

Practicas antiéticas de la industria y su incidencia en el personal sanitario

Nuria Homedes

nhomedes@utep.edu

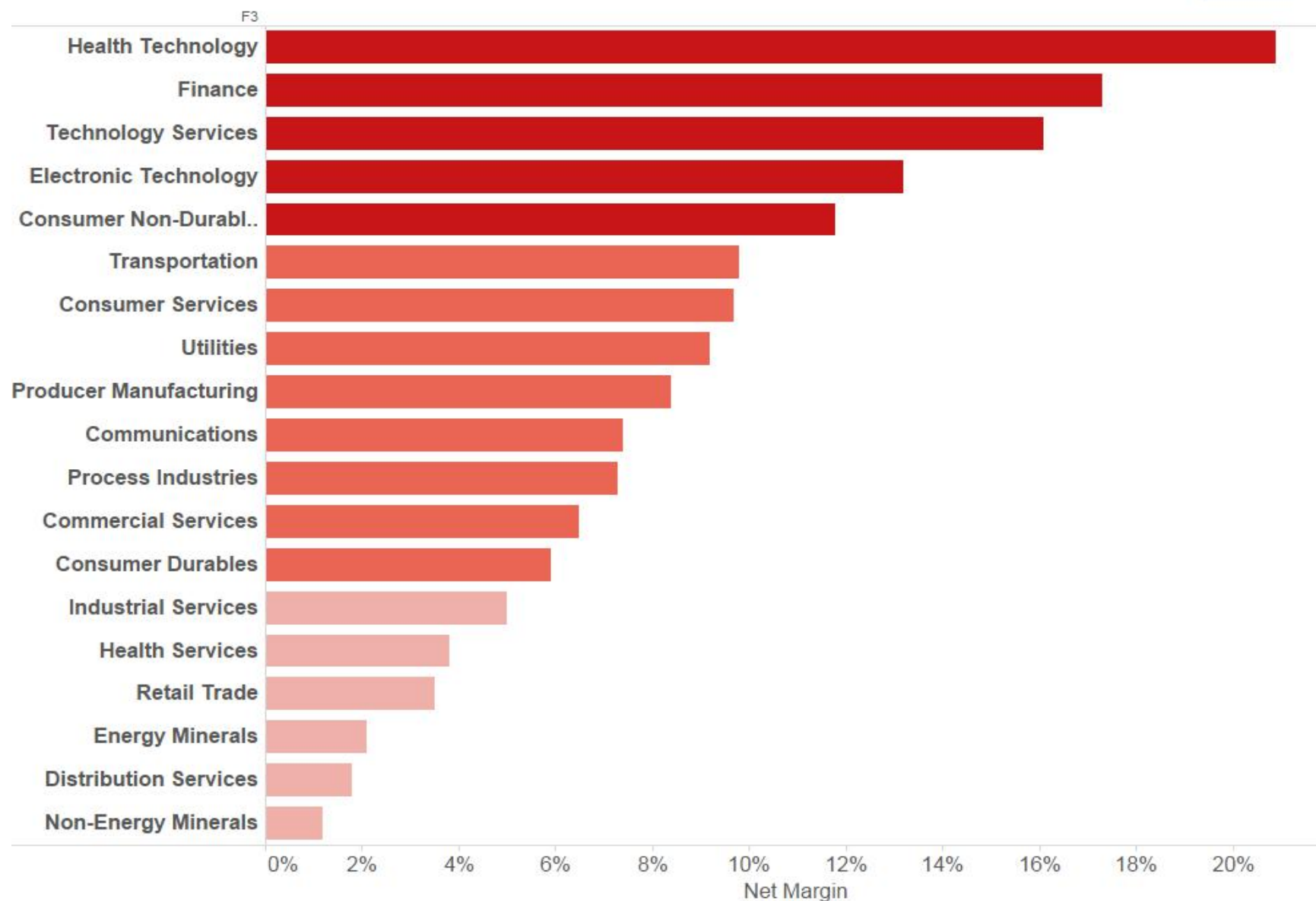
Diciembre 2, 2016

