tratamiento en países agrupados por el nivel de ingresos del Banco Mundial. Para la marca original (MO), el precio medio (indicado en rojo) mostraba variaciones muy pequeñas en los diferentes niveles de ingresos. Una imagen diferente es la de los genéricos de precio más bajo (LPG) en los que el precio medio (también indicado en rojo) disminuía a medida que se reducía la riqueza del país (desde alrededor de 20 dólares estadounidenses en los países de altos ingresos hasta alrededor de 3 dólares estadounidenses en los países de bajos ingresos).

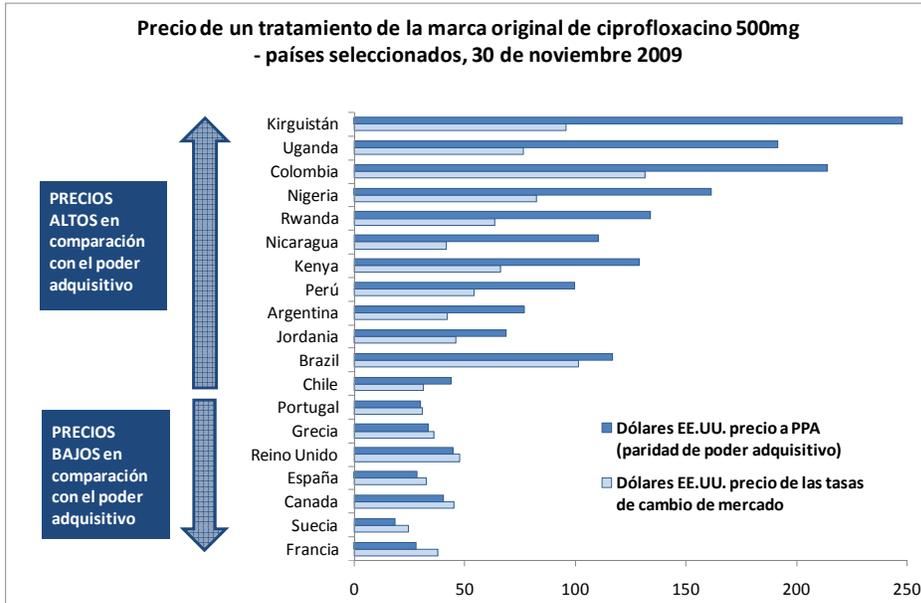
La variación en el precio entre países dentro de cada nivel de ingresos era mayor para la marca original en comparación con los genéricos. Por ejemplo, en los países de ingresos medios bajos, el precio de la marca original variaba de 2 a 131 dólares estadounidenses, mientras que los genéricos oscilaban entre 1 y 27 dólares estadounidenses.



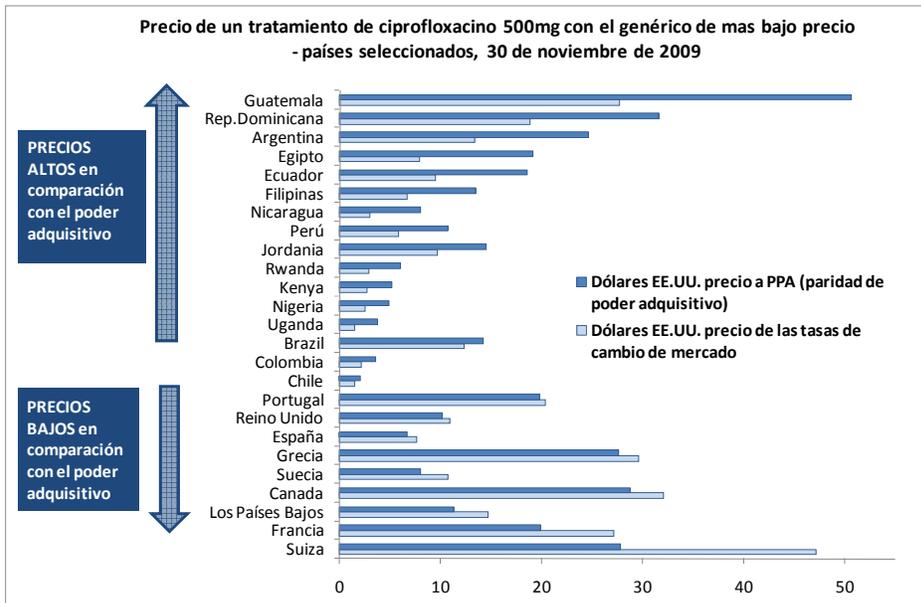
Poder adquisitivo: el ciprofloxacino puede considerarse caro en muchos países

Ya que, teóricamente, las divisas deben comercializar al tipo de interés que haría que los precios de los productos fuesen los mismos en cada país, el poder adquisitivo es un buen indicador de lo que cuestan los productos. Cuando el precio en términos de paridad de poder adquisitivo es mayor que el precio en los tipos de cambio, los productos pueden considerarse caros en ese país. Del mismo modo, cuando el precio en términos de paridad de poder adquisitivo es menor que el precio en los tipos de cambio, los productos pueden considerarse baratos en ese país.

