



Universidad de Navarra

Occasional Paper

OP nº 06/5

March, 2006

## LAS CINCO MAYORES COMPAÑÍAS FARMACEUTICAS: IMAGEN CORPORATIVA Y CRITICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Domènec Melé

*Publicado por la Cátedra Economía y Ética*

IESE Business School – Universidad de Navarra

Avda. Pearson, 21 – 08034 Barcelona, España. Tel.: (+34) 93 253 42 00 Fax: (+34) 93 253 43 43

Camino del Cerro del Águila, 3 (Ctra. de Castilla, km 5,180) – 28023 Madrid, España. Tel.: (+34) 91 357 08 09 Fax: (+34) 91 357 29 13

Copyright © 2006 IESE Business School.

# LAS CINCO MAYORES COMPAÑÍAS FARMACEUTICAS: IMAGEN CORPORATIVA Y CRITICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL

Domènec Melé\*

## Resumen

Las cinco mayores empresas farmacéuticas del mundo –Pfizer, GlaxoSmithKline, Sanofi-Aventis, Novartis y Lilly– tienen un amplio apartado dedicado a ciudadanía corporativa en sus páginas web y publican unas amplias memorias anuales sobre sus actividades en este tema. Esto proporciona, sin duda, una imagen corporativa positiva. Sin embargo, en los últimos años están recibiendo un gran número de críticas como resultado, y el aprecio y reputación que ha gozado el sector farmacéutico durante años se está erosionando.

En este trabajo, en primer lugar, se analizan sumariamente los aspectos éticos y de ciudadanía empresarial que afirman llevar a cabo estas cinco empresas, y también las principales críticas formuladas contra el sector. Se hace notar a continuación que estamos ante un complejo entramado de relaciones entre partícipes de la actividad de las empresas farmacéuticas, al tiempo que se cuestionan las visiones aportadas por empresas y críticos por su parcialidad.

Buscar la verdad es una clave ética fundamental, por supuesto, también aquí. Para encontrar una buena solución se sugiere, pues, conocer la realidad en aquello que es relevante con la mayor objetividad posible. Se trata de superar tanto las comunicaciones empresariales encaminadas a “quedar bien” como las críticas exageradas, seguramente encaminadas a contrapesar y corregir posibles abusos.

Finalmente, se sugiere la necesidad de diálogo y cooperación entre todas las partes implicadas: empresas, gobiernos y organismos reguladores, aseguradoras, médicos, organizaciones no gubernamentales y otras entidades de la sociedad civil. Para ello se requiere actuar con veracidad y voluntad de servicio al bien común, más allá de los legítimos intereses de cada parte.

\* Profesor de Ética Empresarial

**Palabras clave:** Sector farmacéutico, ética empresarial, responsabilidad social empresarial, Tercer Mundo, precios.

# LAS CINCO MAYORES COMPAÑÍAS FARMACEUTICAS: IMAGEN CORPORATIVA Y CRITICAS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL<sup>1</sup>

## Introducción

Las compañías farmacéuticas han gozado de simpatía general durante muchos años. Se comprende, ya que sus productos contribuyen a remediar problemas de salud y de calidad de vida de personas y animales. Actuaciones como la de la empresa Merck, en los años ochenta y principios de los noventa, en la investigación y distribución para una enfermedad como la “ceguera del río” para personas que no tenían dinero para costearla, dio lugar a una enorme corriente de reconocimiento público y una mayor reputación corporativa.

En los últimos años, sin embargo, la industria farmacéutica ha sufrido muchas críticas y en estos momentos existe una creciente presión y muchos piden una actuación más responsable, especialmente en relación con el suministro de medicinas en el Tercer Mundo. Estas críticas contrastan con la acción emprendida por muchas compañías farmacéuticas que se presentan a sí mismas como empresas que actúan de modo ético y con gran sentido de ciudadanía empresarial (*Corporate Citizenship*). ¿Quién tiene razón? No nos proponemos aquí dar una respuesta concluyente, sino algo mucho más modesto: ayudar a plantear el problema, examinar qué dicen unos y otros.

En primer lugar, analizaremos las presentaciones que las cinco mayores empresas farmacéuticas del mundo –Pfizer, GlaxoSmithKline o GSK, Sanofi-Aventis, Novartis y Lilly– realizan en su web corporativa y el último informe de ciudadanía corporativa que han publicado, correspondiente a 2004. El objetivo perseguido es conocer, a grandes trazos, cuál es la imagen en responsabilidad social que esas empresas presentan de sí mismas.

Veremos a continuación qué opinan los críticos de la industria farmacéutica, exponiendo algunos puntos, a nuestro juicio, más significativos. Tras discutir ambas posturas, concluiremos con la necesidad de conocer mejor la realidad para acercar posiciones y para mejorar la responsabilidad de todas las partes implicadas en este sector.

---

<sup>1</sup> Comunicación presentada en la XIII Conferencia Anual Ética, Economía y Dirección (EBEN-España), Madrid, 14 de diciembre de 2005.