La industria farmacéutica

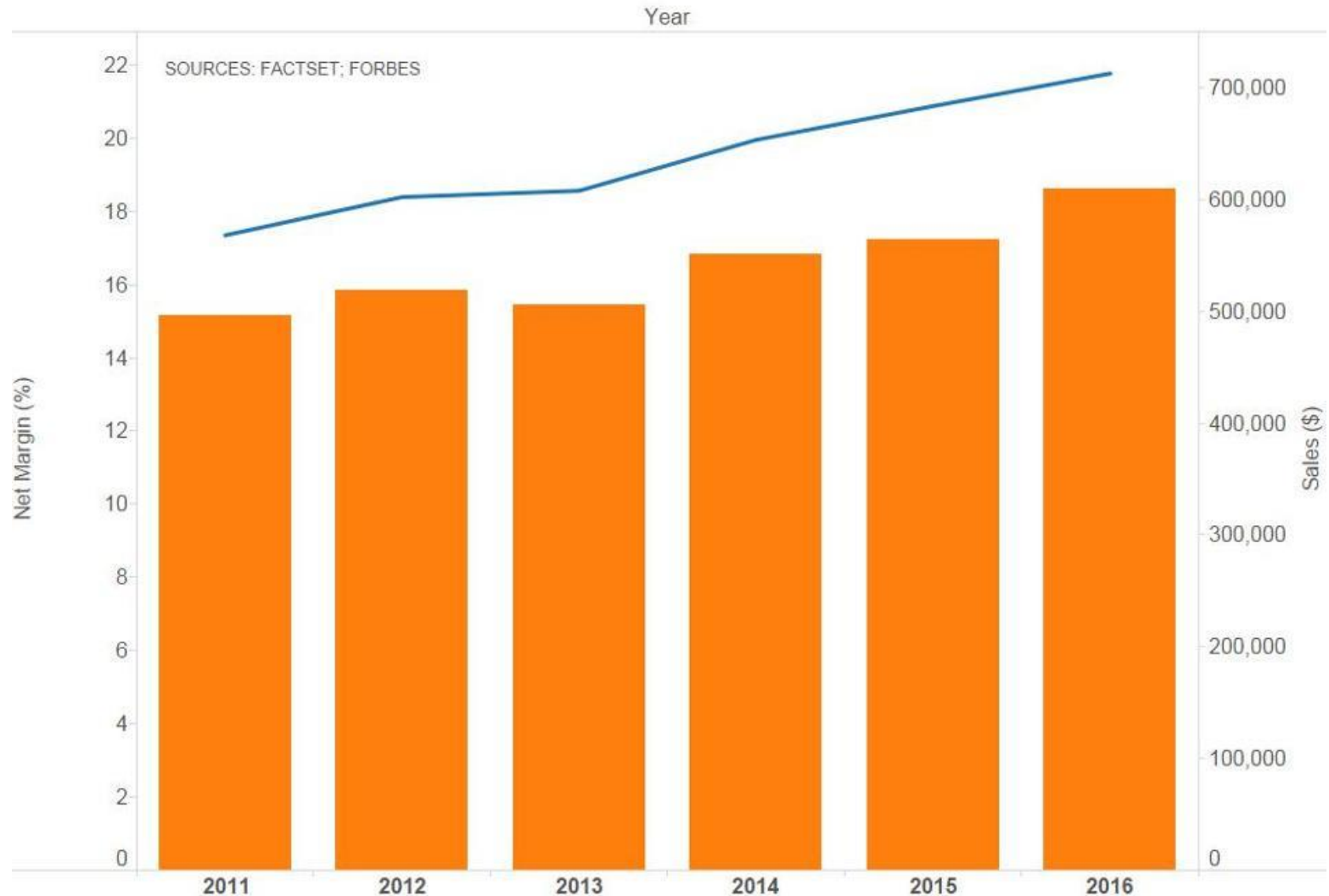
- Mejorar la salud o responder a los accionistas
- Maximizar sus ganancias:
incrementando ventas
a precios elevados



