

# Patentes y marcas registradas en la actividad farmacéutica

DANIEL CHUDNOVSKY\*

## INTRODUCCIÓN

La farmacéutica es una de las industrias manufactureras en las que más se utilizan, tanto en los países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo, las patentes de invención

\* De la División de Tecnología de la UNCTAD, en Ginebra. Las opiniones expresadas en este ensayo son del autor y no reflejan necesariamente las de la Secretaría de la UNCTAD. Este artículo se basa sobre todo en dos informes preparados recientemente por dicha Secretaría, con la ayuda de L.K. Mytelka, C. Correa y R. Kumar, intitulados "Review of recent trends in patents in developing countries" (TD/B/C.6/AC.5/3) y "Trade marks and generic names of pharmaceuticals and consumer protection" (TD/B/C.6/AC.5/4). [Traducción del inglés de Sergio Ortiz Hernán.]

y las marcas registradas. Las empresas que encabezan esta actividad, en su mayoría transnacionales, han estado particularmente activas en la obtención de patentes de procesos y de productos a fin de proteger los frutos de sus gastos de investigación y desarrollo (I y D), así como en el registro de marcas para diferenciar sus productos y facilitar la competencia ajena al precio que caracteriza a esta industria. Los derechos de propiedad industrial se utilizan en ella para acrecentar la fuerza que ejercen en el mercado las empresas más destacadas. Por esta razón, dichas empresas se han preocupado de obtener la mayor y más duradera protección de la legislación de propiedad industrial, en los ámbitos nacional e internacional, sobre todo mediante la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

Así, las empresas farmacéuticas transnacionales han aprovechado el sistema de propiedad industrial para reforzar su capaci-

dad en el mercado; en cambio, los países en desarrollo han estado tratando de modificar sus políticas sobre propiedad industrial a fin de disminuir ese poderío de las empresas y obtener productos medicinales a precios menores. Además, en algunos países en desarrollo, varias empresas farmacéuticas propiedad de nacionales se han opuesto a que los fármacos tengan una fuerte protección mediante el sistema de patentes. Éstas se han convertido en uno de los puntos de conflicto entre las empresas transnacionales y las nacionales en el campo farmacéutico.

El propósito de este ensayo es examinar algunos de los problemas que derivan del uso de patentes y de marcas registradas en la industria farmacéutica de los países en desarrollo, así como de las iniciativas de política en esta materia. En el siguiente apartado se estudiarán las patentes de invención; las marcas registradas serán el tema siguiente y, para finalizar, se presentarán algunas conclusiones.

#### PATENTES DE INVENCIÓN

El crecimiento de la industria farmacéutica ha dependido en gran medida del descubrimiento y la aplicación de nuevos procesos productivos y de nuevos productos. La corriente de estos últimos ha sido posible gracias a los considerables gastos de las grandes empresas en una actividad que es característica de la industria farmacéutica moderna: la investigación y el desarrollo.

Muchos de los frutos derivados de los esfuerzos de I y D están protegidos por patentes. Estos instrumentos de protección dan a las empresas la posibilidad de regular el uso de las invenciones para imponer precios mayores y exigir otras condiciones que no serían posibles en un mercado más competitivo. Por tanto, las empresas farmacéuticas que realizan investigación han buscado la mayor y más duradera protección posible mediante las patentes. "Sin ella. . . no habría incentivos para la innovación, sobre todo en vista del tiempo y el dinero requeridos hoy día para desarrollar un nuevo producto y, también, en vista de los grandes riesgos involucrados."<sup>1</sup>

Las empresas transnacionales han estado patentando muchos productos. Por ejemplo, entre las más activas de Estados Unidos en el patentamiento se cuentan 11 transnacionales farmacéuticas radicadas en ese país; cuatro de ellas (Upjohn, Merck & Co., American Home Products y Warner Lambert) han registrado, cada una, más de 1 000 patentes en el período 1969-1977 (*Scrip*, núm. 403, 4 de julio de 1979, p. 6). Tres de estas empresas están entre las diez primeras farmacéuticas del mundo, de acuerdo con la cantidad de productos actualmente en desarrollo (*Scrip*, núms. 653 y 654, 21-24 de diciembre de 1981, p. 18).

