



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

## RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

**UNIDAD DE SUPERVISIÓN DEONTOLÓGICA DE FARMAINDUSTRIA**

**vs.**

**LABORATORIOS FRANCISCO DURBÁN, S.A.**

**(“Incentivos”)**

### **RESUMEN:**

El pasado 16 de marzo de 2005, la Sección Primera del Jurado de la Publicidad resolvió la reclamación presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria (en adelante USD) frente la práctica de incentivos realizada por Laboratorios Durbán, S.A. en una oferta publicitaria. En concreto, la práctica de incentivos objeto de controversia consistía en la entrega de unidades gratuitas de medicamentos de prescripción por la compra de producto por parte de las oficinas de farmacia, a través de las distribuidoras, oferta incluida por lo demás en los “Catálogos de Bonificaciones” de distintas distribuidoras de medicamentos.

USD alega en su reclamación la vulneración del Art. 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos, así como la Guía que lo desarrolla, ya que la entrega de bonificaciones (en este caso en forma de medicamentos gratuitos) constituye a su parecer un incentivo a las oficinas de farmacia y por tanto contraviene el precepto alegado. Además, USD alega la vulneración de las Resoluciones de este Jurado de 23 de octubre y 26 de noviembre de 2002, que declaraban que el sistema de entrega gratuita de unidades de producto en función del volumen de compra a las oficinas de farmacia vulnera el Art. 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos. En consecuencia, solicita al Jurado que dicte Resolución imponiendo al denunciado las correspondientes sanciones de acuerdo con lo establecido en el Art. 18 del Código Español de Buenas Prácticas.

Pues bien, la Sección Primera estima acreditado, del simple examen de la promoción cuestionada, que la parte reclamada entregaba a las oficinas de farmacia ciertas unidades gratuitas de producto en función del volumen de compra efectuado por la oficina de farmacia. Así las cosas, y de acuerdo con su Resolución de 23 de octubre de 2002 (confirmada por el Pleno en su Resolución de 26 de noviembre de 2002), que establecía que “existirá un descuento en especie cuando la reducción de precios se materialice en la entrega gratuita de una cantidad o de una o varias unidades adicionales el mismo producto”, entiende de nuevo la Sección que “es inevitable encajar en aquel concepto de ventaja los descuentos en especie consistentes en la entrega de unidades gratuitas de producto en función del volumen de compra”.

En consecuencia, el Jurado estima la existencia de infracción del artículo 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos y ordena el cese de la publicidad reclamada. Asimismo, impone a Laboratorios Durbán la sanción mínima prevista en el Art. 18.2 del Código para las faltas leves así como la condena en costas.

## TEXTO COMPLETO DE LA RESOLUCIÓN:

**UNIDAD DE SUPERVISIÓN  
DEONTOLÓGICA DE FARMAINDUSTRIA  
vs.  
LABORATORIOS FRANCISCO DURBÁN,  
S.A.**

**(“Incentivos”)**

En Madrid, a 16 de marzo de 2005, reunida la Sección Primera del Jurado de la Publicidad de la Asociación de Autocontrol de la Publicidad, presidida por D. Eduardo Galán Corona, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria frente a una oferta publicitaria de la que es responsable Laboratorios Durbán, S.A., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- ANTECEDENTES DE HECHO.

1.- Mediante escrito de 8 de febrero de 2005, la Comisión Deontológica de Farmaindustria dio traslado a Autocontrol, de acuerdo con el Art. 4.5 del Reglamento de la Comisión Deontológica de la Industria Farmacéutica y del Convenio suscrito entre Farmaindustria y Autocontrol, de la reclamación presentada el 22 de junio de 2004 por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria (en lo sucesivo, USD), contra Laboratorios Durbán, S.A. (en lo sucesivo, LABORATORIOS DURBAN), contra la práctica de incentivos y tras haberse intentado mediación entre las partes ante la Comisión Deontológica, sin haberse alcanzado ningún acuerdo.

2.- La práctica de incentivos objeto de la presente controversia consiste en la entrega de unidades gratuitas de medicamentos de prescripción por la compra de producto por parte de las oficinas de farmacia, a través de las distribuidoras. Concretamente la oferta objeto de reclamación está incluida en los “Catálogos de Bonificaciones” de distintas distribuidoras de medicamentos, aportados por Farmaindustria al procedimiento.