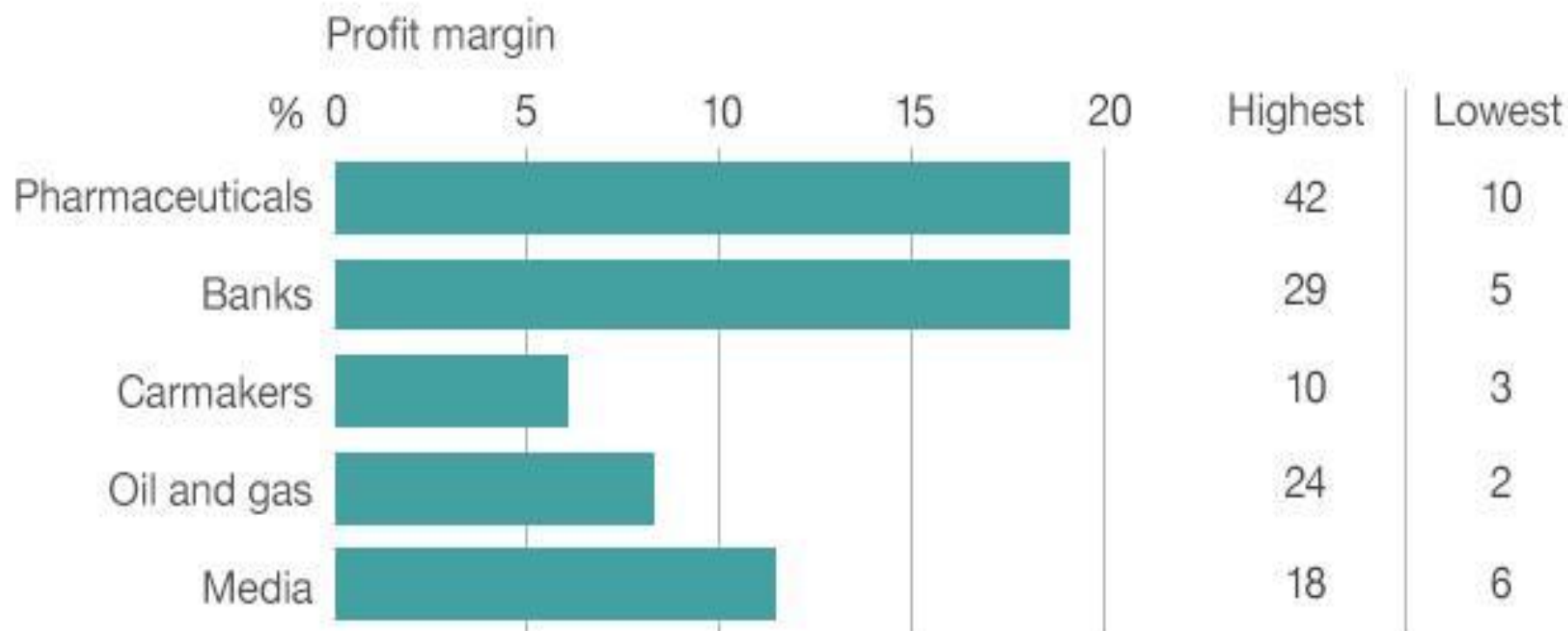
The Most Profitable Industries In 2015



Five-Year Look At Sales And Net Margin Of The U.S. Health Technology Sector



Average profit margins of five main industrial sectors, 2013



Note: Highest/lowest profit margins achieved by an individual company

Source: Forbes

<http://www.saludyfarmacos.org/boletin-farmacos/boletines/nov2014/p44758>

World's largest pharmaceutical firms

Company	Total revenue (\$bn)	R&D spend (\$bn)	Sales and marketing spend(\$bn)	Profit (\$bn)	Profit margin (%)
Johnson & Johnson (US)	71.3	8.2	17.5	13.8	19
Novartis (Swiss)	58.8	9.9	14.6	9.2	16
Pfizer (US)	51.6	6.6	11.4	22.0	43
Hoffmann-La Roche (Swiss)	50.3	9.3	9.0	12.0	24
Sanofi (France)	44.4	6.3	9.1	8.5	11
Merck (US)	44.0	7.5	9.5	4.4	10
GSK (UK)	41.4	5.3	9.9	8.5	21
AstraZeneca (UK)	25.7	4.3	7.3	2.6	10
Eli Lilly (US)	23.1	5.5	5.7	4.7	20
AbbVie (US)	18.8	2.9	4.3	4.1	22
Source: GlobalData					

Richard Anderson. Pharmaceutical industry gets high on fat profits

BBC News, 6 November 2014

<http://www.bbc.com/news/business-28212223>

Maximizar ventas y precios

- Investigación (que se investiga, dónde y cómo se informan los resultados → como se influye en agencias reguladoras para que aprueben la comercialización de los nuevos productos)
- Generar demanda – marketing*
- Mantener precios altos – OMC, Tratados de libre comercio, Alianza Transpacífico

Marketing

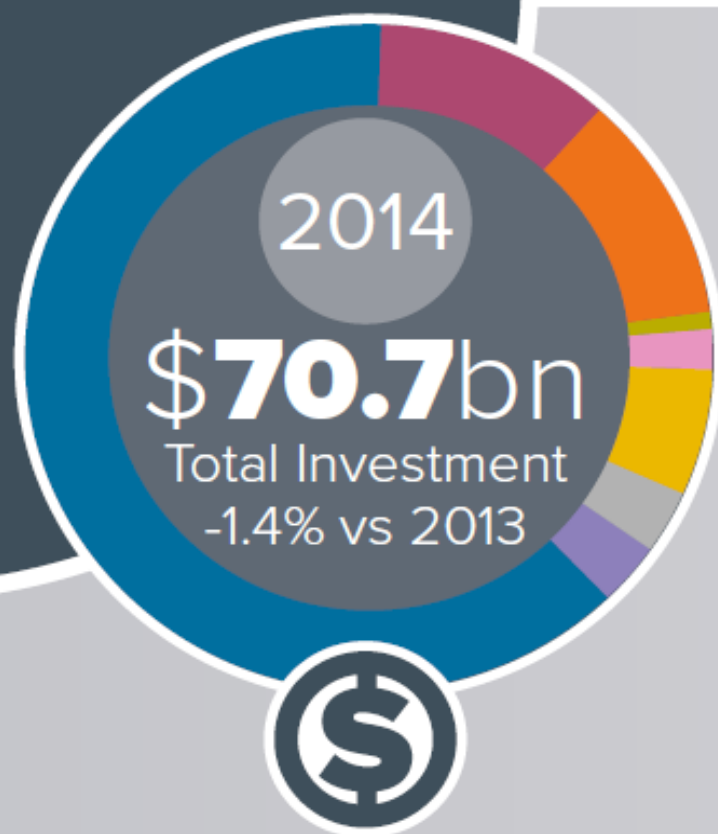
Directo

- Visitadores médicos
- Muestras gratuitas
- Conferencias y reuniones “educacionales”
- Promoción por correo y anuncios en revistas
- Ensayos Clínicos
- Propaganda al consumidor

Indirecto

- Formación Continua
- Revistas Medicas
- Apoyo a grupos de pacientes

Global Overview



INVESTMENT BY CHANNEL FULL YEAR 2014

	Total Investment \$bn	% by channel	% change
Detailing	44.2	62.5%	-0.0% -
Samples	7.9	11.1%	-2.7% -
Meetings	7.8	11.1%	-25.5% -
Advertising	0.5	0.6%	+5.0% +
Clinical Trials	1.6	2.3%	+30.9% +
DTC	4.6	6.5%	+19.7% +
Mailing/Others	1.8	2.6%	+11.9% +
Digital	2.3	3.2%	+32.2% +

