

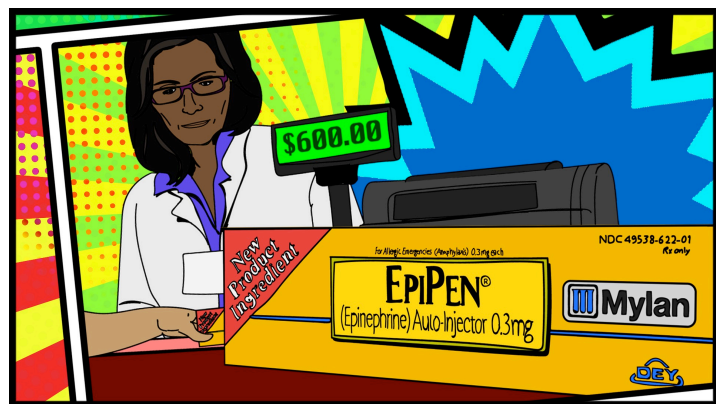
EpiPen: Fuera de alcance

EpiPen es la marca de una jeringuilla que viene cargada del medicamento ‘*epiphrene*’, que se usa para parar una reacción alérgica aguda como las que pueden ser causadas por algunas comidas o las picaduras de abejas y que podrían ser mortales en algunos casos. En 2007 la empresa farmacéutica Mylan compró el producto de Merck. En aquel entonces, EpiPen ganaba ingresos anuales de \$200 millones. Ya en 2015 los ingresos anuales de EpiPen pasaban los \$1 billones y constituían el 40 por ciento de las ganancias operativas de Mylan.

Las ganancias de EpiPen no son los únicos valores que han crecido. Desde que Mylan comenzó a vender el producto, subió el precio de dos EpiPen de alrededor de \$100 a \$600, dependiendo de plan de seguro que tenga el cliente. Las organizaciones sin fines de lucro de protección al cliente registraron sus preocupaciones en cuanto a la accesibilidad del medicamento para los que lo necesitan. El Congreso de los EE. UU. lanzó una investigación del aumento en el precio de EpiPen. El Director Ejecutivo de Mylan Heather Bresch defendió el aumento insistiendo que estaba justificado por los mejoramientos en la calidad del producto. Explicó como EpiPen podría causar confusión ya que causó algunas administraciones accidentales del producto. La versión nuevamente diseñada por Mylan es más ergonómico y tiene menor posibilidad de lesionar.

Mylan respondió a las preocupaciones sobre el aumento del precio ofreciendo cupones para algunos pacientes de hasta \$300 de rebaja. La empresa introdujo una versión genérica de EpiPen y proveído EpiPen gratis a más de 59.000 escuelas. Además, Mylan dio descuentos especiales a las escuelas públicas de Nueva York que lo compraron al por mayor, a menos que las escuelas no compraran productos semejantes de los competidores. Este acuerdo provocó una investigación antimonopolio por el Procurador General del Estado de Nueva York.

Mylan culpó los planes de seguro con altas tasas de deducibles por el incremento en el precio, y Bresch declaró la necesidad de más transparencia en tarificación de los medicamentos. El periodista Olga Khazan notó, que contrario a lo que afirma Bresch, “una de las razones por la cual los empleadores (quienes ofrecen los planes de seguro a sus empleados bajo el sistema estadounidense de asistencia sanitaria) están dando preferencia a los planes de seguro con altas tasas deducibles es porque están reaccionando a los incrementos en los costos del seguro – los cuales van subiendo porque las empresas como Mylan siguen aumentando el precio de los medicamentos.” Los costos son inescapables. Los EpiPen se caducan 18 meses después ser manufacturados, y algunos pacientes necesitan usar más de uno durante un solo ciclo, o requieren tener varios disponibles en diferentes lugares para el fácil acceso en una variedad de situaciones. Al describir las 12 veces que el EpiPen salvó su vida, Ali Jaffe dijo, “la realidad es que, estamos gastando dinero en un producto que no esperamos tener que usar nunca, pero a veces, no tenemos



otra. Soy muy atento a las etiquetas de nutrición en los alimentos y siempre pregunto cuáles son los ingredientes en los platos en restaurantes, porque como cualquier persona con una alergia alimentaria te dirá, lo inesperado ocurre.”

En agosto de 2017, Mylan finalizó un acuerdo de \$465 millones con el Departamento de Justicia de los EE. UU. En el acuerdo Mylan nunca admitió haber cometido un delito. La empresa reclasificó EpiPen como un producto de marca, en vez de un producto genérico, y pagó reembolsos al programa de salud sanitario Medicaid.

