

Resumen de la Resolución: Merck, S.L. vs. Amgen, S.A. “Vectibix®”

Resolución de 13 de mayo de 2009 de la Sección Segunda del Jurado por la que se estima parcialmente la reclamación presentada por la compañía Merck, S.L. contra Amgen, S.A. El material promocional denunciado promociona el producto Vectibix® y se denomina “Documento de Evaluación Farmacéutica de Vectibix®” (distribuido en el 53º Congreso Nacional de la Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria).

El Jurado concluyó que algunos aspectos del material promocional vulneran las normas 1 (objeto de promoción y compatibilidad con la Ficha Técnica), 3 (principio de objetividad, reproducción fiel de estudios, publicidad comparativa) y 5 (naturaleza real del material), del Código Español de Buenas Prácticas de Promoción de Medicamentos y de Interrelación de la Industria Farmacéutica con los Profesionales Sanitarios de Farmaindustria

II. Recurso de alzada.

Ambas compañías interpusieron sendos recursos de alzada que fueron desestimados por el Pleno del Jurado mediante Resolución de 9 de junio de 2009.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Texto completo de la Resolución del Pleno del Jurado: Merck, S.L. vs. Amgen, S.A. "Vectibix®"

En Madrid, a 9 de junio de 2009, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D.Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano, para el análisis de los recursos de alzada presentados por Merck, S.L. y Amgen, S.A. frente a la Resolución de la Sección Segunda del Jurado de 13 de mayo de 2009, emite la siguiente,

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El 19 de febrero de 2009 la compañía Merck, S.L. (en lo sucesivo, MERCK) presentó una reclamación ante la Comisión Deontológica de FARMAINDUSTRIA, contra una práctica promocional del producto Vectibix® de la que es responsable la compañía Amgen, S.A. (en lo sucesivo, AMGEN).

A la vista de que no se alcanzó un acuerdo de conciliación entre las partes, el pasado 22 de abril la Comisión Deontológica de FARMAINDUSTRIA dio traslado al Jurado de Autocontrol de dicha reclamación, de acuerdo con el Convenio suscrito entre FARMAINDUSTRIA y AUTOCONTROL y de conformidad con el Reglamento de los Órganos de Control del Sistema de Autorregulación de la Industria Farmacéutica.

2.- Se dan por reproducidos todos los elementos promocionales reclamados, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la Resolución de la Sección Segunda de 13 de mayo de 2009.

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Segunda del Jurado acordó estimar parcialmente la reclamación interpuesta, declarando que el material promocional denunciado infringe las normas 1, 3 y 5 del Código Español de Buenas Prácticas de Promoción de Medicamentos y de Interrelación de la Industria Farmacéutica con los Profesionales Sanitarios de Farmaindustria. Asimismo impuso a la compañía AMGEN una sanción pecuniaria de cincuenta mil euros.

4.- El pasado 27 de mayo MERCK y AMGEN, presentaron sendos recursos de alzada contra la mencionada Resolución de 13 de mayo de 2009.

5.- MERCK en su recurso expone que la Sección Segunda del Jurado no ha valorado adecuadamente el contexto en el que se procedió a la publicación del material promocional denunciado. Señala al respecto que forma parte de una campaña promocional de lanzamiento de un nuevo producto al mercado (menos de un año) y afirma que la realización de comparaciones directas de Vectibix® con Erbitux® pretende aprovechar el consolidado reconocimiento de este medicamento para posicionar Vectibix® en el mercado.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Continúa MERCK su recurso recordando las distintas indicaciones terapéuticas para las que está autorizado cada medicamento. Considera la compañía denunciante que el material evidencia el ánimo de transmitir un mensaje falso: la equiparación de ambos medicamentos, no sólo en la indicación que tienen en común, sino con carácter general, con el objeto de posicionar el medicamento Vectibix® desde el momento de su lanzamiento en un nivel superior al medicamento potencialmente competidor Erbitux®. Insiste MERCK en que AMGEN utiliza la técnica de omitir o minimizar la palabra “monoterapia” en los momentos claves, es decir, cuando se transmite una información relevante para el profesional sanitario.