Total All Channels

70.7

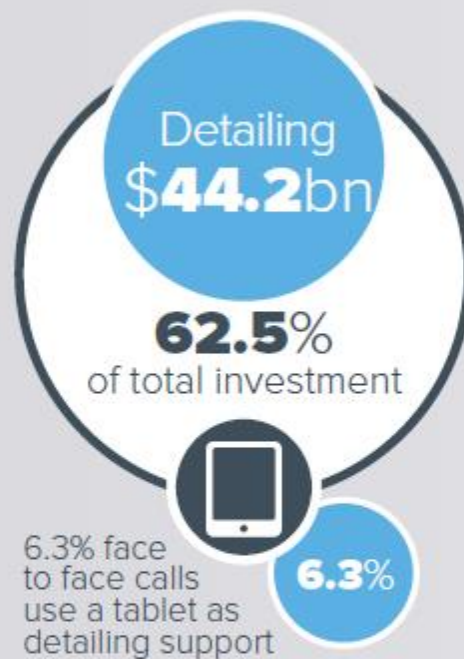
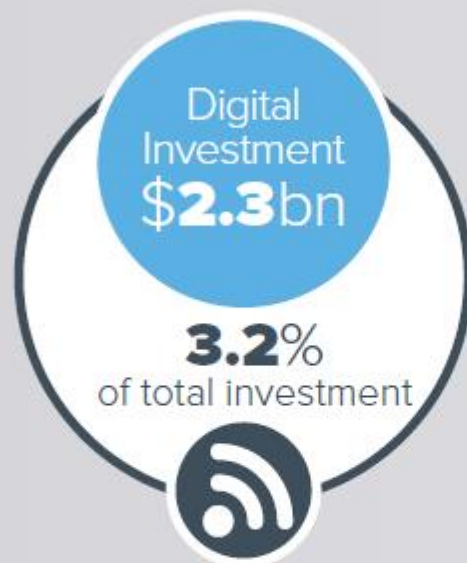
100.0%

-1.4%



Source: IMS Health Strategic Data Promotion Database, Year 2014

Global Overview



Clinical Trials



DTC



Mailing/others



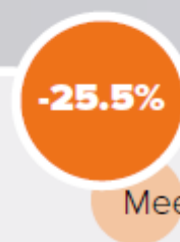
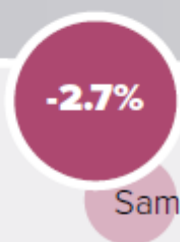
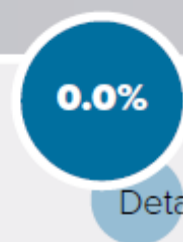
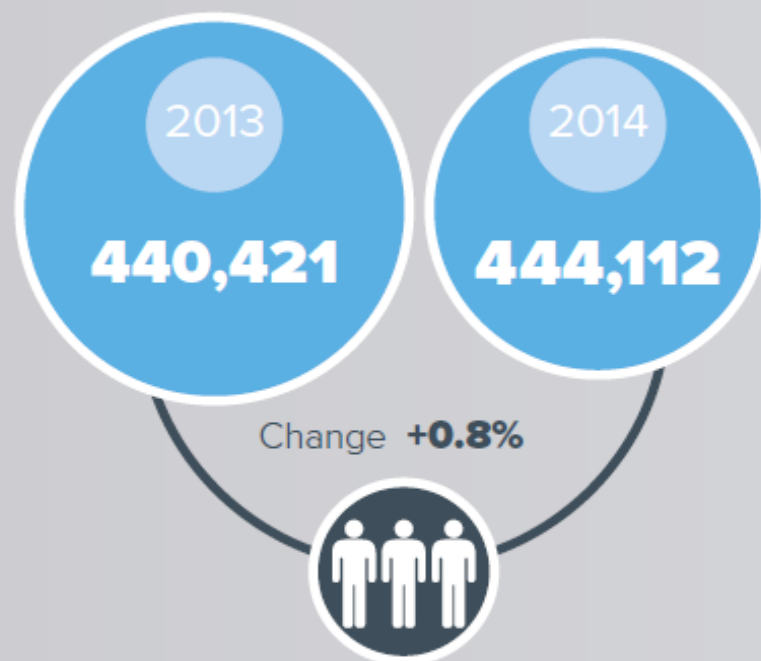
Digital

