

Relaciones entre médicos e industrias

Declaración de postura de la Sociedad Chilena de Endocrinología Ginecológica - 2015

Fundamentos de estas guías

SOCHEG es una Sociedad Científica sin fines de lucro. Su misión es la de contribuir a la difusión del estado del conocimiento en la endocrinología ginecológica.

SOCHEG financia sus actividades mediante las cuotas de socios y los auspicios irrestrictos que recibe de diversas organizaciones y empresas, de acuerdo a un marco ético previsto en sus estatutos.

SOCHEG reconoce que en la dinámica de la renovación y difusión del conocimiento y en el desempeño de los profesionales participan múltiples actores, contribuyendo cada uno de ellos con potenciales conflictos de interés.

SOCHEG ha consensuado sus normas de autorregulación, adhiriendo a lineamientos éticos generalmente aceptados, sin excluir a los diferentes actores que intervienen en el área de la salud. En la elaboración de sus recomendaciones, SOCHEG ha tomado en consideración precedentes del Colegio Médico de Chile A.G., de la Academia Chilena de Medicina, ideólogos en ética, modelos de otras organizaciones y ha incorporado conceptos propios adaptados a la realidad nacional.

SOCHEG ha definido guías y recomendaciones en el presente documento para orientación a sus asociados frente a los potenciales conflictos de interés a los que pudieran verse expuestos.

La Academia Chilena de Medicina recomienda que las sociedades científicas desarrollen sus propias guías y tengan un Comité de Ética. De acuerdo con esta recomendación SOCHEG considera necesaria esta guía y se ha propuesto mantener una Comisión de Ética que analice la consistencia ética de las actuaciones de SOCHEG y sus relacionados, desarrolle y mantenga guías y recomendaciones para sus asociados y para sus procedimientos, se pronuncie sobre la calidad ética de trabajos científicos y aporte sus análisis al directorio para resolver eventuales conflictos.

La adherencia a principios éticos redundará en conductas adecuadas facilitando las decisiones clínicas pero su alcance es mucho más amplio porque la ética está presente en todo momento, desde la generación de conocimiento y el análisis de información hasta la aplicación clínica o administrativa del conocimiento, siendo este sistema de autorregulación la base del prestigio médico, un bien colectivo transgeneracional que sustenta la confianza de la comunidad y de los individuos hacia el profesional médico, primero como persona y luego como tal.

Los principios éticos han evolucionado agregando a la visión aristotélica de buscar el bien como virtud, la observancia de principios de bonhomía explícitos: la no maleficencia, la

beneficencia, los derechos de justicia y autonomía en la persona del paciente, como ser pensante y dueño de sí mismo. Es consecuente con esta visión, el rechazo a las ideas kantianas, según las cuales, los beneficios a las mayorías prevalecerían sobre los de las minorías. Nuestros asociados han de ser capaces de actuar de acuerdo a estos principios en todo momento, de buena fe, sin necesidad de ser supervisados.

El paciente ha de ser reconocido como autónomo, salvo que se encuentre incapacitado, en cuyo caso sus decisiones dependerán de un tercero que podría llegar a ser el propio médico. Todas las decisiones del paciente le son soberanas aunque en muchas ocasiones carecerá de suficiente información como para sopesar razonablemente sus opciones. En estos casos corresponde al médico entregar de *motu proprio* toda la información necesaria para ilustrar a la persona en conflicto. A mayor percepción de riesgos relacionados con la maleficencia, beneficencia o justicia, mayor el celo del médico para ofrecer información de buena calidad.

El médico debería contar con al menos las siguientes garantías y derechos para su desempeño con plena observancia de la ética:

Vigencia; acceso a la actualización y a la información de buena calidad.

Metodología; acceso y utilización de la metodología científica.

Transparencia; conocimiento de los potenciales conflictos de interés en las fuentes de información, la calidad de estas fuentes, sus fortalezas y limitaciones.

Crítica; disponer de oportunidad para análisis crítico propio y acceso al análisis crítico efectuado por expertos.

Autonomía e independencia; sus juicios deben estar libres de presiones comerciales, administrativas, fuentes de sesgo y condicionantes de otra índole que puedan afectar los principios éticos fundamentales de la relación médico-paciente ya enumerados.

Creatividad; el médico no es un mero ejecutor de normas y procedimientos, es un ser pensante, creativo y reflexivo, capaz de intervenir en las más variadas situaciones relacionadas con la salud.

Limitación; estar en posición de ofrecer una opinión de acuerdo al alcance del propio conocimiento y por tanto, tener la capacidad de reconocer cuando éste no es suficiente; discernir cuando es necesario contar con más información o con el concurso de otros. La convicción del médico nace de los métodos científicos para reconocer la verdad, del manejo de las estadísticas, del análisis crítico, de la contrastación con los pares y depende en cierta medida de la calidad de los medios auxiliares para contribuir a los diagnósticos o a los tratamientos.

