

Cinco farmacéuticas triplican, en sólo un mes, sus ventas al bajar el precio

Son pequeñas firmas de genéricos que han conseguido revolucionar el sector

Alberto Vigario MADRID.

Cinco compañías farmacéuticas españolas, Asol, Aurobindo, Sumol, Uxafarma y Vir, han conseguido en sólo un mes -de mayo a junio- triplicar sus ventas de medicamentos en las farmacias. Lo han hecho aprovechándose del nuevo sistema de dispensación de recetas en las farmacias, que obliga a dar al usuario el medicamento de precio más bajo dentro del grupo terapéutico, siempre que en la receta el médico no indique una marca en concreto.

Este sistema, denominado de *precio más bajo*, entró en vigor el pasado 16 de mayo y ha causado una auténtica guerra de precios en el sector de las compañías de medicamentos genéricos.

Esta cinco compañías decidieron entonces rebajar unos céntimos el precio de algunos medicamentos, consiguiendo de esa manera ser el fármaco más barato de su grupo y, por tanto, que el farmacéutico tenga la obligación de dispensarlo.

La estrategia comercial les ha salido redonda, al menos, de momento. Las cinco compañías, en conjunto, incrementaron sus ventas el mes posterior de la medida un 249 por ciento, según los cálculos que ha realizado la consultora IMS Health.

Subida de la cuota de mercado

Este espectacular aumento de ventas se ha visto indudablemente reflejado en las cuotas de mercado de muchas compañías. El estudio de la consultora ha evaluado la evolución de esta cuota en uno de los medicamentos más vendidos, la simvastatina, un fármaco para el colesterol.

Antes de bajar sus precios, las ventas de estas cinco compañías apenas suponían el 0,8 por ciento de la cuota total de este medicamento en las farmacias. En la segunda sema-



Los medicamentos genéricos viven una guerra de precios. FERNANDO VILLAR

na de julio, ya con el nuevo precio, las ventas de simvastatina de las cinco compañías ya suponen el 17,5 por ciento del total.

El estudio de la consultora también ha tenido en cuenta las ventas por comunidades autónomas, ya que las diferencias regionales en esta escalada de ventas han sido muy evidentes. Así, la cuota de mercado de simvastatina de estas cinco compañías ha subido en este periodo -de mayo a julio- un 61 por cien-

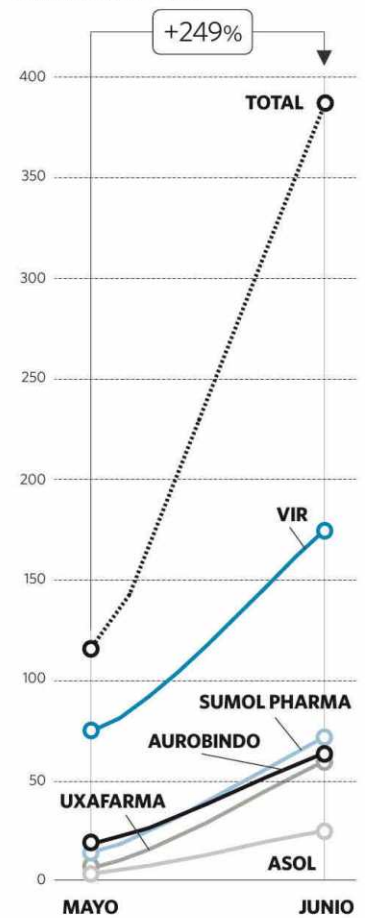
to en Andalucía, mientras en Canarias no ha tenido ninguna variación.

Más competencia

Tras este movimiento inusual en el mercado, algunas voces del sector han calificado como "kamikazes" a estas cinco compañías y han alertado de un posible riesgo de falta de suministro temporal de algunos fármacos debido a la menor capacidad de producción de estas empresas. Los directivos de estas com-

Subida en un sólo mes

Evolución mensual de ventas en 2012, en miles de unidades



Fuente: IMS Health.

elEconomista

pañías se defienden abanderando la política de libre competencia para poder luchar ante las grandes compañías. "No nos parece ético que se intente igualar a todos los medicamentos genéricos en precio, sin tener la posibilidad de competir en precios, única arma de la que dispone una empresa para competir en el mercado de las grandes multinacionales de genéricos", ha señalado a *elEconomista* el presidente de Sumol, Luis Bahamonde.