Source: IMS Health Strategic Data Promotion Database, Year 2014

Global Overview

SNAPSHOTS

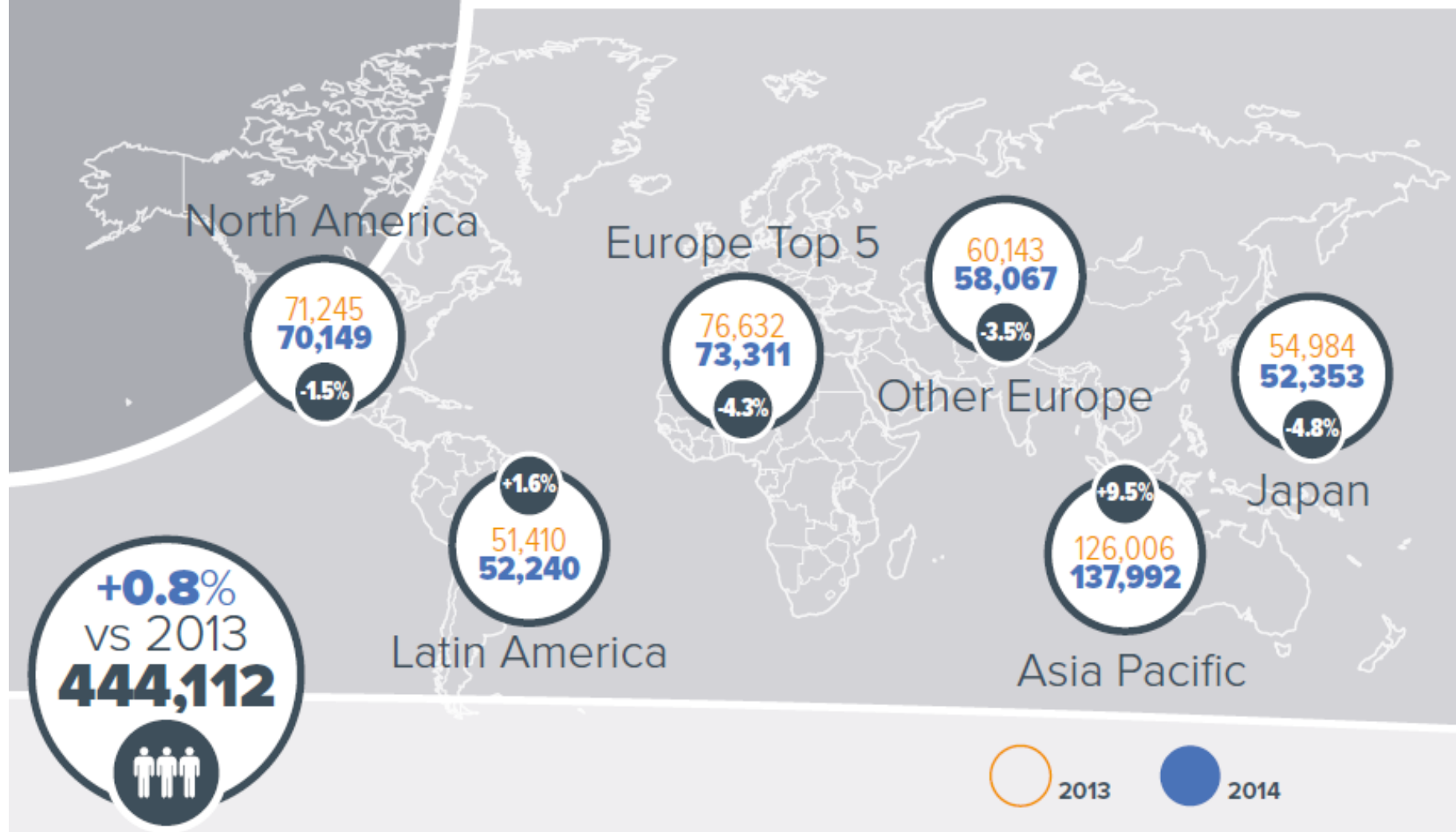
Sales Force Rep Equivalents



Source: IMS Health Strategic Data Promotion Database, Year 2014

Global Overview

NUMBER OF REPS BY REGION AND % CHANGE 2013-2014



Source: IMS Health Strategic Data Promotion Database, Year 2014

Marketing a profesionales de la salud

- Visitadores médicos: 1 por cada 2,5 médicos de interés (controlan el mercado- o prescriben mucho)*
 - <1 minuto con el médico: 16% cambio en prescripción***
 - 3 minutos: 52% cambio en prescripción***
- En Australia, al menos una imprecisión en 13 de 16 visitas (81%)**
- Estudios demuestran:
 - La propaganda induce a prescribir****
 - Los médicos no creen que la propaganda afecte su prescripción***** → incrementa su vulnerabilidad