Es importante tener en cuenta que, por razones no directamente relacionadas con las patentes, durante los últimos dos decenios declinó considerablemente la tasa de innovación en la industria farmacéutica, medida por el número de nuevos fármacos introducidos al mercado. De 1961 a 1973 esa tasa disminuyó un tercio.<sup>2</sup> La baja del ritmo de las innovaciones ha afectado, por

supuesto, la cantidad de productos que la industria ha podido patentar.

Aunque muchas de las patentes obtenidas no conducen a la introducción de productos en el mercado,<sup>3</sup> los derechos que ellas conceden facilitan, al parecer, los acuerdos de intercambio de licencias (cross-licensing agreements) entre las principales empresas farmacéuticas y, por supuesto, elevan la altura de las barreras a la entrada que se oponen a los que quieren participar en determinados productos patentados. En relación con esto, vale la pena mencionar que, según un ensayo reciente sobre el tema, es en los fármacos en donde tienden las patentes a aumentar los costos de imitación.<sup>4</sup> Sin embargo, los productos y procesos productivos farmacéuticos reciben una fuerte protección mediante patentes sólo en algunos países, los más de los cuales son desarrollados de economía de mercado. En numerosos países en desarrollo y en los socialistas de Europa Oriental no es posible patentar los medicamentos y sólo se pueden proteger los procesos de producción.

Como se observa en el cuadro 1, casi 40 países en desarrollo no autorizan las patentes farmacéuticas. También vale la pena notar que en el último lustro de los setenta ningún país en desarrollo ha modificado su política a fin de otorgar protección a los productos farmacéuticos. Además, Ecuador y México han seguido el ejemplo de Brasil, en donde no existe patentamiento de productos ni de procesos farmacéuticos desde 1969. Adicionalmente, cabe resaltar el tamaño de los mercados comprendidos en estos casos. Entre ellos están todos los principales mercados farmacéuticos del Tercer Mundo, colocados en el grupo de los 15 primeros del planeta: Brasil (sexto), Argentina (octavo), México (décimo), Corea del Sur (undécimo) y la India (decimocuarto).<sup>5</sup>

En cuanto a los países desarrollados incluidos en el cuadro 1, es claro que varios de ellos no otorgan protección a los productos, aunque existe una tendencia hacia la plena patentabilidad de los medicamentos. Entre los países que han establecido en los últimos decenios la protección para los productos farmacéuticos se cuentan Francia, en 1958, la República Federal de Alemania, en 1968, Japón, en 1976, e Italia en 1978.

El grado de protección de los fármacos mediante patentes se relaciona hasta cierto punto con el nivel de desarrollo de la industria farmacéutica de cada país. En las naciones desarrolladas que han otorgado plena protección a los medicamentos, la industria farmacéutica ha logrado un nivel considerable; sin embargo, por lo general no es este el caso en los países en desarrollo. La mayoría de éstos depende en gran medida de las importaciones para satisfacer sus necesidades en materia farmacéutica. La falta de protección mediante patentes farmacéuticas permite que estos países sean, en principio, más selectivos en cuanto a sus fuentes de abastecimiento y que, eventualmente, disminuyan la cuenta que pagan por esas importaciones. No obstante, el grado

3. Según un estudio sobre las patentes farmacéuticas en el Reino Unido, ". . . en el caso de las empresas estudiadas, fue muy baja la proporción de patentes que resultaron en productos colocados en el mercado, y varió de 0 a 18 por ciento". Véase M.P. Nolan, C. Oppenheim y K.A. Withers, "Patenting profitability and marketing characteristics of the pharmaceutical industry", en *World Patent Information*, vol. 2, núm. 4, 1980.