## ¿Cómo entienden su responsabilidad social las compañías farmacéuticas?

Las cinco empresas estudiadas son grandes corporaciones con largos años de historia que han crecido hasta el tamaño actual tanto por acumulación de capital y experiencia propia como por la adquisición o fusión de otras empresas del sector (algunas características relevantes de estas cinco compañías se presentan en la Tabla 1).

**Tabla 1**

Algunas características de las cinco mayores empresas farmacéuticas del mundo a finales de 2004

Empresa	Empleados	Ventas*	Beneficios*	Inversión en I+D*
Pfizer (Estados Unidos)	122.000	52.516	11.361	7.684 (14,6% ventas)
GlaxoSmithKline (Estados Unidos)	100.000	37.664	8.173	5.180 (13,8% ventas)
Sanofi-Aventis (Francia)	96.439	25.418	8.163	3.961 (15,6% ventas)
Novartis (Suiza)	81.392	28.247	5.767	4.207 (14,9% ventas)
Lilly (Estados Unidos)	46.000	13.858	1.810	2.691 (19,4% ventas)

\* En millones de dólares, excepto para Sanofi-Aventis, que se expresa en millones de euros en 2004.

Todas esas empresas tienen en su web corporativa un amplio apartado dedicado a ciudadanía empresarial (*Corporate Citizenship*). Todas coinciden en elaborar una memoria anual sobre este tema que se suele añadir a la memoria financiera convencional. Sin pretender analizar de modo exhaustivo sus contenidos, puede ser relevante resaltar algunos elementos que, en gran medida, son comunes a todas ellas. Destacaremos las siguientes:

### Misión, compromisos y valores corporativos

De uno u otro modo, todas las compañías estudiadas afirman que la misión primordial es desarrollar medicinas y crear valor para todos los implicados en la acción empresarial (véase Anexo 1). alguna de ellas, como GlaxoSmithKline, pone el acento en su orientación a los usuarios: «Nuestro intento es mejorar la calidad de la vida humana al permitir a la gente hacer más, sentirse mejor y vivir más». Pfizer, por su parte, afirma que quieren ser la empresa más valorada del mundo para los pacientes, clientes, colegas, inversores, asociados profesionales y las comunidades donde ellos viven y trabajan.

Ninguna compañía afirma que su responsabilidad principal sea maximizar los beneficios para los accionistas, aunque, como es lógico, la obtención de beneficios está muy presente. En algunos casos, el propósito de los beneficios se explicita en la declaración de misión. Así, Novartis, después de señalar su propósito de obtener productos para curar enfermedades y aumentar la calidad de vida humana, se refiere a los accionistas diciendo: «Queremos también proporcionar a los accionistas un retorno que refleje un excelente desempeño y una adecuada remuneración en quienes invierten en las ideas y trabajo de nuestra compañía».

También los valores corporativos ocupan un lugar destacado en bastantes de estas cinco empresas. Pfizer señala los siguientes: *Respeto por las personas, orientación al cliente, comunidad, innovación, trabajo en equipo, desempeño, liderazgo y calidad*. Lilly, por su parte, cita el *respeto por las personas*, que incluye preocupación por los intereses de la gente de todo el mundo con quienes tratan (clientes, empleados, accionistas, socios profesionales, proveedores y comunidades), *integridad*, que envuelve las más altas normas de honestidad y comportamiento ético y ejemplaridad en el carácter moral, y *excelencia*, manifestada en una continua búsqueda de modos de mejorar los negocios y dar lo mejor de uno mismo.

## **Relaciones con los empleados**

Las declaraciones y memorias corporativas de las empresas estudiadas subrayan su preocupación por la salud y seguridad en el trabajo. Algunas señalan, en concreto, que dedican expertos que promocionan la salud de los trabajadores, que se esfuerzan por una progresiva mejora en la seguridad del proceso, buscan permanentemente la identificación de riesgos, etc.

Algunas empresas expresan su voluntad por proporcionar una remuneración y un paquete de medidas de protección social adecuadas y competitivas. Otras se comprometen a desarrollar competencias y también políticas sociales, como acciones de empleo de discapacitados, ayuda a los hijos de los empleados con problemas y a luchar por mantener el empleo.

Todas estas empresas han llevado a cabo varias fusiones o adquisiciones de otras empresas. Ello, como se sabe, suele conllevar problemas humanos y de integración. Algunas de ellas se comprometen a asegurar el respeto a la diversidad individual y cultural al llevar a cabo fusiones y adquisiciones de empresas.

## **Relaciones con los pacientes**

En los ensayos clínicos de nuevos productos figuran significantes cuestiones éticas, como son velar por la seguridad de los pacientes implicados en los ensayos clínicos y establecimiento de comités independientes de vigilancia de datos, aparte de otras cuestiones éticas sobre los procesos de investigación. Las compañías estudiadas explicitan, en mayor o menor medida, este requerimiento que, por otra parte, suele estar debidamente regulado.

