CON LA VENIA:

Farmaindustria y la Generalitat de Cataluña se dan la mano

Anna Gerbolés
Abogado de Faus & Moliner

Este 16 de noviembre tuve el placer de asistir a una sesión organizada por Farmaindustria en la Real Academia de Medicina de Cataluña, que giraba en torno al papel de la autorregulación en la promoción de medicamentos.

En esta sesión, participaron también miembros de la Dirección General de Ordenación y Regulación Sanitaria del Departament de Salut de Cataluña, entre otros expertos. Y es que, justamente este día, la Dirección General firmó un convenio de colaboración con Farmaindustria para el control la publicidad de medicamentos, lo cual no supone más que un reconocimiento a la importante labor realizada por Farmaindustria (y Autocontrol) en este ámbito, y a la confianza que las autoridades han depositado en ellos. De hecho, el subdirector general de Ordenación, Calidad Sanitaria y Farmacéutica del Departament de Salut de Cataluña, trasladó este mensaje de confianza de manera muy gráfica: gracias a la baja incidencia de materiales promocionales notificados en Cataluña, se dispuso de los suficientes recursos para la elaboración de una Guía interpretativa en materia de promoción, pionera en España, en lugar de destinar estos recursos a la fiscalización de materiales.

Entre las novedades que se anunciaron en esta sesión, cabe destacar la próxima publicación de una nueva versión de la Guía catalana de publicidad de medicamentos, prevista para diciembre de 2023, en la que se reconoce activamente el papel de la autorregulación. Asimismo, se confirmó que, a partir del próximo enero de 2024, no será necesario notificar los patrocinios en Cataluña. Por su parte, la directora jurídica de Farmaindustria aprovechó la presencia del subdirector general de Ordenación, quien participa en el borrador del esperado nuevo Real Decreto sobre promoción de medicamentos, para insistir en la necesidad de que esta nueva norma aborde las siguientes cuestiones fundamentales: (1) la necesaria regulación del derecho de las compañías a ofrecer formación a profesionales sanitarios; (2) la necesidad de establecer una clara delimitación del concepto de promoción; (3) la regulación de la interrelación con organizaciones de pacientes y la prestación de servicios por parte de profesionales; (4) la delimitación de competencias entre Estado y Comunidades Autónomas y; (5) la clarificación del régimen de promoción antes de la obtención de la decisión sobre precio y financiación. Fue en este último punto donde se generó mayor debate, pero Farmaindustria aprovechó para recordar que la armonización completa del derecho europeo en materia de promoción de medicamentos impide que un Estado Miembro imponga una condición como la que exigen las autoridades españolas (Madrid y Cataluña, en concreto), relativa a la necesaria decisión sobre la financiación del fármaco para poder realizar promoción del mismo.

Con todo, una gran sesión, cargada de novedades y reconocimientos que, sin duda alguna, ponen en valor el camino recorrido por la autorregulación en España como estandarte de transparencia, responsabilidad y la integridad en sus actuaciones.