En segundo lugar, MERCK sostiene que la Ficha Técnica no resulta un instrumento lo suficientemente preciso para que sobre la misma se soporte una comparación en elementos tan relevantes como la eficacia o la seguridad de un medicamento. Considera así que la Ficha Técnica no es una fuente válida de conformidad con la norma 3.8 del Código de Farmaindustria para formular estas comparaciones (entre medicamentos con indicaciones distintas). Entiende asimismo que se vulnera la norma 3.9 puesto que con carácter general los únicos aspectos que a su juicio pueden compararse con base en la Ficha Técnica son los referentes a indicaciones autorizadas, de manera que aspectos como la seguridad y eficacia requieren una fundamentación adicional.

En tercer lugar, MERCK alega que AMGEN no ha llevado a cabo acción alguna dirigida a la rectificación de la información facilitada. Manifiesta su discrepancia con la valoración de la Sección Segunda sobre la diligente actuación de la compañía denunciada “procediendo al cese inmediato en la difusión del material y a una pronta rectificación del mismo”. Reitera MERCK la proporcionalidad de su petición sobre la efectiva rectificación de la información facilitada por AMGEN a los profesionales.

Finalmente, MERCK argumenta que la imposición del pago por mitad de las tasas a la compañía denunciante supone una agravación de la situación originada por el incumplimiento de la denunciada, no resultando justo desde una perspectiva de justicia material.

Por todo lo cual, solicita del Pleno del Jurado la estimación del recurso de alzada y que dicte Resolución de conformidad con las alegaciones expuestas.

6.- Habiéndose dado traslado del recurso de alzada interpuesto por MERCK a AMGEN, esta compañía presentó escrito de oposición al mismo.

Expone AMGEN que las comparaciones sobre las reacciones adversas de ambos medicamentos pueden fundamentarse en la información contenida en las respectivas fichas técnicas, siempre y cuando se ofrezca una información lo suficientemente completa como para permitir a los destinatarios valorar por si mismos las características de los medicamentos.

Rechaza el laboratorio denunciado que esté llevando a cabo una campaña de “pre-marketing” y señala que se informa ampliamente y de forma sistemática que Vectibix® está indicado para el tratamiento en “monoterapia”

En relación con las comparaciones defiende que es posible realizarlas siempre que se sustenten en la Ficha Técnica y aludan a extremos comparables o relevantes. Indica que la posición de MERCK impediría mostrar las diferencias existentes entre dos medicamentos en



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

términos de pautas posológicas, vía de administración o incluso precio, aun estando recogidas en la Ficha Técnica.

A continuación relata los hechos que entiende ponen de manifiesto la buena fe y la extraordinaria diligencia demostrada por AMGEN, subrayando que paralizó la distribución del material tan pronto recibió la primera carta de MERCK, sin que se hubiera interpuesto denuncia alguna ante la Comisión Deontológica de Farmaindustria.

Por último, alega la desproporcionalidad de la petición de MERCK sobre la emisión de una carta rectificativa, que resulta inviable, y la corrección del pago por mitad de las tasas (norma 21.6 del Código de Farmaindustria).

En consecuencia, AMGEN solicita la desestimación de la totalidad de las pretensiones expuestas por MERCK en su recurso de alzada.

7.- Por su parte, el recurso de alzada interpuesto por AMGEN se centra en el pronunciamiento de la Sección Segunda del Jurado sobre la transparencia del material promocional, y en la cuantía de la sanción impuesta.

Con respecto a la valoración sobre la falta de transparencia del material considera que el pronunciamiento de la Sección de instancia contradice criterios previos del Jurado. Entiende asimismo que no ha tenido en consideración elementos como la portada del material (con el logotipo e imagen distintiva del medicamento junto al “triángulo amarillo”); el interior de la portada (derechos reservados a AMGEN); el prólogo; o la forma en que el material ha llegado a sus destinatarios.

Manifiesta AMGEN que la certeza que precisan los laboratorios sobre los límites en esta materia justifica la revisión de la decisión de la Sección Segunda.

En relación con el importe de la sanción, argumenta que los motivos precedentes hacen conveniente una minoración de la cuantía impuesta. Refiere el impecable historial de AMGEN en materia publicitaria e insiste en la conducta de la compañía (elaboración de versiones revisadas eliminando la mayoría de elementos que MERCK consideraba perjudiciales para sus intereses). Alega además que sólo en uno de los tres puntos en conflicto (pues en otros AMGEN ya había transigido) el Jurado ha dado la razón a la denunciante.