En relación con el producto, se subraya el compromiso por la eficacia, la calidad y la seguridad de las medicinas ofertadas.

## **Respeto al medio ambiente**

El respeto al medio ambiente es también asumido y destacado. La preocupación se expresa en minimizar el consumo de recursos naturales, en desarrollar procesos limpios y en reducir y reciclar los residuos generados. La aplicación de la norma ISO 14001 sobre medio ambiente es habitual.

## **Ética en las relaciones empresariales**

Los aspectos éticos en las transacciones y relaciones empresariales quedan concretados a través de códigos de conducta –todas tienen uno–, que suelen incluir aspectos como evitar conflicto

de intereses y tráfico de información privilegiada, mantener confidencialidad, protección de activos de la compañía, relaciones justas con proveedores, clientes y autoridades públicas, etc.

## **Relaciones asociativas**

Las relaciones con centros de investigación universitarios, con hospitales o con alguna otra empresa, son frecuentes en la industria farmacéutica. Por ello no es de extrañar que se afirme el propósito de buscar relaciones asociativas que fomenten unas buenas relaciones a largo plazo.

## **Solidaridad y filantropía empresarial**

A través de acciones directas o por medio de fundaciones vinculadas a la empresa, las compañías citadas realizan acciones de ayuda a causas humanitarias y sociales, generalmente relacionadas con la salud, iniciativas al servicio de la vida, colaboración, ya sea directamente o a través de organizaciones sin afán de lucro. Al parecer, Lilly es la compañía farmacéutica que más donaciones realiza. En 2003 distribuyó 29,5 millones de dólares en efectivo, 21,7 millones desde la fundación de la empresa, 0,3 en equipamiento y 222 millones en productos farmacéuticos.

## **Medicinas gratuitas o a bajo coste para gente necesitada**

Aunque se podrían incluir en el apartado anterior, mención aparte merecen la distribución de medicinas de la compañía a gente necesitada o a zonas enteras en barrios marginales o en países en desarrollo. Así, Sanofi-Aventis está comprometida en la lucha contra la malaria; Novartis trabaja también en la lucha contra la malaria, así como en la atención de gente con lepra, la tuberculosis y en el tratamiento Gleevec/Glivec contra el cáncer.

## **Qué dicen los críticos**

Entre las diversas críticas a la industria farmacéutica, se constata, en primer lugar, las quejas de quienes sufren las consecuencias de la carestía de ciertos productos: aseguradoras, seguridad social y, en mayor o menor grado según los países, los propios consumidores.

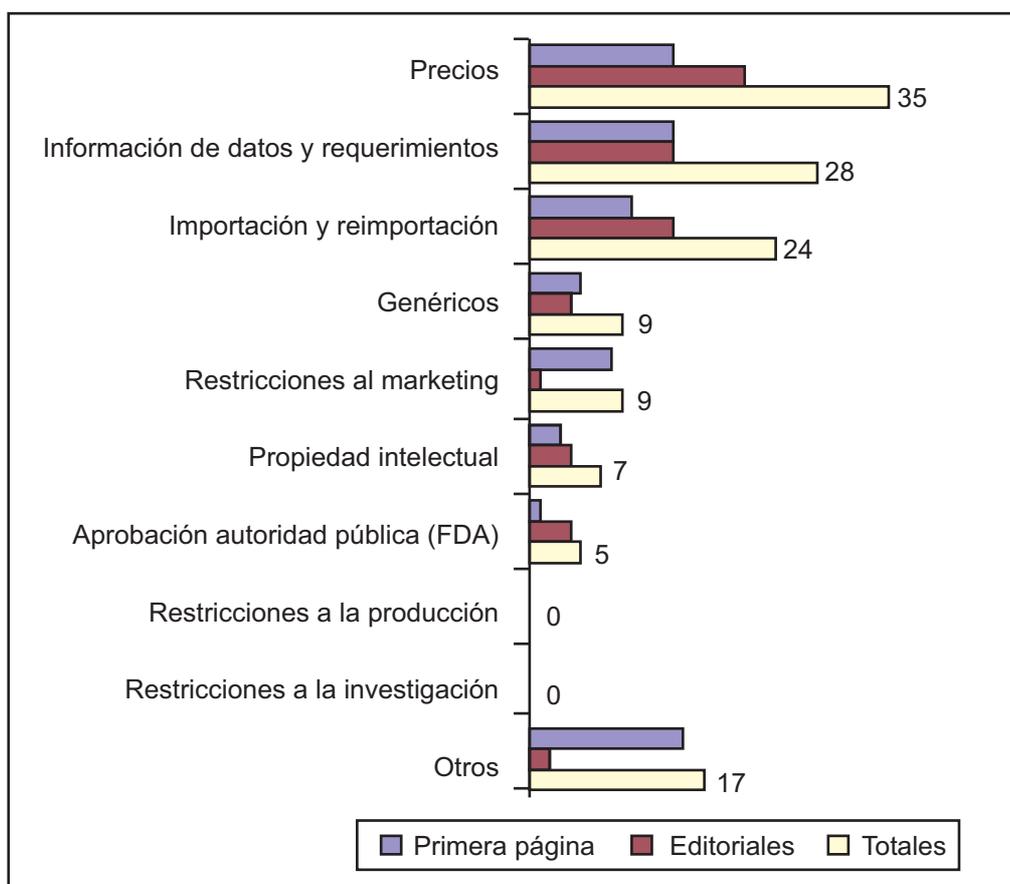
Otra de las críticas seguramente más conocida a las compañías farmacéuticas es el precio excesivo de los medicamentos, que impiden el acceso a los pobres a medicamentos cruciales para su vida allí donde no lo cubre la seguridad social. Como respuesta, las compañías farmacéuticas defienden enérgicamente la necesidad de patentes que impidan a terceras compañías competir con fármacos genéricos a bajo precio durante muchos años. Es conocido el litigio de algunas compañías farmacéuticas contra el gobierno de África del Sur, por pretender fabricar e importar medicamentos genéricos para tratar a enfermos de sida. Una empresa de India que fabricaba los genéricos para enfermos de sida deberá dejar de hacerlo, ya que el Parlamento de India lo ha prohibido, seguramente como reacción a presiones del sector farmacéutico y de organismos reguladores del comercio internacional.