Incorruptibilidad; es el derecho de rechazar las ventajas personales en sus actuaciones profesionales, por tanto es una actitud afín a la justicia y contraria al soborno, cohecho, perversión o cualquier otro vicio de corrupción.

Comparabilidad; el derecho de intercambiar experiencia con pares, buscando los mejores paradigmas.

Ética; el derecho a contar con un marco válido aceptado por toda la comunidad.

Respaldo; adherencia y protección por parte de las autoridades a los principios éticos y a los contenidos de las guías o documentos consensuados para buenas prácticas.

Objeción de conciencia; el derecho a negarse a realizar cualquier acto contrario a

sus principios. No obstante, el ejercicio de este derecho puede traer consigo nuevas responsabilidades éticas si entran en conflicto con la autonomía del paciente.

Alcance de estas recomendaciones.

Estas recomendaciones se refieren a las relaciones entre nuestros asociados y los siguientes círculos de intereses:

1. Industria proveedora de bienes y servicios en el sector salud.

Laboratorios farmacéuticos y Empresas proveedoras

Farmacias.

Clínicas.

Agrupaciones y sociedades de profesionales.

2. Instituciones de servicios de salud sin fines de lucro.

Hospitales, centros de salud estatales y municipalizados.

3. Administradores en áreas de la salud.

Administradores públicos.

Autoridades sanitarias.

Administradores de centros de salud.

Administradores de sistemas previsionales y de seguros. (FONASA e Isapres.)

4. Corporaciones con intereses mixtos (formativos, comerciales indirectos).

Universidades.

5. Corporaciones editoriales

Editoriales

6. Gremios

Colegios de profesionales de la salud

Corporaciones gremiales de industria.

7. Sociedades Científicas

8. Medios de prensa y comunicación

Características de los intervinientes.

Cada uno de los actores mencionados anteriormente es susceptible de actuar influyendo con algún tipo de interés. A continuación se analizan las características más sobresalientes de los diferentes intervinientes:

1. Industria proveedora de bienes y servicios en el sector salud.

Laboratorios farmacéuticos y proveedores de equipos, tecnología e insumos.

Son esencialmente empresas con fines de lucro y participan en el mercado de la salud como oferentes de productos para prevención primaria de enfermedades, prevención secundaria o rehabilitación de las personas.

Además de comercializar fármacos, insumos y equipos, algunos invierten para el progreso de la medicina, de la humanidad o para beneficio de las personas; participan en la creación de ciencia y en la difusión de conocimientos.

Obtienen permisos lícitos de funcionamiento, cumpliendo con los estándares que fija la

autoridad. Utilizan diversos medios propagandísticos para el posicionamiento de sus empresas y productos.

Farmacias

Son empresas con fines de lucro en áreas específicas del mercado, almacenamiento, distribución y expendio de productos farmacéuticos.

Tienen el privilegio de ser los únicos puntos de venta de los fármacos desarrollados por la industria farmacéutica. Otro campo comercial es el de preparación y expendio de recetas magistrales. Sin embargo, su oferta no está limitada a productos autorizados por el Instituto de Salud Pública como fármacos de uso humano ni tienen obligación de mantener stock de todos aquellos autorizados. Además, expenden y promueven múltiples productos artesanales o pseudonutricionales para ciertos problemas de salud, sin que éstos cumplan normas de estandarización de fármacos ni cuenten con evidencia formal.

Clínicas

Son esencialmente empresas con fines de lucro que participan en el mercado de la salud ofreciendo servicios a las personas para diagnóstico, prevención primaria o secundaria de enfermedades y para rehabilitación. Están expuestas a múltiples regulaciones que provienen de la autoridad sanitaria y de los códigos que afectan a los servicios. También compiten por captar preferencias en un mercado de clientes. Los médicos ocupan diversas posiciones en las clínicas y pueden estar actuando como empresarios, asociados o como empleados.

Agrupaciones y sociedades de profesionales.

Son sociedades que participan en el mercado de la salud con fines de lucro a través de la prestación de servicios médicos y no médicos. Poseen características similares a las clínicas aunque con cierta mayor autonomía.

Empresas oportunistas.

Caracterizamos en este rubro a las empresas que comercializan productos y servicios en áreas de la salud. Carecen de registro en el Instituto de Salud Pública por no cumplir normas exigibles a fármacos, pero se presentan como tales, con la intención de satisfacer esperanzas e ilusiones en el público consumidor. Su promoción se sustenta en testimoniales improbables y no en evidencia científica.