4. E. Mansfield, M. Schwartz y S. Wagner, "Imitation costs and patents: an empirical study", en *The Economic Journal*, diciembre de 1981.

5. El número ordinal entre paréntesis indica la posición de cada mercado en 1979. Véase *Scrip*, núm. 441, 24 de noviembre de 1979, p. 9.

1. OCDE, *Impact of multinational enterprises on national, scientific and technical capacities. Pharmaceutical industry*, París, 2 de diciembre de 1977.

2. *Ibid.*, p. 44.

CUADRO 1

## Países que excluyen de la protección de patentes a los productos farmacéuticos

Países	1974-1975	1979-1980	Países	1974-1975	1979-1980
<i>En desarrollo</i>					
Argentina	■	■	República Unida del Camerún	■	■
Benin	■	■	Senegal	■	■
Bolivia	■	■	Tailandia	■ ◀	■
Brasil	■ •	■ •	Togo	■	■
Chad	■	■	Túnez	■	■
Chile	■	■	Uruguay	■	■
Colombia	■	■	Venezuela	■	■
Congo	■	■	Yugoslavia	■	■
Costa de Marfil	■	■	<i>Desarrollados de economía de mercado</i>		
Ecuador	■	■ •	Austria	■	■
Egipto	■	■	España	■	■
Gabón	■	■	Finlandia	■	■
Ghana	■	■	Grecia	■	■
Guyana	■	■	Italia	■ ◦	□
Honduras	□	■	Japón	■	□
India	■	■	Noruega	■	■
Indonesia	■ ◦	■ ◦	Portugal	■	■
Irán	■	■	Suiza	■	□
Irak	■	■	Turquía	■	■
Kuwait	■	■	<i>Socialistas de Europa Oriental</i>		
Líbano	■	■	Albania	■ ◀	■ ◀
Libia	■	■	Checoslovaquia	■ ◀	■ ◀
Marruecos	■	■	Hungría	■	■
México	■	■ ▲	Polonia	■	■
Nigeria	■	■	República Democrática Alemana	■	■
Paraguay	■	■	Rumania	■ ◀	■ ◀
Perú	■ Δ	■	URSS	■ ◀	■ ◀
República Árabe Siria	■	■			
República de Corea	■	■			

■ Los productos no están protegidos.

□ Los productos están protegidos.

• Los procesos farmacéuticos tampoco son patentables.

◦ No hay ley de patentes en Indonesia.

▲ Los procesos no son patentables, pero pueden protegerse mediante certificados de invención.

Δ Antes de la promulgación de la Decisión 85, la Oficina de Patentes de Perú rehusaba conceder patentes de productos con el argumento de que tal protección sólo debe otorgarse "siempre que sea de interés social" (Decreto Legislativo núm. 18350, de 1970, artículo 46).

◀ Las patentes se implantaron en Tailandia en 1979.

◁ En el caso de invenciones referentes a medicamentos sólo se extienden certificados de invención.

Fuente: "Review of recent trends in patents in developing countries", *op. cit.*, cuadro 10.

en que se utilice en realidad esta libertad dependerá del tipo de políticas de adquisición de medicamentos que sigan los gobiernos.

En los países en desarrollo en los cuales hay producción interna de medicamentos, las empresas nacionales favorecen por lo común un sistema débil de protección patentaria. La falta de esa protección para los productos farmacéuticos facilita a las empresas internas la elaboración de medicinas a base de materias primas importadas; en los pocos casos en los que también está prevista la producción de materias primas, la ausencia de patentes de pro-

cesos productivos puede facilitar dicha actividad en los países de que se trata.

