

## El médico y la relación con la industria farmacéutica

### Doctors and their relation with the pharmaceutical industry

Ingmar Buffo-Sequeira,<sup>1</sup> Edgar Arroyo-Castelán,<sup>1</sup> José Halabe-Cherem,<sup>2</sup> Mariana Monroy-Saint Martin<sup>2</sup>

#### RESUMEN

Actualmente entre la Industria farmacéutica y los profesionales de la salud, se presenta una relación muy estrecha y delicada que puede llevar de uno y otro extremo a conflictos de interés en el que el perjudicado final puede ser el paciente.

Este análisis pretende plantear posibles situaciones en donde interactúan intereses económicos, científicos, académicos y médicos que se prestan a controversia e identifica diversas áreas en las cuales sería deseable generar estrategias de mejora en las prácticas y conductas de las partes involucradas para transparentar la relación entre médicos y compañías productoras de medicamentos sin dejar de lado la necesidad de establecer nuevos criterios estandarizados para el país.

**Palabras clave:** Ética Médica, Industria Farmacéutica, Códigos de Ética.

#### ABSTRACT

Currently, between the Pharmaceutical industry and healthcare professionals there is a very close and delicate relationship that may lead either party to conflicts of interest in which the party that results affected in the end may be the patient.

The purpose of this analysis is to pose potential situations in which economic, scientific, academic, and medical interests that are a usual cause for controversy interact. It also identifies the diverse areas in which it would be desirable to generate improvement strategies for the practices and behavior by the involved parties in order to make clear the relationship between doctors and drug production companies without letting aside the need to establish new normalized criteria for the country.

**Key words:** Medical Ethics, Pharmaceutical Industry, Codes of Ethics.

---

#### *La industria, la ética y el médico*

Es incuestionable la importancia de las industrias farmacéuticas en el desarrollo de nuevos tratamientos, productos y medicamentos para mejorar la calidad de vida y restablecer la salud de las personas, sin embargo, no

podemos dejar de lado que éstas tienen una búsqueda netamente económica y que es el médico, el que no puede perder de vista que su compromiso es con el bienestar del paciente y no con dicha industria.

---

<sup>1</sup> Centro Médico Dalinde.

<sup>2</sup> Centro Médico ABC.

Folio 151/11 Artículo recibido: 30-08-2011 Artículo reenviado: 30-10-2012 Artículo aceptado:05-12-2012

Correspondencia: Dr. Ingmar Buffo Sequeira. Médico Ortopedista. Torre Médica Dalinde, Tuxpan 29-518 Col. Roma Sur, Cuauhtemoc, C. P. 06760, México D. F. Correo electrónico: artroscopia@universitarios.com.

Los laboratorios farmacéuticos son grandes empresas que se han convertido en una gran fuente de empleo para todos los países del mundo, incluso en países como el nuestro, suelen invertir grandes cantidades de dinero para montar plantas gigantes de manufactura de productos y con esta derrama económica, dan empleo a mucha gente de diferentes niveles académicos, no sólo beneficiando a grandes grupos poblacionales, sino también a Estados y Gobiernos lo que contribuye también al desarrollo social.<sup>6</sup>

Los médicos debemos entender que el respeto a la ética médica, la decisión sobre la selección de los medicamentos y los tratamientos, es exclusivamente nuestra responsabilidad. Los laboratorios farmacéuticos son empresas establecidas legalmente y su finalidad es primordialmente comercial y económica y esto es adecuado. No fueron estas compañías las que hicieron un compromiso con el bienestar de la gente, fuimos los médicos los que lo hicimos y es deber nuestro que esto siga siendo así.<sup>3</sup>

En el transcurso de la historia, las empresas farmacéuticas han realizado prácticas con la finalidad de conseguir mayor acercamiento y mejores ventas de sus productos en los pacientes, que son en consecuencia, los consumidores finales, dejando al médico en un conflicto de intereses, que en muchas ocasiones ponen a prueba su ética.<sup>8</sup>

Empezando por los estudios clínicos que se llevan a cabo alrededor del mundo que no sólo son patrocinados, sino también dirigidos por laboratorios y en donde los investigadores muchas veces reciben una fuerte remuneración económica por llevarla a cabo y por lo tanto arrojan resultados de los que podríamos dudar por el conflicto de intereses que genera. Los estudios actuales muestran resultados y conclusiones diferentes en estudios iguales cuando son patrocinados por farmacéuticas que cuando no lo son.<sup>9</sup>

