

Las grandes farmacéuticas gastan el doble en promoción que en investigar

Un estudio internacional revela la opacidad del sector en materia de responsabilidad corporativa

WALTER OPPENHEIMER, Londres
Un estudio de Consumers International, una organización que agrupa a 230 asociaciones de consumidores de 113 países, denuncia la falta de transparencia en respon-

sabilidad social corporativa de las grandes farmacéuticas, y subraya que gastan en promoción de medicamentos el doble que en investigación. El informe, realizado mediante cuestionarios y entrevistas a

las grandes farmacéuticas y un trabajo de campo en siete países europeos, critica los escasos escrúpulos de las farmacéuticas, que priman las ventas por encima de las necesidades de los consumidores.

El trabajo llega a cuatro grandes conclusiones: las compañías farmacéuticas hacen gala de escasa transparencia al informar sobre aspectos clave de su política de responsabilidad social corporativa; las nuevas técnicas de mercadotecnia no favorecen un uso racional de los fármacos por parte de los consumidores; la industria dispone de un mecanismo débil de autorregulación; y las compañías farmacéuticas tienen una relación poco clara con los investigadores médicos. Nada parece haber mejorado, o muy poco, desde que hace ocho años un informe de Health Action International llegara a conclusiones semejantes.

La promoción de medicamentos está muy restringida en Europa (está prohibido anunciarlos directamente a los pacientes, salvo los indicados para síntomas leves y destinados al autocuidado de la salud), pero es muy potente en Estados Unidos, el mayor mercado del mundo. Es ahí donde los grandes laboratorios lanzan sus grandes campañas.

El estudio se adentra en las prácticas de las 20 mayores empresas del sector [ver gráfico]. Todas ellas han recibido un detallado cuestionario y han sido contactadas por los autores. En paralelo, un grupo de periodistas especializados en información de consumo han examinado las técnicas de promoción de medicamentos en siete países europeos: Dinamarca, Finlandia, Grecia, Hungría, la República Checa, Portugal y Eslovenia.

La falta de transparencia corporativa de la industria farmacéutica llega hasta el extremo de que sólo una de las compañías, Orion Pharma, ha proporcionado información exhaustiva sobre la composición específica de su presupuesto de marketing, y sólo dos (Novartis y GlaxoSmithKline) han informado del número de veces que han sido sancionadas por incumplir el código de autorregulación. Con los datos recogidos se estima que gastaron en promoción casi 50.000 millones de euros en 2005, el doble que en investigación.

“La falta de acuerdo para ad-

La publicidad de los medicamentos

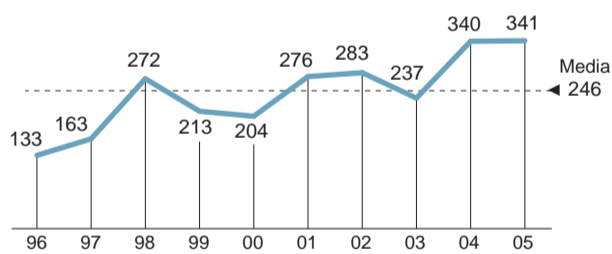
■ MALAS PRÁCTICAS COMERCIALES (2002-2005)

En porcentaje	
Información intencionadamente errónea	36,3
Propiedades del medicamento no probadas	12,4
Propiedades "exageradas" de sus productos	6,3
Promoción incorrecta	6,3
Falsas comparaciones con otros medicamentos	5,8
Promoción de usos no indicada	5,8
Críticas a la competencia	2,8
Información inadecuada sobre prescripción	2,6
Gráficos intencionadamente erróneos	2,3
Comportamiento poco ético de los representantes	2,0
Otras malas prácticas	17,4

■ GASTO EN MERCADOTECNIA Y ADMINISTRACIÓN EN 2004

En porcentaje sobre las ventas	
Abbott	25
Almirall Prodesfarma	No disponible
Astra Zeneca	36
Boehringer Ingelheim	52
BMS	33
Eli Lilly	31
GSK	35
Johnson & Johnson	33
Lundbeck	38
Menarini	32
MSD	No disponible
Novartis	42
Novo Nordisk	34
Nycomed	48
Orion Pharma	No disponible
Pfizer	32
Roche	33
Sanofi-Aventis	30
Ashering	42
Wyeth	33

■ NUEVAS ESPECIALIDADES COMERCIALIZADAS EN ESPAÑA



Fuente: Consumers International y Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid. EL PAÍS

herirse a los estándares internacionales aceptados para conseguir un comportamiento corporativo ético a nivel de la compañía provoca serias dudas sobre la fortaleza de la autorregulación de la industria para conseguir altos es-

tándares a la hora de implementar los códigos de responsabilidad social corporativa”, enfatiza el informe. Los autores han encontrado “evidencias de una variedad de estrategias contra la competencia, incluyendo carte-

les, maniobras de defraudación de patentes, manipulación y reembolso de precios, descuentos impropios, aumentos de precios y corte de suministros de fármacos y de ingredientes farmacéuticos”.

Las farmacéuticas “ofrecen a los profesionales sanitarios una variedad de incentivos para promover sus fármacos en lugar de poner por delante la salud y la seguridad de los consumidores”. Algunos líderes de opinión son contratados para promover los fármacos de manera que parece que lo hacen por convicción, cuando en realidad están recibiendo una compensación a cambio de su influencia. Las compañías han puesto en práctica tácticas para conseguir que los médicos prescriban sus fármacos. Para ello se basan en la utilización de grupos de pacientes, estudiantes de medicina y farmacéuticos a los que se accede mediante Internet, folletos publicitarios o revistas “para crear de manera sutil una necesidad de demanda de fármacos” sin necesidad de recurrir a la publicidad directa.