Concepto: la miopía moral

Perspicacia ética:

Cuando la empresa farmacéutica Mylan aumentó 500% el precio del EpiPen, un producto capaz de salvarle la vida a algunos con alergias agudas, la Directora Ejecutiva Heather Bresch quedó sorprendida por el clamor público. Los líderes de la empresa podrían haber estado sufriendo de la miopía moral, que se describe como inhabilidad de ver los problemas éticos claramente. Mylan solo estaban enfocados en las ganancias y la expansión del mercado para el EpiPen. Los asuntos éticos de sentido común parecen haberles escapado a la visión de los líderes en el momento de tomar decisiones. En efecto, en 2016 los líderes de la empresa no pudieron entender lo impropio que era pagar un paquete remunerativo de \$98 a Bresch mientras que el público encontraba imposible pagar los \$600 para el paquete de dos EpiPen. Tras las preocupaciones de organizaciones sin fines de lucro de defensa de los derechos del consumidor, profesionales médicos, y pacientes, Mylan se encontró bajo investigación por el aumento de precio drástico.

Preguntas para la discusión:

1. ¿Cuáles son las razones y justificaciones que motivaron a Heather Bresch a creer que el aumento en el precio de EpiPen era éticamente justificable? ¿Crees que Bresch sufría de la miopía moral? ¿Por qué o por qué no?
2. ¿Quiénes eran las partes interesadas en este caso de estudio, que es lo que está en riesgo para cada parte? ¿Cómo se hubiera alterado la estrategia de tarificación de Mylan si tomaran en cuenta las perspectivas de las otras partes interesadas?
3. ¿Cuáles son los beneficios de aumentar el precio del EpiPen? ¿Cuáles son los daños? ¿Crees que subir el precio podría ser éticamente justificable de alguna manera? Explica tu razonamiento.
4. En 2015 una portavoz de Mylan Nina Devlin dijo que “Mylan ha trabajado sin fin durante los últimos años para abogar por el conocimiento sobre la anafilaxia, además de la preparación de tratamiento a la reacción inmunitaria.” Mientras que la campaña publicitaria de Mylan condujo a una disponibilidad más amplia de tratamientos para los pacientes, también subieron las ganancias de la empresa a nuevos alcances como resultado de las destrezas publicitarias. ¿Crees

que una empresa puede ser rentable y éticamente responsable a sus clientes? ¿Por qué o por qué no?

5. Si fueras un ejecutivo de una de las mayores empresas farmacéuticas, ¿cómo equilibrarías la necesidad de servirles a los clientes justamente con la meta de avanzar la eficiencia del producto y de la empresa? ¿Cómo evitarías la miopía moral? Explica.
6. El caso de EpiPen demuestra los obstáculos de varios sesgos y comportamientos como son el desvanecimiento moral, el sesgo del autoservicio y el equilibrio moral. ¿Puedes identificar estos y otros conceptos de la ética del comportamiento en acción en este caso de estudio? Explica y discute su significancia.

Bibliografía:

La tarificación del EpiPen de Mylan se pasó de las límites éticas
<http://fortune.com/2016/09/27/mylan-epipen-heather-bresch/>

Por qué el escándalo del aumento de precios para el EpiPen resume todo lo que odiamos de la relación entre los grandes negocios y los políticos
<http://time.com/money/4502891/epipen-pricing-scandal-big-pharma-politics/>

la Directora Ejecutiva de Mylan, Bresch admite ‘responsabilidad completa’ por el aumento de precio de EpiPen
<https://www.forbes.com/sites/arneweitraub/2016/12/01/mylan-ceo-bresch-admits-full-responsibility-for-epipen-price-hikes/#59b3d432393c>

¿Has intentado comprar alguna vez un EpiPen?
<https://www.theatlantic.com/health/archive/2016/08/epi-pens/497126/>

¿Por qué están volviéndose locos todos por los EpiPen?
<https://www.motherjones.com/environment/2016/08/mylan-epipen-scandal-explained-heather-bresch-martin-shkreli/>

Como el marketing cambio el EpiPen en un negocio de valor de billones de dólares
<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-09-23/how-marketing-turned-the-epipen-into-a-billion-dollar-business>

Cómo 12 EpiPen me han salvado la vida
<https://www.nytimes.com/2016/08/30/well/live/how-12-epipens-saved-my-life.html>

Por qué los EpiPen se caducan tan rápidamente
<https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2016/09/27/why-epipens-expire-so-quickly/>

Mylan, el fiscal de los EE. UU. finalizan acuerdo de \$465 millones sobre EpiPen
https://www.washingtonpost.com/business/economy/mylan-us-finalize-465million-epipen-settlement/2017/08/17/d2cd7b9c-835d-11e7-ab27-1a21a8e006ab_story.html?utm_term=.e182b5d5437a