En virtud de lo expuesto, solicita del Pleno del Jurado la revisión de la Resolución recurrida, declarando que el material promocional no infringe la norma 5.1 del Código de Farmaindustria; así como la minoración de la sanción impuesta.

8.- Habiéndose dado traslado del recurso de alzada interpuesto por AMGEN a MERCK, esta compañía presentó escrito de oposición al mismo.

En primer lugar, afirma la improcedencia de la aportación del documento que acompaña MERCK a su recurso (portada y contraportada de otro material promocional del medicamento Vectibix®. Invoca sobre este punto la norma 20.4 del Reglamento del Jurado de Autocontrol y señala las razones por las que, en todo caso, se trata de un documento irrelevante a efectos de la resolución del recurso.



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

Sobre la naturaleza del material, se reafirma en las manifestaciones realizadas en su escrito de denuncia y destaca que la circunstancia de que un material que no se ajuste al formato de folleto clásico podría no resultar un elemento determinante si el mismo cumple con el Código. Ahora bien, sería reprochable cuando se da una cobertura técnica e imparcial que no corresponde con la realidad, especialmente en el marco del lanzamiento de un nuevo medicamento al mercado.

A continuación, argumenta MERCK que la doctrina del Jurado invocada por AMGEN en este punto, no resulta aplicable al caso que nos ocupa.

En contra de lo sostenido de adverso, MERCK considera que la buena fe de la compañía denunciada ya ha sido tomada en consideración a la hora de fijar la sanción impuesta por la Sección Segunda. Por otra parte, considera improcedente la alusión de AMGEN al actual contexto económico, estimando que el Jurado ha sido benevolente en la fijación de la cuantía de la sanción.

Por todo lo cual, MERCK solicita la íntegra desestimación del recurso de alzada interpuesto por AMGEN.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Siguiendo los Antecedentes de hecho expuestos, son dos los recursos de alzada cuya resolución debe abordar el Pleno del Jurado, si bien, como igualmente se infiere de los Antecedentes no todos los pronunciamientos de la Sección Segunda del Jurado han sido objeto de impugnación. Por razones de coherencia y claridad expositiva, abordaremos en primer lugar el análisis del recurso interpuesto por AMGEN (salvo la petición de minoración de la sanción económica), en segundo lugar analizaremos el recurso presentado por MERCK y, finalmente, la valoración de la sanción pecuniaria impuesta a AMGEN y la imposición de las tasas por mitad que impugna MERCK.

2.- En relación con el recurso de alzada interpuesto por AMGEN, esta compañía defiende que el material promocional transmite con claridad su naturaleza y detalla los elementos distintivos que en su opinión la evidencian.

El Pleno del Jurado ha considerado en detalle los motivos argüidos por AMGEN; no obstante, tras un pausado debate ha alcanzado la conclusión de que el material objeto de reclamación no identifica con suficiente claridad su naturaleza promocional.

En apoyo de sus argumentos AMGEN cita la Resolución de la Sección Quinta del Jurado de 11 de octubre de 2002 (asunto Roche Farma, S.A. vs. Shering Plough, S.A. "Pegintron"), manifestando que la Sección Segunda se ha apartado de aquel criterio. Sobre esta cuestión debemos advertir en primer lugar que a la hora de valorar si se encubre o disimula la naturaleza promocional de un material se han de valorar todos los elementos y circunstancias concurrentes, sin que entre el caso citado por la reclamada y el que ahora nos ocupa haya una coincidencia total ni aun general de circunstancias, de manera que necesariamente el Jurado no tiene por qué alcanzar la misma conclusión. En el caso que AMGEN trae a colación la denuncia se dirigió frente a un anuncio difundido en prensa en el que además constaba la denominación de la marca y del laboratorio. Estos elementos ponen ya de manifiesto sustanciales diferencias (sin perjuicio de otras) entre ambos casos, teniendo en cuenta que en la presente denuncia el material



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

consiste en un dossier que ha seguido el “Cuestionario de evaluación técnica para laboratorios” de la SEFH (Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria). Es decir, que ha seguido una estructura impropia o inhabitual de materiales promocionales y con la que los profesionales están familiarizados, pero asociándola a materiales de farmacia hospitalaria y no a materiales elaborados por los laboratorios. Es más, el índice que sigue el material incluye apartados como “indicaciones terapéuticas en investigación” que están vedados a la correcta publicidad de un medicamento, puesto que suponen promoción de indicaciones no aprobadas.