2. Instituciones de servicios de salud sin fines de lucro.

Hospitales y centros de salud estatales o municipalizados.

Son instituciones directa o indirectamente estatales que proveen servicios de salud a determinados sectores de la población. Son empresas sin fines de lucro aunque suelen realizar actividades lucrativas con la intención de contribuir a su “autofinanciamiento”. Participan en el mercado de la salud esencialmente como demandantes de bienes o servicios para ser aplicados a sus beneficiarios en su función de realizar prestaciones de salud.

3. Administradores en áreas de la salud

Se encuentran en posición de tomar decisiones que afectan el mercado de la salud de múltiples maneras, regulando la oferta, distribuyendo recursos, decidiendo compras y estableciendo prioridades.

Administradores Públicos y Autoridades Sanitarias, están afectos a normas de probidad bien conocidas.

Administradores y directivos de centros de salud, no necesariamente médicos, actúan como empresarios buscando la rentabilidad de sus respectivas empresas, lo que incluye economía de escala, actividades de promoción y publicidad.

FONASA corresponde al Fondo Nacional de Salud, ente estatal sin fines de lucro dependiente del Ministerio de Salud; su participación en el mercado de la salud es muy amplia por cuanto, además de efectuar pagos por prestaciones, establece unilateralmente los aranceles para las prestaciones las cuales sirven de referencia para el sistema de indexación arancelaria de las Isapres. La fijación de aranceles no es todo lo transparente que podría ser, ni tan oportuna cuando aparecen innovaciones técnicas, especialmente nuevos exámenes diagnósticos.

Las **Isapres**, son empresas privadas con fines de lucro, regidas por la Superintendencia de Salud y su objetivo es otorgar servicios clínicos o financiamiento para ellos. Obtienen financiamiento a través de un porcentaje obligatorio de cotizaciones que se obtiene de los ingresos de sus clientes y de pagos adicionales. Establecen redes de prestadores para realizar las prestaciones que son prescritas a sus beneficiarios.

4. Corporaciones con intereses mixtos (formativos, comerciales indirectos).

Universidades.

Son instituciones dedicadas a la educación superior e investigación científica, con o sin fines de lucro. Además de cumplir con su rol natural de generar programas formativos conducentes a títulos profesionales, certificar competencias en diversos campos y mantener investigación abierta en busca del mero conocimiento, pueden participar en el mercado de la salud de formas tales como investigación aplicada en búsqueda de patentes, servicios de certificación de bioequivalencia u homologación, servicios clínicos directos en competencia con otros prestadores, servicios para diagnósticos y otras actividades lucrativas. En algunos casos participan en alianzas con empresas del sector privado para el desarrollo de nuevos productos o utilización de campos clínicos, entre otras prácticas con sesgo comercial.

5. Corporaciones Editoriales

Editoriales

Son empresas con fines de lucro que administran redes de información médica impresa, electrónica o por otros medios. Pueden tener vínculos con sociedades científicas

administrando los aspectos comerciales de sus publicaciones.

Algunas aceptan avisos o se vinculan con la industria u otros intereses corporativos.

La mayoría funciona con normas de transparencia y recurre a comités editoriales de pares expertos e independientes. Se han ido perfeccionando las declaraciones de participación de los autores y sus potenciales conflictos de interés.

6. Gremios

Colegios de profesionales de la salud:

Son asociaciones gremiales sin fines de lucro que se constituyen con el propósito de agrupar y desarrollar múltiples iniciativas a favor de un gremio.

Mantienen especial preocupación por los aspectos éticos que atañen a sus asociados.

El Colegio Médico de Chile A.G. tiene una vasta trayectoria en materias de ética y cuenta con códigos de autorregulación relacionados con las relaciones entre médicos e industria.

Corporaciones gremiales de industria.

Son organizaciones de empresas que buscan regular la convivencia entre sus empresas asociadas y establecer acuerdos para la protección de sus negocios. Algunas han mostrado interés en la ética en las relaciones con profesionales adhiriendo a normas de autorregulación a través de consensos de buenas prácticas entre sus miembros.

Las principales asociaciones gremiales de industria en Chile son :

Cámara de Innovación Farmacéutica (CIF), agrupa a empresas que realizan investigación original y cumplen protocolos de investigación estandarizados como fases 1, 2 y 3 para obtener registros internacionales de fármacos. En Chile pertenecen a esta asociación gremial: Abbott, Abbvie, AstraZeneca, Bayer, Boehringer Ingelheim, Bristol–Myers Squibb, Eli Lilly, Genzyme, GlaxoSmithKline, Grünenthal, Janssen, Merck Sharp & Dohme, Novartis, Novo Nordisk, Pfizer, Roche, Grupo Sanofi Aventis y Sanofi–Pasteur. Cuentan con un código de autorregulación denominado Código IFPMA de Buenas Prácticas y sus procedimientos operativos se aplican en muchos países cuando la asociación nacional no ha adoptado un código propio. Este código contiene normas sobre el modo de entregar información de promoción de sus productos, de participar en actividades formativas y de dar apoyo a la participación de profesionales en diversos tipos de reuniones con objetivos docentes. El mismo código establece procedimientos para recibir reclamos por infracciones y sus eventuales sanciones. Habiendo coincidencia con los postulados del Colegio Médico de Chile A.G., ambas instituciones han firmado un acta de acuerdo sobre las relaciones entre los médicos y las empresas afiliadas a CIF.