Si verdaderamente esta industria fuera totalmente independiente de estos estudios y no participara directamente en estos, podríamos pensar que se trata de estudios más confiables y por tanto de mucho mayor valor académico y científico que el que actualmente tienen.<sup>9</sup>

Pero si bien el desarrollo de nuevos productos nos hace dudar, la venta y la promoción de los productos comercializados nos hacen pensar todavía más. Todos los días, las llamadas "Fuerzas de ventas" de los laboratorios farmacéuticos compuestas por un sinnúmero de "Representantes", visitan consultorios y hospitales para llevar mensajes promocionales sobre ventajas y beneficios de sus productos. Si esto fuera todo, podríamos pensar que no hay conflictos de intereses, sin embargo y desde hace algunos años, estas empresas han optado por pagar viáticos, costos y becas para viajes, congresos

y cursos médicos, en teoría para "apoyar" a la educación médica continua, y esto ha generado un compromiso tácito entre el médico becado y el laboratorio patrocinador de la beca o viaje contra prescripción de su producto. Este compromiso tácito pudiera ser verificado a través de empresas externas que están dedicadas a monitorear y cuantificar el hábito de prescripción de los médicos a través de las farmacias cercanas a su consultorio y Hospital y a las que los laboratorios pagan con frecuencia para obtener estos datos con fines de observar la distribución de venta de sus productos por regiones.<sup>2</sup>

#### *Cursos, congresos, convenciones y eventos*

Una práctica común es realizar eventos como comidas o cenas, que tiene una finalidad científica aparente en la cual llevan como invitado especial a un médico denominado "Speaker", que tiene el papel de dirigir una plática cuyo objetivo es el destacar los beneficios que patrocina el evento. Dentro de tales eventos no sólo es presentado el perfil del producto maximizando beneficios y minimizando efectos secundarios, sino que es cuestionado el hábito prescriptivo de los asistentes. En México, estos ponentes, reciben una remuneración económica por cada charla, cena o reunión. Ahora bien, si un laboratorio le paga a un médico por emitir una opinión de un producto o medicamento, la confiabilidad de esta opinión se vuelve controvertida. Si por algún motivo, el ponente no hace el énfasis adecuado a los productos o no es capaz de defender los supuestos beneficios del producto, la compañía farmacéutica no lo vuelve a tomar en cuenta, haciendo de esta manera una selección garantizada de conferencistas "expertos" con opiniones parcializadas (speakers).

Además de estos eventos organizados por ellos, los laboratorios farmacéuticos condicionan el apoyo económico a Asociaciones, Colegios, Consejos y Sociedades, a la presencia de sus médicos ponentes en conferencia o a su participación en programas científicos y académicos de cursos o congresos; esta condición tiene la finalidad de contar con una mayor proyección de sus productos, por lo que convierte a estas actividades que debieran ser de educación continua, en verdaderos programas comerciales. Cabe mencionar que en la mayor parte de estos eventos, existe además una llamada "área comercial", es decir, un espacio en donde publicitan medicamentos y productos en locales pagados por las farmacéuticas a los comités organizadores.

Es necesario hacer notar que en muchas ocasiones, son los propios médicos quienes, al llegar a la dirección o presidencia de alguna Asociación, Colegio, Consejo o Sociedad, permiten que los laboratorios farmacéuticos

establezcan los programas científicos o académicos y en la mayor parte de los casos, son ellos quienes solicitan esta participación de las farmacéuticas.

Los laboratorios farmacéuticos llaman “médicos potenciales” a todos aquellos que, por el volumen de su consulta o el tipo de pacientes que acuden a ella, son susceptibles de recibir sus productos y por tanto, también son susceptibles de ser “invitados” a cenas, comidas o reuniones o bien son “becados” para cursos o congresos, mientras que los “médicos no potenciales” no reciben estos beneficios, evidenciando así que la preocupación de estas compañías es aumentar la venta de sus productos y no el beneficio de la educación médica continua.