No ha obviado este Jurado elementos como la imagen distintiva del medicamento junto al “triángulo amarillo”; el interior de la portada (derechos reservados a AMGEN); el prólogo; o la forma en que el material ha llegado a sus destinatarios. Sin embargo, tras un examen detallado y atendiendo a la apariencia externa del material, a su estructura, a su denominación (cuando menos similar a la utilizada para otra documentación propia de la farmacia hospitalaria), a la ausencia del nombre del laboratorio en la portada y a la intervención a modo de aval de un miembro de la SEFH, el Pleno del Jurado ha llegado a la misma conclusión que la Sección Segunda, esto es, que la apariencia del material es apta para inducir a error sobre su verdadera naturaleza, o al menos no permite que la naturaleza publicitaria de éste sea clara e inmediatamente perceptible por sus destinatarios, pudiendo generar cierta confusión entre los destinatarios sobre su carácter publicitario o el carácter científico e independiente del documento. Por lo demás, conviene señalar que la entrega de material por parte de los representantes de un laboratorio en el marco de un Congreso, no conlleva necesariamente que el material sea publicitario, puesto que también desde los laboratorios se difunden en ocasiones estudios u otras informaciones no publicitarias que sirven de respaldo a sus materiales promocionales o a las características de los medicamentos que comercializan.

Por lo tanto, el Pleno del Jurado confirma la existencia de una vulneración de la norma 5.1 del Código de Farmaindustria que dispone: *Ninguna actividad o material de promoción debe encubrir su objetivo o naturaleza real.*

3.- Entrando ahora en el recurso de alzada interpuesto por MERCK, esta compañía focaliza sus motivos en la insuficiencia de la Ficha Técnica para entablar comparaciones entre los medicamentos Vectibix® y Erbitux®, por entender que al afectar a elementos como la eficacia y la seguridad se requiere un estudio adicional que las respalde. Y relaciona esta circunstancia con la forma en que en su opinión se presenta el medicamento Vectibix®, creando paralelismos con Erbitux® susceptibles de inducir a error a los destinatarios. Invoca sobre este punto las normas 3.8 y 3.9 del Código de Farmaindustria que a continuación transcribimos:

3.8: La publicidad comparativa deberá en todo caso respetar las normas de una competencia leal. No podrá ser denigratoria y las comparaciones deberán basarse en extremos comparables y relevantes. En todo caso, y especialmente en la publicidad comparativa, se cuidará de que las fuentes que sirven de base a las afirmaciones sean válidas e inmediatamente accesibles al competidor.

3.9: Toda información, afirmación o comparación incluida en el material de promoción debe estar fundamentada. Dicha fundamentación (o justificación) debe ofrecerse a petición de los médicos y demás profesionales sanitarios. En especial, cualquier comparación que se efectúe entre diferentes medicamentos deberá estar contrastada científicamente. Las afirmaciones que recojan las indicaciones aprobadas en la ficha técnica vigente no necesitan estar fundamentadas.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

4.- Sobre este punto de la controversia conviene deslindar dos aspectos: de un lado, la posibilidad o no de establecer comparaciones entre los medicamentos Vectibix® y Erbitux®. Y, de otro lado, en qué circunstancias puede o no ser admisible una concreta comparación entre ambos medicamentos.

Pues bien, a la vista de las exigencias deontológicas recogidas en las normas transcritas, el Pleno considera –al igual que hiciera la Sección Segunda- que las comparaciones entre Vectibix® y Erbitux® no resultan en si mismas y en todo caso incompatibles con el Código de Farmaindustria. Este Jurado es conocedor de que las indicaciones aprobadas para cada medicamento no son plenamente coincidentes, sino que son más amplias las posibilidades de tratamiento con Erbitux® que con Vectibix® (que se limita al tratamiento “en monoterapia”); ahora bien, esta circunstancia comporta que ambos medicamentos comparten indicación para el tratamiento “en monoterapia”. Así las cosas, el Pleno del Jurado estima que las comparaciones entre ambos medicamentos (en relación con la indicación que comparten) basadas en extremos relevantes y comparables que se formulen disponiendo del suficiente respaldo científico pueden ser admitidas, siempre que –evidentemente- respeten las demás exigencias de aplicación (principio de objetividad, información lo suficientemente completa para que los destinatarios puedan valorar por si mismos las características del medicamento, etc.).

