



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

# **ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR FARMACÉUTICO: EL PAPEL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

Autor: Joaquín Gil-Delgado Madrigal  
Director: Raúl González Fabre

MADRID | marzo 2024



## **RESUMEN**

Este trabajo de fin de grado examina el papel crucial de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la promoción de la ética y la sostenibilidad en el sector farmacéutico. Focalizándose en gigantes del sector como Pfizer, Roche, Johnson & Johnson y Sinopharm, se realiza una evaluación crítica de cómo estas corporaciones han integrado la RSC dentro de sus modelos de negocio. En concreto, nos centramos en cómo han abordado desafíos éticos y sostenibles como la transparencia y responsabilidad en la investigación y desarrollo (I+D), la adopción de prácticas de producción sostenibles, el respeto por la propiedad intelectual y la ejecución de acciones de marketing éticas. Mediante el estudio de los informes de sostenibilidad anuales del año 2022, se identifican tanto las mejores prácticas como las áreas de mejora potencial, subrayando la importancia de una conducta ética y sostenible como pilares fundamentales para el éxito a largo plazo y la aceptación social de la industria farmacéutica.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Corporativa, sostenibilidad, ética, farmacéuticas, empresa, estrategia.

## **ABSTRACT**

This paper examines the crucial role of Corporate Social Responsibility (CSR) in promoting ethics and sustainability in the pharmaceutical sector. Focusing on industry giants such as Pfizer, Roche, Johnson & Johnson and Sinopharm, a critical assessment is conducted on how these corporations have integrated CSR into their business models. Specifically, we focus on how they have addressed ethical and sustainable challenges such as transparency and accountability in research and development (R&D), adoption of sustainable production practices, respect for intellectual property, and execution of ethical marketing actions. By studying the 2022 annual sustainability reports, we identify both best practices and areas for potential improvement, highlighting the importance of ethical and sustainable conduct as key pillars for the long-term success and social acceptance of the pharmaceutical industry.

**Key words:** Corporate Social Responsibility, sustainability, pharmaceutical, ethic, business, strategy.

## **SIGLAS Y ACRÓNIMOS**

RSC	Responsabilidad Social Corporativa
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
ESG	Environmental, Social and Governance
UE	Unión Europea
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
I+D	Investigación y Desarrollo
PI	Propiedad Intelectual
AECA	Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas
GRI	Global Reporting Initiative
ISO	International Organization for Standardization
DJSI	Dow Jones Sustainability Index
LES	Ley de Economía Sostenible
CERSE	Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas
CNMV	Comisión Nacional del Mercado de Valores
LSC	Ley de Sociedades de Capital
OMC	Organización Mundial del Comercio
AESEG	Asociación Española de Medicamentos Genéricos
ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
OCU	Organización de Consumidores y Usuarios
EFPIA	European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations
SASAC	State-owned Assets Supervision and Administration Commission
PSCI	Pharmaceutical Supply Chain Initiative
SSAV	Supplier Sustainability Assurance Visit
EudraCT	European Union Drug Regulating Authorities Clinical Trials Database

