

## DECLARACIÓN DE LA AMM SOBRE LAS RELACIONES ENTRE LOS MÉDICOS Y LAS EMPRESAS COMERCIALES

*Adoptada por la 55ª Asamblea General de la AMM, Tokio, Japón, octubre 2004,  
enmendada por la 60ª Asamblea General de la AMM, Nueva Delhi, India, octubre 2009  
y por la 71ª Asamblea General de la AMM (en línea), Córdoba, España, octubre 2020*

### INTRODUCCION

En el tratamiento de sus pacientes el médico usa medicamentos, instrumentos, herramientas de diagnóstico, equipo y materiales que son creados y producidos por empresas comerciales. La industria posee recursos para financiar la investigación y programas de desarrollo caros, para los cuales los conocimientos y la experiencia de los médicos son esenciales. Además, el apoyo de la industria permite el progreso de la investigación médica, las conferencias científicas y la educación médica continua que puede beneficiar a los pacientes y a todo el sistema de atención médica. La combinación de los recursos económicos y el conocimiento del producto aportados por la industria y los conocimientos profesionales de cada médico permite el desarrollo de nuevos procedimientos diagnósticos, medicamentos, terapias y tratamientos, lo que produce grandes avances en la medicina.

Sin embargo, pueden producirse conflictos de intereses entre los médicos y la empresa comercial y pueden perjudicar la atención de los pacientes y también la reputación de la profesión médica. El deber del médico es evaluar objetivamente lo que sea mejor para el paciente y promover la relación médico-paciente, mientras que las empresas comerciales deben producir ganancias para los dueños con la venta de sus propios productos y competir por los clientes. Consideraciones comerciales pueden afectar la objetividad del médico, en especial si el médico depende de alguna manera de la empresa.

En lugar de prohibir toda relación entre los médicos y la industria, es preferible establecer normas para este nexo. Estas normas deben incluir principios clave de información, transparencia, prevención de conflictos de intereses y promover la capacidad del médico para actuar por el bienestar del paciente.

Las normas que regulan las relaciones entre los médicos y las empresas comerciales deben entenderse según los valores éticos fundamentales de la AMM, como se estipulan en particular en la Declaración de Ginebra, Declaración sobre Conflicto de Intereses, Declaración de Seúl sobre Autonomía profesional e independencia clínica y el Código internacional de ética médica.

La autonomía y la independencia clínica de los médicos deben ser principales en todas las decisiones médicas de los pacientes, independientemente del entorno de la práctica, ya sea patrocinado por el gobierno, privado, con fines de lucro o sin fines de lucro, financiado por inversionistas, empleadores de compañías de seguros u otros.

Los planes de estudio de las escuelas de medicina y los programas de residencia deben incluir cursos educativos sobre la relación entre las empresas y la profesión médica en vista de los principios y valores éticos de la profesión.

### RECOMENDACIONES

#### Conferencias Médicas

1. Estas pautas relacionadas con conferencias médicas se aplican, cuando corresponda, a eventos corporativos, tales como eventos educativos y actividades promocionales, incluidos para artículos de

## DECLARACION DE LA AMM SOBRE LAS RELACIONES ENTRE LOS MEDICOS Y LAS EMPRESA

utilidad médica, patrocinados por una empresa comercial.

2. Los médicos pueden asistir a las conferencias médicas auspiciadas en parte o totalmente por una entidad comercial, si cumplen con los siguientes principios:

- El principal objetivo de la conferencia es el intercambio de información profesional o científica en beneficio de la atención del paciente.
- La hospitalidad durante la conferencia debe ser secundaria al intercambio profesional de información y no debe exceder lo que es usual a nivel local y generalmente aceptable.
- El médico no debe recibir pago directamente de una entidad comercial para costear los gastos de viaje, habitación y comidas en la conferencia para él o un acompañante o compensación por su tiempo, a menos que esté permitido por ley o por la política de su asociación médica nacional o a no ser que sea un honorario razonable por su intervención en la conferencia.
- El nombre de la entidad comercial que entrega subvención económica será dada a conocer públicamente a fin de permitir a la comunidad médica y a la opinión pública la evaluación justa de la información presentada en vista de la fuente de financiamiento. Además, los organizadores y oradores de la conferencia son transparentes y comunican toda afiliación financiera que pueda influenciar potencialmente actividades educativas o cualquier otro resultado substancial que pueda derivarse de la conferencia.
- De acuerdo con las Normas para las intervenciones mediáticas promocionales de los médicos, el material que presenta el médico debe ser científicamente preciso y otorgar una revisión equilibrada de las posibles opciones de tratamiento y no debe ser influenciado por la organización auspiciadora.

3. Además, una conferencia puede ser reconocida para la educación médica continua/desarrollo profesional continuo (CME/CPD) sólo si cumple con los siguientes principios:

- Las entidades comerciales que son auspiciadores, como las compañías farmacéuticas o empresas del sector de aparatos médicos, no tendrán influencia en el contenido, presentación, elección de oradores o publicación de resultados.
- El financiamiento de una conferencia será aceptado sólo como una contribución a los costos generales de la reunión.
- La independencia de los contenidos de la conferencia esté garantizada.

### Obsequios

4. Para mantener la confianza entre los pacientes y los médicos, éstos deben rechazar:

- dinero en efectivo o equivalente y otros obsequios para beneficio personal de una entidad comercial.
- Los obsequios destinados a influenciar la práctica clínica, incluida la prescripción directa de incentivos.

5. Los médicos pueden aceptar:

- Las ayudas promocionales, siempre que el obsequio tenga un valor mínimo y no tenga relación con ninguna estipulación acerca de que el médico prescriba cierto medicamento, utilice ciertos instrumentos o materiales o derive pacientes a ciertos establecimientos.
- Los obsequios de cortesía cultural, de manera ocasional conforme a las costumbres locales si el obsequio tiene valor mínimo y no tiene relación con la práctica de la medicina

# DECLARACION DE LA AMM SOBRE LAS RELACIONES ENTRE LOS MEDICOS Y LAS EMPRESA

## Investigación

6. El médico puede realizar investigación financiada por una entidad comercial, ya sea a nivel individual o institucional, si se cumple con los siguientes principios:
- El médico estará sujeto solamente a la legislación, los principios éticos y normas de la Declaración de Helsinki y opinión clínica cuando realice investigación y no permitirá presión externa sobre los resultados de su investigación o su publicación.
  - Si es posible, el médico o la institución que desee comenzar una investigación contactará más de una fuente comercial para solicitar fondos de financiamiento.
  - La información personal identificable sobre los pacientes de la investigación o participantes voluntarios no debe proporcionarse a la compañía auspiciadora sin el consentimiento de las personas involucradas.
  - El médico puede recibir compensación por su investigación si está basada en el tiempo y el trabajo, pero de ninguna manera puede estar relacionada con los resultados de la investigación.
  - Los resultados de una investigación deben ser publicados con el nombre de la entidad auspiciadora, junto con una declaración que dé a conocer quién solicitó la investigación. Esto se aplicará en casos de auspicio directo o indirecto, total o parcial.
  - Las entidades comerciales permiten la libre publicación de los resultados de una investigación.
  - Siempre que sea posible, la investigación financiada por empresas comerciales debe ser gestionada por entidades sin fines de lucro interpuestas, como institutos o fundaciones.

## Asociación con Entidades Comerciales

7. El médico no puede asociarse con una entidad comercial, como consultor o miembro de un consejo asesor, a menos que la asociación cumpla con los siguientes principios:
- La asociación no comprometerá la integridad del médico.
  - La asociación no entrará en conflicto con las obligaciones del médico para sus pacientes.
  - Las asociaciones u otras relaciones con una entidad comercial serán dadas a conocer totalmente en todas las situaciones pertinentes, como conferencias, intervenciones personales, artículos, informes y contribuciones de influencia a la misión de las asociaciones médicas u otras entidades de salud sin fines de lucro.