

# CARTAS AL DIRECTOR

## Bonificaciones, descuentos y *rappels*

*Sra. Directora:*

La mayoría de los profesionales sanitarios y farmacéuticos, cuando nos referimos a las grandes multinacionales farmacéuticas, utilizamos el término «industria que fabrica medicamentos», englobándolas de esta manera en ese gran «grupo capitalista de fabricantes» cuyo fin es vender más y más, y mucho mejor cuantas menos barreras encuentre en el mercado.

Poca industria farmacéutica nos queda ya de aquella cuyo objetivo es simplemente fabricar medicamentos, obviando la finalidad empresarial, porque su rentabilidad es cada vez más escasa ya que, entre otras cosas, es tradición que los «técnicos americanizados» del Gobierno no autoricen la actualización de precios «viejos» y porque además se hallan frente a esos grandes grupos farmacéuticos que pactan con el Ministerio de Sanidad colaboraciones económicas directas. La farmacia española tiene una historia tan antigua y humana como sería, profunda, sensata, social y evidentemente no capitalista y muchos de estos tejemanejes no sabe entenderlos.

El mundo de la Farmacia y de la Sanidad ha estado viviendo dentro de una gran mezcla de objetivos e intereses distintos: desde los exclusivamente comerciales hasta los más éticamente sanitarios. Este magma ha generado confusión para quienes creemos, «desde la humildad», en la razón de ser del medicamento, desde su obtención, elaboración y fabricación hasta su dispensación con la finalidad de darle un destino positivo en el ser humano.

La industria y los fabricantes, en general, desarrollan en sus relaciones comerciales normales con compradores y distribuidores una política de bonificaciones, descuentos y *rappels* gracias a la cual rentabilizan todo su programa de producción, sus *stocks*, sus costes de logística y transporte. Es, por tanto, una herramienta fundamentalmente útil al que vende y que éste usa para mejorar, mantener o incrementar sus ventas.

La industria farmacéutica desde siempre aplica esa política comercial especialmente en concursos y ofertas para los hospitales públicos, puesto que ellos trabajan siempre con precios netos finales. Por otro lado, la directiva europea 1992/28/CEE reconoce como aceptable el uso de estos elementos comerciales —bonificaciones, descuentos y *rappels*— dentro de una compra, pues no es éste un factor que incremente ni el consumo de medicamentos ni su abuso.

Además en nuestro país el funcionamiento ético de la gran mayoría de los médicos y farmacéuticos ha impedido todavía más que estas prácticas comerciales hayan modificado e incrementado el consumo de determinados medicamentos.

Las multinacionales han visto que no pueden incrementar el consumo de medicamentos, tampoco pueden vender todo lo que quieren ni pueden llenar todos los escaparates de todos los comercios hasta que con su presión no saquen las EFP del canal sanitario que actualmente es la farmacia (un primer paso fue la aprobación de las parafarmacias durante el gobierno socialista).

Pero las multinacionales de ahora son resultado de fusiones, por tanto trabajan con «instalaciones globalizadas» y por ello son conscientes de que con una buena gestión y dirección en las plantas de producción-fabricación, los costes de las políticas de bonificaciones, descuentos y *rappels* se pueden reducir.

Sin embargo, no han querido decirlo así, y las multinacionales, sometidas al estrés de llenar con sus productos el nuevo segmento del mercado de genéricos, han sufrido una gran competencia entre ellas mismas, pues todas han estado buscando aún más el trato comercial directo sobre el cliente último y decisivo, que es la oficina de farmacia, pactando promociones, *rappels*, bonificaciones y descuentos para fidelizarlo.

Por otra parte, al fabricante le ha aparecido una nueva presión: los grupos de compra, farmacias indignadas por los efectos de la tiranía del Real Decreto de julio de 2000, al que llamaré «Decreto Tirano», que se unen para intentar comprar aún más barato. Esos grupos de compra sí asustan al fabricante, pues piden y esgrimen la posibilidad de sustituir sus productos.

A la estrategia de la industria, convenientemente agrupada, ya le iba bien ver cómo sus clientes (mayoristas y farmacias) discutían con ella y entre ellos reclamando más bonificación, pero cuando aparecen los grupos de compra, que se mueven por los mismos intereses que la industria, descubren que han de cambiar de estrategia porque estos nuevos compradores sí que pueden decantar el mercado hacia productos más bonificados.