Pese a que la falta de protección patentaria o la debilidad del sistema de patentes ha facilitado en cierta medida el desarrollo de empresas nacionales en algunos importantes países en desarrollo, no ha reducido de manera significativa las posiciones dominantes de las transnacionales en esos mercados. Las participaciones de las empresas extranjeras en los mercados de los países en desarrollo han sido por lo común superiores a 50% y en nu-

merosos casos han llegado hasta 80-90 por ciento, como por ejemplo en Brasil, Colombia, México, Kenya, etcétera.

Los casos de Argentina y Brasil son interesantes para ilustrar este tema. La débil protección patentaria ha sido uno de los factores que han permitido que las empresas nacionales conserven una apreciable participación en el mercado argentino, aunque dicha participación ha declinado ligeramente de 43% en 1972 a 41% en 1978; también ha inducido una importante erogación en I y D, así como la producción interna de materias primas en ciertas empresas.<sup>6</sup>

En Brasil, la eliminación de las patentes de procesos farmacéuticos a partir de 1969 no ha tenido aún efectos significativos en la estructura de la industria. La actividad farmacéutica está dominada en gran medida por las filiales de las empresas transnacionales, las cuales han seguido invirtiendo en ese campo durante los setenta. Sin embargo, la baja mundial de la tasa de innovación farmacéutica, junto con las mayores oportunidades para importar insumos de fuentes más baratas, ha reducido la brecha entre las empresas extranjeras y las nacionales en lo que se refiere a su desempeño en el mercado. Una comparación entre la tasa de crecimiento de las ventas de las diez mayores empresas farmacéuticas extranjeras y los diez principales laboratorios brasileños durante el período 1974-1978 mostró que los segundos han tenido un ritmo de aumento mayor.<sup>7</sup>

Aunque el tema merece más investigación empírica, parece que la falta de protección patentaria o el débil sistema de patentes no ha afectado gravemente a la operación de las transnacionales en los países en desarrollo. Las patentes constituyen un instrumento importante para reforzar la capacidad de las empresas dominantes en el mercado, pero no son la única ni la principal fuente de ese poderío. La eliminación o limitación de los derechos de patente puede facilitar el surgimiento de ciertos segmentos de la industria nacional, mas no puede modificar por sí misma la estructura de la industria farmacéutica en los países en desarrollo, a menos que, mediante las políticas oficiales adecuadas, se creen otras circunstancias favorables.

Esta conclusión es aún más aplicable a aquellos países en desarrollo que dependen en gran medida de la importación de productos finales para satisfacer sus necesidades farmacéuticas. El mero cambio de la legislación en materia de patentes no disminuirá, como tal, el precio de las importaciones de medicamentos. También se requiere que los gobiernos apliquen una política activa de adquisición a fin de aprovechar fuentes más baratas de abastecimiento y, con ello, disminuir los precios de las importaciones.

#### MARCAS REGISTRADAS

La industria farmacéutica no sólo se caracteriza por la gran magnitud de las erogaciones dedicadas a I y D. Es también una de las actividades con mayor tasa de gastos de promoción por unidad de ventas, a saber, de 20 a 25 por ciento. Las labores de promoción se utilizan para diferenciar los productos de las em-

presas farmacéuticas. Esta diferenciación da campo a un tipo de competencia dirigida en lo fundamental a influir en la curva de la demanda, en vez de aceptarla, como ocurre en el caso de la competencia de precios.

Las marcas registradas son un medio de diferenciar los productos. A diferencia de las patentes, las marcas son el único elemento del proceso de diferenciación que recibe una protección jurídica específica durante un período ilimitado. Al mismo tiempo, aunque la publicidad no necesariamente debe hacerse por marcas, el esfuerzo publicitario se concentra sobre todo en la promoción de una marca registrada en particular. La importancia de la competencia de marcas en la actividad farmacéutica queda de manifiesto si se considera la gran cantidad de registros de esa clase en el sector. Se ha estimado que más de 40% de las marcas que se utilizan en todo el mundo se relaciona con medicamentos y con productos asociados a ellos (*Script*, núm. 618, 19 de agosto de 1981, p. 81).

