

Raúl Pesquera-Cabezas^{a,*} y Luis Mariano López-López^{b,c}

^a ZBS Pisueña-Cayón, Gerencia de Atención Primaria, Santander, Cantabria, España

^b Servicio de Medicina Preventiva, Hospital Universitario Marqués de Valdecilla, Santander, Cantabria, España

^c Escuela Universitaria de Enfermería, Universidad de Cantabria, Santander, Cantabria, España

* Autor para correspondencia.

Correos electrónicos: raulpesquera@hotmail.co.uk, rpesquera.ospc@fmdv.org (R. Pesquera-Cabezas).

<http://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2015.11.008>

¿Es ética la promoción farmacéutica en el Perú?



Is drug promotion ethical in Peru?

Sra. Directora:

El 1 de julio de 2015, el Ministerio de Salud del Perú aprobó la Resolución Ministerial 413-2015 y la Directiva Administrativa No. 208-MINSA/DIGEMID¹ determinando que los/las visitantes/as médicos de la industria farmacéutica no deben condicionar ni incentivar a médicos/as mediante prácticas poco éticas, ya sea ofreciendo cursos, viajes, premios, regalos u otros premios. Previamente, el 26 de noviembre de 2009, se promulgó la Ley 29459 y su reglamento, omitiendo precisar aspectos relacionados con la transparencia de la promoción farmacéutica. En un deficitario sistema de salud como el peruano, que carece de médicos/as para atender la demanda poblacional insatisfecha de servicios de salud, muchas veces los/las médicos/as dejan de lado a sus pacientes para recibir a muchos/as visitantes/as médicos que ofrecen muestras de medicamentos, regalos diversos (lapiceros, refrigerios, impresos, afiches, literatura, etc.), invitaciones a cursos, congresos y más, generando malas percepciones y malestares con los/las pacientes que esperan la atención médica correspondiente.

Sobre regalos, estudios internacionales evidencian que establecen una vaga pero real obligación, en la que quien regala no obliga, pero espera y busca una respuesta como una obligación moral². Además, es constante el debate sobre ética y conflictos de intereses entre la industria farmacéutica que ofrece regalos y cortesías a los/las médicos/as que los aceptan, pudiendo estar en riesgo su independencia de juicio y profesionalismo influenciados de estas prácticas promocionales³. La posición del Colegio Americano de Médicos establece que los regalos, las atenciones y los subsidios ofrecidos a los/las médicos/as por la industria farmacéutica no deben ser aceptados si estos pueden influir en la objetividad del juicio clínico⁴. La industria farmacéutica está altamente regulada y controlada por entidades en Estados Unidos de América y Perú, como la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) y la DIGEMID (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas), las cuales exigen cumplir rigurosos procesos, como las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y las Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA). Sin embargo, otro aspecto fundamental, como es la promoción, carece de buenas prácticas que enfaticen aspectos éticos y permitan una saludable relación entre la industria farmacéutica y los/las médicos/as, quienes constituyen piezas fundamentales para la salud del país.

Realizar prácticas promocionales con cualquier tipo de incentivos a los medicamentos de venta con receta condiciona a los/las profesionales de diversas maneras en el momento de prescribir medicamentos a sus pacientes, quienes muchas veces perciben cierta inclinación o falta de objetividad por parte de quien emite la receta y decide qué medicamento utilizará para el tratamiento de su estado de salud. No esperemos llegar a medidas extremas tales como la crítica abierta a la promoción farmacéutica, como por ejemplo la iniciativa de la organización Nofreelunch.org, o peor

aún la total prohibición a médicos/as de recibir cualquier regalo proveniente de la industria farmacéutica, por más insignificantes que sean, como sucede en el Centro Médico de la Universidad de Stanford⁵.

Este panorama hace necesario que el Ministerio de Salud de Perú y la DIGEMID, en armonía con la industria farmacéutica, definan políticas adecuadas para ejercer una promoción farmacéutica robusta, transparente y enfocada en prácticas éticas, que sea respetada escrupulosamente por visitantes/as médicos y la comunidad médica, en la cual el propósito fundamental sea salvaguardar el bienestar físico y económico de los/as pacientes a quienes debe servirse con total esmero y profesionalismo.

Financiación

Ninguna.

Contribuciones de autoría

El autor firmante es el único que ha participado en la elección del tema, el desarrollo, la redacción del texto, las modificaciones y la aprobación de la versión final del documento para su publicación; por tanto, garantiza la precisión, transparencia y honestidad de la información contenida en la carta, y que ninguna información relevante publicada a la fecha ha sido omitida en su elaboración.

Conflicto de intereses

R. Florián se desempeña como Jefe de Inteligencia Comercial de Medifarma Laboratorios, el tercer laboratorio farmacéutico más grande del Perú.

Bibliografía

1. MINSA. Resolución Ministerial 413/2015 [Internet]. MINSA. 2015 (Consultado el 2/11/2015.) Disponible en: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Upload/UpLoaded/PDF/Normatividad/2015/RM.413-2015.pdf>
2. Galán S, Delgado M, Altisent R. Elaboración de un cuestionario para el estudio de la relación entre el médico y la industria farmacéutica. *Aten Primaria*. 2004;34:87-91.
3. Ahmad M, Akhtar N, Awan M, et al. Ethical evaluation of pharmaceutical marketing in Pakistan. *Acta Bioethica*. 2011;17:215-24.
4. Gibbons R, Landry F, Blouch D, et al. A comparison of physicians' and patients' attitudes toward pharmaceutical industry gifts. *J Gen Intern Med*. 1998;13:151-4.
5. Bloomberg Business Doctors: stop taking pharma gifts. Bloomberg 2015. (Consultado el 1/11/2015.) Disponible en: <http://www.businessweek.com/debateroom/archives/2008/04/doctors.stop.taking.pharma.gifts.html>

Rafael Florián Castro

Facultad de Administración, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú

Correo electrónico: rafael.florian@usil.pe

<http://dx.doi.org/10.1016/j.gaceta.2015.11.005>