Por otra parte, desde hace tiempo, la prensa de algunos países viene criticando determinadas actuaciones de la industria farmacéutica a las que califica de poco éticas. Recientemente, la Huab School of Business de la Saint's Joseph University ha llevado a cabo una auditoría de prensa estadounidense sobre comentarios éticos relativos a la industria farmacéutica en primera

página y editoriales (Porth y Sillup, 2005). El estudio se realizó a cabo durante doce meses (octubre de 2003 a septiembre de 2004) en los cinco mayores periódicos de Estados Unidos por tirada (*USA Today*, *The Wall Street Journal*, *The New York Times*, *Los Angeles Time* y *The Washington Post*). El 57,1% fueron negativos, el 24,8%, positivos, y el 24,8%, neutros. A esto hay que añadir que, según el análisis citado, «los titulares fueron menos negativos que las noticias desarrolladas». Los tres principales temas se referían a cuestiones sobre precios, información de datos y requerimientos sobre importación y reimportación (véase Figura 1).

**Figura 1**

Temas con implicaciones éticas en la industria farmacéutica en los cinco grandes periódicos de Estados Unidos (octubre de 2003 a septiembre de 2004)



El tema del precio fue el más destacado, con 68 impactos y 105 artículos (un 64,8%). Se pedía, sobre todo, la reducción de precios a través de medicamentos genéricos e importación de fármacos de países en los que se venden a menor precio. Un informe publicado en *USA Today* destacaba que los precios promedio de 155 fármacos de renombradas marcas había subido un 27,6% en los últimos cuatro años, en los que la inflación había sido sólo del 10,4%. Los precios elevados empeoran la delicada situación de la seguridad social en muchos países o impiden el acceso a medicamentos allí donde no están cubiertos por la Administración pública.

El segundo tema más tratado fue la publicación de datos sobre el resultado de las investigaciones, especialmente en relación con los ensayos clínicos y los resultados adversos. Se criticaba que la existencia de conflicto de intereses y el control de los datos por las empresas

viciara lo propio del método científico. Algunos artículos pedían que fuera obligatorio un registro nacional de ensayos clínicos.

En tercer lugar, estaba la necesidad de facilitar la importación de fármacos desde países en que son más baratos. Un informe estimaba que cerca de 10 millones de estadounidenses van a comprarlos a Canadá, mientras que muchos otros vienen por correo desde Tailandia, India, Sudáfrica y otros lugares.

También hay activistas, organizaciones sin afán de lucro o fundaciones especializadas que critican a las empresas farmacéuticas por falta de innovación real y por el excesivo peso que muchos gobiernos otorgan a la propiedad intelectual de los medicamentos (patentes) en contra del derecho, más básico, de acceso a la salud. No faltan tampoco profesores universitarios críticos con ciertas actuaciones de algunas empresas farmacéuticas.

The National Institute for Health Care Management Research and Educational Foundation (NIHCM), una organización sin afán de lucro cuya misión es promover la mejora en los cuidados de la salud, su acceso, la dirección y la calidad, publicó en 2001 un provocativo informe en el que cuestionaba la escasa innovación en fármacos en los últimos años. El informe fue contestado por la Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA, 2002) alegando que: 1) excluía arbitrariamente todas las vacunas y fármacos biotécnicos (*Biotech Drugs*) en su pretendido análisis objetivo; 2) hacía un mal uso de los criterios de la FDA para distinguir los fármacos que conducen a mejoras clínicas de aquellos que ya existen en el mercado; 3) ignoraba los beneficios de los fármacos normalizados revisados; 4) ignoraba las nuevas medicinas en desarrollo; 5) no demostraba suficientemente un cambio de modelo introducido en la innovación farmacéutica, y 6) ignoraba que las múltiples “nuevas entidades moleculares” conducen a una mayor competitividad de precios. Todas estas críticas tuvieron una contrarréplica por parte de la NIHCM (2002). De nuevo surge la pregunta: ¿Dónde está la verdad?

