



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

UNIDAD DE SUPERVISIÓN DEONTOLÓGICA DE FARMAINDUSTRIA

vs.

INDUSTRIA QUÍMICA Y FARMACÉUTICA VIR, S.A.

(“Incentivos”)

RESUMEN:

La Sección Quinta del Jurado de la Publicidad ha resuelto la reclamación presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria contra la entrega de un obsequio (una figura de bronce) al profesional sanitario ganador de un concurso celebrado en el marco de un Congreso médico, conducta de la que es responsable Industria Química y Farmacéutica Vir, S.A.

La argumentación defendida por Farmaindustria se basa en el artículo 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos y la Guía que lo desarrolla. Así, entiende la reclamante que el obsequio ofrecido por la reclamada tras la celebración de un sorteo constituye un incentivo prohibido por el citado Código en la medida en que el importe de la figura de bronce supera los 30 Euros, su finalidad no es médico sanitaria y no se entrega a la institución sanitaria sino al profesional sanitario que resulte ganador.

En su resolución, el Jurado considera que la organización de un sorteo entre los profesionales sanitarios, cuyo premio consiste en una figura de bronce, supone un incentivo en el sentido del art. 10 del Código de Buenas Prácticas antes mencionado, sin que resulte de aplicación la excepción contenida en el propio artículo 10, toda vez que, de la información aportada por la reclamante, se desprende que la mencionada figura tiene un valor superior a los 30 € y evidentemente no tiene una naturaleza científico técnica.

Asimismo, la Sección Quinta tampoco encuentra fundamento para encuadrar este supuesto en la excepción contenida en la Guía de Desarrollo del Código, ya que de la copia del cupón de participación adjuntada por la reclamante se desprende que la escultura de bronce no se regala a la institución sanitaria y desde luego no es “utensilio médico o material tecnológico”.

En consecuencia, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol estima la infracción por la entidad reclamada del Artículo 10 del Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de los Medicamentos de Farmaindustria y la Guía que lo desarrolla e impone al anunciante, por aplicación del artículo 18 del mismo Código, una sanción pecuniaria de 6.000 €, así como el pago íntegro de las tasas devengadas por la tramitación del procedimiento.

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

TEXTO COMPLETO DE LA RESOLUCIÓN:

**UNIDAD DE SUPERVISIÓN
DEONTOLÓGICA DE FARMAINDUSTRIA
vs.
INDUSTRIA QUÍMICA Y FARMACÉUTICA
VIR, S.A.**

(“Incentivos”)

En Madrid, a 26 de enero de 2005, reunida la Sección Quinta del Jurado de la Publicidad de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Francisco Vicent Chuliá, 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 Industria Química y Farmacéutica Vir, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- Mediante escrito de 23 de diciembre de 2004, 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 18 de octubre de 2004 por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria (en lo sucesivo, FARMAINDUSTRIA), contra Industria Química y Farmacéutica Vir, S.A. (en lo sucesivo, FARMACÉUTICA VIR), 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 celebración de un sorteo entre los profesionales sanitarios asistentes al XXVI Congreso Nacional de SEMERGEN celebrado en Granada los días 13 a 16 de octubre de 2004. El premio obtenido por el ganador consistía en una estatua supuestamente de bronce.

En prueba de tal conducta la reclamante adjunta como Documento nº 1 copia del cupón de participación en el sorteo y como Documento nº 2, una fotografía del espacio reservado para Laboratorios Vir donde se exponía la estatua objeto del sorteo.

3.- La reclamante hace constar, en primer lugar, que FARMAINDUSTRIA tuvo conocimiento del hecho denunciado en una inspección realizada uno de los días en que se celebraba el Congreso médico, donde fue oportunamente informada por los representantes de la propia reclamada del sorteo que se iba a efectuar.

