

Políticas Estratégicas de Descuento en Clases Terapéuticas con Múltiples Marcas y Principios Activos

Daniel Maceira – Natalia Espínola

Resumen

El acceso a medicamentos esenciales sigue siendo uno de los grandes desafíos de salud pública, especialmente en países en desarrollo. Se estima que, más de un tercio de la población mundial aún carece de acceso regular a tratamientos completos y eficaces con los medicamentos que necesitan. En Argentina, a diferencia de otros países, existe una sustancial normativa dirigida a brindar financiamiento sistemático para productos farmacéuticos. Sin embargo, el gasto de bolsillo en medicamentos aún sigue siendo regresivo. El presente ensayo propone analizar escenarios de descuentos en farmacia para población beneficiaria de seguros sociales, proveyendo deducciones especiales de hasta el 100% si la elección recae en la presentación más económica dentro de las cinco más vendidas, y permitiendo generar subsidios cruzados en tramos leales a marcas de laboratorios. Simulando escenarios de adherencia, el estudio se concentra en dos clases terapéuticas particulares dentro de un grupo seleccionado de medicamentos éticos de alto impacto en ventas. Los antihipertensivos y hipocolesterolemiantes permiten un estudio por grupo terapéutico complejo, en tanto cuenta con principios activos de distintas características en estructuras de mercado, diferenciales de precios y comportamiento competitivo. El análisis contó con información proveniente de 9454 recetas emitidas por profesionales de la salud participantes de la red de atención ambulatoria de una institución líder de la seguridad social argentina desde agosto 2013 a julio 2014, corregidas por Dosis Diarias Definidas para facilitar comparaciones en precios. El análisis muestra que la efectividad de la política en el gasto de bolsillo de las familias, es particularmente sensible al nivel de adhesión de los usuarios al cambio de marca consumida. En los casos analizados, esta brecha es más marcada en el enalapril, -cuyos ahorros fluctúan entre 24% y 100%-, que en la rosuvastatina, con marcadas implicancias a cualquier nivel de adherencia, en un rango de 88%-100%. La adhesión a la política refiere a los niveles de lealtad de los usuarios (y particularmente de sus prescriptores) en mercados con percepción de diferenciales de calidad entre marcas y laboratorios. El trabajo permite alinear una propuesta técnica sanitaria con argumentos de capacidad de negociación en mercados con diferenciación de producto, y abre una agenda de investigación sobre los alcances del ahorro intertemporal de este tipo de acciones, ya que incentiva el cuidado presente, reduce la tasa de abandono al tratamiento, reorientando recursos sectoriales hacia otras intervenciones vacantes.