La NIHCM también publicó en 2001 un informe sobre publicidad en productos farmacéuticos de prescripción, encontrando que un número relativamente pequeño habían contribuido de modo significativo al incremento de ventas en la industria farmacéutica entre 1999 y 2000 en Estados Unidos. La estrategia de actuar directamente sobre el consumidor, en lugar de hacerlo sobre el médico, se relaciona con un incremento en publicidad de medicamentos de prescripción del 35% entre 1999 y 2000. Las ventas de los cincuenta fármacos más anunciados aumentó en un 31,9%, y el número de prescripciones en un 24,6%, mientras que para otros fármacos el aumento era sólo del 13,6% y el 4,3%, respectivamente. El fármaco antiartritis Vioxx (aprobado en 1999) fue el más fuertemente anunciado en el año 2000. Las ventas se cuadruplicaron (de 329,5 millones en 1999 a 1.500 millones en 2000). En 2004 fue retirado del mercado por sus efectos secundarios mortales sobre el sistema cardiocirculatorio.

Un crítico y activista contra la industria farmacéutica es el francés Philippe Pignarre, que trabajó durante diecisiete años como ejecutivo en este sector. En 2005 escribió un libro no exento de polémica. También concedió numerosas entrevistas en los medios de comunicación, explicando sus críticas. Entre ellas, una realizada por V. Amela (2005) y publicada en *La Vanguardia*. Según afirmaba allí Pignarre, la industria farmacéutica no está investigando lo suficiente para conseguir los medicamentos que verdaderamente necesitamos. Por otra parte, la mayoría de compañías farmacéuticas sólo retocan medicamentos (sin modificar el principio activo) para que parezcan nuevos, con un fuerte incremento de precio. Además, aumentan los beneficios acudiendo a medios muy cuestionables. Según Pignarre, actúan del siguiente modo:

- Suben precios desmesuradamente en productos ligeramente modificados. Así, el coste de la medicación para cáncer de colon ha pasado de 500 euros en 1999 a 250.000 en 2004).
- Rebajan costes en base a realizar fusiones y adquisiciones con recortes de plantilla.
- “Inventan enfermedades”, como la “menopausia masculina” o la “depresión puntual recurrente”.

Pignarre añadía que la industria farmacéutica es un potente *lobby* ante el poder político. Están interesados en mantener las patentes y en lograr restricciones a la importación de medicinas. En este sentido, señalaba que las compañías farmacéuticas de Estados Unidos financiaron con diez millones de dólares las campañas electorales de los candidatos (datos del año 2000). En Europa, amenazan con cerrar y deslocalizarse.

Otra crítica severa es la de Marcia Angell (2004), que fue editora de *The New England Journal of Medicine*. En un artículo publicado en el año 2000, no dudaba en afirmar que «la industria farmacéutica es extraordinariamente privilegiada. Se aprovecha enormemente de investigación financiada con fondos públicos, de patentes otorgadas por el gobierno y de grandes descuentos en impuestos, y cosecha espléndidos beneficios. Por estas razones, y porque fabrica productos de vital importancia para la salud pública, esta industria debería rendir cuentas no sólo ante sus accionistas, sino también ante la sociedad en su conjunto».

## Discusión

Buscar la verdad es una clave ética fundamental, por supuesto, también aquí. Los informes de ciudadanía corporativa no son contradecidos, al menos directamente, pero se presentan aspectos no considerados en estos informes. Uno de ellos es el precio excesivo de los medicamentos y su correlación con los elevados beneficios del sector en un producto tan necesario. En defensa de la industria, Robert Goldberg, director del Center for Medical Progress at the Manhattan Institute for Policy Research, en un artículo publicado en *The Washington Post* (citado por Porth y Sillup, 2005), defendía los precios actuales por entender que eso era bueno para la sociedad. Argumentaba que Estados Unidos producía más nuevos medicamentos que cualquier otro país debido a la libertad de precios. En concreto, y según sus propias palabras, «casi el 75% de nuevos fármacos son descubiertos y usados primero en Estados Unidos». Añadía que «la innovación y las patentes quedarían dañadas» si se prestara atención a la petición emocional del control de precios.