La importancia de las marcas registradas en esta industria queda clara una vez que se estudian las características del mercado farmacéutico. Como la selección del producto que ha de consumirse está por lo común a cargo del médico, es el que receta, y no el consumidor real, quien crea la demanda de medicamentos y su estructura. Cuando prescriben, los médicos casi no prestan atención a los precios de los medicamentos; así, se rompe el vínculo entre el precio y la demanda. Si el médico escoge la marca al extender la receta, el farmacéutico que la surte no puede influir en la demanda. Sin embargo, cuando a los farmacéuticos se les da la posibilidad de escoger, y cuando sus propios ingresos dependen de una participación en las ventas, es probable que suministren las marcas de mayores precios.

En un mercado en el que proliferan las marcas, los médicos desempeñan un papel importantísimo; por ello, un gran porcentaje de los gastos de promoción de ventas se dedica a influir en los doctores. Esto se logra a menudo mediante visitas individuales de los agentes de las empresas y mediante el suministro de muestras gratuitas de ciertos medicamentos.

La publicidad centrada en marcas específicas es un factor importante en la creación del poderío de las empresas en el mercado. En consecuencia, cabe esperar que los precios de los medicamentos de marca sean mayores y que las utilidades de los laboratorios que los producen sean más grandes. Sin embargo, el precio extra que pagan los consumidores no está compensado, al parecer, por la función de identificación de calidad que cumplen las marcas registradas.<sup>8</sup>

Esa función identificadora se ha vuelto en gran medida irrelevante en los países en donde existen adecuadas instalaciones oficiales para comprobar la calidad de los medicamentos. Cuando no hay tales instalaciones, como ocurre en muchos países en desarrollo, las marcas, aunque no necesariamente garanticen la calidad del medicamento, pueden propiciar que los consumidores la comprueben, en función de su propia experiencia, y que lo mismo hagan los médicos, en el caso de los fármacos que prescriben. En la medida en que las marcas sigan desempeñando esta

6. D. Chudnovsky, "The challenge by domestic enterprises to the transnational corporations' domination: a case study of the Argentine pharmaceutical industry", en *World Development*, vol. 7, 1979.

7. C. Correa, "Limitaciones al desarrollo y control de mercado en la industria farmacéutica del Brasil", en *Revista del Derecho Industrial*, septiembre-diciembre de 1980.

8. UNCTAD, *The Role of Trade Marks in Developing Countries*, Naciones Unidas, Nueva York, 1979, número de venta E. 79II.D.5. Véanse los párrafos 10-12.

función, es posible que los consumidores reciban algún beneficio indirecto a cambio del precio extra que pagan por los medicamentos de patente.

Queda claro, sin embargo, que no son los consumidores los principales beneficiarios del sistema de marcas registradas en la industria farmacéutica. Obviamente, son los laboratorios los que reciben los frutos de este sistema de competencia de marcas, a cuyo funcionamiento contribuyen las prácticas de los doctores y los farmacéuticos.

Las empresas farmacéuticas transnacionales respaldan con entusiasmo este sistema de competencia. Pese a ello, los grandes laboratorios privados nacionales en los países en desarrollo han seguido por lo común a las empresas extranjeras en cuanto a su política de precios. De hecho, las grandes compañías nacionales han dedicado enormes sumas a las actividades de promoción. Dada la inelasticidad de la demanda de medicamentos, esta estrategia comercial les ha resultado claramente favorable y, cuando menos en Argentina y Brasil, ha sido uno de los factores responsables del desempeño de las empresas nacionales en este campo.<sup>9</sup> Por esta razón, mientras que el tema de las patentes ha dividido claramente a las transnacionales y a los grandes laboratorios nacionales, el de las marcas (y con ellas el de los gastos de promoción) no ha sido un asunto tan controvertido entre ambos tipos de empresas.

