

# Comentarios a “Estudio de Mercado sobre Medicamentos”, FNE

ROBERTO ALVAREZ  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA  
UNIVERSIDAD CHILE

# Presentación

- Énfasis en mercado privado
- Comentarios generales del estudio
- Comentarios específicos: hipótesis/datos/metodología

# Comentarios generales

- Útil, relevante y completo
- Novedoso: evidencia y datos
- Motiva preguntas adicionales interesantes
- Ideal si los datos se hacen disponibles para investigación

# Comentarios generales

- Excesivamente largo
- Descripción de datos muy limitada
- No profundiza bien temas interesantes, teniendo hipótesis y datos para ello

# Diferenciales de precios

- Hecho estilizado: farmacias pagan considerablemente más laboratorios que otros compradores (sector público)
- Discriminación de precios
- “Controlando” por  $Q$
- Escasa evidencia de descuento por volumen

# Diferenciales de precios

- Discriminación de precios: por qué?
  - Argumento de variedad y poder de mercado, especulativo y no testeado
  - Explicaciones alternativas
- “Controlando” por  $Q$  y descuento por volumen
  - ¿Qué estimamos en la forma reducida?: combinación de oferta y demanda
  - Para identificar bien, necesitamos un shock exógeno a  $Q$

# Diferenciales de precios

- En cambio, se estima ecuación diferenciando entre productos con/sin patente y productos con/sin marca (¿más competencias?).
- ¿Para qué? ¿Cuáles son hipótesis?, ¿son relevantes para entender los diferenciales de precios entre farmacias y el sector público?



# Competencia y precios (Farmacias)

- Hecho estilizado 1:
  - Aumentos en concentración y márgenes (2015-18)
- Hecho estilizado 2:
  - márgenes no responden a número de competidores



# Competencia y precios

- Hecho estilizado 1: Aumentos en concentración y márgenes (2015-18)
  - “este número indica un mercado con alta concentración, lo que podría sugerir falta de competencia”
  - ¿“Alta” comparada con que? – documentar
  - ¿Sugiere falta de competencia? – competencias geográfica local puede ser irrelevante
  - ¿Causas de este aumento?

# Competencia y precios

- Hecho estilizado 2: márgenes no responden a número de competidores
  - Endogeneidad del número de competidores
  - ¿Aumentan los competidores y no bajan lo márgenes?
    - Medimos o estimamos mal
    - Urge establecer la causa