

11 de febrero de 2005

Marketing del Vioxx:

Cómo Merck Jugó el partido mirando la cancha desde arriba.

BARRY MEIER y STEPHANIE SAUL

A veces es necesario "neutralizar" a la oposición, o al menos es lo que los ejecutivos de Merck & Company parecen pensar. En 1999, el nuevo analgésico de la compañía, el Vioxx, fue combatido hasta arrinconarlo por la droga de la competencia, el Celebrex. Merck aparentemente esperaba que los reconocidos médicos reumatólogos a nivel nacional como el Dr. Roy Altman, los ayudara. El médico recordó que en una cena ese año en Miami, un ejecutivo de Merck le preguntó cuánto le gustaría obtener para ganar su apoyo. El Dr. Altman dijo haberle contestado al ejecutivo que él quisiera correr un ensayo clínico que implicara el empleo del Vioxx, y, más tarde, la empresa le contestó que pondría \$25.000 para ello.

"Muéstreme el dinero," fue el término aparecido en un documento interno de Merck cerca de un Dr. de nombre Altman. El dijo que esas no habían sido sus palabras ni su intención. También dijo que su participación en el ensayo no afectó su forma de medicar.

La cena de Merck con el Dr. Altman, como lo demuestran los documentos internos de la compañía, era una parada breve dentro de una campaña con un período de mayor duración, realizada por Merck para reclutar el apoyo de médicos para el Vioxx o, al menos, para desactivar su apoyo para el Celebrex - o sea "neutralizarlos" como se escribió en los documentos .

" Todos estábamos enterados que había mucho de marketing", dijo un médico mencionado en los documentos "neutralizadores" de Merck, el Dr. Robert Ettlinger, un reumatólogo en Tacoma, Wash, diciendo que se trataba de algo similar: "Como una guerra entre la Coca Cola y la Pepsi." La campaña de la empresa era una parte de un esfuerzo más amplio de marketing que ayudó al lanzamiento del Vioxx a ventas anuales de \$2,5 mil millones de dólares, hasta que fuera retirado del mercado en septiembre después que un ensayo clínico encontró que aumentaba el riesgo de infartos y paros cardíacos. Y la semana próxima, un panel consultor de la FDA

(Administración para Alimentos y Drogas) revisará si la agencia debe agregar las advertencias o las restricciones en el uso de Celebrex y otras drogas conocidos como inhibidores de COX-2 , una categoría que también incluía al Vioxx.

En una declaración, Merck dijo que siempre estuvo detrás de sus programas de marketing y agregó que siempre se pensó proporcionar información exacta acerca de sus productos.

Con respecto a referencias sobre un programa para "neutralizar" técnicos, Merck dijo que cuando los doctores estaban "mal informados" o les "faltaba información" con respecto a la droga, "ellos venían a proporcionarles la misma para que los llevara a una posición equilibrada o neutral" Las compañías farmacéuticas tratan rutinariamente de "cortejar" médicos para que receten o promuevan sus drogas, invitándoles a salir afuera para comidas extravagantes, empleándolos como oradores, o contribuyendo en efectivo con facultades de medicina. Pero los documentos internos de Merck ofrecen una mirada "detrás del escenario" donde hay algo raro que conduce a extremos de la situación - uno de los cuales puede haber enturbiado la línea entre la promoción legítima y el ofrecimiento de incentivos a médicos para que receten una droga. En los últimos meses, investigadores federales, funcionarios de estado, los comités y los abogados Congresionales para los demandantes han obtenido millares de documentos internos de Merck para seguir con las investigaciones y los pleitos relacionados al Vioxx.

El New York Times obtuvo los documentos citados en este artículo-incluyendo mensajes de

correo, memorandos y documentos con cálculos -a través de un funcionario público. Algunos de estos informes involucran a técnicos de Merck planeando la "neutralización", mientras que otros describen actividades promocionales dirigidas a médicos no individualizados en la lista. En los documentos de "neutralización" escritos por un ejecutivo de marketing de Merck, los funcionarios de la compañía, identificaron docenas de técnicos influenciables, "problemáticos" sobre los cuales la compañía creía incluso que ellos tenían una visión negativa de la empresa o del Vioxx, o eran motores auxiliares de propulsión del Celebrex. Para ganarles de mano, en la exposición de los documentos, los funcionarios de Merck planearon ofrecerles ensayos clínicos a modo de zanahorias, promoviéndolos como consultores u otorgándoles recompensas. "Adosada se encuentra la lista completa de 36 médicos para "neutralizar" con información de fondo y tácticas recomendadas," escribió el funcionario de marketing en un mensaje de correo electrónico.