Sobre esta premisa, resta abordar si la Ficha Técnica puede servir de fundamento para soportar la comparación, pues la Sección concluyó afirmativamente y este extremo es ahora impugnado por la denunciante. A este respecto, el Pleno del Jurado no encuentra en las normas 3.8 y 3.9 del Código de Farmaindustria razones para rechazar esta posibilidad. MERCK infiere de las citadas normas que la Ficha Técnica no puede servir de fundamento para la comparación; sin embargo, a nuestro juicio, precisamente el Código reconoce que la Ficha Técnica puede servir de base para formular afirmaciones comparativas. En efecto, la norma 3.8 requiere que las comparaciones estén contrastadas científicamente y añade que las afirmaciones que recojan las indicaciones aprobadas en la Ficha Técnica no necesitan estar fundamentadas. De donde se desprende que la Ficha Técnica es ya fundamento o soporte para las afirmaciones que contiene. Y que el contenido de la Ficha Técnica, así pues, puede ser fundamento suficiente para una comparación entre fármacos, siempre que –en el caso de fármacos que sólo compartan una indicación, como en el caso que nos ocupa- la comparación se refiera a extremos de la Ficha Técnica relativos a la indicación que comparten. Resulta obvio que la Ficha Técnica no puede servir de fundamento para indicaciones no aprobadas; ahora bien, en el marco del presente procedimiento se debate sobre la posibilidad de comparar los medicamentos Vectibix® y Erbitux® en relación con las indicaciones que comparten (tratamiento “en monoterapia”) sin que se haya alegado ni acreditado que los datos de la ficha técnica que sirven de base a las comparaciones resulten únicamente aplicables a indicaciones exclusivas de uno de los dos medicamentos.

5.- En respuesta a los argumentos de MERCK, es oportuno hacer mención a la Resolución que cita de la Sección Tercera del Jurado de 24 de mayo de 2005 (asunto Merck Sharp&Dohme España, S.A. vs. Vita Científica, S.L.) en la que se concluye sobre la insuficiencia de un estudio para ser considerado fuente válida de la comparación examinada, dada la poca evidencia científica del estudio. Debemos objetar que el Jurado no estableció en dicha Resolución la imposibilidad de soportar la comparación en las fichas técnicas de los medicamentos, sino que exigió un adecuado fundamento científico que consideró no cumplido con aquel estudio; por consiguiente no estamos ante la misma disyuntiva que en el presente conflicto.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Para finalizar la revisión de esta cuestión, debe el Pleno del Jurado valorar si el material denunciado, con carácter general, es susceptible de generar confusión sobre la circunstancia de que Vectibix® está autorizado para el tratamiento “en monoterapia” y no para otras líneas de tratamiento, como sí lo está Erbitux®.

De nuevo el Pleno del Jurado se reafirma en las conclusiones expuestas por la Sección Segunda en el sentido de considerar que con carácter general el material promocional no genera confusión sobre las indicaciones para las cuales está aprobado Vectibix®. En reiterados momentos se hace mención a que el medicamento promocionado está indicado para el tratamiento “en monoterapia”, siendo por lo tanto ésta una circunstancia de la cual se informa a los destinatarios.

En consecuencia, el Pleno del Jurado desestima las pretensiones manifestadas por MERCK en su recurso de alzada.

6.- Finalmente, debemos proceder a la consideración de la cuantía de la sanción impuesta a AMGEN. Hace hincapié esta compañía en la buena fe que ha regido su actuación, intentando así evitar perjuicios a sus competidores. Al respecto, el Pleno del Jurado debe indicar que –tal y como se desprende de los Fundamentos precedentes- se mantiene intacta la declaración de las infracciones apreciadas por la Sección Segunda. Por lo demás, la diligente actuación del laboratorio reclamado una vez fue instando por un competidor es un factor que ya fue tomado en consideración por la Sección correspondiente. No podemos además desconocer que efectivamente la diligente actuación y la voluntad rectificadora de AMGEN se produjeron a partir de aquel momento, sin desconocer que las infracciones ya habían sido consumadas.