3.- La reclamante hace constar, en primer lugar, que informó a los Laboratorios reclamados, a través de burofax, de las bonificaciones realizadas por las distribuidoras a las oficinas de farmacia de medicamentos de prescripción propios de LABORATORIOS DURBAN. En tal misiva, USD apercibía a los Laboratorios para que, en el plazo de un mes, instara a las distribuidoras de sus productos la cesación de tal actuación. LABORATORIOS DURBAN respondió por carta a USD manifestando su disconformidad con la interpretación dada por esta entidad al contenido del art. 10.1 del Código.

La reclamante alega en su reclamación la vulneración del Art. 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos, así como la Guía que lo desarrolla, ya que la entrega de bonificaciones (en este caso en forma de medicamentos gratuitos) constituye un incentivo a las oficinas de farmacia y por tanto contraviene el precepto alegado.

Por último, USD alega la vulneración de las Resoluciones de este Jurado de 23 de octubre y 26 de noviembre de 2002, que declaraban que el sistema de entrega gratuita de unidades de producto en función del volumen de compra a las oficinas de farmacia vulnera el Art. 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos.

Por todo lo anteriormente expuesto, la reclamante solicita al Jurado que dicte Resolución imponiendo al denunciado las sanciones que correspondan de acuerdo con lo establecido en el Art. 18 del Código Español de Buenas Prácticas.

4.- Trasladada la reclamación a LABORATORIOS DURBAN, dicha entidad presentó su escrito de contestación negando en primer lugar que su conducta responda a un incentivo a la dispensación por los profesionales de la medicina. Antes bien, defiende la realización de descuentos comerciales sobre compras respecto a sus productos, siempre con el fin de incentivar su adquisición por las distribuidoras, y ello en uso de las facultades que le confieren los principios rectores que regulan la libertad de mercado y empresa.

Asimismo rechaza la infracción del art. 10 del Código de Farmaindustria por cuanto entiende que su conducta responde a una práctica comercial habitual. Finalmente, LABORATORIOS DURBAN informa de su baja definitiva como socio de FARMAINDUSTRIA, por lo que, entiende, no le son de aplicación las disposiciones contenidas en su Código de Buenas Prácticas.

5.- Mediante escrito de 29 de octubre de 2004, USD presentó ante la Comisión Deontológica escrito en el que informa de la reincidencia de los Laboratorios reclamados en su práctica de incentivos a profesionales sanitarios a través de otra distribuidora, aportando en prueba el catálogo de la misma.

### II.- FUNDAMENTOS DEONTOLÓGICOS.

1.- Con carácter previo a la resolución de la reclamación planteada, debe ponerse de manifiesto que la baja de los Laboratorios reclamados en FARMAINDUSTRIA no es obstáculo para que este Jurado entre a dirimir la cuestión planteada. En efecto, según ha quedado acreditado ante esta Sección, la baja de LABORATORIOS DURBAN en FARMAINDUSTRIA tiene efectos desde que su solicitud fue aprobada en Junta Ordinaria de fecha 15 de febrero de 2005, mientras que la reclamación instada por USD data de fecha 22 de junio de 2004. Así las cosas, en el momento en que los hechos fueron denunciados y-lo que no es menos importante- en el momento en que se desarrollaron las prácticas objeto de reclamación, los Laboratorios reclamados tenían la condición de socio de FARMAINDUSTRIA y por ello le eran de plena aplicación los principios rectores de tal organización.

2.- Centrándonos ya en el objeto de la reclamación debemos recordar que el Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos recoge las disposiciones legales relativas a la entrega de incentivos o ventajas como medio de promoción de la prescripción, dispensación o venta de medicamentos. Según establece su artículo 10 "no podrán otorgarse, ofrecerse o prometerse obsequios, ventajas pecuniarias o en especie a los profesionales sanitarios implicados en el ciclo de prescripción, dispensación y administración o al personal

administrativo para incentivar la prescripción, dispensación, suministro y administración de medicamentos, salvo que se trate de obsequios de poco valor y relacionados con la práctica de la medicina o la farmacia. Por lo tanto, es admisible la entrega de obsequios tales como utensilios de uso profesional en la práctica médica o farmacéutica o utensilios de despacho de valor insignificante".