FDA	Food and Drug Administration
WIPO	The World Intellectual Property Organization
I-MAK	Initiative for Medicines, Access & Knowledge
TRIPS	Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
1.1 Contextualización y justificación de la investigación .....	8
1.2 Objetivos.....	9
1.4 Estructura del trabajo .....	10
<b>2. MARCO TEÓRICO, POLÍTICO Y NORMATIVO .....</b>	<b>11</b>
2.1 Conceptos de RSC y sostenibilidad. ....	11
2.2 Marco político y normativo de la RSC .....	13
Nivel internacional: .....	14
Nivel europeo: .....	15
Nivel nacional: .....	16
2.3.1 ¿Cómo abordan las empresas la RSC?: Principales Teorías de RSC .....	17
2.3.2. Principios de la RSC.....	18
<b>3. INTEGRACIÓN DE LA RSC EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA .....</b>	<b>20</b>
3.1 La industria farmacéutica en la actualidad: análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	20
3.2 Consideraciones generales de la RSC en el sector farmacéutico. ....	24
3.3 Principales características de las empresas elegidas .....	26
3.4 Prácticas de RSC en la industria: ISO 26000 .....	29
<b>4. ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE RSC EN LAS EMPRESAS SELECCIONADAS .....</b>	<b>30</b>
4.1 Transparencia y Responsabilidad: ética en la investigación clínica y gestión en la cadena de suministro .....	30
1. Pfizer .....	31
2. Roche .....	32
3. Johnson & Johnson .....	34
4. Sinopharm .....	35
4.2 Sostenibilidad Ambiental .....	37
1. Pfizer .....	38
2. Roche .....	39
3. Johnson & Johnson .....	41
4. Sinopharm .....	42
4.3 Respeto por la propiedad intelectual.....	43
1. Pfizer .....	44
2. Roche .....	45
3. Johnson & Johnson .....	48
4. Sinopharm .....	49
4.4 Prácticas de Marketing Éticas.....	49
1. Pfizer .....	50
2. Roche .....	51
4. Sinopharm .....	53
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>53</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>64</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Principales compañías farmacéuticas por volumen de facturación.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 2: Características de las principales compañías farmacéuticas, año 2022.....</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 3: Uso y Gestión del Agua de Pfizer, 2019-2022 .....</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 4: Uso y Gestión del Agua de Roche, 2019-2022 .....</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 5: Uso y Gestión del Agua de Johnson &amp; Johnson, 2020-2022 .....</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 6: Consumo de Agua de Sinopharm, 2021-2022 .....</i>	<i>42</i>
<i>Tabla 7: Tabla comparativa de las empresas seleccionadas: puntos positivos .....</i>	<i>55</i>
<i>Tabla 8: Tabla comparativa de las empresas seleccionadas: puntos a mejorar .....</i>	<i>56</i>

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Contextualización y justificación de la investigación**

En el mundo cambiante y globalizado en el que vivimos, la responsabilidad social corporativa ha pasado a un primer plano. Parece difícil encontrar hoy en día empresas que carezcan de una estrategia sostenible o de acciones que tengan un impacto positivo en la sociedad en la que operan, ya sea de *motu proprio* (como una acción proactiva en busca de una oportunidad estratégica) o de forma defensiva (para evitar críticas y ataques a la organización).

El concepto de empresa ha ido evolucionando a medida que lo hemos hecho nosotros; de ahí que ya no sea suficiente que las empresas cumplan únicamente con sus obligaciones económicas y se limiten a velar por sus propios intereses y los de sus accionistas. Ahora debemos de dar un paso más, exigiendo que, de igual forma que estas se nutren del entorno en el que operan, entreguen una contraprestación social a cambio que vaya más allá del pago de impuestos.

Así, en estos últimos años, las grandes corporaciones a nivel global han invertido anualmente grandes sumas de dinero en implementar estrategias sostenibles. Informes de años anteriores indican que las empresas de Fortune Global han destinado aproximadamente 20 mil millones de dólares en actividades de RSC (Cassar and Meier, 2018), y más del 90% de las 250 mayores empresas del mundo ahora elaboran un informe anual de RSC (KPMG, 2017). Pero la pregunta que debemos hacernos es la siguiente: ¿tienen todas estas acciones una utilidad práctica o, por el contrario, únicamente sirven de cara a la galería?

Este fenómeno adquiere particular relevancia en sectores críticos para el bienestar humano, como el sector farmacéutico. La industria farmacéutica desempeña un papel crucial en la salud y, por lo tanto, se enfrenta a una creciente demanda de rendición de cuentas en relación con sus prácticas sociales y medioambientales. Esta presión se ha agravado aún más tras la pandemia del coronavirus, periodo durante el cual las grandes corporaciones farmacéuticas fueron de los pocos sectores que obtuvieron beneficios, ingresando millones de dólares. Como resultado, gran parte de la sociedad examina



detenidamente lo que estas empresas aportan en términos de sostenibilidad y acciones éticas.