Estas acciones nos llevan a reflexionar, cuando un paciente sale de la consulta externa de algún médico con una receta en la mano, sobre si la prescripción que le fue emitida se trata del medicamento o tratamiento que más se adecúa al diagnóstico que le realizó su médico, o si únicamente se trata de la necesidad del médico de corresponder con su prescripción al pago de la beca o viáticos por el curso o congreso al que asistió o pretende ser invitado.

Y aunque sólo se trate de una cena, comida o reunión que no tenga un carácter “promocional” que modifique la manera de pensar del médico y por lo tanto su hábito prescriptivo a favor de uno o varios productos, este tipo de eventos puede ser capaz de generar un sentimiento de compromiso y reciprocidad hacia el representante que lo invitó y por tanto, afectar la autonomía del médico en la toma de decisiones acerca de lo que resulta más conveniente para su paciente.<sup>1</sup>

Los laboratorios organizan también eventos “científicos o académicos” invitando a “médicos potenciales” en donde el tema central es uno o varios de sus productos y sus beneficios y en donde los ponentes que dictan las conferencias son “speakers”. Suelen ser en lugares con atractivo turístico y con todos los gastos pagados a cargo de la empresa, lo que convierte a la reunión en una “superproducción comercial”. El objetivo del evento es hacer sentir al médico “diferente” por prescribir X o Y producto y en donde al regreso del mismo, los médicos suelen sentirse comprometidos con la farmacéutica y convencidos de la prescripción de los productos de la empresa que les auspició el viaje. Incluso hay quienes llegan a desarrollar un sentimiento de pertenencia al grupo o al “selecto grupo de médicos prescriptores de X o Y producto”, con la sensación de “médicos especiales”, lo que hace que en ocasiones, al momento de elaborar una receta, no tomen en cuenta las otras opciones de tratamiento por la necesidad de retribuir parte de lo que ese laboratorio les ha dado o de seguir perteneciendo al “selecto grupo”.

### *Información gráfica, productos y regalos*

Durante el desarrollo de eventos y, como si se tratara de una exposición de venta de juguetes para niños, las casas comerciales montan stands en el área comercial y es vergonzoso observar a los médicos amontonándose o bien formándose para recibir pequeños obsequios como pelotas, bolígrafos o portavasos promocionales, llevando consigo grandes bolsas de estos objetos y de publicidad escrita conocida como IPP por sus siglas (Información Para Prescribir), que no son más que los mismos objetos e información que también llevan a los consultorios, pero en esta ocasión lo hacen de manera masiva, sin detenerse a pensar en el derroche económico innecesario y en el deterioro ecológico que produce por consumo, al elaborar estos productos y al generar desechos no degradables.

Al utilizar la información para prescribir que otorgan los laboratorios en vez de buscar información científica, los médicos prácticamente relegan su propia formación y conocimiento a la información que puedan llevarles las industrias farmacéuticas y ésta por consiguiente, es mucho más limitada que la existente en las publicaciones médicas científicas, dejando lejos la posibilidad de realizar una medicina basada en evidencias.<sup>1</sup>

Y no se trata de cuestionar el trabajo de los representantes médicos, las industrias farmacéuticas no esconden sus fines de venta de productos para los que están creadas y los representantes tienen las mismas funciones de venta, por lo que se trata de un trabajo digno, ético y responsable, que tiene la intención de dar a conocer a los médicos los beneficios de uno u otro producto. Son los médicos los que suelen exigir el pago de viáticos, congresos, viajes o convenciones e incluso tratando de manipular para hacer sentir en desventaja a los representantes con respecto a otros laboratorios condicionado su prescripción.<sup>7</sup>

### *Códigos de la industria farmacéutica*

Existen códigos de la industria farmacéutica establecida en México dictados por la cámara nacional de la industria farmacéutica y el consejo de ética y transparencia de la industria farmacéutica. En estos, están claramente señalados los códigos de ética y transparencia de la industria farmacéutica, el código de buenas prácticas de interacción de la Industria Farmacéutica con Organizaciones de pacientes y el código de buenas prácticas de promoción. En este último se indican la manera de hacer promoción, los gráficos impresos, los pagos de hospitalidades y viáticos, los honorarios de ponentes y los posibles regalos promocionales y regalos por aniversarios, cumpleaños

y ocasiones especiales.<sup>4</sup> A pesar de esto, sigue siendo controvertido el uso de estos productos y prácticas como promoción por la posibilidad de modificar la autonomía del médico en el momento de prescribir.