Los empleados de Merck insistieron en que todas las actividades estaban financiadas con "fines educacionales". Pero una parte de un formulario estandarizado solicitaba que los pagos a los médicos tuvieron un tono algo menos erudito. Se leía, " Rendimiento Esperado/ Retorno de la Inversión." Con seguridad, algunos reclamos fueron hechos sobre los documentos internos de Merck y otros memos de la compañía, que podrían haber reflejado jactancia por parte de funcionarios de ventas de la empresa procurando impresionar a sus superiores. Además, el documento de Merck indicó que algunos de las tácticas significaban contradecir méritos del Celebrex.

Como parte de la guerra de marketing sobre los COX-2, Merck controló las actividades de sus competidores, compilando regularmente resúmenes de casos en los que médicos que hablaban a favor del Celebrex hicieron declaraciones que lo veían como descaminado o falso. Muchas de esas quejas internas implicaban reclamos de que algunos investigadores académicos inflaban los beneficios del Celebrex al exagerar los efectos colaterales del Vioxx. En una declaración, Pfizer, que ahora fabrica y vende Celebrex, dijo que siempre se esforzó por proporcionar un retrato equilibrado de los riesgos del Celebrex y sus beneficios y que no podría comentar sobre los incidentes específicos que podrían haber implicado a otras compañías que era a su vez parte de la promoción del Celebrex. A través de los años, Merck y Pfizer o sus socios de marketing todo habían recibido cartas de advertencia que los amonestaban por no atender los reclamos.

Tanto Celebrex como Vioxx fueron vendidos como alternativas más seguras frente a los analgésicos tradicionales del dolor como Advil y Aleve, que pueden causar úlceras y sangrado en el estómago. La lista "neutralizadora" reflejó la batalla en los corazones y las mentes de médicos durante las guerras sobre los COX-2. Un médico de la lista - el Dr. Ettlinger de Tacoma - fue descrito en documentos de Merck como candidato a consejero en el formulario, para una aseguradora regional que era vista como "pesadamente cortejada por Searle y Pfizer."

Con el tiempo, Searle fue el fabricante del Celebrex, y Pfizer lo ayudó en el marketing.

Un documento de Merck recomendaba que el Dr. Ettlinger diera conferencias mejor pagas, fuera invitado a más reuniones y se le pidieran hacer más ensayos sobre drogas. "Él toma parte en varios ensayos clínicos," el memo de Merck explicaba. "Lo mantiene ocupado." En duras cartas posteriores, debajo del nombre del Dr. Ettlinger aparecía el término "neutralizado." El médico dijo en una entrevista que fue " absolutamente shockeado" por esto, que a él nunca le prestaron atención, y dijo que dio regularmente discursos para muchas compañías farmacéuticas. Tal trabajo nunca afectó las drogas que él prescribió, inclusive el Vioxx o el Celebrex.

Pero a veces, funcionarios de ventas de Merck esperaron aparentemente que regando a los médicos con favores traerían algunos retornos, según indican los registros. Por ejemplo, un

representante de Merck solicitó en 1999 que la compañía hiciera un donativo de \$25.000 a la West Coast Sports Medicine Foundation, una organización no lucrativa fundada por el Dr. Keith Feder, a un Área de cirugía ortopédica de Los Angeles. La fundación ayuda en la paga del seguro médico a estudiantes de bajos ingresos en California por lo cual ellos pueden tener el alcance requerido por el estado para tomar parte en los equipos de deportes.