Sanciones públicas

A la luz de informe, Consumers International propone que las farmacéuticas tengan que adoptar “políticas más completas en aspectos específicos de la promoción de fármacos”, “hacer accesible al público las rupturas de código a cargo de su personal que han merecido una sanción” o permitir que terceras partes puedan verificar si cumplen con las normas de responsabilidad social corporativa.

La Unión Europea debería transferir al área de Salud y Consumo el control de la promoción de fármacos, que ahora depende de la dirección general de Empresas e Industria, sugiere el estudio. Los gobiernos europeos, por su parte, deberían velar con más eficacia por la aplicación de sanciones a las compañías que rompen sistemáticamente el código sobre la promoción de medicamentos. Y las asociaciones de consumidores deberían mejorar sus métodos para controlar el comportamiento de las farmacéuticas.

sobre nuevos fármacos a los médicos. Hasta ahora, esta práctica está en manos casi exclusivas de los laboratorios, mediante comerciales especializados (los visitantes médicos), y también con el patrocinio de congresos científicos. A esto se une la financiación de asociaciones de pacientes y los descuentos a las farmacias. Con la receta por principio activo, éstas pueden elegir el fabricante entre productos clínicamente equivalentes.

Códigos propios y regulaciones oficiales

E. DE B., Madrid
En 2005, sólo en España se vendieron medicamentos por valor de 10,2 millones de euros. De esta cantidad, casi siete millones correspondió a lo que facturan los laboratorios. La mayor parte (10,051 millones) correspondió a productos pagados por el sistema público de salud. Mantener esas cifras de negocio no es fácil. La competencia entre los laboratorios es feroz, y se centra en dos frentes: la comercializa-

ción de nuevos productos (341 en 2005, pero de ellos menos del 10% considerados innovadores), y el mercado de genéricos, que representaron en 2005 el 7% del total.

Para reglamentar la competencia, hace 10 años que los laboratorios tienen códigos de

autorregulación de la publicidad. Con ellos, no sólo se pretende dar una imagen de mayor limpieza, sino que se evitan prácticas desleales (como indicar que un producto es mejor que el de la competencia sin estudio científico que lo avale) y abaratar los gastos

comerciales, que representan más del 30% del total de las compañías. La Administración ha tomado cartas en el asunto. La futura Ley del Medicamento establece que el Ministerio de Sanidad y las comunidades autónomas asumirán parte de la información

1,5 millones de europeos toman cocaína todos los meses

EMILIO DE BENITO, Madrid
La Unión Europea se enfrenta a una epidemia de cocaína. Más de tres millones de europeos han probado esta sustancia. De ellos, se calcula que aproximadamente la mitad la consume de manera habitual (todos los meses), según los datos del Observatorio Europeo de Drogas y Toxicomanías (EMCDDA según sus siglas en inglés). “El consumo de drogas y la mortalidad asociada ha llegado a niveles sin precedentes y ofrece pocas muestras de que vaya a disminuir”, afirmó la Comisión Europea en un comunicado hecho público ayer, Día Mundial de la Lucha contra las Drogas.

La sustancia ilegal que más se toma en la UE es el cannabis, con 12 millones de consumidores, de los que una cuarta parte lo fuman “prácticamente a diario”, indica la Unión Europea. Esta droga es ya la segunda causa de solicitud de tratamiento, por detrás de la heroína: una de cada cinco personas que pide ayuda para superar una adicción lo hace por esta causa.

Según informó el comisario europeo de Sanidad, Markus Kiprianou, cada año mueren 8.000 jóvenes europeos por el consumo de sustancias ilegales. Otros 20.000 fallecen por causas relacionadas indirectamente con el consumo de sustancias estupefacientes, como el sida, las muertes violentas, los accidentes y los suicidios, informa Europa Press.

La ONU mostró ayer su preocupación por el consumo de cocaína, y señaló específicamente a España, donde el porcentaje de consumidores (un 2,2% de los adultos) dobla la media europea (el 1,1%). En el resto del mundo, la mayor inquietud son los menores, indicó la ministra de Sanidad española, Elena Salgado. Por eso, el lema del día es *Las drogas no son un juego de niños*. Se trata de “niños que viven y trabajan en condiciones que les hace muy vulnerables al consumo y al pequeño tráfico”. “Pero esta no es la situación de nuestro país”, dijo Salgado.

Tratamiento de presos

Por eso en España el día contra las drogas se ha centrado en el consumo de la población reclusa. Según los datos de la Encuesta de Salud y Drogas entre los Internados en Prisión, realizada con 5.000 cuestionarios (sobre un total de 61.000 internos en 77 centros), uno de cada cinco sigue actualmente algún tratamiento para superar la adicción.

El consumo de drogas dentro de la prisión —donde están prohibidas—, es superior al de la media de la población, admitió la directora de Instituciones Penitenciarias, Mercedes Gallizo. En cambio, los internos consumen menos que antes de ingresar, y el Ministerio de Justicia busca formas de reducir más la oferta.

La sustancia que más se consume en las cárceles es el cannabis, seguido de los tranquilizantes y la heroína. La mitad de las prisiones tienen módulos de desintoxicación, indicó Gallizo, quien recordó que el compromiso del Gobierno es que en esta legislatura los haya en todos los centros que los necesiten.