Ante tal circunstancia, la reclamante alega 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 obsequios (en este caso, una estatua de bronce) constituye un incentivo a los facultativos prohibido por el Código de Farmaindustria. Además, el valor de tal obsequio supera los 30 €, no se encuentra relacionado con la práctica de la medicina o la farmacia y no tiene naturaleza científico técnica, y por tanto contraviene el precepto alegado

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 para la promoción de los medicamentos de Farmaindustria.

4.- Traslada la reclamación a FARMACÉUTICA VIR, hasta la fecha la citada empresa no ha presentado escrito de contestación a la misma.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo, debe hacerse constar que, en el ámbito de la publicidad de los medicamentos, se ven implicados importantes intereses, entre los que destaca el derecho a la protección de la salud. Esta circunstancia, como es bien sabido, provoca que la publicidad de los medicamentos se vea sometida a un régimen más estricto que el aplicable a la publicidad de otros productos o servicios.

2.- Precisamente, una de las características específicas del régimen jurídico aplicable a la publicidad de los medicamentos consiste en la prohibición de incentivos a los profesionales implicados en el proceso de prescripción o dispensación de aquellos. Esta prohibición se recoge con total claridad, tanto en el Real Decreto 1416/1994, de 25 de junio, sobre publicidad de los medicamentos de uso humano como en el propio Código de buenas prácticas para la promoción de los medicamentos de Farmaindustria. Según el art. 17 del Decreto antes citado, en efecto, “queda prohibido otorgar, ofrecer o prometer a las personas facultadas para prescribir o dispensar medicamentos y en el marco de la promoción de los mismos frente a dichas personas, primas, ventajas pecuniarias o ventajas en especie, con excepción de aquellas que tengan un valor insignificante y que sean irrelevantes para la práctica de la medicina o la farmacia”. Por su parte, el art. 10 del Código de Farmaindustria -en términos similares- dispone lo siguiente: “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 profesional 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.- Por lo demás, no parecen necesarios profundos argumentos para concluir que la organización de un sorteo entre los profesionales sanitarios, cuyo premio consiste en una estatua de bronce, por la visita al stand de un Laboratorio en concreto durante la celebración de un Congreso médico, supone un incentivo en el sentido del art. 10 antes transcrito.

4.- Por otra parte, es importante destacar que la prohibición de ofrecer obsequios en especie cuenta con una excepción incluida en el propio art. 10 antes citado. Así, los obsequios en especie estarán prohibidos “salvo que se trate de obsequios de poco valor y relacionados con la práctica de la medicina o la farmacia”. Ese mismo artículo establece en su apartado segundo que “se considera que el objeto es de poco valor cuando no supere los 30 euros”. Y continúa el art. 10.4 rechazando “la entrega de regalos de mayor valor o de naturaleza distinta a la científico técnica”.

5.- Sin embargo, en el caso que nos ocupa es evidente que la empresa reclamada no puede pretender ampararse en esta excepción, toda vez que de la información aportada por la reclamante se desprende que la figura de bronce tiene un valor superior a los 30 € y evidentemente no tiene una naturaleza científico técnica.

6.- Por su parte, tampoco cabría encuadrar el supuesto que nos ocupa en la excepción contenida en la Guía que desarrolla el Código de buenas prácticas para la promoción de los medicamentos, ya que de la copia del cupón de participación adjuntada por la reclamante se desprende que debe figurar la identidad e incluso el domicilio del profesional que participa en el sorteo. Así pues, el regalo no se realiza a la institución

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

sanitaria y desde luego la escultura no es “utensilio médico o material tecnológico”.

7.- 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.

8.- 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.

ACUERDA

1º.- Estimar la reclamación presentada por la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria contra Industria Química y Farmacéutica Vir, S.A.

2º.- Declarar que la practica objeto de reclamación infringe el artículo 10 del Código de buenas prácticas para la promoción de los medicamentos.

3º.- Instar al anunciante el cese de la práctica promocional objeto de reclamación.

4º.- Imponer al anunciante por aplicación del artículo 18 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, conforme a las tarifas vigentes aprobadas por los órganos directivos de Autocontrol.