

CON LA VENIA: *Sobre la promoción de medicamentos autorizados*



Jordi Faus

Abogado y socio de Faus & Moliner

 @FausJordi

En Euskadi, en febrero de 2020, el Departamento de Salud emitió una Orden regulando la actividad de los delegados de la industria farmacéutica. Se trataba de una norma de aplicación general, no vinculada al Covid-19 (faltaban cinco semanas para la declaración del estado de alarma). Bueno, el caso es que la Orden señalaba que los visitantes médicos debían informar a los profesionales sanitarios acerca del "precio y condiciones de la prestación farmacéutica del SNS, en su caso". Farmaindustria interpuso recurso contra la Orden y alegó que su redacción podía impedir que los visitantes promocionasen productos autorizados hasta que el Ministerio de Sanidad resolviese sobre su financiación pública. El 30 de junio, el Tribunal Superior de Justicia del País Vasco desestimó el recurso por entender que carecía de fundamento. Según los magistrados, ni la Orden ni el resto de normas aplicables impiden la promoción de medicamentos autorizados, incluso si se realiza antes de que se decida sobre su precio.

La cuestión ha sido objeto de debate a distintos niveles durante muchos años y hasta la fecha no me constaba un pronunciamiento judicial claro al respecto. La sentencia que les comento podría ser recurrida, pero dejando de lado otras consideraciones tiene la gran virtud de analizar la cuestión en el contexto en el que la norma debe ser aplicada, apuntalando su veredicto tanto en la literalidad de la norma como en su finalidad.

El tribunal empieza por señalar que la finalidad de la publicidad dirigida a los profesionales sanitarios, es proporcionar la información técnico-científica necesaria para que sus destinatarios puedan juzgar por sí mismos el valor terapéutico del medicamento. Dicho esto, se señala que la literalidad de la norma exige que se informe de las condiciones de financiación y precio "en su caso". Es decir, se debe informar siempre que se haya aprobado la financiación pública, pero en ningún caso se pone como condición para la promoción que exista tal aprobación. Exigir esta condición, dicen los jueces, sería contrario a la finalidad de la actividad promocional. A todo ello se añade una idea de enorme relevancia: si se impide la promoción de un producto autorizado "los pacientes y la sociedad en general sufrirán el riesgo de no disfrutar en el plazo más breve posible de los avances en este campo". En un entorno como el actual, donde la frontera entre promoción e información es muy tenue; y donde lo relevante es garantizar que los mensajes promocionales sean veraces y leales; esta sentencia puede ayudar a aclarar la cuestión. Una vez autorizado un fármaco, debería ser suficiente con que los materiales promocionales que se entreguen al profesional hiciesen referencia a su situación en materia de financiación pública y precio. Los jueces lo tienen claro: la norma prohíbe la promoción de medicamentos que no hayan obtenido la autorización de comercialización; no la de medicamentos autorizados cuya inclusión esté pendiente de decisión.