La **Asociación Industrial de Laboratorios Farmacéuticos (Asilfa)**, agrupa a 11 empresas nacionales: Alpes Laboratories, Biosano, Euromed, Opko S.A., Gador S.A., ITF-Labomed, Pharma Investi (Roemmers), Fresenius Kabi, Tecnofarma, Sanitas y Vitalis Pharmaceutical. Sus asociados se caracterizan porque no investigan fármacos originales y se dedican a fabricar copias cumpliendo los estándares que fija la autoridad sanitaria. Sus asociados dirigen sus esfuerzos principalmente al mejoramiento de los procesos de manufactura y la certificación de sus productos como similares, equivalentes, bioequivalentes, intercambiables y otras categorías de copias utilizables en reemplazo de los fármacos

originalmente investigados. Hay importante diferencia en el avance en estos procesos entre sus asociados. Esta asociación gremial no cuenta con códigos de autorregulación en aspectos éticos de la promoción. Salvo excepciones (ITF-Labomed, Gador, Pharma Investi), el resto participa poco o nada en actividades de apoyo irrestricto a la educación médica.

Otras asociaciones gremiales:

La Asociación Isapres de Chile, agrupa a las Isapres Banmédica, Consalud, Cruz Blanca, Vida Tres y Río Blanco.

La Asociación de Clínicas reúne 40 clínicas y hospitales privados a lo largo de Chile. En su directorio están representadas las siguientes instituciones: Clínica Dávila, Clínica Los Carrera, Megasalud S.A., Clínica Indisa, Clínica Las Condes, Red de Salud UC – Christus, Clínica Santa María, Integramédica, Clínica Alemana y Clínica Avansalud.

7. Sociedades científicas:

Son corporaciones sin fines de lucro con personalidad jurídica que se constituyen generalmente por pares con el propósito de favorecer la actualización y la diseminación del conocimiento. Aspiran a ser el punto de encuentro suprainstitucional de los expertos en determinados temas.

8. Medios de prensa y comunicación

Constituyen un área multifacética de influencia sobre la comunidad en la que conviven las inquietudes de todos los sectores sociales y los más variados intereses por parte de los interlocutores. Estos intereses pueden ser de índole comercial, religiosa, política, causas radicalizadas o posturas personales.

Tipos de potenciales conflictos de interés.

Se entiende que existe un conflicto de intereses cuando la actuación del profesional a favor del interés de uno o varios pacientes puede ser influenciada indebidamente por un segundo interés.

Los médicos como individuos pueden estar expuestos a presiones de diverso tipo, entre las que destacan:

- Intentos de obtener su fidelidad para influir en decisiones de compra, preferencias de productos que pueden favorecer a proveedores o industrias.
- Presiones por parte de los administradores para obtener disminuciones de costos, aumentar los rendimientos o para dinamizar la rotación de stocks o consumos.
- También pueden ser presionados por consultantes para obtener beneficios.
- Si existe la dualidad médico/investigador o médico/docente, existirán las presiones

para desarrollar su segunda labor.

Las sociedades científicas pueden quedar expuestas a otros intereses corporativos cuando se someten a la influencia de alguna empresa, institución o grupo dominante, vulnerabilidad que puede disminuir cuando se favorece la mayor participación evitando la concentración, congregando miembros de múltiples instituciones, manteniendo su independencia y renovando sus directivas de forma dinámica.

En las universidades pueden convivir intereses altruistas, intereses de lucro y conductas dirigidas al beneficio corporativo o de sus asociados.

Las editoriales están expuestas a sesgos de información y a la manipulación de evidencia, sin que ésta sea falsa, para favorecer determinados productos o corporaciones.

Toda institución dedicada a la salud con o sin fines de lucro está expuesta a conflictos de interés.

Por último, toda persona o empresa que no cuente con medios de autorregulación está sometida a los mismos conflictos y puede propender a ellos con mayor facilidad.

Los médicos en el mercado de la salud.

