

Los médicos y las normas de *compliance* de los laboratorios

Las relaciones médico-casas farmacéuticas se hacen cada vez más difíciles por lo que los laboratorios han llamado el «compliance», que traducido en google es «conformidad», pero que vuelto a la realidad significa que los laboratorios no pueden dar al médico ninguna retribución que suene a comprar su conciencia.

Y el problema no es solo en Colombia, es en todo el mundo y especialmente en EE. UU., donde se asientan la mayoría de las industrias multinacionales de medicamentos. El caso es tan severo en estos momentos, que hablando con el Dr. Christopher Gallagher, de Creighton University, en el Congreso de Endocrinología en la ciudad de Armenia, me comentaba que los médicos no pueden recibir ni los laboratorios ofrecer una taza de café porque les podrían aplicar la famosa ley del «compliance».

La ley tiene sus razones y sus antecedentes. Usualmente los laboratorios farmacéuticos han utilizado lo que ellos han llamado «consentir al médico» para lograr ganar en competencia franca y atraer la prescripción del médico hacia sus productos. Y eso en las técnicas del «marketing» parece que es aceptable y común, pero en relación con la medicina no suena tan ético.

Evidentemente, el médico es el verdadero vendedor de los productos que hacen las casas farmacéuticas, y sin la prescripción de él los medicamentos no se venderían. Pero también hay que reconocer que sin los productos que aquellas producen los médicos tampoco podrían ejercer cabalmente la medicina, porque no tendrían con qué curar a sus pacientes, por muy buenos diagnósticos que hiciesen.

La cuestión, a mi modo de ver, es que los laboratorios que ganan exorbitantes sumas de dinero sí deben retribuir al médico por su trabajo voluntario o involuntario de venderles a través de las fórmulas a sus pacientes sus productos con sus a veces exageradas ganancias. Y en la mayoría de los casos se ha hecho invitando a los doctores a cursos de actualización científica en diversos lugares del país y del mundo. Pero como por allá se come, pues a darles comida, y como por allá hay sitios culturales interesantes para ver, pues aprovechar para hacerlo. Y finalmente el aprendizaje de nuevos conceptos y tratamientos, de técnicas quirúrgicas y de cómo va avanzando la tecnología enriquece al profesional y favorece a sus pacientes.

Otra cosa es lo que hacen algunas casas farmacéuticas cuando abiertamente compran al médico regalándole cosas o viajes o comidas para que formulen sus productos, en una franca violación de la ética médica. Pecan los laboratorios, pero esa es su razón de existir; pero los que más pecan son los médicos, que aunque son humanos como todos los habitantes de la tierra, deben tener códigos de ética profesional, autoestima, amor propio y decencia y, por lo tanto, no deberían permitir estas prácticas de mercadeos que pueden poner en riesgo la salud de sus pacientes. Y esto es lo que ha

llevado a las famosas normas o reglas o leyes de «compliance», que al final de cuentas le hacen ganar más plata a los laboratorios, porque estos gastan menos, y perjudican a los médicos éticos que quieren hacer viajes para ir a aprender más sin tener que sacar de sus a veces exiguos ahorros para poder costearlos.

Hay que llegar, como siempre, a la situación real y ética del asunto. Los laboratorios invierten en sus vendedores «ad honorem», en apoyo a la educación médica continuada, y a las organizaciones científicas para organizar eventos académicos científicos para enseñanza periódica. Y los médicos, por su parte, deben ser muy celosos en la aceptación de dádivas que no sean de estricto contenido ético; pero, eso sí, ir a los eventos científicos a los que han sido invitados y asistir razonablemente a las actividades académicas programadas en los mismos: es lo menos que podemos pedir y hacer.

Gustavo Gómez Tabares
Editor en jefe