Los distribuidores de medicamentos siguen manteniendo la presión para arañar puntos de ahorro en sus compras, pero con ellos ya tienen acuerdos renovables periódicamente. Tampoco podemos olvidar que esos fabricantes quieren controlar el mercado hasta el punto de tener cuantificado el consumo previsto de sus medicamentos y en función de sus datos otorgan y venden un número

En esta sección publicaremos, con la mayor brevedad posible, las cartas de farmacéuticos que no excedan de 2 folios mecanografiados a doble espacio, cuando traten temas de interés común a todos los profesionales con oficina de farmacia y se considere que el estilo es respetuoso con las personas y las instituciones. La Redacción se reserva el derecho de resumirlas o extractarlas cuando excedan de la extensión indicada. Se podrán publicar con seudónimo, a requerimiento del autor, pero siempre éste deberá identificarse ante la Redacción, indicando nombre, dirección y teléfono. No se facilitará información postal o telefónica sobre ellos.

## CARTAS AL DIRECTOR

máximo de unidades a cada mayorista. Les acusan de desabastecer el mercado y dicen que así evitan que se comercie —exportaciones paralelas—, como si el derecho de comerciar fuera una exclusividad concedida y no un derecho. Es una situación que me recuerda la posguerra española y los sufrimientos del comercio para sobrevivir bajo la dictadura.

El Ministerio, engreído por el buen resultado del «estilo Súper López» en el Decreto Tirano, se creyó engañado por la «Gran Industria», al conocer los precios netos que los laboratorios estaban ofreciendo, especialmente en sus ventas a la farmacia, con descuentos y bonificaciones.

Así pues, el Ministerio, tras el pacto de los precios de referencia para los nuevos presupuestos, pero ofendido por los precios netos que realmente se ofrecían, el 2 de junio de 2002 genera una nota informativa para todos los laboratorios, avisando de que sancionaría tales acciones comerciales. Fue la guinda del pastel.

Farmaindustria quiso poner paz o, como manda quien puede, y quien puede es realmente quien manda, acordó una especie de «cártel camuflado» bajo un código de ética de la industria al que sumó la iniciativa de la Dirección General de Farmacia y también decidió sancionar al laboratorio que no anulara las bonificaciones y descuentos.

Lo cierto es que, se mire como se mire, las bonificaciones, descuentos y *rappels* son legales en las transacciones comerciales, porque no inducen al consumo abusivo de medicamentos.

La otra verdad, aunque ya hace mucho tiempo que ocurre, es que en este magma de intereses que vive la Sanidad, y la Farmacia dentro de ella, las multinacionales fabricantes de medicamentos han querido ubicar a la oficina de farmacia como mero comerciante, entregando publicidad con información económica en gran medida excesiva con respecto a la información científico-técnica que sería de rigor según el Real Decreto 1416/1994, art.10, sobre publicidad, etc. Así, la farmacia debe conseguir esa misma información, individuo a individuo, farmacia a farmacia, pidiéndola al laboratorio.

¿Qué pasará? Como colectivo sanitario sin un timonel profesionalmente activo, no lo sé, pero opino que realmente depende de la oficina de farmacia. Exijamos, dentro de nuestra ética y profesionalidad, recibir la información científica completa, y desechemos con todo nuestro derecho amparado por el decreto del 1994, la información de precios cuando no vaya acompañada de una amplia información técnico-profesional. Económicamente hablando, no debemos aceptar talones, ni pagarés, ni viajes, porque bordean peligrosamente la ilegalidad (Ley del Medicamento 25/1990, art.7.2), pero sí las bonificaciones, descuentos y *rappels* que nos correspondan por la factura que pagaremos y así, con el día a día, ayudaremos a la «industria que fabrica medicamentos» a que cumpla con la ley establecida y no con la ley que ellos quieren crear.

**Juan Antonio Soriano Camps**  
*4.ª generación de farmacéuticos*  
Barcelona

### **Todas las farmacias con Cinfa, gracias**

He leído en la prensa profesional y general que los laboratorios Cinfa habían sido sancionados por el tema de las bonificaciones por el Jurado de Autocontrol, organismo creado en función del Código de Buenas Prácticas procedente de la Comisión Deontológica de Farmaindustria.

Me parece que, justamente hoy más que nunca, hemos de dar a estos laboratorios nuestro máximo apoyo promocionando y dispensando genéricos. Gracias Cinfa por tu valentía.

También recordaros que no nos olvidemos de quienes han presentado la queja contra la política comercial de genéricos Cinfa para que no dieran más bonificaciones a la farmacia. Probablemente, los laboratorios denunciados usan otras estrategias de promoción con otros colectivos.

