

# Biosim y Aeseg celebran el apoyo de Montón a sus sectores

● Las patronales muestran su disposición para adoptar medidas que potencien estos medicamentos

**MARTA RIESGO**

Madrid

La Asociación Española de Biosimilares (Biosim) y la Asociación Española de Medicamentos Genéricos (Aeseg) celebran las declaraciones realizadas por la ministra de Sanidad, Carmen Montón, en su primera comparecencia en la Comisión de Sanidad del Congreso de los Diputados, donde mostró su apoyo a los medicamentos biosimilares y genéricos como herramienta de sostenibilidad para el Sistema Nacional de Salud. De este modo, durante su intervención anunció su intención de fomentar el uso de genéricos y biosimilares, aunque no especificó medidas concretas para impulsar estos sectores.

En este sentido, desde la patronal Biosim, su directora general, Regina Múzquiz, considera "muy acertada" la referencia realizada por Montón a los medicamentos biosimilares. "Comprometí una actitud de apoyo y un plan para que el sistema sanitario pueda beneficiarse ampliamente de las ventajas que aportan estos medicamentos", asegura a EG. Este apoyo a los biosimilares, explica, "tiene además concordancia con otras medidas de política sanitaria que también anunció, como un mayor interés por

valorar la dimensión de coste-valor dentro de su política farmacéutica".

Asimismo, desde la patronal de la industria de los biosimilares española, aprecian "la llamada al diálogo dentro del sector sanitario que hizo a lo largo de su intervención". Para ello, explica Múzquiz, "sabe que cuenta con BioSim". Junto con la intervención de la Ministra, puntualiza la directora general de la patronal, "también apreciamos la actitud del resto de grupos parlamentarios y de sus portavoces, que mostraron compartir los principios de mejora de la calidad y eficiencia sanitaria que también representan para el sistema sanitario los medicamentos biosimilares".

## Impulso al genérico

Por su parte, el director general de Aeseg, Ángel Luis Rodríguez de la Cuerda, agradece el apoyo mostrado por Montón y muestra su disposición para colaborar en adoptar las mejores medidas que potencien el mercado de genéricos. De la Cuerda recuerda que la tasa de penetración del EFG en España ronda el 40 por ciento, frente al 62 por ciento de media continental, lo que muestra la necesidad, dice, de potenciar este sector.

En este sentido, la patronal de la industria del genérico pide recuperar el diferen-



El director general de Aeseg y la directora general de Biosim.

cial de precio del EFG (más bajo) frente a la marca. "Fuera de España no se entiende que no exista ese diferencial y se obligue a la marca a situarse en el precio del genérico. "Es una visión muy cortoplacista y errónea dejar a industria innovadora y genérica que se peguen entre ellas por el precio. No solo se puede pensar en el ahorro a corto plazo", critica. A este diferencial de precio, De la Cuerda suma la necesidad de adoptar medidas con criterio de unidad de mercado, y normas que faciliten el acceso a estos medicamentos.

El director general de la patronal del genérico recuerda que este sector sigue generando ahorros de cerca de mil millones de euros anuales al SNS y que siete de cada diez fármacos genéricos consumidos en España se han fabricado en el propio país. La industria del medicamento genérico es un sector comprometido con

el producto interior bruto (PIB) español. Y es que, puntualiza, "después de 20 años hemos demostrado no solo que contribuimos a la sostenibilidad del SNS a través de un impacto presupuestario positivo y asegurando a los pacientes el acceso a medicamentos esenciales de forma coste eficiente, sino que también estamos comprometidos con el empleo, con la productividad, con la inversión en innovación y con la producción".

Para tratar todos estos asuntos y trazar un plan que potencie, como aseguró la ministra, el uso de estos medicamentos, desde la patronal del genérico esperan poder mantener una reunión con el Ministerio de Sanidad, con el fin de poner sobre la mesa las necesidades de este sector, y poder así colaborar en la adopción de una estrategia nacional que impulse el crecimiento de este mercado y mejore el acceso a estos medicamentos.

CON LA VENIA:

## La publicidad de los medicamentos o la eterna asignatura pendiente

La intervención de las nuevas responsables de Sanidad y de Hacienda en las comisiones correspondientes del Congreso, hace escasas fechas, ha abordado buena parte de los asuntos candentes en los que esperábamos conocer la postura del nuevo Gobierno. A las políticas de recuperación de la sanidad universal y de eliminación de copagos, ya conocidas, se han sumado importantes anuncios para el sector farmacéutico, cuales son la intención del Gobierno de potenciar las compras centralizadas, el reforzamiento del papel del Informe de Posicionamiento Terapéutico a fin de facilitar decisiones de financiación y evitar reevaluaciones, la medición de resultados en salud, o el diseño de una estrategia para la introducción temprana de la innovación disruptiva. Todo ello combinado con la potenciación del papel de genéricos y biosimilares en nuestro mercado.

Un buen ramillete de iniciativas importantes, qué duda cabe, pero que no deben distraernos de la necesidad de seguir avanzando en otras cuestiones, quizás más mundanas, pero igualmente importantes para el sector por cuanto afectan a sus actividades del día a día. Una de las asignaturas cuya superación está demorándose en demasía es el abordaje de una regulación más afinada de las actividades de promoción de los medicamentos en nuestro país. La regulación actual se contiene en un marco normativo a todas luces obsoleto, como evidencia el hecho de que data en buena medida de hace casi tres décadas. Hasta el momento, salvo por la supresión del trámite de autorización previa de la publicidad dirigida

al público, las iniciativas de las autoridades estatales y autonómicas se habían limitado esencialmente a la adopción de meras guías y recomendaciones. No es de extrañar, pues, la satisfacción con la que se recibió, a finales del pasado ejercicio, el anuncio de que el nuevo decreto sobre publicidad de medicamentos de uso humano constituiría una de las prioridades normativas del Ministerio de Sanidad.

Pese al tiempo transcurrido, no ha habido novedades sobre el estado de tramitación del proyecto ni sobre sus líneas generales. Confiemos en que las urgencias que inevitablemente conlleva todo cambio de guardia en las altas esferas no se traduzcan, sin embargo, en una nueva demora en la aprobación de la nueva normativa. No sólo por la conveniencia de actualizarla, sino por la perentoria necesidad de adaptar este marco regulatorio a los profundos cambios que las nuevas tecnologías de la información han introducido en la forma de comunicarse de la sociedad y de la propia comunidad sanitaria. Hace varias semanas, esta publicación se hacía eco de la escasa implantación de la venta on-line de medicamentos en nuestro país, pese a los tres años transcurridos desde que se dio luz verde a estas actividades. A las causas ya apuntadas en el artículo que recogía la noticia, me permito añadir modestamente la ausencia de un marco normativo moderno y claro que anime el emprendimiento de más iniciativas en este campo. En nuestra mano está eliminar algunos de estos obstáculos.

**Juan Suárez**  
Abogado y socio  
de Faus & Moliner