Un representante de ventas de Merck dijo en el documento que el pago de \$25,000 a la fundación se necesitaba, "para ser competitivo con Searle", la cual, también había concretado una donación. En un informe que solicitaba el pago, el representante de Merck puso el " Rendimiento Esperado/ Retorno de la Inversión" como el "51 por ciento para COX-2 de la mercadotecnia en el 2000."

En una entrevista, el Dr. Feder confirmó que la fundación había recibido dinero tanto de Searle como de Merck, pero que las becas ayudaron como apoyo para continuar el programa médico de la educación y no se pensaron influir hábitos sobre prescripción de medicamentos y de acuerdo a eso, nada se hizo. "No tuvo nada que ver con su producto de cualquier manera o forma," dijo.

En lo concerniente acerca de las ventas de Celebrex y Vioxx surgió también una conexión con el Dr. Max Hamburger, reumatólogo en Melville, N.Y. El Dr. Hamburger, que también figuraba en la lista "neutralizadora" de Merck, dirigía un consorcio grande de médicos en el área metropolitana de Nueva York que, cuando el Vioxx se introdujo en el mercado, era "recetadores de altos volúmenes e inmensos adoptadores del Celebrex."

Al mismo tiempo, el Dr. Hamburger se acercaba a las compañías farmacéuticas para subvencionar las retiradas de su grupo durante la cual, los médicos pondrían en forma conjunta las pautas, sobre que drogas prescribir.

"Las compañías que proporcionan fondos recibirán una ubicación de preferencia para sus miembros y aquellos que no lo hagan tendrán problemas para conseguir el acceso" (al grupo), establecía el memo de Merck. "El precio es de \$25,000 dólares."

Los funcionarios de Merck indicaron en el documento interno que Pfizer y Searle ya habían concordado en pagar. Y Merck hizo lo mismo también, según demuestran las exposiciones del documento. En la lista "neutralizadora", el Dr. Hamburger fue descrito como alguien que se "dio" vuelta y aparece la palabra "abogado".

En una entrevista, el Dr. Hamburger dijo que su grupo solicitó los fondos de muchas compañías farmacéuticas con la finalidad de sostener sus reuniones educativas y que los pagos de estos fabricantes de drogas no influyeron sobre las medicinas prescritas.

En cuanto a su descripción que lo tilda como abogado, el Dr. Hamburger dijo que él era un fuerte creyente en el valor de las drogas del grupo COX-2 pero no un campeón respaldando cualquier medicina de la compañía.

James Sheehan, un crítico federal en Filadelfia que se especializa en fraudes en la asistencia médica, no revisó los documentos. Pero, hablando genéricamente, dijo que mientras las compañías farmacéuticas les puedan dar dinero a los médicos para propósitos educativos o científicos, los pagos estaban pensados para influir en si un médico prescribe una droga y quizás deba ser calificada como una comisión confidencial ilegal.

Preguntado por la conveniencia del programa de marketing de la compañía, Merck dijo en una declaración que respaldaba su propio marketing y lo defendería.

"Merck cree que la provisión de becas educativas, sostener el cambio de información en una forma médica o científica, es no sólo apropiado sino que es una contribución valiosa," dijo la compañía. Dijo también que los documentos revisados por The Times, solo reflejaban una selección de los materiales de marketing de la compañía, y quizás tergiversar sus actividades.

Para terminar, los esfuerzos de Merck quizás no se hubieran necesitado en algunos casos y quizás fallaron al trabajar en otros. Varios médicos de la lista de la compañía, de médicos con "problemas" dijeron que ellos no tuvieron ninguno con Merck ni con Vioxx, mientras otros dijeron que ellos sentían que la droga, mientras mitigaban con frecuencia mejor el dolor que el Celebrex, sí tenían sus propios efectos colaterales problemáticos como la presión arterial creciente y la retención de líquidos.

En cuanto al Dr. Altman, que es ahora un profesor de medicina en la Universidad de California, Los Angeles, él nunca habló para Merck ni dijo que él sufriera más presiones de la compañía después de la cena en Miami. En cuanto a los \$25.000 dólares por el estudio que Merck financió para investigar el valor de la droga en el tratamiento de gota, dijo que él nunca lo completó. Él no pudo alistar a suficientes pacientes para hacerlo.