

77 resultados encontrados desde el 1-Ene-1993

nueva búsqueda

Buscar en: Encabezado Texto Autor

PRECISA SU BÚSQUEDA

[tips de búsqueda](#)

Lo que buscas

xavier tello

• Haz clic en la para eliminar un criterio.

Agrega otra palabra clave para afinar tu búsqueda

Entre el:

y el:

AGREGA FILTROS A TU BÚSQUEDA

POR SECCIÓN

- [todas](#)
- [primera](#)
- [internacional](#)
- [nacional](#)
- [ciudad](#)
- [justicia](#)
- [edomex](#)
- [estados](#)
- [negocios](#)
- [cancha](#)
- [gente](#)
- [cultura](#)
- [ciencia](#)
- [cineguía](#)
- [primera fila](#)
- [automotriz](#)
- [interfase](#)
- [buena mesa](#)
- [moda](#)

Aumentan 141% medicamentos

Por

Sara Cantera

(22-Sep-2006).-

Los productos para contrarrestar los síntomas de la gripe, multivitamínicos, contra los cólicos, para aliviar dolores por golpes o heridas y todos los que no requieren receta para su venta, subieron entre enero y julio 141 por ciento en su precio máximo al público de este año.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Laboratorios Farmacéuticos (AMELAF), a partir del precio máximo al público en los medicamentos de libre acceso o sin receta (OTC), cada farmacia o autoservicio establece el precio de venta final al consumidor.

La división de medicamentos de libre acceso fue la que registró el mayor incremento en precio, pues durante el periodo referido los medicamentos de patente subieron 89 por ciento, y los genéricos disminuyeron su costo en 2.24 por ciento.

A diferencia de los medicamentos de patente, los de libre acceso se pueden comprar sin receta médica, se pueden anunciar en medios de comunicación y se toman directamente de los paneles exhibidores en los centros comerciales.

"Son productos que se venden sobre todo a través de publicidad, por lo tanto, su mayor costo está en el gasto publicitario.

Si usted ve la televisión se va a dar cuenta de que está saturada de esos productos, (pero) quien paga todo eso es el consumidor final, en el precio", aseguró Ricardo Romay, presidente de la AMELAF.

En términos monetarios, la venta de los productos OTC representó 9 mil 681 millones de pesos durante los primeros siete meses del año.

En esta categoría se encuentran marcas como Vick, Pepto Bismol, Centrum, Aspirina, Listerine, Melox, Afrin, Tabcin, Noax o Treda.

De acuerdo con Xavier Tello, de la firma Strategic Consulting, el aumento en el precio de este tipo de medicamentos también se debe al factor de estacionalidad.

"Estos productos son de temporada. Cuando comienza el verano los anti-diarréicos y aquellos para problemas gastrointestinales suben de precio, y antes de la temporada invernal empiezan a ajustar el precio de los antigripales.

"Se rigen por libre mercado. En ese sentido, comprar un jarabe para la tos y un shampoo anticaspa para fines de precio es lo mismo", subrayó Xavier Tello.

Julio Portales, vicepresidente de asuntos corporativos y acceso a Gobierno de Novartis, explicó que para establecer el precio de estos productos también se toma en cuenta el costo de los insumos y otros costos internos como empaque, envasado, vidrio y blister de aluminio.

"El precio máximo al público aparece porque todas las empresas tenemos que entregarle un listado a la Secretaría de Economía donde se establece el precio tope, para que a partir de ahí, la farmacia y el distribuidor puedan ofrecer sus descuentos. Se pueden hacer modificaciones durante el año en tanto se le notifique a la Secretaría (...) lo único que te limita es la competencia", explicó.

Los laboratorios más importantes dedicados a la venta de productos de libre acceso son Allergan, AstraZeneca, Bayer, Boehringer Ingelheim, Bristol-Myers Squibb, GlaxoSmithKline, Janssen-Cilag, Procter & Gamble, Sanofi-Aventis, Schering-Plough y Wyeth.

HERRAMIENTAS DEL ARTÍCULO

- formato de impresión
- tamaño de texto
- envíalo por e-mail
- comentarios al editor

[de viaje](#)
[vida](#)
[universitarios](#)

Controlan consumo con información

POR PUBLICACIÓN

[El Norte](#)
[Palabra](#)
[Mural](#)

Los medicamentos de libre acceso son los más demandados por el consumidor, por ello las medidas de Gobierno intentan aumentar la información para su venta.

POR TIPO

[edición impresa](#)
[reforma.com](#)
[fotos](#)
[fotogalerías](#)
[audios y videos](#)
[gráficos animados](#)
[editorialistas](#)

(Porcentaje de medicamentos de libre venta o acceso que deben contener la leyenda "lea las instrucciones")

2006	50%
2007	70%
2008	100%

Fuente: REFORMA con datos de Cofepris

BUSCAR EN: REFORMA.COM 

 inicio