No obstante, en la medida en que las marcas registradas han conducido a que los medicamentos tengan precios mayores, se han convertido en asunto importante para los consumidores y las autoridades sanitarias. En vez de tratar de disminuir la protección jurídica de las marcas registradas, el camino que con más frecuencia se ha seguido es disminuir su influencia en el mercado, promoviendo el empleo de productos genéricos.

Los nombres genéricos de los medicamentos fueron concebidos para remplazar a la designación química o fórmula del ingrediente activo que contiene el fármaco de que se trate. Un nombre genérico se aplica, entonces, a todas aquellas marcas que contengan el mismo ingrediente activo. Por tanto, hay muchas más designaciones de marca que nombres genéricos.

Merced al uso de nombres genéricos en el mercado farmacéutico es posible acabar con la diferenciación del producto sobre la base de marcas registradas y revitalizar, por tanto, el papel que desempeña la competencia de precios. Cuando se utilizan nombres genéricos también disminuyen las barreras a la entrada en el mercado farmacéutico. Con ello se abre la posibilidad de disminuir los precios de los medicamentos.

La aplicación de una política dirigida a cambiar de las marcas registradas a los nombres genéricos en el mercado farmacéutico exige que se actúe en varios frentes. En primer término, y como condición esencial, es preciso que el gobierno garantice la calidad de los medicamentos puestos en el mercado. En segundo lugar, es necesario propiciar que los médicos prescriban conforme a los nombres genéricos y, además, que sean más conscientes en cuanto a los costos de lo que recetan. Así, por ejemplo, en la

mayoría de las entidades federativas de Estados Unidos, los doctores están obligados a aclarar si la marca que recetan es necesaria desde el punto de vista médico o si puede sustituirse con otro producto similar.<sup>10</sup> En la República Federal de Alemania, las instituciones de seguridad médica exigen que los doctores receten atendiendo a "razones de economía". En tercer lugar, debe disponerse de una legislación especial que permita a los farmacéuticos sustituir los medicamentos de marca prescritos por los médicos por productos genéricos. En casi todas las entidades federativas estadounidenses se ha promulgado ese tipo de disposiciones. En cuarto término, una vez establecidas la legalidad y la posibilidad de sustituir medicamentos, conviene estimular una competencia entre los farmacéuticos sobre la base de los precios. En aquellos países en donde los farmacéuticos surten a los pacientes los medicamentos prescritos por el sector oficial de salud, debería cambiarse la comisión que se les paga como un porcentaje del valor de la receta por una cuota fija.

Las medidas indicadas se han puesto en práctica en diferentes formas, tanto en los países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo. La política de recetar conforme a nombres genéricos ha logrado importantes resultados en Cuba, Costa Rica y Sri Lanka,<sup>11</sup> en tanto que ha sido un fracaso en Paquistán.<sup>12</sup> Es posible que la oposición de los principales agentes del mercado farmacéutico represente un obstáculo para el buen éxito de tales políticas. Además de las empresas farmacéuticas, tanto las extranjeras como las nacionales, los médicos pueden oponerse a estas medidas porque están acostumbrados al sistema de las marcas registradas. A mayor abundamiento, los médicos consideran que la calidad de los medicamentos es un asunto crítico. Por último, los farmacéuticos privados pueden oponerse a la política de productos genéricos si sus ganancias dependen de los precios de los medicamentos en la forma de un margen porcentual. Por todas estas razones, el cambio de un sistema de marcas a uno de productos genéricos debe asegurarse mediante un conjunto coherente de medidas encaminadas a modificar el funcionamiento de las fuerzas del mercado, de modo tal que favorezcan a la política deseada. En relación con esto, los aspectos clave para lograr progresos en este campo son el sistema para garantizar la calidad de los fármacos, por una parte, y la modificación de las prácticas que siguen los médicos para recetar y los farmacéuticos para vender, por la otra.