Los médicos son los profesionales que detentan el privilegio de realizar acciones médicas hacia las personas o hacia la comunidad cuando sus competencias son reconocidas por el Estado en base a protocolos de formación académica universitaria. Una vez acreditado, el médico ejerce el derecho de autonomía para mantener y acrecentar el nivel de sus competencias. Para ello cuenta con habilidades metodológicas para discernir entre lo cierto y lo falso y cuenta con referencias éticas que facilitan la toma de decisiones.

Los ámbitos de trabajo de los médicos son la atención directa de pacientes, la docencia, investigación, el servicio público y también pueden ocupar diversas posiciones en empresas proveedoras de bienes o servicios en el mercado de la salud.

Los médicos pueden actuar como asesores o responsables en administración de servicios de salud o participar en comités para definir políticas públicas, recomendar inversiones, producir guías o manuales técnicos o participar en otras actividades con impacto en los mercados relacionados con la salud.

La posición de los médicos en el mercado de la salud es el de “oferente y demandante” de bienes y servicios. El médico entabla una relación de confianza con la persona que lo consulta, aplica una metodología para reconocer el estado de esa persona y formular diagnóstico, pronóstico y hacer recomendaciones para diagnóstico o tratamiento. Los recursos recomendados serán proporcionados por terceros y solventados por el propio paciente o por su sistema de seguridad social.

Una dinámica similar afecta la posición de los médicos cuando actúan como administradores o asesores en comités para tomar decisiones en planes, proyectos o

acciones de salud.

Es por la práctica de sus principios metodológicos y éticos que los médicos se han hecho depositarios de la confianza de las personas, de la comunidad y en especial de los individuos que los consultan. Se asume que todo acto del médico está gobernado por su compromiso irrenunciable de aplicar principios de no maleficencia, beneficencia, justicia y autonomía. Contribuyen a la confianza del público la demostración de conocimiento actualizado, las actuaciones ponderadas y reflexivas, el escrutinio por pares y la transparencia en todos los actos.

Los mismos principios éticos aplicados al bien común sostienen el reconocimiento de los médicos como sujetos de fe pública, referentes válidos en todos los asuntos relacionados con la salud.

El líder de opinión

Es una persona que goza de confianza por parte de la comunidad, de sus pares o de ambos por su conocimiento en determinados temas. El líder de opinión es por lo general un experto reconocido por pares por habilidad y dedicación para compartir su experiencia y el fruto de sus análisis. Mantiene su experticia invirtiendo tiempo y recursos para profundizar en el conocimiento de determinados temas a través de la experiencia directa, la investigación, la literatura docta, la participación en reuniones de expertos, reflexionando sobre la suma de información, contrastándola con su experiencia para finalmente elaborar comunicaciones. Las oportunidades y alcance del líder de opinión se acrecientan cuando debate con sus pares y alterna con expertos en todos los niveles, nacional e internacional.

Todo médico es potencialmente un líder de opinión, en la medida que perfecciona su propio arte, la metodología científica, manteniendo una actitud transparente, ética e incorruptible.

Como tal, el líder de opinión es una persona especialmente observada en los ámbitos académicos y público.

Calidad de los intervinientes en la relación de los médicos con la industria.

Es injusto el acto discriminatorio de presumir mala fe o corrupción cuando se juzga la intervención de personas responsables que participan legítimamente en el mercado de la salud por ese sólo hecho. Las personas naturales vinculadas de cualquier forma a industria o universidades u otros actores con intereses potenciales que trabajan en el mercado de la salud participan de hecho en la creación de ciencia, en la promoción del conocimiento y de las buenas prácticas. Son plenamente respetables cuando adhieren a principios éticos en su compromiso social.

No solo consideramos adecuada la participación de los expertos en todo tipo de actividades médicas aunque estén relacionados con círculos de interés, así sean de la industria, universidades, grupos de profesionales, administradores públicos o privados u otros; la apreciamos necesaria y conveniente. A la inversa, consideramos falta a la ética en sus aspectos de justicia y beneficencia cuando el experto guarda para sí información que

podría conducir a la solución de problemas médicos graves. No obstante, cada actor debería asumir el imperativo ético de aportar su información de manera veraz y completa e inhibirse de participar en la toma de decisiones cuando estas pudieran implicar beneficios potenciales, ventajas de índole comercial o influencias. Nuestra recomendación para estas situaciones es la de radicar las decisiones en otras personas imparciales en los procesos de toma de decisiones.

Considerando la necesidad de contar con reuniones periódicas de actualización y diseminación de los avances en investigación en congresos científicos, cuya organización supone costos financieros que en la actualidad superan la capacidad de las instituciones académicas organizadoras, sociedades científicas, universidades o grupos de profesionales, es adecuado solicitar y obtener aportes a diversos intervinientes para financiar los eventos académicos, que de otro modo habrían de ser cubiertos por los asistentes con aranceles que no tendrían proporción con las escalas de remuneraciones de los profesionales. Este tipo de relaciones son aceptables cuando se someten a los conceptos del presente documento.