En países donde hay mucha automedicación: la industria influye y ofrece beneficios (sobornos?) a los dueños y dependientes de farmacia

Muestras gratuitas: US\$7.900 millones

- **Médicos** las quieren:
 - Empezar el tto inmediatamente
 - Reducir el costo al paciente
 - Eliminar barreras de acceso a los pobres
- **La industria**
 - Abren puertas para entrevistar a médicos
 - Aumenta el número de médicos que prescribe el medicamento nuevo
 - Se cambia el medicamento de los que tomaban otros
 - El paciente suele seguir tomando ese medicamento
 - Aumenta el gasto en los medicamentos más caros

Reuniones educativas: Conferencias

- Reuniones organizadas por la industria para discutir un medicamento en particular.
- Las presentaciones están preparadas por la industria – media 11% de las afirmaciones son imprecisas, llega hasta el 81%)
- En el 2010, ocho compañías farmacéuticas gastaron mas de US\$220 millones en pagos a conferencistas
- Estas reuniones suelen darse en restaurantes, las compañías pagan la cena y a veces pagos en efectivo o regalos
- En EE UU estos pagos tienen que declararse y son accesibles al publico

Anuncios: por correo y revistas

- Anuncios por correo: generalmente sesgados a favor del medicamento nuevo
- Anuncios en revistas: Cada US\$1 invertido en anuncios entre 1995-1999 resulto en beneficios US\$2,22 –US\$6,86

Ensayos Clínicos

- Se disfrazaba el marketing como si fuese investigación → ensayos tipo IV diseñados por departamento de marketing (Parke-Davis, Neurotin [gabapentina], STEPS trial, 2.700 pacientes; Merck, Rofecoxib:Vioxx)
- Cuando la industria patrocina un ensayo clínico:
 - es cuatro veces más probable que los resultados favorezcan al producto innovador que cuando lo hacen los Institutos Nacionales de Salud (NIH) de EE UU
 - 1,9 más probable que llegue a resultados positivos sobre su costo-efectividad
 - 62% mencionan aspectos positivos en el resumen del artículo que no se apoyan en datos concretos (vs 0% de los que no tienen financiamiento de la industria)
 - Se manipulan resultados (Vioxx, Paxil....)

Propaganda al consumidor (US\$4.600 millones, Δ 20% anual)

- Las prescripciones de los productos que se anuncian aumentan 34,2% vs 5,1% los que no se anuncian
- 80% de los pacientes que solicitan receta la consiguen (en EE UU si el prescriptor se niega, el 15% de los pacientes cambia de médico)
- La AMA se ha manifestado en contra de esta practica

Formas encubiertas: Educacion Continuada

- En 2011: US\$2.350 millones se invirtieron en formación continuada (en 2006 >50% pagado por industria*, en el 2011 el 32%)*
- Es un mecanismo que permite hacer propaganda para prescribir fuera de etiqueta (usos no aprobados)
- El 76% del presupuesto de las compañías que se dedican a la educación y comunicación médica proviene de la industria farmaceutica*
- El 62% de los créditos de formación continuada de las escuelas de medicina provienen de la industria*
- El 30% de los médicos que van a conferencias no reciben a visitantes medicos**

Formas encubiertas: Revistas Médicas

- Mas del 95% de los anuncios en JAMA son de la industria farmacéutica
- En 2011, la industria invirtio 322 millones en anuncios en revistas
- Por cada US\$1 recuperaron entre US\$2,43 y US\$4
- Las revistas medicas son la fuente principal de informacion para 76% de los medicos.
- Estos anuncios se disenhan teniendo en cuenta las preferencias de los diferentes medicos → diferentes suscriptores a la misma revista pueden recibir anuncios diferentes
- 1/3 de los anuncios son imprecisos, y los graficos suelen estar distorsionados

Formas encubiertas: Revistas Médicas

- Mas del 95% de los anuncios en JAMA son de la industria farmacéutica
- La industria paga por la publicación de artículos: Wyeth pagó a Excerpta Medica US\$200.000 por 10 artículos (hay instrucciones sobre contenido, incluso frases)
- Artículos escritos por autores fantasma (comunicadores pagados por la industria)
- Artículos por autores invitados (generalmente apoyados por industria)
- Los artículos apoyados por la industria tienen 5,3 veces más probabilidades de manifestarse a favor de su producto “innovador”)
- Las empresas farmacéuticas compran muchas suscripciones y son los que compran más separatas de artículos

Es importante recordar que los protocolos y guías de prescripción se suelen basar en revisiones de lo que se ha publicado!!!