El precio para la marca original en Kirguistán era extremadamente elevado situándose en 248 dólares estadounidenses en paridad de poder adquisitivo (y un precio mucho más bajo en los tipos de cambio de mercado), mientras que en Francia era bajo, a solo 28 dólares estadounidenses (con un precio similar en tipos de mercado), ilustrando que en algunos países los precios eran demasiado altos.



el mismo modo para genéricos, los precios en la paridad de poder adquisitivo eran caros en varios países. En Guatemala, el precio de un tratamiento de un genérico era alto, a 51 dólares estadounidenses en la paridad de poder adquisitivo (y 28 dólares estadounidenses en tipos de cambio de mercado), mientras que en Suiza ocurría lo contrario.



Conclusiones

- El ciprofloxacino genérico está disponible a precios mucho más bajos que el producto de la marca original.
- En muchos países, el precio de las versiones genéricas podría ser mucho más bajo y más asequible.
- El precio medio para el producto de la marca original Bayer era constante en varios países de niveles de ingresos diferentes.

Recomendaciones

Para mejorar la asequibilidad, se requieren intervenciones para **aumentar el uso de genéricos de bajo precio**. Los gobiernos deben:

- Garantizar que solo hay medicamentos de buena calidad en el mercado.
- Autorizar la sustitución de genéricos y crear incentivos para la dispensación de genéricos de bajo precio.
- Garantizar que el público tenga fácil acceso a la información sobre el precio que deberían pagar por un medicamento.
- Fomentar la implicación activa del consumidor y las organizaciones sanitarias profesionales en iniciativas educativas sobre el uso de medicamentos genéricos.
- Eliminar los impuestos y aranceles en los medicamentos y regular los márgenes en la cadena de suministro.

Para los pacientes que no pueden permitirse ni siquiera los genéricos de menor precio comprados en el sector privado, los gobiernos deben proporcionar medicamentos esenciales gratuitos en el sector público, y garantizar sistemas de financiación adecuada y de suministro eficiente para evitar carencias de recursos.

Este recorrido por el precio del ciprofloxacino es útil para ilustrar los precios en todo el mundo. Sin embargo, los gobiernos deben controlar continuamente los precios, así como la disponibilidad y asequibilidad, en varios sectores y regiones dentro de su país. Resulta más importante actuar sobre las conclusiones para desarrollar políticas y estrategias para mejorar la asequibilidad y disponibilidad de los medicamentos, controlar los resultados y adaptarse al entorno en constante cambio.

La OMS/HAI tiene una herramienta para medir los precios y disponibilidad de los medicamentos, y está desarrollando estudios profundos de las opciones de las políticas de precios (consúltese www.haiweb.org/medicineprices).

ⁱ En los Estados Unidos, la FDA garantizó a la empresa farmacéutica alemana Bayer AG la autorización de marketing para su marca de ciprofloxacino en EE.UU. Cipro[®] en 1987; la patente estadounidense caducó a finales de 2003; la patente caducó en Alemania hacia 2000.

ⁱⁱ O cápsulas.

ⁱⁱⁱ Bayer comercializa ciprofloxacino con los siguientes nombres comerciales Cipro[®], Ciproxin[®], Ciproxine[®], Ciprobay[®], Baycip[®], Ciflox[®]

^{iv} Los tipos de cambio a fecha de 30 de noviembre de 2009 en <http://www.oanda.com/currency/converter/>

^v El precio final para el paciente está compuesto por el precio de venta del fabricante más márgenes de ganancia y otros cargos en la cadena de suministro.

^{vi} Precio de la marca creadora en Colombia = 131,47 dólares estadounidenses; precio de genéricos en Indonesia (0,66 dólares estadounidenses), Laos (0,59 dólares estadounidenses), Myanmar (0,42 dólares estadounidenses), Sri Lanka (0,57 dólares estadounidenses), Vietnam (0,66 dólares estadounidenses)

^{vii} Proporciones de recargo por marca calculados según un análisis solamente de las farmacias que cuentan con la marca creadora y un producto genérico.