3.- En el presente procedimiento, queda acreditado del simple examen de la promoción cuestionada, que la parte reclamada entrega a las oficinas de farmacia ciertas unidades gratuitas de producto en función del volumen de compra efectuado por la oficina de farmacia ("1+1", "2+1", "3+1"...una, dos o tres... se compran tres unidades y se regala una). Es más, incluso en los cuadros que detallan la promoción, descritos ya en los antecedentes de hecho de este escrito, se habla de "Catálogos de Bonificaciones".

4.- Como bien afirma la reclamante, la Sección Primera del Jurado, en Resolución de 23 de octubre de 2002 (confirmada por el Pleno en su Resolución de 26 de noviembre de 2002), ya ha tenido ocasión de pronunciarse sobre la entrega a las oficinas de farmacia de unidades gratuitas de producto en función del volumen de compra efectuado por éstas.

5.- En efecto, en aquel procedimiento el Jurado, siguiendo la Doctrina más autorizada, afirmó que "según el objeto del descuento, puede distinguirse entre descuentos en sentido estricto, descuentos en especie y descuentos financieros. En los primeros, la ventaja consistente en una reducción de precios se hace efectiva mediante la entrega de una mercancía a un precio inferior. En cambio, *existirá un descuento en especie cuando la reducción de precios se materialice en la entrega gratuita de una cantidad o de una o varias unidades adicionales el mismo producto*. Por último, los descuentos financieros consisten en la práctica de condiciones de pago que comportan unos gastos financieros que no se trasladan o no se trasladan enteramente al consumidor".

**6.-** De la misma forma, y de acuerdo con estas orientaciones doctrinales, el Jurado en aquella ocasión se hacía eco de las más modernas propuestas normativas en materia de promociones de ventas que califican como descuento en especie la entrega de unidades gratuitas del mismo producto en función del volumen de compra. Así, se señalaba el artículo 2 de la Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a las promociones de ventas en el mercado interior, de 4 de octubre de 2001. En ella se recoge el siguiente concepto de descuento: “la oferta temporal de una reducción de precio, *una cantidad adicional del mismo bien o servicio comprado que se ofrece sin coste adicional para el comprador*, o un cupón o vale que otorga al comprador de un bien o servicio el derecho a una reducción en el precio de un bien o servicio idéntico en una compra posterior”.

**7.-** Teniendo en cuenta lo anterior, el Jurado no puede sino concluir como en aquel supuesto que “en ausencia de criterios interpretativos o pronunciamientos administrativos o jurisprudenciales que excluyan supuestos como el que nos ocupa, es inevitable encajar en aquel concepto de ventaja los descuentos en especie consistentes en la entrega de unidades gratuitas de producto en función del volumen de compra”.

**8.-** Así las cosas, este Jurado estima la existencia de infracción del artículo 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos. En la medida en que no existen especiales circunstancias agravantes, procede considerar que estamos en presencia de una infracción leve. Procede también la imposición de la sanción mínima prevista en el Art. 18.2 del Código para este tipo de faltas.

**9.-** Asimismo, y por aplicación del art. 18.6 del Código de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos, corresponde imponer a la parte reclamada –en la medida en que la reclamación ha sido estimada íntegramente– el pago íntegro de las tasas devengadas por la tramitación del presente procedimiento, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de Autocontrol

### ACUERDA

**1º.-** Estimar la reclamación presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria contra Laboratorios Francisco Durbán, S.A.

**2º.-** Declarar que la publicidad reclamada infringe el artículo 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos.

**3º.-** Instar al anunciante el cese de la publicidad reclamada.

**4º.-** Imponer al anunciante por aplicación del artículo 17 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos de Farmaindustria, una sanción pecuniaria de 6.000 €.

**5º.-** Imponer al anunciante reclamado, por aplicación del art. 18.6 del Código Español de Buenas Prácticas para la promoción de los medicamentos de Farmaindustria, el pago íntegro de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del presente procedimiento.