Se dispone de interesantes ejemplos del éxito de esta política gracias a la información proveniente de Sri Lanka y Costa Rica en cuanto a los ahorros logrados una vez que se invita a los proveedores a participar en licitaciones de productos genéricos, y

10. Un examen más detallado de la experiencia estadounidense puede consultarse en United States Bureau of Consumer Protection, Staff Report to the Federal Trade Commission, *Drug Products Selection*, Washington, 1979.

11. Véanse los estudios de la UNCTAD, "Technology policies in the pharmaceutical sector in Cuba" (TT/33) y "Technology policies in the pharmaceutical sector in Costa Rica" (TT/37), así como el artículo de S. Lall y B. Bibile, "The political economy of controlling transnationals: the pharmaceutical industry in Sri Lanka", en *World Development*, vol. 4, núm. 8, agosto de 1977.

12. Véanse "Non-Aligned Action Programme for Economic Cooperation among Developing Countries: Trade, Transport and Industry" (APEC-TTI), y el estudio de caso de las Naciones Unidas y el Gobierno de Guyana, *Pharmaceuticals in the Developing World. Policies on Drugs, Trade and Production*, vol. II, segunda parte, Asia, 23 de junio de 1979, p. 85.

9. Chudnovsky, *op. cit.*, y P. Evans, "Foreign investment and industrial transformation: a Brazilian case study", en *Journal of Development Economics*, núm. 3, 1976.

gracias a los datos de Estados Unidos luego de que se derogaron las leyes contra la sustitución de medicamentos en un buen número de las entidades federativas de dicho país. Las empresas farmacéuticas transnacionales se han mostrado interesadas en los productos genéricos precisamente porque han tenido éxito las medidas encaminadas a aumentar la participación de ellos en el mercado. Así, si bien tratan de oponerse lo más posible a la introducción y difusión de esos productos, al mismo tiempo están comenzando a elaborarlos, con lo cual adoptan claramente una doble estrategia. Con la entrada de los grandes laboratorios en la elaboración de productos genéricos, el mercado de éstos se ha dividido en dos segmentos: uno, conocido como el de los "productos genéricos de marca" y otro, como el de "productos genéricos". El primero se refiere a los fármacos genéricos elaborados por las grandes empresas una vez vencidas las patentes, y comercializados al amparo de marcas registradas; el segundo designa medicamentos genéricos producidos por empresas pequeñas que no utilizan marcas registradas o nombres comerciales. En Estados Unidos, en 1979, los productos genéricos de marca representaron 93% del mercado de productos genéricos (*Scrip*, núm. 517, 25 de agosto de 1980, p. 81).

Al parecer, una política de impulso de los productos genéricos que no vaya acompañada de medidas oficiales complementarias puede representar mayores beneficios para las empresas transnacionales y sus filiales que para los consumidores de los países en desarrollo. La promoción de un mercado de productos genéricos en este tipo de países refuerza el factor básico que atrajo a las empresas transnacionales a ese mercado, esto es, la ampliación de las posibilidades de venta de medicamentos genéricos en los principales mercados del mundo. Cuanto más impulsen los países en desarrollo a los productos genéricos en sus mercados, tanto mayores serán los incentivos para que las empresas transnacionales extiendan sus actividades a dicho segmento del mercado farmacéutico. Si esto ocurre, los productores internos medianos y pequeños resultarán probablemente afectados en la medida en que no sean capaces de competir con las filiales de empresas extranjeras. Si se establece una estructura oligopólica de mercado en el segmento de productos genéricos, es posible que surja, incluso para ellos, un precio mínimo acordado. Sin embargo, debe señalarse que muy bien puede ocurrir que dicho mínimo sea inferior al nivel de precios actualmente prevaleciente en el mercado de medicinas de patente. Por tanto, en esas circunstancias habría alguna ventaja para los consumidores, aunque de todas formas perderían éstos ciertos beneficios derivados de los precios menores atribuidos a la política de productos genéricos.