## **1.2 Objetivos**

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es analizar la contribución de las principales compañías farmacéuticas a la sostenibilidad, a través de sus prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Objetivos secundarios:

- Definir de manera precisa y completa los conceptos clave de RSC y sostenibilidad, haciendo hincapié en su relevancia para el sector farmacéutico.
- Explorar el marco legislativo y normativo de la RSC a nivel internacional, europeo y nacional.
- Analizar el sector farmacéutico en la actualidad; conforme a modelos estratégicos de análisis de la competencia.
- Investigar las estrategias y políticas de RSC implementadas por las principales empresas farmacéuticas.
- Analizar y comentar el impacto de estas estrategias.
- Proponer recomendaciones para mejorar las prácticas de RSC en la industria farmacéutica en beneficio de la sostenibilidad global.

## **1.3 Metodología**

Este estudio se enmarca dentro de un enfoque cualitativo, empleando una metodología interpretativa que busca comprender las dinámicas y prácticas de la RSC dentro del sector farmacéutico. La recopilación de datos se basa en una revisión exhaustiva de literatura secundaria, incluyendo informes de RSC, publicaciones académicas, revistas de salud y legislaciones internacionales y nacionales.

Además, se lleva a cabo un análisis detallado de las prácticas de RSC de las cuatro empresas líderes en el sector en el año 2022: Pfizer, Roche, Johnson & Johnson y

Sinopharm. Esto implica una revisión crítica de sus informes públicos, comunicados de prensa y otros documentos oficiales. Para garantizar un análisis profundo, se estructura el estudio en torno a ejes temáticos relevantes, como la transparencia y responsabilidad, sostenibilidad ambiental, respeto por la propiedad intelectual, y prácticas de marketing éticas.

En conjunto, al emplear esta metodología, se busca obtener una visión completa de cómo la ética y la sostenibilidad se integran en la responsabilidad social corporativa en el sector farmacéutico, lo que nos permitirá sintetizar los hallazgos y obtener los puntos fuertes y débiles de las empresas elegidas.

#### **1.4 Estructura del trabajo**

Este trabajo de fin de grado se puede dividir en cinco partes principales. Tras la introducción, el segundo capítulo sirve como marco conceptual para hacer una primera aproximación a los conceptos de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad. Junto a esto, también encontramos un marco normativo, donde aparecen las principales legislaciones en materia de RSC a nivel nacional como internacional. El epígrafe concluye con la exposición de las teorías y principios de responsabilidad social corporativa.

En el tercer capítulo, el estudio se pormenoriza; centrándonos en la industria farmacéutica y cómo se integran las acciones de RSC en la misma. Para tener una idea general de cómo se encuentra el sector en la actualidad, se realizará un análisis Porter. Posteriormente, se seleccionarán las cuatro compañías farmacéuticas más destacadas por volumen de facturación y se describirán ciertas características de estas. Una vez hecha la selección, se examinarán y clasificarán las acciones de responsabilidad social corporativa según lo que consideramos prácticas esenciales que las farmacéuticas deben incluir en sus políticas de RSC, junto con otros indicadores, en este caso, la ISO 26000.

En el capítulo cuarto, se analizarán detalladamente las diferentes acciones de RSC de las siguientes farmacéuticas: Pfizer, Roche, Johnson & Johnson y Sinopharm. El análisis se divide en cuatro categorías principales: transparencia y responsabilidad; sostenibilidad ambiental; respeto por la propiedad intelectual y prácticas de marketing éticas.

Por último, en el capítulo quinto se sintetizarán los hallazgos de la investigación, resaltando las fortalezas y debilidades específicas de las compañías estudiadas, así como las del sector farmacéutico en su conjunto, de forma que se den respuesta a los objetivos planteados inicialmente.

