



Seminarios de la Fundación Española de Reumatología

www.elsevier.es/semreuma



Editorial

El reumatólogo en la industria farmacéutica. Retrato de una experiencia

The rheumatologist in the pharmaceutical industry: portrait of an experience

Las compañías farmacéuticas fueron creadas en distintos países, en su mayoría, antes de la Segunda Guerra Mundial por profesionales (farmacéuticos o médicos) y empresarios. Fue en 1899 cuando se comercializó el segundo fármaco sintético importante en la historia de la Reumatología: la aspirina, que supuso un tratamiento nuevo y eficaz para los dolores reumáticos.

En la actualidad, la industria farmacéutica es uno de los grandes sectores empresariales de la sociedad dedicado a la fabricación, preparación y comercialización de los fármacos destinados al tratamiento y la prevención de las enfermedades. Se trata de uno de los sectores más rentables e influyentes que suscita al mismo tiempo elogios, por sus contribuciones a la salud, y controversias, por sus políticas de marketing y su influencia en los gobiernos, acusadas de contribuir a medicalizar problemas derivados del modo de vida y a llamar la atención sobre distintas condiciones o enfermedades.

El desarrollo de nuevas técnicas y la fabricación de moléculas más complejas han arribado al mundo de la Reumatología con los fármacos biológicos, los cuales han supuesto una revolución en el tratamiento de pacientes con patología inflamatoria crónica, señalando las dianas terapéuticas involucradas en la patogenia de estas enfermedades.

Las implicaciones médicas derivadas de su complejidad han dado lugar a la subespecialización en las áreas de Inmunología de las compañías farmacéuticas, que requieren de especialistas médicos con profundos conocimientos de estas enfermedades y su manejo.

En este contexto se abre una puerta a la colaboración y al desarrollo profesional de los nuevos especialistas en Reumatología dentro de la industria farmacéutica.

Pero ¿qué hace un reumatólogo dentro de una compañía? ¿En qué consiste su trabajo? ¿Cuál debe ser el perfil del candidato?

Durante todo el proceso de nuestra formación médica nunca nos vemos como especialistas alejados de la consulta y del trato directo con los pacientes. Es más, creemos no ser capaces de desarrollar otra actividad que no lleve implícita la relación médico-paciente. La realidad es que en ese camino nos cerramos a otras opciones que pueden ser igualmente satisfactorias como profesionales vinculados al mundo de la Medicina. La situación sociolaboral actual y las condiciones de trabajo para muchos especialistas nos obliga a abrir nuestros horizontes hacia otros modos de integrar nuestra formación al servicio de la ciencia y del paciente en última instancia.

La entrada en un laboratorio farmacéutico, buscada intencionalmente o de forma coyuntural, viene condicionada por un proceso de selección previo que habitualmente consta de 3-4 entrevistas con

distintas personas de la compañía, en las que se evalúan tanto los conocimientos técnicos como las habilidades de relación personal y la visión comercial del candidato.

En líneas generales, la estructura en la que un especialista desarrolla su labor se centra en tres grandes departamentos: médico, marketing y ventas, que lejos de ser departamentos estancos, interrelacionan constantemente con una dinámica trepidante y en constante cambio. Un mundo de posibilidades muy rico y variado que implica otras disciplinas no estrictamente médicas, pero muy ligadas a ellas, tales como la lectura crítica, la búsqueda bibliográfica, la redacción de manuscritos y textos médicos, pero también la coordinación de la actividad investigadora, la formación de otros profesionales que forman parte de la red de ventas, la verificación de las normas de buena práctica clínica y promoción de los medicamentos según la legislación vigente, así como la revisión que garantiza la correcta actualización de las fichas técnicas de los productos, el desarrollo de presupuestos para estudios clínicos o el análisis de nuevas moléculas en investigación.

Es difícil establecer un orden concreto y enumerar una por una estas actividades que se suceden a diario al mismo tiempo, y donde las prioridades son cambiantes. Nada de rutina. Cada día es diferente. Sin embargo, hay algo común a todas ellas: el trabajo en equipo. La interacción con otros profesionales médicos y no médicos pertenecientes a las áreas de marketing, ventas, investigación y desarrollo o monitorización de ensayos clínicos es una constante para la consecución de objetivos comunes.

El reto del idioma puede llegar a ser, ciertamente para algunos, un serio inconveniente. Es claro que cualquier especialista debería dominar al menos el inglés técnico escrito dentro de su ámbito, pero hablamos de comunicarse en inglés, de relacionarse con otros especialistas dentro y fuera de la compañía y de defender proyectos médicos en reuniones y teleconferencias, tanto en España como fuera de ella. La disponibilidad para viajar es por tanto otro de los requisitos que precisa el médico en la industria. La asistencia a congresos y a reuniones nacionales e internacionales, tanto internas como relacionadas con la especialidad, constituye una actividad importante dentro del trabajo. Esto implica no sólo acudir a las charlas y simposios, sino la revisión previa de *abstracts*, presentaciones, referencias y garantía de *compliance* de procesos internos, de todo lo allí expuesto y relacionado con los fármacos comercializados representados por el laboratorio.

La conciliación de la vida personal y laboral sigue siendo una asignatura pendiente dentro de las estructuras de estas compañías,

vinculada a los viajes y al tiempo de trabajo dedicado fuera de la oficina.

Por otra parte, y en cuanto a la investigación clínica financiada por la industria, las inversiones necesarias para el lanzamiento de un nuevo fármaco han experimentado un fuerte incremento debido al mayor número de ensayos clínicos imprescindibles antes de su comercialización. Este aumento es consecuencia de una legislación más estricta, que garantiza la seguridad de los pacientes, pero que también obliga a realizar más pruebas para demostrar diferencias significativas respecto a los medicamentos que ya están en el mercado.

El médico desempeña un papel fundamental que va desde la redacción y la supervisión del protocolo y del cuaderno de recogida de datos, la coordinación de procesos administrativos (presentación a comités y alegaciones), hasta la revisión de resultados, *queries* y supervisión del artículo finalmente publicado. Y todo bajo las más estrictas condiciones que garanticen el cumplimiento de la legislación vigente para los distintos tipos de estudios clínicos.

La propia investigación de las compañías farmacéuticas de nuevas moléculas que se convertirán en nuevos productos es otro de los ámbitos en los que el médico puede participar en mayor o menor medida con el análisis de las ventajas e inconvenientes de las innovaciones que verán la luz en un periodo no inferior a 15 años ligados

a una fuerte inversión económica, y durante los cuales el éxito final no está asegurado.

La visión de negocio, el liderazgo y el trabajo remunerado por objetivos previamente establecidos son cualidades cada vez más valoradas no sólo en el mundo de la industria farmacéutica sino en cualquier ámbito de trabajo con gestión privada. Sin embargo, si bien la industria farmacéutica es un mundo muy exigente en el sentido personal y laboral, tiene recompensas que van más allá de lo económico. La posibilidad de formarse y crecer profesionalmente en otras áreas como la gestión, la negociación o la investigación y el reconocimiento profesional, que tan olvidado queda a veces por otras instituciones, suele ser una constante en el ámbito de la industria que valora nuestra experiencia y nuestro saber hacer como especialistas. En este sentido, la industria farmacéutica puede ser una experiencia ciertamente enriquecedora, que se abre como una opción profesional para los especialistas en Reumatología con expectativas que van un paso más allá de la asistencia clínica de pacientes.

Gema Díaz Moya

Reumatología, Hospital Fundación Jiménez Díaz, Madrid, España

Correo electrónico: gdiazm@fjd.es