Los laboratorios que han presentado la reclamación contra Cinfa son (según *Correo Farmacéutico* del 17 de noviembre): Bayvit, Géminis, Normon, Mabo Farma, Alter, Ratiopharm, Industrial Farmacéutica Cantabria, Merck Genéricos y Bexal.

Una vez más os pido el máximo apoyo de las farmacias para genéricos Cinfa, ya que han sido valientes apostando por la farmacia y los farmacéuticos.

**Josep Esteve Roset**  
*Tesorero de FEFE*  
*Vicepresidente de la Federació d'Associacions de Farmàcies de Catalunya (FEFAC)*

## Comunicados de la FEFE

### **Alegaciones de FEFE ante el proyecto de real decreto sobre exportaciones paralelas**

La Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE) ha presentado ante el Ministerio de Sanidad y Consumo sus alegaciones al proyecto de real decreto que modifica el art. 100 de la Ley del Medicamento y quiere poner de manifiesto su preocupación porque sería una norma que, regulando relaciones entre particulares, otorgaría posición de dominio del proveedor frente al distribuidor mayorista, podría contravenir la normativa comunitaria, no favorecería el interés general y despojaría de competencias a las comunidades autónomas para otorgárselas a los laboratorios farmacéuticos.

El proyectado real decreto por el que se desarrollan determinados aspectos del art. 100 de la ley 25/1990 del 20 de diciembre del Medicamento, pretende obligar a los adquirientes de medicamentos a informar a sus proveedores del destino final de sus adquisiciones. La Constitución y el ordenamiento jurídico español, por una parte, y la normativa del mercado europeo, por otra, protegen la libertad de empresa y facultan a las entidades distribuidoras para la libertad de comercio comunitario, siempre que se respete el marco de la estricta regulación sanitaria.

Cualquier restricción impuesta por una normativa nacional, que afecte directa o indirectamente a la libre importación-exportación, es contraria al Tratado de la Comunidad Europea.

Otro aspecto conflictivo es el relativo al tratamiento de la información.

Por un lado, la obligación de informar, tal como prevé el texto de la propuesta, colisionaría con la normativa española de Protección de Datos (Ley 15/99 del 13 de diciembre), y colisionaría con las competencias de las comunidades autónomas que tienen atribuida la función de control de la trazabilidad de las especialidades farmacéuticas por el Real Decreto 2259/1994.

Por último, creemos que el Ministerio no ha tenido presente las dificultades logísticas y tecnológicas que dicho proyecto lleva implícitas.

**FEFE**

### **FEFE reitera su defensa de las bonificaciones como práctica legal en su gestión de compras**

Madrid, 19 de noviembre de 2002

La Federación Empresarial de Farmacéuticos Españoles (FEFE), ante las últimas noticias respecto a la escasa implantación del mercado de genéricos y la práctica de las bonificaciones como gestión de compras, así como ante las denuncias interpuestas a determinados laboratorios y sanciones a uno de ellos por la realización de estas prácticas empresariales, quiere reiterar que no puede asimilar el concepto de «bonificación» con el de «incentivo» contemplado en el RD 1416/94 y en el Código de Buenas Prácticas de Farmaindustria.

La práctica de esta gestión de compras se viene realizando de forma documentada, no sólo por las oficinas de farmacia, sino también por los centros hospitalarios y es anterior a la aparición de los medicamentos genéricos.

Desde el sector de oficina de farmacia, se impulsarán todas aquellas políticas encaminadas a una mayor utilización de estos medicamentos que tienen un menor precio, en los cuales «la marca» es un elemento identificador pero «no diferenciador», y cuya utilización significa un ahorro para el sistema.

La política de «genéricos con marca» desarrollada hasta ahora ha frenado su implantación y ha generado una guerra de intereses que nada tiene que ver con la legalidad vigente.

Respetemos la capacidad de sustitución del farmacéutico, respetemos la gestión de compras de la oficina de farmacia y respetemos la libertad de cada laboratorio para practicar o no las bonificaciones.

Por todo ello, desde las empresariales farmacéuticas, queremos hacer llegar nuestra solidaridad y apoyo a los laboratorios que comparten nuestros criterios, a la vez que solicitamos a la Administración que promueva políticas de prescripción que mejoren la gestión de los recursos disponibles.

**Isabel Vallejo Díaz**  
*Presidente*