## **2. MARCO TEÓRICO, POLÍTICO Y NORMATIVO**

### **2.1 Conceptos de RSC y sostenibilidad.**

#### **Ética y Sostenibilidad Empresarial.**

Desde el punto de vista social, una empresa constituye una comunidad de personas, con gran variedad de intereses, pero que se proponen conseguir unos objetivos comunes y que bajo una dirección unificada toman decisiones que afectan a los demás (Cortina, 2006).

Partiendo de esta caracterización, podemos afirmar que la empresa al ser un ente que opera y que saca una rentabilidad de la sociedad, tiene una serie de obligaciones y compromisos con la misma. Aquí es donde surge el planteamiento ético, ya que las decisiones empresariales impactan en mayor o menor medida en terceros, por lo que sus acciones están sometidas constantemente a juicios morales.

Por esto, hoy en día no todo vale para obtener beneficios económicos y se dan situaciones en las que las empresas a pesar de cumplir de manera estricta con las normativas vigentes, se enfrentan a críticas debido a acciones que algunos perciben como poco solidarias, ya sea en el ámbito social, medioambiental o económico.

No obstante, el papel de las corporaciones no se debe limitar únicamente a la aprobación de complejos códigos éticos, creados de cara a la galería, sino que es crucial instaurar un entorno ético en los diversos niveles de la empresa, promoviendo una cultura basada en valores como la prudencia y la justicia, tal y como señala Cortina (2006). La ausencia de un entorno empresarial ético y sostenible puede producir beneficios en el corto plazo,

pero en el futuro, tal enfoque perjudicará la supervivencia y el éxito de la organización. Es crucial para la estabilidad a largo plazo crear y mantener prácticas empresariales éticas.

### **Responsabilidad Social Corporativa**

El concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o también conocida como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no es un término que se pueda definir con exactitud, sino que surgió fruto de la evolución de la sociedad y, por consiguiente, se transforma a medida que lo hace esta.

La RSC, tiene su origen en los Estados Unidos de la década de los 50 y 60, en un contexto marcado por la Guerra Fría y la continua expansión del sistema capitalista, creándose cada vez más empresas con gran influencia a nivel transnacional y comenzando a analizarse el papel que éstas tomaban en una sociedad que todavía sufría los estragos de la Segunda Guerra Mundial.

En esta época, Howard R. Bowen (para muchos considerado el *Padre de la Responsabilidad Social Corporativa*), define por primera vez el concepto de RSC, en su obra publicada en 1953; *Social Responsibilities of the Businessmen* donde sostiene que las empresas no deben limitarse únicamente a buscar beneficios económicos, sino que también tienen la responsabilidad de contribuir al bienestar social. Es decir, deben de equilibrar sus objetivos económicos con las expectativas y necesidades de la sociedad en la que operan.

Desde los 90 hasta la actualidad, la RSC alcanza su máximo esplendor, impulsada por la globalización. Numerosas entidades incluyen acciones de responsabilidad social corporativa en sus enfoques estratégicos, reconociéndolas como una ventaja competitiva frente a sus rivales. En este contexto, organismos nacionales como internacionales contribuyan a ampliar y consolidar el concepto de RSC.

Así, la Comisión Europea en su Libro Verde publicado en el año 2001, define la RSC como:

*“La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.”*

También cabe destacar, la definición propuesta por entidades nacionales, como es el caso de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2004), que afirma que la responsabilidad social es un:

*“Compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad, la preservación del medio ambiente y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quien interactúan”.*

Como se puede observar, ambas definiciones recalcan la importancia de la *voluntariedad* de las acciones de RSC. Se entiende que no debe ser un mero cumplimiento de las disposiciones legales impuestas por el Estado, sino que estas acciones deben ir más allá, e impactar de forma positiva en la sociedad, de la que se lucran. Siguiendo esta línea de pensamiento, destacan autores como Campuzano (2010), quien expresa que aquello que es de carácter obligatorio, no puede ser catalogado como acciones responsables, pues se fundamentan en el cumplimiento y no en el servicio social. Todas las empresas independientemente de su tamaño o sector, deberían de impulsar acciones y estrategias sociales, ambientales o económicas que contribuyan al fortalecimiento y adopción de una cultura que valore lo social y fomente la responsabilidad ciudadana.