Forma encubierta: Apoyo a grupos de enfermos

- La industria esta utilizando a los grupos de enfermos para poner presión a los gobiernos para que se incluyan ciertos medicamentos en los formularios/listas de medicamentos esenciales
- También para llevar a juicio a los gobiernos y conseguir el reembolso de medicamentos de alto costo: judicialización del acceso

Contenido de la propaganda

– Definir enfermedades

- Disease mongering (awareness): exageración en trastornos normales → impotencia, piernas inquietas, tristeza, ansiedad, depresión
- Abordaje de riesgo y disminución de los umbrales para clasificar a una persona como enferma y medicalizarla (ej: hipertension, diabetes, hiperlipidemias, problemas de densidad osea, etc.)

– Generar demanda:

- Exagerar beneficios
- Promover para usos no aprobados
- Minimizar/ excluir referencias a riesgos

Calidad de la Propaganda: No esta aprobada por agencias reguladoras

MULTAS A LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Algunos de los mayores acuerdos de la industria farmacéutica con el Gobierno de Estados Unidos durante los últimos 10 años.

Año	2012	2009	2009	2008	2007	2008
MULTA O MONTO DEL ACUERDO	 US\$3,000 millones	 US\$2,300 millones	 US\$1,420 millones	 US\$650 millones	 US\$510 millones	 US\$425 millones
COMPAÑÍA	GLAXOSMITHKLINE	PFIZER	ELI LILLY	MERCK AND CO.	BRISTOL-MYERS SQUIBB	CEPHALON
FÁRMACOS INVOLUCRADOS	13 FÁRMACOS, INCLUIDOS PAXIL, WELLBUTRIN, Y AVANDIA	BEXTRA	ZYPREXA	ZOCOR, VIOXX	ABILIFY	ACTIQ, GABITRIL Y PROVIGIL
Cargos y demandas legales	Mercadotecnia o promoción inadecuada; comercialización para usos no aprobados. Falta de reporte de datos de seguridad.	Mercadotecnia o promoción inadecuada.	Comercialización para usos no aprobados.	Falta de pago de reembolsos al Medicaid y otros programas de salud del Gobierno. Pagos a proveedores de salud para que prescriban el fármaco.	Mercadotecnia o promoción inadecuada; comercialización para usos no aprobados. Ofrecimiento de regalos a proveedores de salud para que prescriban el fármaco.	Comercialización para usos no aprobados.

FUENTE: REUTERS

<http://eleconomista.com.mx/infografias/2012/07/03/multas-industria-farmaceutica>

Diferencias norte-sur

- Los países del norte tienen más información sobre los productos. Algunos grupos hacen investigación independiente
- Hay cierta debilidad en los países del sur para exigir esa información (¿cual es el papel de los organismos supranacionales en la difusión de información?) – Parecería que la OMS y la OPS han sido secuestradas

Diferencias (2)

- Los beneficios que devenga la industria se acumulan en países desarrollados pero recaen en un numero reducido de personas (clases dominantes transnacionales)
- Menor protección de los derechos humanos para los residentes en países de bajos y medianos ingresos (acceso y uso adecuado, y los que participan en estudios clínicos)

Conclusiones

- Es difícil distinguir lo que constituye avance terapéutico importante de lo que se publica simplemente para ampliar el mercado de medicamentos.
- Tampoco sabemos el balance actual entre las mejoras a la salud y los efectos adversos a los medicamentos.
- Hay que fortalecer a las agencias reguladoras
- Hay que exigir transparencia a las empresas
- Hay que promocionar el acceso a información independiente sobre terapias medicamentosas