Recomendaciones hacia nuestros asociados.

Aceptabilidad de prácticas en situaciones de potenciales conflictos de interés.

SOCHEG identifica una lista no taxativa de situaciones comunes observadas en la práctica que merecen ser calificadas en términos de aceptabilidad desde el punto de vista de la ética y transparencia.

Declaración de conflictos de interés.

SOCHEG recomienda a sus asociados declarar todo potencial conflicto de interés en presentaciones en calidad de médico, experto o líder de opinión, ya sea en reuniones ante pares, simposios, congresos científicos, conferencias públicas y en todo tipo de reuniones profesionales o académicas.

Forma de declarar potenciales conflictos de interés.

SOCHEG recomienda a los conferencistas notificar a los organizadores todas sus relaciones personales con la industria, universidades e instituciones en que trabajan, de modo que ambos puedan identificar y sopesar la presencia o influencia de eventuales conflictos de interés. SOCHEG adopta lo sugerido por la Academia Chilena de Medicina de Chile sobre el siguiente protocolo para las presentaciones públicas: se deben mencionar el nombre de la o las empresa(s) o instituciones patrocinante(s) y el tipo de aporte o servicio que los ha vinculado durante los últimos tres años, sin que sea menester explicitar mayores detalles tales como los montos involucrados.

Reconocimiento de posibles conflictos de interés.

SOCHEG recomienda a sus asociados reconocer la presencia de intereses promocionales o comerciales en las actuaciones de representantes de industria, universidades e instituciones públicas o privadas, reconocer los potenciales sesgos de información, evaluar la evidencia científica de los argumentos, manteniendo plena autonomía profesional y en plena libertad para formarse su propio juicio en la toma de decisiones, haciendo primar

siempre la beneficencia, no maleficencia, justicia y autonomía de los pacientes por sobre otras consideraciones.

Relaciones con representantes comerciales.

SOCHEG recomienda a sus asociados mantener relaciones impersonales con las personas que realizan promoción directa de productos mediante literatura y entrevistas, aislar los fundamentos que cumplen requisitos de evidencia científica, para servir de inspiración para realizar su propia búsqueda de información en fuentes imparciales y con edición revisada por pares y descartar la propaganda comercial sin respaldo científico.

Grants y aportes a la educación médica.

SOCHEG considera adecuado que los profesionales acepten invitaciones con financiamiento de viaje, asistencia y/o alojamiento para que puedan concurrir a eventos científicos en el país o en el extranjero, mientras se trate de eventos de nivel científico y abiertos a la discusión de pares y no hayan compromisos de reciprocidad.

Vulnerabilidad por atenciones y regalos.

SOCHEG recomienda a sus asociados evitar aceptar dádivas y atenciones en general y a la industria abstenerse de ofrecerlas. En caso que estas se produjeran, el asociado debe ignorar toda clase de compromiso y no permitir que influyan en sus decisiones clínicas. Consecuentemente, SOCHEG recomienda no aceptar invitaciones de la industria para participar en actividades sociales, turísticas u otras que no estén directamente relacionadas con su labor profesional.

Participación de expertos relacionados con la industria en trabajos médicos.

SOCHEG no comparte las presunciones de deshonestidad implícitas en declaraciones de algunos círculos médicos con respecto a profesionales expertos por el mero hecho de estar relacionados con la industria en circunstancias que sus aportes pueden ser relevantes y muchas veces indispensables. No obstante, SOCHEG recomienda que los médicos que tengan relaciones directas o indirectas con la industria las señalen de forma muy explícita cuando participen en comités editoriales, grupos de trabajo, consejos de redacción de guías clínicas, redacción de manuales terapéuticos o participen como asesores, para que los demás miembros puedan formarse un juicio bien informado y asegurarse que existan personas imparciales en la toma de decisiones.

Participación de la industria en actividades de formación médica.

SOCHEG considera lícito solicitar y aceptar ayuda financiera de la industria para reuniones de educación médica de pre o posgrado mientras los aportes sean irrestrictos, es decir sin condicionar de forma alguna el programa científico ni la selección de los docentes y expositores. SOCHEG recomienda reconocer esta ayuda mencionándola sobria y explícitamente en medios escritos, páginas web o al comienzo y término de la reunión respectiva.

Estands y presencia de representantes de la industria en actividades académicas.

SOCHEG considera aceptable conceder espacios a las empresas para promocionar sus marcas y productos a cambio del apoyo financiero de los eventos científicos, mientras se

mantenga la independencia de los contenidos de las conferencias, cursos y talleres de educación médica.