Del examen anterior no debe concluirse que una política dirigida a sustituir las marcas registradas por nombres genéricos no vale la pena. El impulso persistente a los productos genéricos es una condición esencial para lograr precios menores en la industria y para aumentar la protección al consumidor. La diferencia radica en que es una condición necesaria pero no suficiente. Debe complementarse con otras medidas. En este sentido, las políticas que se centran sólo en las marcas registradas padecen los mismos problemas que las que se dirigen exclusivamente contra las patentes en la industria farmacéutica.

#### OBSERVACIONES FINALES

Las patentes y las marcas registradas se utilizan ampliamente en la actividad farmacéutica y las empresas transnacionales que operan en este campo defienden con calor el sistema de pro-

iedad industrial. En el caso de las patentes, las transnacionales han procurado obtener la mayor y más duradera protección posible para preservar los frutos de sus esfuerzos de I y D. En cuanto a las marcas registradas, han tratado de oponerse a las medidas encaminadas a reducir el alcance de la competencia de nombres comerciales en el mercado farmacéutico.

Los laboratorios transnacionales no han tenido el apoyo de las empresas de los países en desarrollo, las cuales han tratado de debilitar el sistema de protección patentaria, a fin de importar materias primas de múltiples fuentes. Por otra parte, las grandes empresas nacionales en los países en desarrollo han seguido por lo común las mismas pautas de competencia basada en marcas y no en precios que imponen las transnacionales en sus principales mercados.

Las patentes y las marcas registradas no son la única ni la principal fuente de la capacidad para influir en el mercado farmacéutico. La fuente más importante de ese poderío está constituida por las actividades de I y D y por los gastos de promoción, reforzados ambos por instrumentos tales como patentes y marcas. Por esta razón, las políticas públicas dirigidas a eliminar o debilitar los derechos de patente, por un lado, o a promover denominaciones genéricas en vez de marcas, por el otro, no pueden por sí solas conducir a una considerable disminución del poderío de mercado de las empresas principales, en ausencia de otras circunstancias adecuadas o de las medidas oficiales conducentes a crearlas.

Es claro que una débil protección patentaria puede conducir a importantes ahorros en la cuenta de importaciones de medicamentos si las entidades apropiadas ponen en práctica una política activa de adquisiciones. En los países que disponen de una industria farmacéutica nacional, la débil protección patentaria puede crear un ambiente favorable para el desarrollo de empresas de propiedad nacional. Sin embargo, incluso en tales casos, los laboratorios transnacionales han podido conservar su posición de líderes del mercado.

La influencia de las marcas en el mercado farmacéutico puede disminuirse si los médicos recetan medicamentos genéricos y si los farmacéuticos los venden. Es posible reducir considerablemente los precios de los fármacos, con el consiguiente beneficio para los consumidores, si se ponen en práctica las políticas adecuadas. No obstante, es claro que el éxito de las medidas de impulso a los productos genéricos ha atraído a las transnacionales, que penetran en este segmento del mercado, con los efectos negativos para las condiciones de competencia de la industria que cabe esperar en el futuro. En este caso, el paso de un sistema de marcas registradas a uno de productos genéricos representa una condición necesaria pero no suficiente para modificar la estructura actual del mercado farmacéutico. Las políticas sobre patentes y sobre marcas registradas no se han aplicado juntas en los países en desarrollo. Por ello, no existen pruebas concretas que permitan evaluar sus resultados. No obstante, es razonable pensar que las posibilidades de tener éxito en disminuir los precios de los productos farmacéuticos serían mucho mayores si se aplicase esa política de dos filos. Sin embargo, del análisis precedente también resulta obvio que las políticas relativas a la propiedad industrial sólo constituyen una base necesaria —aunque no suficiente en sí misma— sobre la cual pueden edificarse otras medidas de política dirigidas al sector farmacéutico. □