Investigar en la obtención de nuevos fármacos es ciertamente costoso. El proceso de desarrollar un nuevo fármaco desde su inicio a la comercialización puede requerir quince años y un coste entre 350 y 800 millones de euros. Además, sólo uno de cada 5.000, o incluso 10.000 compuestos identificados, pueden llegar a aprobarse y a aplicarse con eficacia, seguridad y calidad. Todo esto es cierto, pero las críticas sobre falta de innovación y, sobre todo, el alcance de los derechos de propiedad intelectual, junto con los incentivos económicos que supone, frente al derecho a la salud, están cuestionados.

Los críticos no censuran la mayor parte de los compromisos y responsabilidades publicitadas por las empresas en sus declaraciones corporativas y en sus memorias anuales de ciudadanía

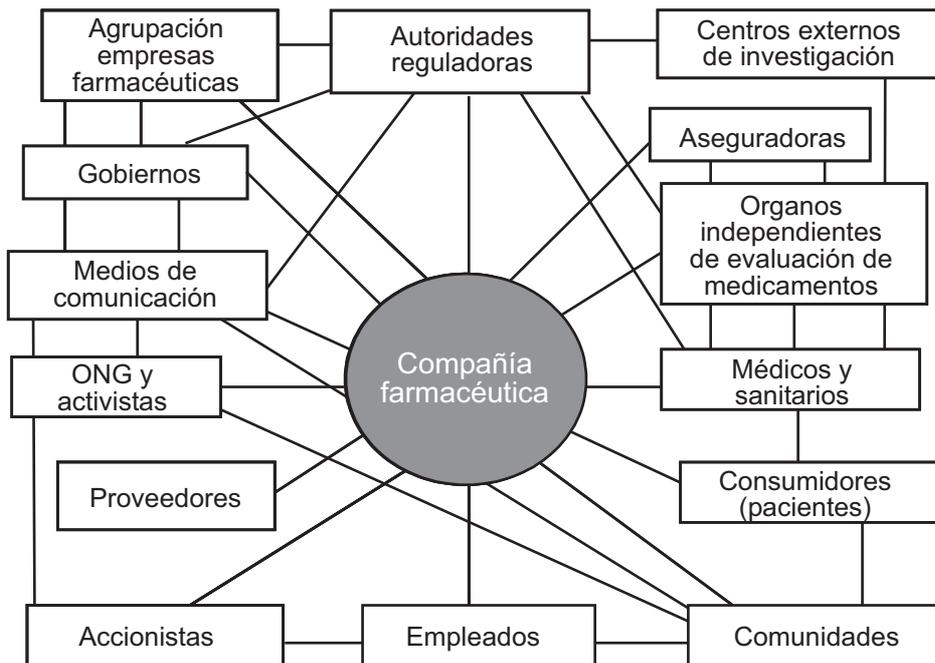
empresarial. Está bien el respeto a los empleados, la integridad en las transacciones, las acciones de filantropía, etc. Lo que critican son los precios elevados, la legislación sobre patentes y la falta de innovación real para lograr medicamentos que curen dolencias hasta ahora incurables, en lugar de proporcionar medicamentos para enfermedades crónicas de larga duración (sida, diabetes, Alzheimer, etc.). También se critica la falta de recursos asignados a investigar medicamentos para enfermedades propias de países en vías de desarrollo. El mercado incentiva a desarrollar productos rentables y para personas o instituciones con poder adquisitivo, pero la lógica del mercado no lleva a desarrollar productos para poblaciones pobres. Por otra parte, es cierto que mucha investigación básica, con mayor riesgo de fracaso en la aplicación, proviene de universidades y centros públicos de investigación.

En el fondo, se critica la predominante orientación a los beneficios, en contra de lo que afirman las misiones corporativas. Las empresas que cotizan en bolsa tienen que obtener resultados que mantengan y aumenten el valor de la acción. Por otra parte, existen mecanismos compensatorios para que los altos directivos estén fuertemente alineados con los resultados. Así, por ejemplo, en 2004, la compensación económica para el presidente de Sanofi-Aventis, J-F. Dehecq, fue de 2,2 millones de euros como base y 1,54 como variable. Para el vicepresidente Fur fueron, respectivamente, 0,83 y 0,90 millones de euros. Existe, además, un generoso plan de opciones sobre acciones para los altos ejecutivos de la empresa.

El coste de los medicamentos depende mucho más del coste de su investigación que de su producción. Al parecer, existe un problema de transparencia en la innovación real y el coste asociado y, por consiguiente, esto afecta la determinación de la duración de la patente para obtener un retorno adecuado. Lo cierto es que durante años, y también actualmente, la industria farmacéutica es una de las más rentables, junto con la banca y la industria del petróleo.

