

Farmaindustria actualiza su Código de Buenas Prácticas

La revisión, que entrará en vigor el 1 de enero de 2021, responde al compromiso de mejora continua del marco deontológico de actuación de las compañías farmacéuticas

“Nuestra intención es seguir evolucionando para hacer de nuestro sector una referencia de comportamiento ético”, explica el director de la Unidad de Supervisión Deontológica, que vela por el cumplimiento del Código

Madrid, 24 de noviembre de 2020. Confianza, integridad, respeto, legalidad, transparencia y prevención. Son los pilares sobre los que se asienta el Código de Buenas Prácticas de la Industria Farmacéutica. “Estos principios han sido los ejes del Código desde hace dos décadas, pero hemos querido explicitarlos para hacer aún más patente ante la sociedad las bases de nuestro compromiso con todos los agentes con los que interactuamos y con el conjunto de la sociedad –explica José Zamarriego, director de la Unidad de Supervisión Deontológica de Farmaindustria, que vela por el cumplimiento del Código-. Hemos dado pasos pioneros y de estímulo para otros sectores, especialmente en el campo de la transparencia, y nuestra intención es seguir evolucionando para hacer de nuestro sector una referencia de comportamiento ético”.

La [actualización](#), ya aprobada por la Asamblea General de Farmaindustria y publicada, entrará en vigor el próximo 1 de enero. Responde al propósito de adecuar el Código a la evolución del sector farmacéutico, que se caracteriza por su dinamismo e innovación, y al compromiso de mejora continua del marco deontológico de actuación de las compañías.

En esta ocasión se incorporan un conjunto de recomendaciones en materia de actividades informativas sobre medicamentos de prescripción y de relaciones con los medios de comunicación, y aclara y matiza la responsabilidad de las compañías farmacéuticas en el entorno digital y en la utilización de las redes sociales. Además, y entre otros aspectos, establece criterios y pautas de actuación adicionales aplicables en relación con los servicios prestados por profesionales sanitarios o por organizaciones sanitarias.

El Código de Buenas Prácticas, consolidado a lo largo de dos décadas a través de las sucesivas actualizaciones y reconocido por la exigencia y transparencia en la aplicación y seguimiento de su articulado, se ha convertido en una referencia pionera del valor de la autorregulación como instrumento para la evolución deontológica de un sector tan complejo y regulado como el de la industria farmacéutica.

Cada vez más transparentes

Un ejemplo significativo ha sido la apuesta por la transparencia. El Código ha implicado desde su nacimiento la publicación de las sanciones y mediaciones en aplicación de sus principios. Posteriormente se incluyó también la publicación de todas las colaboraciones entre compañías farmacéuticas y organizaciones de pacientes. Y desde hace unos años se incluye también la publicación por parte de las compañías de todas sus colaboraciones con organizaciones y profesionales sanitarios. España es el único país de Europa que exige la publicación individualizada de todas estas colaboraciones a través de un modelo de autorregulación.

Este compromiso con la transparencia ha sido reconocido por instituciones públicas (como el Consejo de Transparencia y Buen Gobierno y el Consejo Nacional de los Mercados y la Competencia) y privadas (como Transparencia Internacional España y el Consejo de la Abogacía Española), en lo que es un aval muy valioso al compromiso de las compañías farmacéuticas en España con el buen hacer.

“La pandemia que afrontamos hace más patente que nunca el valor de la industria farmacéutica y su liderazgo global en materia de investigación y desarrollo de medicamentos y vacunas, que, como estamos viendo, es crítico no sólo desde el punto de vista sanitario, sino también económico y social –afirma Zamarriego-. El ámbito tan delicado y sensible socialmente en el que trabajamos nos exige un compromiso nítido con la sociedad, con las personas, y por tanto con las buenas prácticas. El Código forma ya parte del ADN de nuestras compañías, en virtud del objetivo de prevención que lo mueve. Esta actualización nos permite seguir avanzando en un recorrido que implica a todos y que no se detiene”.

Para más información:

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE FARMAINDUSTRIA

Correo electrónico: fjfernandez@farmaindustria.es | rgarciadelrio@farmaindustria.es | avigario@farmaindustria.es

Teléfono: 915 159 350

Web: www.farmaindustria.es