Simposios de industria al interior de actividades académicas

SOCHEG considera aceptable permitir la organización y financiamiento de simposios de industria al interior de eventos científicos con la finalidad de mostrar nuevos productos, avances en investigación o ideas, pero es indispensable que estos espacios se separen completamente del programa científico y se declare anticipada y claramente su naturaleza además de los potenciales conflictos de interés de los expositores.

Mención de productos en actividades académicas.

Como muchas de las reuniones de análisis se refieren precisamente a la evaluación de recursos de tratamiento, SOCHEG recomienda utilizar preferentemente la denominación genérica de productos, no obstante puede darse el caso de productos únicos o de diferencias muy notorias en diversas versiones. En estos casos es de toda ética darlas a conocer siempre que las fuentes de información y sus resultados sean confiables.

Aceptabilidad de las muestras médicas.

SOCHEG considera legítimo que las empresas promuevan sus productos dentro de los marcos de probidad que se expresan en este documento, proporcionando muestras médicas idénticas a las que se usan en la práctica clínica siempre que en estos actos los profesionales mantengan su plena independencia y no se establezcan relaciones de fidelidad. SOCHEG no comparte la aprensión expresada por otras corporaciones con respecto a la entrega de muestras médicas e incluso las considera indispensables para el conocimiento y reconocimiento de los productos que se usan en la práctica clínica, por tanto, la muestra no constituye una dádiva ni puede ser vista como medio de cohecho o soborno. En el caso de recibir muestras médicas en el contexto de consultas y lugares de trabajo, SOCHEG recomienda al médico que las recibe decidir su uso únicamente por la convicción de ser útiles para un objetivo clínico con plena observancia de los cuatro principios éticos fundamentales y con plena conciencia que tanto él como el paciente quedan en entera libertad de optar posteriormente por este u otro producto. Las muestras médicas no pueden ser comercializadas ni utilizadas como transacción en ninguna forma.

Posición frente a la intercambiabilidad y bioequivalencia de fármacos y productos de uso clínico en general.

SOCHEG advierte que existe ambigüedad en las denominaciones relacionadas con la comparación de diversas versiones de fármacos, las que en ocasiones resultan engañosas: se entendería que se trata de productos idénticos, procesados de la misma manera, con la misma estabilidad, pureza y con la misma biodisponibilidad, por tanto exactamente iguales, sin embargo, las diferencias copulativas de acuerdo a cada una de las características enumeradas pueden dar lugar a preparados con propiedades muy diferentes aunque el componente principal sea una molécula similar al fármaco que se está copiando. SOCHEG recomienda a sus asociados abstenerse de recomendar como similares productos que no puedan demostrar su intercambiabilidad en términos suficientes para la convicción del profesional.

Facilitación de recursos de información.

SOCHEG considera que facilitar el acceso a fuentes de información tales como revistas científicas a través de librerías de universidades, industrias, distribuidores editoriales como RIMA y otras, constituyen un muy importante aporte a la educación médica cuando las fuentes a consultar son independientes y de buena calidad científica, por tanto SOCHEG no solamente no presenta reparos a aceptar estas facilidades, las considera equivalentes a *grants* educacionales irrestrictos e insta a utilizarlas ampliamente, sin necesidad de declarar estos accesos como vinculantes con la industria o potenciales fuentes de conflictos de interés.

Actividades cerradas de industria.

SOCHEG no recomienda en general participar en actividades docentes organizadas por la propia industria, excepto cuando dichas actividades sean entrenamientos indispensables para el adecuado uso de un determinado recurso de tratamiento. SOCHEG recomienda asumir dichas actividades como oportunidades para perfeccionar destrezas y en ningún caso adquirir o sentir que se ha establecido un compromiso de reciprocidad o fidelidad hacia la empresa que las realiza.

Inserciones promocionales en publicaciones médicas.

SOCHEG considera que el ideal es que no existan avisos de publicidad en las publicaciones médicas. No obstante reconoce que en ocasiones es aceptable permitir la inserción de avisos promocionales en publicaciones médicas únicas o periódicas cuando no hay otras formas para su financiamiento. En estos casos los avisos deben tener un formato separado que los haga reconocibles como inserciones comerciales para publicidad.

Aportes de industria para investigación.

SOCHEG considera adecuado e incluso deseable que la industria participe aportando financiamiento a la investigación, mientras su apoyo sea irrestricto y se trate de investigación genuina, no de promoción disfrazada de investigación.

Vínculos contractuales de médicos con empresas o instituciones.