Y es vergonzoso también darse cuenta que la mayor parte de los médicos desconocen no sólo el contenido de estos códigos, sino también su existencia, y al no conocer los códigos, exigen a las farmacéuticas regalos, pago de viáticos, congresos, cursos, honorarios, productos y otros, dejando a los representantes y a la industria farmacéutica en un conflicto de intereses entre los códigos que deben de respetar y la posibilidad de perder mercado de prescripción frente a su competencia, lo que pudiera llevarlos a trasgredir los códigos para complacer a un médico y esto puede generar que otro médico se sienta desplazado, abandonado o menos importante y menos tomado en cuenta que su colega y también lo exija, y que otro laboratorio se sienta en desigualdad de condiciones, en desventaja y bajo amenaza de pérdida de mercado frente a su competencia y acceda también a trasgredir estos códigos, convirtiéndose en un círculo vicioso interminable en el que el único perjudicado es el consumidor final de los medicamentos, es decir, el paciente.

#### *Generación de cambios*

Si bien proteger la salud y facilitar el acceso de toda la sociedad a un sistema de salud adecuado es responsabilidad de los gobiernos, para que esto tenga éxito, es responsabilidad de todos los que se encuentran ligados de una u otra manera a la salud de la sociedad mexicana, el transparentar la relación que existe actualmente con la industria farmacéutica para reforzar el compromiso del personal de la salud con el bienestar de los pacientes.

Actualmente, la percepción de la mayoría de los médicos en general de la colaboración de estos con las industrias farmacéuticas y de dispositivos médicos, y de recibir pagos por esta colaboración como "adecuado", y tal vez no nos hemos detenido a pensar en las posibles consecuencias a que esto puede llevarnos, si permitimos que esto suceda.<sup>5</sup>

Será responsabilidad de los laboratorios entonces, hacer llegar a todos los médicos y dar a conocer a la población interesada, los códigos de ética y transparencia de la industria farmacéutica, el código de buenas prácticas de interacción de la Industria Farmacéutica con Organizaciones de pacientes y el código de buenas prácticas de promoción. Esta difusión debe hacerse de manera permanente y continua durante la promoción diaria de los laboratorios farmacéuticos.<sup>7</sup>

En relación a los patrocinios de los protocolos de investigación, es especialmente cuestionable, debido a

que ponen en duda los resultados de los estudios y el carácter científico de las investigaciones. Idealmente, si los laboratorios farmacéuticos tienen interés en apoyar la investigación, podrían aportar los fondos a las instituciones de salud o de investigación directamente para que un comité pueda decidir el destino y la distribución de estos fondos, de esta manera, mantendría a los investigadores sin contacto directo con la empresa patrocinadora y esto llevaría a transparentar y dar confiabilidad a los resultados y a proteger el prestigio y la reputación de los investigadores.<sup>9</sup>

La manera más sencilla de suprimir los patrocinios y organización de eventos con fines promocionales a cargo de los laboratorios, podría ser evitando el pago a médicos ponentes o speakers. De esta manera, los médicos no nos comprometeremos con las farmacéuticas y daremos confiabilidad a nuestras opiniones de expertos y ganaremos respeto por nuestra profesión y nuestros conocimientos con el consiguiente prestigio y admiración social.<sup>8</sup>

En relación a las asociaciones, sociedades, colegios y consejos médicos, se podrían aplicar los mismos principios al recibir fondos de las compañías farmacéuticas para sus actividades académicas y de educación médica continua, evitando así que sus eventos se pudieran convertir en foros de promoción de medicamentos cuyo fin es aumentar la venta de productos de empresas privadas.<sup>1</sup>

En relación a los médicos, deberíamos de conocer y leer los códigos que emiten la cámara nacional de la industria farmacéutica y el consejo de ética y transparencia de la industria farmacéutica, con la finalidad de saber los alcances y condiciones a los que están sometidos las compañías farmacéuticas y evitar poner en un conflicto de intereses al personal que labora en estas instituciones.<sup>4</sup>

