

EDITORIAL

De la relación... laboratorio farmacéutico

La industria farmacéutica, en la comercialización de sus productos, parece considerar de importancia establecer un adecuado y cordial nexo con los médicos, a quienes les proveen la atención que proporcionan los “visitadores” o “representantes”. La relación que estos establecen con los médicos ha evolucionado notoriamente en varios aspectos a través de los años. Esto en parte como consecuencia de la creciente competencia que establece una pugna por el tiempo que aquellos profesionales pueden destinarles, particularmente en sus consultas (oficinas). El número de laboratorios farmacéuticos y de representantes ha crecido notablemente y sus intereses suelen chocar con la distribución de tiempo asignado a los pacientes por atender, asignación que no contempla una fracción para la función anexa que hemos mencionado.

La forma que ha adquirido la entrevista y los materiales empleados en ella han, variado en aspectos de cierto interés que, al menos en algunos casos, reflejan con claridad un cambio en el enfoque estratégico para los consultantes:

1.- Desde luego, no se da con frecuencia la entrevista breve (definido como tal aquella que no parece interferir notoriamente con el programa) horario que tiene el médico y su secretaria. Evidente excepción a lo señalado está constituido por escasos representantes que, cuando se trata de productos ya anteriormente presentados y conocidos por el interlocutor, se limitan a cumplir con la entrega que se espera ellos cumplan.

2.- Una vez presentado un producto, en visitas ulteriores se produce un cierto interrogatorio relativo al uso o no del mismo y las razones de esto último.

3.- Antes de presentar un medicamento se pregunta al médico acerca del o los fármacos que utiliza en las circunstancias que estaría indicado aquel que será presentado.

4.- Un mecanismo que algunos utilizan, consciente o inconscientemente, es aquel que conduciría en apariencia y si no se les permite obtener la respuesta deseada, a lo que se considera “perder la cara”, lo que sería “pasar vergüenza” con cierto grado de humillación. El interlocutor debe, en tales cosas, sentir cierta “culpabilidad” de no actuar según lo solicitado. Si al lector le parece esto un tanto rebuscado, deberá considerar que en realidad no lo es tanto habida consideración que es un mecanismo bastante socorrido en ventas y seguramente deben dar buen resultado.

5.- Algunos utilizan claramente como modelo de expresión verbal a algunos animadores o periodistas de televisión, recurriendo a las mismas cadencias, entonaciones, fraccionamiento y acentuación de las palabras. Esto no resulta desagradable, pero inevitablemente evoca el relato de una noticia.

6.- En medio del entusiasmo encomiable y en el fragor de la promoción suelen aparecer medicamentos con cualidades insospechadas de gran beneficio para los potenciales usuarios.

7.- En el afán de destacar y permanecer en la memoria del médico un mecanismo se suele recurrir a elementos sorpresa, que ya se han ido de lado, como muestras en envases de gran volumen.

8.- Otro interesante argumento que se esgrime en ocasiones para utilizar un producto conocido pero ahora con otro nombre de fantasía es la supuesto (o real) necesidad que tendría el médico de evitar recetar “siempre lo mismo”, recurriendo para ello a “lo mismo” pero con otra presentación. El interés en adoptar esta conducta estaría supuestamente en reducir la automedicación (o más bien, la administración de fármacos por la madre, sin indicación médica), por el camino de evitar que la madre identifique un esquema terapéutico con una determinada situación patológica.

9.- En estas conversaciones entre médico y representante de laboratorio, las opiniones de los primeros son solicitadas con interés, pero hay que destacar que pocas veces se consideran los tópicos sugeridos por el facultativo. Un buen ejemplo de esto sería el siguiente: por largo tiempo se sugirió la conveniencia de disponer en nuestro medio de fórmulas dietéticas sin lactosa, principalmente, para lactantes. La reacción inicial fue invariablemente de escepticismo acerca del real “mercado” que esto tendría en la época se podía disponer, con cierta dificultad, de lactasa en polvo. Actualmente la situación ha cambiado substancialmente de suerte que es posible encontrar una amplia variedad de productos lácteos sin lactosa, no solo para niños sino también para adultos, se dispone de leche, queso, quesillo, dulce de leche, por nombrar los más comunes, muchos de ellos descremados.

10.- Un aspecto que puede ser cuestionable para no pocos es el financiamiento que algunos laboratorios otorgan a ciertos facultativos para asistir a reuniones científicas o congresos a cambio de..... algo.

Dr. Gaston Duffau Toro
Profesor de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile