

ANÁLISIS DE LA ÉTICA EMPRESARIAL DE FRENTE A LA COMERCIALIZACIÓN DE  
MEDICAMENTOS PARA ENFERMEDADES DE ALTO COSTO EN COLOMBIA.

PRESENTADO POR:

CAROLINA RANGEL MOLINA

PRESENTADO A:

JACKSON PEREIRA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

ESPECIALIZACION EN MERCADEO DE SERVICIOS

SEMINARIO DE GRADO

BOGOTA

2014

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. TÍTULO	4
2. DEMILITACIÓN DEL PROBLEMA	4
2.1. ANTECEDENTES	5
2.2. JUSTIFICACION	7
3. OBJETIVOS	8
3.1. MARCO TEORICO	9
4. DESARROLLO DEL TRABAJO	12
4.1. PRACTICAS DE LA ETICA EMPRESARIAL EN COLOMBIA	13
4.2. CARACTERISTICAS DE LOS PROCESOS ETICOS	14
4.3. ACCIONES BÁSICAS	17
4.4. PRACTICAS ETICAS	18
5. CONCLUSIONES	20
6. RESEÑA BIBLIOGRAFICA	21

## LISTA DE TABLAS

	PÁG.
TABLA 1. PRACTICAS DE LA ETICA EMPRESARIAL EN COLOMBIA	12
TABLA 2. PRINCIPALES FARMACÉUTICAS EN COLOMBIA	13

1. Título:

Análisis de la Ética empresarial: Una perspectiva desde la comercialización de medicamentos de alto costo en Colombia.

2. Delimitación del problema:

La calidad de vida del ser humano está compuesta, entre otras cosas, por la salud, siendo ésta un derecho fundamental y un objetivo estratégico en el desarrollo de cualquier sociedad. No obstante a ello, y de acuerdo a planteamientos y tesis sostenidas en los medios de comunicación, la producción y comercialización internacional de productos farmacéuticos se concentra hoy en manos de un reducido grupo de empresas transnacionales que invierten cuantiosas sumas para obtener importantes avances que son la base de nuevos y costosos medicamentos que les representa significativas ganancias, fundamentalmente a expensas del saqueo y explotación de recursos de países menos avanzados y de un bajo nivel de accesibilidad. (Lopez, 2011)

Colombia ha sido un nicho importante para la comercialización inadecuada de medicamentos de alto costo necesarios para la atención de enfermedades de alto costo como cáncer o sida. En este orden de ideas las preguntas que orientan la demarcación del objeto de estudio son:

¿Es posible construir para Colombia políticas gubernamentales que garanticen la comercialización adecuada de medicamentos de alto costo en Colombia que permitan su acceso a la población menos favorecida?

## 2.1. Antecedentes

El concepto de Ética empresarial es relativamente nuevo y se conoce como el conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad y permitir una mejor adaptación a todos los entornos en condiciones que supone respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte. El tema de la ética es muy importante ya que hay empresas que fracasan por no tenerla y decepcionan a los clientes y a los empleados. Se requiere ser responsables, respetuosos y dispuestos con las personas, pues la ética no solo es importante en el ambiente de trabajo sino en nuestro diario vivir.

A nivel mundial los mercados de salud están conformados por cuatro industrias: las entidades aseguradoras de salud, los servicios médicos, los servicios de hospitalización y los medicamentos, cada una con su propia estructura y organización y comportamiento sectorial. Particularmente, el sector farmacéutico se caracteriza por la gran inversión en investigación y desarrollo y publicidad, altas tasas de renovación y diferenciación de productos, la generación de beneficios financieros a las empresas y pacientes, a estos últimos a través de reducciones en el número de muertes, en el costo de los tratamientos y en los días de hospitalización. (Velasquez, Regulación en el mercado Farmacéutico Colombiano, 2010)

Una de las razones de esa inquietud es que la ética de las empresas busca resolver los dilemas éticos que surgen durante el transcurso de su vida y proporcionan los criterios para tomar las decisiones correctas, que son aquellas que consultan los principios y las normas que deben observar los dirigentes empresariales. De acuerdo con lo anterior, en las empresas de cualquier naturaleza hay ciertos niveles éticos que se relacionan o se refieren a la honestidad que también tiene que predominar en los actos y relaciones de la organización con la sociedad, a la calidad de los bienes y servicios que la compañía suministra y a la responsabilidad empresarial como un instrumento necesario para su contribución al bienestar general de la comunidad.

La ética de las empresas, además de tener la responsabilidad con el bien común, es un compromiso con el respeto permanente hacia todos sus asociados: su personal, sus clientes, sus inversionistas, sus proveedores, sus acreedores, y el Estado como representante de la sociedad.

Así la ética debe contribuir a afianzar la credibilidad y la confiabilidad de toda la sociedad en la empresa, logrando satisfacer los deseos y atendiendo los derechos de todas sus partes interesadas.

El término bioética fue utilizado por primera vez por Van Rensselaer Potter como una propuesta de una nueva disciplina que sirviera como un puente entre dos culturas: la científica, en torno a la vida y al medio ambiente, y la humanista centrada en la ética. Aunque no existe una sola manera de definir a la bioética, la Bioética se puede definir como el estudio sistemático de las dimensiones de la moral incluyendo a la visión moral, las decisiones, la conducta y las políticas de las ciencias de la vida y del cuidado de la salud, empleando una variedad de metodologías éticas en un contexto multidisciplinario (Hospital Juarez, México)

Desde todos los tiempos de la historia el hombre ha tenido dudas sobre la forma de conservar su existencia, para sobrevivir tenía q elegir lo q le generaba calidad de vida y lo que la sociedad aprueba como verdadero y adecuado.

Colombia no es un país ajeno a esa problemática y el mercado farmacéutico se caracteriza por presentar una fuerte interacción entre productores privados y distribuidores del sector público, tener un listado de medicamentos genéricos y esenciales a los que tiene derecho los afiliados a la seguridad social, presentar dos canales de distribución y por tener política de regulación de precios y de concentración del mercado que en muchas ocasiones desconoce las particularidades del sector. (Zuluaga, 2011)

Las discusiones académicas se han concentrado en la Ley 100 de 1993. Ley que reformo el sistema nacional de salud y dio inicio al Sistema General de Seguridad Social en Salud – SGSS- y las implicaciones de la sentencia T760de 2008 que modifica algunas disposiciones de la mencionada ley, sin considerar el gran impacto que el sector farmacéutico tiene en el funcionamiento y logros del sistema general de salud. (Velasquez, Regulación en el mercado Farmacéutico Colombiano, 2010)

Lo anterior propicia una interacción entre oferta y demanda en un ambiente de mercado que difiere de otras industrias, por el lado de los consumidores se destaca la participación de varios agentes en la adquisición del bien y los fallos de información, y por el lado de los consumidores se desataca la participación e varios agentes en la adquisición del bien y los fallos de información, y por el lado de los vendedores sobresale el poder de mercado que ganan las firmas a través del establecimiento de monopolios legales, fidelidad a la marca y selección adversa. (Velasquez, Regulación en el mercado Farmacéutico Colombiano, 2010)

En Colombia se considera una enfermedad de alto Costo y Catastróficas a aquellas que representen una alta complejidad técnica en su manejo, alto costo de las actividades, en la mayoría los tratamientos son de baja efectividad y algunas son de baja ocurrencia y Catastrófica en lo económico, en lo social, en lo familiar y en lo personal, es decir, dolorosa en carga psicosocial. (Manc, 2011)

## 2.2.Justificación:

La presente propuesta de investigación pretende aclarar las inquietudes que surgen sobre la ética empleada en la comercialización de medicamentos requeridos para combatir enfermedades de alto costo y que dicho tema sea tan sensible para la sociedad Colombiana ya que genera polémica

constantemente, y cuyos precios impiden que sean de fácil acceso para la población sin alto poder adquisitivo.

Además se pretende analizar la reglamentación jurídica que el gobierno actual ha ejecutado desde el 2013 para la comercialización adecuada, la inclusión tardía en el POS (Plan Obligatorio de Salud) de los medicamentos que se requieren para atender a pacientes que padecen enfermedades de alto costo como cáncer y sida y las condiciones que deben cumplir dichos pacientes para poder acceder a estos beneficios.

Pero la razón más importante que consideramos es analizar el papel ético empresarial actual y que se representa y que hace de la industria farmacéutica en Colombia, ejercida por multinacionales y pocas industrias nacionales, sea tan rentable y el sector salud cada vez sea más negligente, menos sensible a las necesidades de sus consumidores.

El sector médico-farmacéutico es altamente intensivo en capital, donde la tecnología y el conocimiento especializado son factores claves para el éxito en el proceso de investigación y de desarrollo de productos farmacéuticos. Los equipos que utiliza en todas las fases del proceso productivo son costosos lo mismo que los planes y programas de calificación, calibración y mantenimiento lo que conlleva a que sus productos también lo sean

### 3. Objetivos:

- General:

Analizar los procesos Éticos empresariales implementados en la comercialización de medicamentos para enfermedades de alto costo en Colombia.

- Específicos:

- a. Caracterizar los procesos de ética empresarial y estadísticas en la comercialización de medicamentos en Colombia.
- b. Analizar los métodos de venta más comunes implementados por las farmacéuticas en Colombia para comercializar sus productos.
- c. Identificar las prácticas éticas y no éticas implementadas por las farmacéuticas en Colombia para comercializar sus productos.

### 3.1. Marco Teórico

Para Platón (427-347 a.c) este mundo sensible en el que nos movemos es una copia, una participación del verdadero mundo; el de las ideas. Del mundo ideal proviene el hombre, por su alma, y a él ha de volver utilizando sus fuerzas: la inteligencia, la voluntad, el entusiasmo. Comportarse bien, moralmente, es darse cuenta de que la auténtica realidad es la ideal. Actuar éticamente es actuar según el logos mejor, con rectitud de conciencia. La inteligencia, bien empleada, lleva al bien, que es el primer amado y con lo bien está lo bello y lo justo. (Pérez, 1999)

Este pensamiento propone una ética más idealizada, más platónica y romántica, que en realidad discrepa con el hombre de la actualidad donde la ética es manejada no desde la moral sino desde la razón, lo que el ser humano considere que es ético, conveniente y relativo ya que para él no puede ser ético y para los demás sí. “Todo ese mundo es ideal, algo a lo que hay que tender, aunque hay que soñarlo. Es cierto que en la práctica los hombres se comportan de forma basta, grosera, sin inteligencia, y sin virtud.” (Pérez, 1999)

Dunkheim (1858-1917) parte de la afirmación de que la regla moral es todo entero mandamiento y no otra cosa. La ética es un sistema de mandamientos hecho de tú debes. Pero ¿cómo se originan los valores? No en el propio individuo, pues de por sí, el propio individuo no va al tú debes, sino que lo prepara todo para su ventaja. No queda más solución que sea algo más allá del individuo. Dunkheim excluye a Dios, por ser dice, una solución puramente ideal. Y entonces solo le queda la sociedad como persona moral cualitativamente distinta de las personas individuales que comprende. Y añade: La sociedad nos manda porque es exterior y superior a nosotros; la distancia moral que hay entre ella y nosotros la convierte en una autoridad ante la cual nuestra voluntad se inclina. Pero siendo, por otra parte, interior a nosotros, siendo nosotros, por esto la amamos. (Pérez, 1999)

No hay norma superior, ni por lo tanto criterio para saber qué se considera en cada momento ético. Esto depende de la época, de la situación y de los valores y principios de los individuos que participan en el evento que se juzga.

John Stuart Mill (1806-1873) considera que todo es relativo. Los contenidos éticos cambian con los tiempos, aunque haya que mantener la esperanza de que los hombres tengan el buen gusto de no considerar, por mayoría, ético lo que no tiene apariencia alguna de serlo, Mill no considera que el deber moral esté señalado en otra parte, fuera del hombre, ni que sea algo innato, ni que pueda leerse en su interior. Sin embargo a la hora de fundar la ética en algo más que no sea la simpatía, dice: “Esta base firme la constituyen los sentimientos sociales de la humanidad, el deseo de estar unidos con nuestros semejantes, que ya es un poderoso principio de la naturaleza humana y, afortunadamente uno de los que tiene que robustecerse incluso sin que sea expresamente inculcado, dada la influencia del progreso en la civilización”. (Pérez, 1999)

Estas importantes teorías éticas están orientadas a enfocar lo que actualmente se conoce como ética empresarial. Pero en la realidad si un empresario o comerciante utiliza estrategias de venta como incentivos económicos para que un médico formule los medicamentos que éste vende, o

usa su poder para que el sistema legislativo de una nación cree leyes que beneficien económicamente su industria ¿esto está bien o está mal? y ¿por qué lo está?. Según las doctrinas éticas analizadas estas prácticas estarían mal, en la teoría Platónica el empresario tendría, según Pérez (1999) afirma: “una recaída en el reino de lo sensible, de lo desviado, un apartamiento del bien” (...) Para Durkheim, la sociedad rechazaría estas conductas ya que difieren lo que la misma sociedad ha creado como ético, y esta “como todo superior de los individuos se vería perjudicada por acciones de este estilo”. (Pérez, 1999, p.45). La teoría utilitarista sí aceptaría esta actuación si, “todo lo sumado, al final resulta un mayor bien para un mayor número de personas. O en otras palabras: todo eso sería bueno si las consecuencias son buenas y aún con otros términos: el fin justifica los medios”. (Pérez, 1999, p.50). Lo que deja ver su semejanza con la democracia donde el pensamiento que tiene la mayoría es el aceptado.

David Ricardo (1772-1823) Cada país debe especializarse en la producción donde se tiene la mayor ventaja comparativa o la menor desventaja relativa. La ventaja comparativa, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de algún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta, en la producción de todos los bienes, debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor. (Tavorda, 2011)

Ahora bien, la comercialización de medicamentos para tratar enfermedades de alto costo en Colombia, en su mayoría son producidos en el exterior, y sus costos son altos, ya que no se producen en el país por falta de tecnología e investigación para desarrollarlas, lo que hace indispensable su importación.

## 4. Desarrollo del trabajo

### 4.1. Algunas prácticas de la Ética empresarial en Colombia

En la actualidad existe un interés creciente por pensar y reflexionar cómo el liderazgo ético para la responsabilidad social (RS) se puede implementar y fortalecer en la industria farmacéutica de tipo local, regional o planetaria. Si bien es cierto que desde la década de los ochenta el tema ha ganado perspectiva así como una mayor divulgación; todavía son muy pocos los documentos que orienten de manera práctica, coherente y sistemática, algunas formas de gestionarla en los entornos empresariales y en algunos sitios la ética empresarial es diferente y está sujeta a la cultura.

Dado estos acontecimientos, cada día las empresas buscan con ansiedad formas creativas de agenciar la responsabilidad social, de desarrollar procesos que posibiliten mejorar sus prácticas internas, divulgar su comportamiento corporativo, fortalecer sus servicios, fidelizar sus clientes, preservar el entorno. Como dice Enderle “el ejercicio de la ética corporativa, no solo es posible, sino necesario para que las empresas de pequeño y mediano tamaño alcancen una posición determinada para permanecer con éxito en la economía global” (Enderle, 2003, p.132). En definitiva, nos encontramos ante empresas que desean fortalecer su cultura empresarial con sólidas bases éticas, así como, socialmente responsables que logren resultados inmensos tanto para las personas, como para la propia empresa y el país. (Baptista, 2012)

Tabla 1. Prácticas de la Ética empresarial en Colombia

ÁREAS	COMPORTAMIENTO PREDOMINANTE	POLÍTICAS REGULATORIAS		
		Tipo de Política	Ventajas	Desventajas
Garantía de calidad	Carencias y fallas que no garantizan eficacia y seguridad	- Registro, usando los de países más avanzados e incluyendo estudios de costo-eficacia.	- Protección de la vida y la Salud	Exige un proceso gradual y de largo plazo que demanda capacitación, continuidad y coherencia
		- Control de buenas prácticas de manufactura (sobre insumos, producción ext., producción nal. y productos en el mercado)	- Posibilitan la bioequivalencia	
		- Farmacovigilancia con estudios que sean difundidos	- Logran confianza en el control; erradican la corrupción	
		- Garantía de bioequivalencia	- Fortalecen la industria	
			- Logran apoyo de los productores	

La oferta de medicamentos proviene de un grupo reducido de empresas productoras, básicamente transnacionales. Los productores han tenido en los últimos años un acelerado proceso de concentración, que ha implicado fusiones entre las grandes firmas multinacionales y la desaparición de las empresas más pequeñas y de las de carácter nacional. Por este motivo, la oferta es crecientemente oligopolística. Los expertos de las grandes compañías productoras de medicamentos estiman que en el año 2005 una multinacional farmacéutica deberá controlar al menos el 10% del mercado mundial para sobrevivir o, en su defecto, tener el control monopólico de patentes en medicamentos de altísima demanda. Las empresas productoras de medicamentos manejan, directamente o a través de terceros, los canales de distribución de los medicamentos y los mecanismos para moldear la demanda (OMD, 2001)

La demanda de medicamentos es decidida esencialmente por los médicos (prescripción en los servicios de consulta y atención ambulatoria, hospitalización y rehabilitación) o por los usuarios cuando deciden adquirir un medicamento por voluntad propia (automedicación). Aunque es determinada por la decisión del médico o el usuario, la demanda depende también del ingreso de las personas, de los precios de los medicamentos, de los mecanismos de financiamiento, de la estructura de la oferta, de las regulaciones para el acceso, del manejo y uso de los medicamentos, y del perfil epidemiológico de la población. (OMD, 2001)

El perfil de un buen empresario es una persona honesta, que no la mueven las conveniencias personales, es un empresario que tiene el bienestar de la comunidad por encima de la personal. Hay una conexión directa entre el bienestar personal y el de la comunidad, transparencia ante todo, las personas éticas no andan cuidándose de nada, la mayor expresión de la ética es la confianza. El problema es que a veces no nos damos cuenta quien es ético, porque no reconocemos la claridad y no tenemos una conciencia que nos genere transparencia.

#### 4.2. Características de los procesos Éticos

Se toman procesos éticos establecidos de cinco empresas que 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. Todas estas empresas tienen en su web un amplio apartado dedicado ética y responsabilidad social empresarial.

Tabla 2. Principales farmacéuticas en Colombia

<b>Empresa</b>	<b>Empleados</b>	<b>Inversión</b>
Pfizer	122.000	14,6%
GlaxoSmithKline	100.000	13,8%
Samofi-Aventis	96.436	15,6%
Novartis	81.392	14,9%
Lily	46.000	19,4%

Todas coinciden en hacer procesos continuos para mejorar estos temas que se sueñe incluir en su actividad financiera. Sin pretender analizar de modo exhaustivo sus contenidos, puede ser relevante resaltar algunos elementos comunes entre ellas:

Tabla 3. Ética implementada

<p><b>Pfizer</b></p> <p><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.</p> <p><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.</p>
<p><b>GlaxoSmithKline (GSK)</b></p> <p><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.</p> <p><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>.</p> <p><b>Aspiración estratégica</b> Queremos llegar a ser el líder indiscutible de nuestro sector.</p>
<p><b>Sanofi-Aventis</b></p> <p>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).</p> <p><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.</p>
<p><b>Novartis</b></p> <p><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.</p>
<p><b>Lilly</b></p> <p>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.</p>

## **Misión, compromisos y valores corporativos:**

De uno u otro modo, todas las compañías analizadas afirman que la misión primordial es desarrollar medicinas y crear valor para todos los implicados en la acción empresarial. Ninguna afirma que su responsabilidad sea incrementar ventas aunque es lógico ya que es su razón de ser. Los valores también son muy importantes y se destacan los siguientes: respeto por las personas, orientación al cliente, comunidad, innovación, trabajo en equipo, desempeño, liderazgo y calidad.

## **Relaciones con los empleados**

Las declaraciones y memorias corporativas de las empresas analizadas subrayan su preocupación por la salud, la seguridad y la calidad en el trabajo. Algunas señalan en concreto, que dedican expertos que promocionan la salud de los trabajadores, que se esfuerzan por la progresiva mejora en la seguridad del proceso, buscan permanentemente la identificación de riesgos etc. (Navarra, 2006).

## **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 todas las cuestiones éticas sobre los procesos de investigación. Las compañías analizadas explican, en mayor o menor medida, este requerimiento que, por otra parte suele estar debidamente regulado. (Navarra, 2006)

### 4.3. Acciones básicas en la comercialización de productos farmacéuticos en Colombia

La industria farmacéutica reconoce el marketing farmacéutico como: “un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades particulares de un grupo de individuos y las comunes de una población.” (OMD, 2001) (...) Estas acciones en su mayoría tienen como target a los profesionales facultados para prescribir, farmacias entidades de salud, y pacientes (medicamentos de venta libre)

El objetivo del marketing farmacéutico es según la OMD (2001): “permitir que se construya una red entre los laboratorios y los diferentes niveles de consumo. Así, las frecuentes innovaciones logran ver la luz del mercado y benefician a las que quieren”. (...) Durante muchos años la charlatanería fue uno de los peores males de la industria farmacéutica, bajo la promesa de curas milagrosas y de venta de drogas peligrosas sin receta médica, los laboratorios requirieron desarrollar estrategias que les ayudaran a limpiar su imagen y resarcir los daños. (OMD, [www.coyunturainternacional.org](http://www.coyunturainternacional.org), 2010)

El marketing farmacéutico tiene cuatro acciones en las que se concentra principalmente:

- a. Generar información detallada sobre los productos, beneficios, composición etc.
- b. Distribuir muestras médicas. Poner a prueba el consumo y generar confianza y credibilidad.
- c. Producir materiales promocionales. Permitir el posicionamiento
- d. Hacer presencia en los canales de distribución. Estar al alcance de los usuarios
- e. Invertir en el desarrollo continuo de medicamentos. Dinamismo más y mejores beneficios, nuevos mercados.

Sin embargo la ejecución de estas actividades aplicadas a la industria farmacéutica se debe adecuar a los parámetros que la rigen y generar actividades de acuerdo a la ley.

Esto significa que mercadólogos o las personas encargadas de la promoción de marcas y productos deben conocer las particularidades legislativas de cada nación con respecto al uso de medicamentos. Una campaña de marketing farmacéutico no puede ser igual en Europa que en Estados Unidos, puesto que este país norteamericano es una de las pocas naciones industrializadas que no prohíbe el marketing farmacéutico masivo.(OMD, [www.coyunturainternacional.org](http://www.coyunturainternacional.org), 2010)

#### 4.4. Prácticas Éticas utilizadas en la comercialización de productos farmacéuticos en Colombia

Se puede considerar prácticas éticas utilizadas en la comercialización de productos farmacéuticos las siguientes:

- a. Desarrollo de programas de fidelización: para crear fidelidad se pueden crear grupos de clientes en donde se les brinden servicios de valor agregado y descuentos.
- b. Promociones en punto de venta. Visitar tiendas de comercio al detalle regularmente para generar presencia de marca.
- c. Velocidad de mercado. Atender la logística a fin de poder tener una distribución rápida y eficiente.
- d. Creación de catálogos en donde se brinde información detallada sobre el producto.
- e. Ferias y conferencias. Presentarse en eventos médicos para generar capital simbólico entre el gremio.

- f. Empatía. Cuidar la imagen del producto dentro de los consumidores, preocuparse por una buena atención pre y post venta.

Se busca hacer llegar los productos no solo a los pacientes que los necesiten, sino a los médicos que atienden las consultas y tienen que prescribir los medicamentos, hospitales, centros médicos o cualquier establecimiento que ofrezca servicios de sanidad.

## 5. CONCLUSIONES

En los casos estudiados se puede reflejar que al presentar sus compromisos y sus informes de resultados no solo se busca rendir cuentas sino también lograr buena imagen, ofrecer una visión positiva de lo que se hace.

La ética es completamente relativa, todo depende del enfoque que se le dé de acuerdo a la situación y lugar de crítica, donde la moral y la ética empresarial no llegan, es donde debe entrar la legislación de un país para proteger el bienestar de sus ciudadanos.

En Colombia existe un nicho de mercado poco explorado y que puede ser perfectamente una oportunidad de negocio para los emprendedores y es la comercialización de medicinas naturales derivadas de plantas como la marihuana, ya que el país es reconocido a nivel mundial por ser un productor de alta calidad de esta planta.

La ética empresarial desde un punto de vista corporativo es un pilar fundamental de la empresa, y actúa como un factor determinante. Estos factores son especialmente percibidos y tenidos en cuenta por el público general y así mismo será percibida la empresa, se convierte en la identidad de la compañía y de sus empleados.

## 6. RESEÑA BIBLIOGRAFICA

- Baptista, A. F. (25 de 10 de 2012). *www.diarioresponsable.com*. Recuperado el 2 de 2014, de <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/16014-liderazgo-etico-para-la-responsabilidad-social-en-la-industria-farmaceutica.html>
- Flores, D. (11 de 10 de 2008). *http://inacap2008.wordpress.com*. Recuperado el 05 de 02 de 2014, de <http://inacap2008.wordpress.com>:  
<http://inacap2008.wordpress.com/2008/11/10/%C2%BFque-es-la-etica-empresarial/>
- J, B. C. (s.f.). Implicaciones de los derechos de propiedad intelectual ante el eventual Tratado de Libre Comercio: Colombia -Estados Unidos : Caso sector farmacéutico". Universidad EAFIT.
- Lopez, H. (2011). A COOPERACIÓN E INTEGRACIÓN EN EL SECTOR MÉDICO FARMACÉUTICO LATINO-CARIBEÑO: RETOS Y PERSPECTIVAS. *Eumed*, 157.
- M.L, L. (18 de Sep de 2011). *responsabilidadaeticadelasempresas.blogspot.com*. Recuperado el 20 de 02 de 2014, de <http://responsabilidadaeticadelasempresas.blogspot.com/2011/09/valores-eticos-dentro-de-la.html>
- Manc, J. (Agosto de 2011). *buenastareas.com*. Recuperado el 7 de 03 de 2014, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Enfermedades-De-Alto-Costo-En-Colombia/2689830.html>
- Navarra, U. d. (2006). *las cinco mayores compañías farmaceuticas: imagen corporativa y criticas en responsabilidad social*. Barcelona, España: IESE Business School.
- OMD. (2001). *www.apps.who.int/*. Recuperado el 2014, de <http://apps.who.int/medicinedocs/es/d/Jh2958s/3.2.html#Jh2958s.3.2>
- OMD. (2010). *www.coyunturainternacional.org*. Recuperado el 10 de 3 de 2014, de <http://coyunturainternacional.wikispaces.com/file/view/Concepto+de+Marketing+Farmaceutico.pdf>
- Salud, O. M. (2002). "Los Acuerdos de la OMC y la Salud Pública: un estudio conjunto de la OMS y la secretaria de la OMC. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de [http://www.wto.org/spanish/news\\_s/pres02\\_s/pr310\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/news_s/pres02_s/pr310_s.htm)
- Sanabria, C. B. (2004). Implicaciones de los derechos de propiedad intelectual ante un eventual Tratado de Libre Comercio: Colombia - Estados Unidos: Caso sector Farmacéutico . Universidad EAFIT.

Tavorda, F. (2011). *Economia48.com*. Recuperado el 02 de 2014, de <http://www.economia48.com/spa/d/ventaja-comparativa-teoria-de-la/ventaja-comparativa-teoria-de-la.htm>

Velasquez, J. V. (Julio de 2005). *www.udea.edu.co*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/coyuntura/article/viewFile/2301/1860>

Velasquez, J. V. (2010). Regulación en el mercado Farmacéutico Colombiano. *Revista de ciencias Sociales*, pp 198.

Zuluaga, I. A. (30 de 10 de 2011). <http://www.portafolio.co>. Recuperado el 15 de 02 de 2014, de <http://www.portafolio.co/opinion/la-etica-empresarial>