## Figura 2

Red de partícipes (*stakeholders*) de la actividad de empresa farmacéuticas



Los partícipes de la actividad de la industria farmacéutica (*stakeholders*) son muchos y diversos, y entre ellos existe una compleja red de interdependencias (véase Figura 2). Cada uno tiene asociados diversos grados de poder en sus interdependencias con otros, y todo poder exige responsabilidad. Si no se ejerce la responsabilidad, todo queda reducido a un ejercicio de poder entre las partes (*lobbies*, influencia de activistas y medios de comunicación, presiones sobre los poderes públicos y los agentes reguladores, etc.), y eso no es, en modo alguno, garantía de justicia. Obtener una solución justa exige que cada parte asuma su responsabilidad: los poderes públicos, regulando con equidad, exigiendo transparencia, evitando impedir la innovación y, sobre todo, garantizando el acceso de todos a los medicamentos, al menos los más básicos; los organismos de evaluación, ofreciendo datos a la opinión pública; los medios de comunicación, publicitándolos; las empresas, buscando crear valor para todos, y no sólo para los accionistas; las ONG y los activistas, dando a conocer abusos y presionando a favor de la justicia, etc.

Por fortuna, en Estados Unidos, y también en otros países, se está trabajando para aumentar la regulación de la industria farmacéutica tratando de evitar conflicto de intereses (Frederick, 2004). En la aprobación de fármacos por parte de la Food and Drugs Agency (DFA) también se ha anunciado un proceso de revisión más transparente (Kirsche, 2004).

## Conclusión

Las empresas estudiadas, al presentar sus compromisos corporativos y sus informes de ciudadanía empresarial, no sólo buscan rendir cuentas, sino también y, sobre todo, lograr buena imagen. Dan una visión absolutamente positiva de todo lo que hacen, dejando lo negativo para ser descubierto y dado a conocer por los críticos. A su vez, los críticos, ya sea por no tener toda la información o para reforzar sus argumentos, tienden a exagerar. Raramente hacen notar los aspectos positivos de la actuación social de las empresas farmacéuticas.

A mi juicio, y a tenor de lo expuesto anteriormente, hay una cuestión capital que conviene averiguar: Cuál es la verdad en los puntos discutidos, más allá de la imagen corporativa presentada y de las críticas sociales despiadadas. Sólo a partir de aquí se podrá abordar cómo lograr una regulación de patentes sabia, que equilibre innovación y precios, y una actitud responsable y solidaria entre todas las partes que configuran las complejas relaciones entre cada compañía farmacéutica y los partícipes de sus actividades.

Conseguir un mundo mejor y más justo pasa por un ejercicio de sinceridad y de responsabilidad por parte de todas las partes implicadas. Conocer lo que ocurre y priorizar el derecho a la salud por encima de los intereses económicos, es primordial. Sin embargo, no se debe tampoco caer en el simplismo de actuar contra los incentivos económicos de las empresas, sin más. Se necesitan diálogo y cooperación entre todas las partes implicadas, y para ello es imprescindible conocer la realidad. Ello exige transparencia de las empresas, un serio trabajo interdisciplinar y, sobre todo, voluntad de servicio al bien común, más allá de los intereses de cada parte.

## Anexo 1

### Misión corporativa y compromisos de las compañías estudiadas

<b>Pfizer</b>
<b>Nuestra misión</b> Llegaremos a ser la empresa más valiosa del mundo para pacientes, clientes, colegas, inversores, socios empresariales, y para las comunidades donde trabajamos y vivimos. <b>Nuestro propósito</b> Nos dedicamos al requerimiento de la humanidad para lograr vidas más largas, saludables y felices a través de la innovación en productos farmacéuticos, de consumo y de salud animal.
<b>GlaxoSmithKline (GSK)</b>
<b>Misión</b> Nuestro objetivo global es mejorar la calidad de la vida humana al posibilitar a la gente hacer más, sentirse mejor y vivir más tiempo. <b>Nuestro espíritu</b> Emprendemos esta búsqueda con entusiasmo de <i>emprendedores</i> , estimulados por una investigación constante en la búsqueda de <i>innovación</i> . Alcanzaremos el éxito como un líder de clase mundial con toda y cada una de nuestras gentes contribuyendo con <i>pasión</i> y con un inigualable <i>sentido de urgencia</i> . <b>Aspiración estratégica</b> Queremos llegar a ser el líder indiscutible de nuestro sector.
<b>Sanofi-Aventis</b>
Nuestro negocio consiste en descubrir medicinas innovadoras y vacunas que ofrezcan nuevas soluciones terapéuticas para los pacientes. Nuestra estrategia para lograrlo ha sido consistente durante treinta años y supone un crecimiento rentable y sostenido (Jean- François Dehecq, presidente y director ejecutivo de Sanofi-Aventis, Memoria anual de 2004). <b>Nuestros compromisos</b> Dirigir una investigación dinámica y productiva. Prestar atención a la ética de la investigación. Garantizar la seguridad, eficacia y calidad de nuestras medicinas. Mejorar el acceso de los pacientes a las medicinas. Asegurar fusiones exitosas que respeten la diversidad individual y cultural. Avanzar con nuestro socios.
<b>Novartis</b>
<b>Nuestra misión</b> Queremos descubrir, desarrollar y comercializar con éxito nuevos productos para curar enfermedades, aliviar sufrimientos y mejorar la calidad de vida. Queremos también proporcionar un retorno a los accionistas que refleje un excelente desempeño y una compensación adecuada a los que invierten ideas y trabajo en nuestra compañía.
<b>Lilly</b>
La primera responsabilidad de una empresa farmacéutica como Lilly es descubrir y desarrollar medicinas que puedan prevenir o acortar enfermedades, que sanen y curen, que mejoren la calidad de vida o salven vidas. La misión de Lilly es proporcionar medicinas avanzadas para tratar algunas de las enfermedades más severas del mundo. Invertimos un porcentaje de nuestras ventas más elevado que ninguna otra compañía farmacéutica en investigación y desarrollo.