Todos los profesionales de la salud hemos sido tentados o bien hemos aceptado y asistido a eventos o recibido becas, patrocinios o regalos, sobre todo debido a las actuales condiciones económicas mundiales que también han afectado al gremio médico y que ponen cada vez menos al alcance de nuestras posibilidades el realizar viajes y pagar congresos y cursos para continuar realizando nuestra formación académica, sin embargo, si evitamos este tipo de prácticas, distanciamos la posibilidad de malas interpretaciones o de alguna posibilidad aunque sea remota de alterar nuestra autonomía al momento de prescribir. Si nosotros invertimos en nuestra capacitación continua, no sólo dignificamos y profesionalizamos nuestros eventos científicos, sino también obtendremos el reconocimiento y respeto de nuestros pacientes, sociedad en general, directores de servicios

de salud y estudiantes, residentes y otros profesionales de la salud en formación.<sup>8</sup>

A las entidades farmacéuticas comerciales, tampoco les conviene la disminución del respeto y la desconfianza del público. De ahí que todos salgan ganando, pues del reconocimiento claro de las fronteras entre la práctica médica y la práctica orientada por el lucro, la relación médico-paciente se fortalece y la aportación de las industrias farmacéuticas en el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades se revalora positivamente.<sup>1</sup>

El modelo de relación que siguen en algunos países europeos reglamenta claramente a la industria farmacéutica limitando e imposibilitando el acercamiento estrecho entre esta y los médicos, evitando regalos, pago de viáticos, honorarios, apoyos y pago a ponentes, pago directo a investigadores, reuniones, cenas, comidas y eventos patrocinados y dirigidos por laboratorios y todo esto con la finalidad de transparentar la relación y permitiendo la libertad y la autonomía del médico sin presiones externas al momento de la prescripción y a pesar de esto, la venta de medicamentos no han tenido una modificación sustancial, pero si ha mejorado la confianza y el respeto de los pacientes hacia los profesionales de la salud.<sup>2</sup>

Si los laboratorios farmacéuticos y las asociaciones, consejos, colegios y sociedades, así como los médicos adoptaran estas políticas, aunque en un inicio se podría pensar que cumplir con estas disposiciones los pone en desventaja sobre quienes no los aplican, a medida que los directivos y presidentes de estas instituciones reconozcan la necesidad de transparentar la práctica médica y los principios éticos que guían la práctica médica de la industria farmacéutica comercial, la profesión tenderá a mantener la confianza pública y privada.

Finalmente, los costos iniciales quedarán a un lado cuando la profesión médica sea más redituable en términos de honestidad y confianza.

## REFERENCIAS

1. Halabe J, Garcia E. La ética médica profesional y las prácticas de las industrias farmacéuticas. *Gac Méd Méx.* 2006; 142(6): 439-440.
2. Brennan TA, Rothman DJ, Blank L, et al. Health Industry Practices That Create Conflicts of Interest. A Policy Proposal for Academic Medical Centers. *JAMA* 2006;295(4):429-433.
3. Snyder L, Leffler C. Ethics and Human Rights Committee. American College of Physicians. Ethics Manual. 5th ed. *Ann Inter Med* 2005;142: 560-582.
4. Códigos de la industria farmacéutica establecida en México: Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica; Consejo de Ética y transparencia de la industria farmacéutica. [Acceso 15-02-2011]. Disponible en: [http://www.canifarma.org.mx/descargables/04\\_cetifarma/02\\_CODIGOS\\_IF.pdf](http://www.canifarma.org.mx/descargables/04_cetifarma/02_CODIGOS_IF.pdf).
5. Ross JS, Keyhani S, Korenstein D. Appropriateness of Collaborations between Industry and the Medical Profession: Physicians' Perceptions. *Am J Med.* 2009;122:955-960.
6. Nierbyl J. The pharmaceutical industry: friend or foe? *Am J Obstet Gynecol.* 2008;198(4): 435-439.
7. Brody H. The Company We Keep: Why Physicians Should Refuse to See Pharmaceutical Representatives. *Ann Fam Med.* 2005; 3(1): 82-85.
8. Alpert JS. Doctors and Drug Industry: Further Thoughts for Dealing with Potential Conflicts of Interest? *Am J Med.* 2008; 121(4): 253-255.
9. Alasbali T, Smith M, et al. Discrepancy between results and abstract conclusions in Industry- vs nonindustry-funded studies comparing topical prostaglandins. *Am J Ophthalmol* 2009; 147: 33-38.