SOCHEG considera lícito que profesionales establezcan relación contractual con empresas, pero esta relación debe ser informada y conocida por los demás cada vez que el médico participe en discusiones de carácter técnico. SOCHEG considera que si un médico participa directa o indirectamente en actividades comerciales de la industria, ya sea como propietario, accionista, empleado o socio de una determinada empresa o proyecto, no se afecta su capacidad de razonamiento o creatividad, sin embargo se sitúa en el lado de la industria con disminución de su autonomía, por lo tanto, debe asumir el imperativo ético de marginarse de votaciones y decisiones cuando participa en comités y estos deberían quedar conformados por profesionales independientes.

Administración de la objeción de conciencia.

SOCHEG reconoce el derecho a negarse a realizar cualquier acto contrario a los principios del médico. No obstante, cuando este principio se aplica a la relación entre médico y paciente, el derecho del médico no puede superar al del paciente en términos de justicia y

autonomía. En caso de conflictos de esta naturaleza, SOCHEG recomienda referir el caso a otro profesional que esté en condiciones de actuar bajo los cuatro principios fundamentales de la ética.

Prácticas recomendables y aceptables:

Es recomendable asistir a cursos, congresos, actualizaciones, seminarios, reuniones clínicas y actividades de educación médica de posgrado, donde las fuentes sean dignas de confianza.

Cuando se solicita y obtiene auspicios para actividades de formación médica, estos deben ser irrestrictos.

Es recomendable actuar siempre con plena autonomía, no permitiendo interferencias sobre el acceso libre a la información la cual ha de ser abierta y expuesta a la crítica de pares, de manera que nada afecte ni condicione el buen juicio del profesional.

Es aceptable recibir material de trabajo con o sin logos y otros elementos promocionales, siempre que estos no condicionen de manera alguna las decisiones médicas y su distribución cumpla con los criterios de transparencia.

Es recomendable estar atento a las fuentes de sesgo, que pueden provenir de la industria, de las instituciones, de los administradores o de cualquier fuente de información e ignorar instrucciones cuando son inadecuadas o peligrosas.

Es recomendable actuar de manera creativa y oportuna frente a situaciones especiales. SOCHEG no considera objetable el uso de recursos “off label” cuando al experto le asiste la convicción de beneficencia sin maleficencia, reconociendo que la mayor parte de la evidencia con respecto a los fármacos es parcial y proviene de la propia industria con sus sesgos comerciales y posicionamientos en “nichos” de mercado.

Prácticas objetables:

Aceptar regalos y atenciones en general.

Participar en seminarios cerrados organizados por un proveedor de bienes o servicios de salud, en los que no hay oportunidad de debate o en que pueda inducir conductas sin suficiente análisis independiente.

Participar en campañas de fidelización tales como “programas 2 x 1” con calcomanías codificadas u otro elemento para la trazabilidad del prescriptor. Las técnicas “promocionales” de mercadeo serían aceptables con reparos cuando no hay otro modo de favorecer el acceso a recursos necesarios que de otra manera sería difícil conseguir. En cambio, esta práctica sería inaceptable si no concurre un principio de beneficencia neta a favor del paciente y solo constituye una técnica de mercadeo.

Prácticas inaceptables:

Aceptar regalos o remuneraciones a cambio de recetas.

Cualquier tipo de aporte condicionado a la fidelidad del profesional.

Dádivas hacia el profesional o sus relacionados que puedan generar fidelidad, tales como favores, viajes de turismo o actividades de entretención y placer en general.

Aceptar información sesgada o de baja confiabilidad.

Actuar denegando atenciones o recursos, al amparo de objeción de conciencia, que se vuelve ilegítima cuando pretende imponer ideas propias, violando alguno de los cuatro fundamentos éticos en la relación entre médicos y pacientes.

Practicar dicotomía u obtener participaciones en la ganancias de prestadores derivadas de los servicios que se realizan por indicación del médico en su calidad de tratante o por la venta de recetas magistrales.

Prácticas reñidas con la ética en investigación, presentación y análisis de resultados.

SOCHEG considera contraria a la ética cualquiera de las siguientes conductas:

Liberar datos de investigación a la opinión pública con la finalidad de llevar a cabo una política, sin haber expuesto los datos previamente para debate con expertos.

Informar inadecuadamente sobre las limitaciones del estudio, en especial si ha habido deliberados sesgos de selección.

Mantener los datos esenciales fuera del alcance de expertos de otros centros que pudieran hacer un análisis crítico.

Liberar los resultados con estrategias de impacto en los medios de comunicación para favorecer una determinada conducta.

Comunicar hipótesis de trabajo como si estas ya se hubieran demostrado.

Utilizar información ajena como si fuera propia.

Manipular la evidencia para producir una preferencia comercial.

Manipular el diseño de trabajos de investigación con la finalidad de distorsionar efectos de intervenciones.

Presentar los resultados de forma desproporcionada al impacto real en términos epidemiológicos.