Fuente: elaboración propia a partir de textos contenidos en las webs de las compañías.

## Referencias bibliográficas

- Amela, V. M. (2005), «Entrevista a Philippe Pignarre», *La Vanguardia*, 21 de mayo, pág. 68.
- Angell, M. (2000), «The Pharmaceutical Industry -- To Whom Is It Accountable?» *The New England Journal of Medicine*, 342, 25, <http://www.karlloren.com/Diabetes/p17.htm> (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Angell, M. (2004), «The Truth About the Drug Companies: How They Deceive Us and What to Do About It», Random House, Nueva York.
- Frederick, J. (2004), «Pharma's legal and compliance experts mull regulatory and Medicare challenges», *Drug Store News*, 26, 17, págs. 23-24.
- GSK, «Annual Report 2004», <http://www.gsk.com/financial/financialreports.htm> (acceso: 24 de mayo de 2005).
- GSK, «Corporate Responsibility Report 2004», [http://www.gsk.com/corporate\\_responsibility/index.htm](http://www.gsk.com/corporate_responsibility/index.htm) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- James, M., «Engage the tussle. Disease awareness campaigns: essential patient empowerment, or merely techniques to boost sales?», *PMLive.com*, [http://www.pmlive.com/pharm\\_market/features.cfm?showArticle=1&ArticleID=3743&print=3741](http://www.pmlive.com/pharm_market/features.cfm?showArticle=1&ArticleID=3743&print=3741) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Kirsche, M.L. (2004), «FDA chief promises open review process», *Drug Store News*, págs. 23-24, 13 de diciembre, [www.drugstorenews.com](http://www.drugstorenews.com), (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Lilly, «Lilly Corporate Responsibility 2003», [http://www.lilly.com/about/citizenship/LillyCRR\\_2003\\_0704.pdf](http://www.lilly.com/about/citizenship/LillyCRR_2003_0704.pdf) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Lilly, «Answers to Shareholders 2004 (Memoria anual)», [http://www.lilly.com/investor/annual\\_report/lillyar2004complete.pdf](http://www.lilly.com/investor/annual_report/lillyar2004complete.pdf) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Novartis, «Corporate Citizenship Report 2004», [http://www.novartis.com/annual\\_reports/2004/downloads/pdf/NovartisAR2004\\_citizenship.pdf](http://www.novartis.com/annual_reports/2004/downloads/pdf/NovartisAR2004_citizenship.pdf) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Novartis, «Annual Report 2004», [http://www.novartis.com/annual\\_reports/2004](http://www.novartis.com/annual_reports/2004) (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Pfizer, «Ten Questions. An Open Dialogue. Pfizer Annual Review 2004», <http://www.pfizer.com/annualreport/2004/annual/review2004.pdf> (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Pignarre, P. (2005), «El gran secreto de la industria farmacéutica», Gedisa, Barcelona.
- Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA) (2002), «NIHCM's Report on Pharmaceutical Innovation: Fact vs. Fiction. A Preliminary Report by PhRMA», <http://www.phrma.org/publications/quickfacts/2002-2006-2011.2421.pdf> (acceso: 24 de mayo de 2005).

- Porth, S.J. y G.P. Sillup (2005), «Good News Bad News», *Pharmaceutical Executive*, 25, 4, págs. 106-109.
- Sanofi-Aventis, «Annual Report 2004», <http://en.sanofi-aventis.com/index.asp> (acceso: 24 de mayo de 2005).
- Sanofi-Aventis, «Sustainable Development Report 2004», <http://en.sanofi-aventis.com/index.asp> (acceso: 24 de mayo de 2005).
- The National Institute for Health Care Management Research and Educational Foundation (2000), «Prescription Drugs and Mass Media Advertising», <http://www.nihcm.org/DTCbrief2001.pdf>.
- The National Institute for Health Care Management Research and Educational Foundation (2001), «Changing Patterns of Pharmaceutical Innovation. A research report», <http://www.nihcm.org/innovations.pdf>.
- The National Institute for Health Care Management Research and Educational Foundation (2002), «The HIHCM Foundation Responds to the PhRMA's Criticisms of the Report "Changing Patterns of Pharmaceutical Innovation"», <http://mednet3.who.int/prioritymeds/report/append/8343.pdf>.