Sobre este particular conviene asimismo aludir a la queja de MERCK por la afirmación de la Sección Segunda del Jurado que reconoce la “pronta rectificación” de AMGEN. En efecto, a este Jurado no le consta –tal y como subraya MERCK- que AMGEN haya dirigido comunicación rectificadora alguna a los destinatarios del material. Ahora bien la expresión recogida en la Resolución recurrida no se refiere a esto, sino al hecho de que AMGEN procediera con prontitud a rectificar el material (previo cese de la primera versión) incorporando algunas de las peticiones de la denunciante. Esta circunstancia ha sido reconocida por ambas partes, aunque no concluyera con éxito el proceso de negociación mediadora.

Aspecto diferente es la imposición de medidas rectificadoras o correctoras (más allá del mero cese o corrección del material declarado incorrecto) que como ya manifestó la Sección Segunda, la norma 21.2 del Código de Farmaindustria en su párrafo cuarto contempla solamente para el caso de que el procedimiento haya sido iniciado por denuncia presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica y sea esta misma Unidad la proponente de las medidas. Así pues, debemos insistir en la imposibilidad de atender la petición de MERCK en el presente procedimiento. Conviene además recordar que este tipo de medidas están reguladas en el Código como sanciones de carácter no pecuniario y el principio de tipicidad impide realizar una interpretación extensiva de normas de naturaleza sancionadora.

En definitiva, atendiendo a la concurrencia de una pluralidad de infracciones, y a la entidad de las infracciones cometidas, en cuya apreciación el Pleno del Jurado ha mantenido plenamente la valoración realizada por la Sección Segunda, entendemos ajustada y apropiada



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

tanto la calificación de las mismas como la fijación de la cuantía de la sanción en cincuenta mil euros (50.000€) (normas 21.1 y 21.2 del Código de Farmaindustria).

7.- Con respecto a la imposición a ambas partes por mitad de las tasas devengadas en el trámite de instancia, el Pleno del Jurado debe recordar los términos en los que esta materia está regulada en el Código de Farmaindustria:

Norma 21.6: En cualquier caso, en la resolución adoptada el Jurado determinará qué parte o partes correrán con los gastos administrativos que dimanen de la tramitación del la reclamación ante Autocontrol. Se impondrán la totalidad de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del procedimiento, así como, en su caso, los costes de apoyo pericial decidido por el Jurado –de oficio o a instancia de parte- a la parte que haya visto rechazadas todas sus pretensiones. Si la estimación o desestimación fuere parcial, cada parte abonará sus propios gastos y los gastos administrativos antes mencionados por mitad.

A la vista de la norma transcrita y considerando que la estimación de la denuncia presentada por MERCK fue parcial, el Pleno del Jurado debe confirmar la imposición a ambas partes por mitad de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del procedimiento en instancia. En efecto, el Jurado consideró que el material denunciado era incorrecto, pero no en la totalidad de los elementos reclamados, sino en algunos aspectos, concluyendo que también había partes o elementos del material frente a las que se dirigía la denuncia que no eran incorrectos. A mayor abundamiento, MERCK también realizó peticiones (como la solicitud de que se dirigiera un comunicado de rectificación a los profesionales sanitarios a los que se hubiese entregado la publicidad) que han sido expresamente rechazadas por el Jurado

8.- Del mismo modo, debemos ahora pronunciarnos sobre la imposición de las tasas devengadas por la tramitación de la fase de alzada. Pues bien, teniendo en cuenta que ambas partes han interpuesto recurso de alzada y que sendos recursos han sido desestimados en su integridad, el Pleno debe resolver nuevamente la imposición a cada una de las partes de las tasas devengadas por el recurso de alzada por ella interpuesto.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol de la Publicidad,

ACUERDA

1º.- Desestimar el recurso de alzada interpuesto por Amgen, S.A. frente a la Resolución de la Sección Segunda de 13 de mayo de 2009.

2º.- Desestimar el recurso de alzada interpuesto por Merck, S.L. frente a la Resolución de la Sección Segunda de 13 de mayo de 2009.

3º.- Imponer a Merck, S.L., por aplicación del artículo 21.6 del Código Español de Buenas Prácticas de Promoción de Medicamentos y de Interrelación de la Industria Farmacéutica con los Profesionales Sanitarios, el pago de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del recurso de alzada por ella interpuesto, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.

4º.- Imponer a Amgen S.A., por aplicación del artículo 21.6 del Código Español de Buenas Prácticas de promoción de medicamentos y de interrelación de la industria farmacéutica con los



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

profesionales sanitarios, el pago de las tasas devengadas ante Autocontrol por la tramitación del recurso de alzada por ella interpuesto, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.