## **2.2 Marco político y normativo de la RSC**

Como se ha observado en apartados anteriores, la RSC ha ido ganando cada vez más importancia con los años, por lo que parece impensable que hoy en día existan corporaciones que omitan este tipo de acciones en sus estrategias empresariales. Esto ha provocado que cada vez más gobiernos y organismos nacionales e internacionales, hayan adoptado diferentes medidas, iniciativas y normativas con el fin de promover y proteger la RSC. En este apartado, analizaremos las más relevantes.

## **Nivel internacional:**

1. Pacto Mundial (Global Compact): es una iniciativa de las Naciones Unidas lanzada en el año 2000, que anima a las empresas a adoptar prácticas empresariales sostenibles y socialmente responsables, alineándose con diez principios en áreas como: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Las empresas participantes se comprometen voluntariamente a implementar y promover estos principios, informando anualmente sobre su progreso.
2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): son un conjunto de 17 metas globales establecidas por las Naciones Unidas en la Agenda 2030. Estos objetivos fueron adoptados por los 193 estados miembros y tratan temas como la erradicación de la pobreza, hambre cero, salud y bienestar, educación de calidad, igualdad de género, agua limpia, energía asequible, trabajo decente, acción climática y paz. Estos objetivos y metas buscan lograr un desarrollo sostenible que satisfaga las necesidades presentes sin comprometer a las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.
3. Global Reporting Initiative (GRI): fundada en 1997, es una organización independiente que promueve la presentación de informes de sostenibilidad en organizaciones y proporciona directrices que aportan un conjunto de principios que las empresas u otras organizaciones pueden utilizar para medir y comunicar su desempeño en cuestiones económicas, sociales y medioambientales, conocido como el *triple bottom line*.
4. Normas ISO: son normas internacionales desarrolladas por la International Organization for Standardization (ISO), una entidad independiente compuesta por organismos nacionales de más de 160 países. Estas normas son un conjunto de estándares con reconocimiento internacional que fueron creados con la intención de ayudar a las empresas a establecer unas pautas comunes en relación con la gestión, prestación de servicios y desarrollo de productos en la industria. En el ámbito de la RSC y la sostenibilidad destaca: la norma ISO 26000, que funciona como una guía de responsabilidad social corporativa, proporcionando orientación

a las empresas sobre cómo implementar estas acciones en los diferentes niveles empresariales, ofreciendo principios y recomendaciones en áreas como derechos humanos, transparencia, medio ambiente y comportamiento ético entre otras. También destacan: ISO 14001 (sistemas de gestión ambiental), ISO 50001 (sistemas de gestión de energía) y la ISO 20400 (compras sostenibles).

5. Dow Jones Sustainability Index (DJSI): es un conjunto de índices bursátiles creados con el objetivo de evaluar el desempeño financiero de empresas que destacan en prácticas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, haciendo que sea uno de los índices más utilizados para medir la sostenibilidad de las empresas.

### **Nivel europeo:**

Aparte de los numerosos reglamentos y directivas que tratan el tema en cuestión, destacamos:

1. Libro Verde: un documento de consulta de la Unión Europea (UE) para abordar temas específicos, permitiendo la participación de empresas. En el contexto de la RSC y la sostenibilidad empresarial, refleja el compromiso de la UE en incorporar diversas perspectivas para informar el desarrollo de políticas y estrategias que promuevan prácticas empresariales socialmente responsables y sostenibles. En concreto, se busca profundizar sobre cómo aprovechar las experiencias previas, estimular el desarrollo de prácticas innovadoras, mejorar la transparencia y fortalecer la confianza en la evaluación y validación.
2. Directiva 2014/95/UE del Parlamento y del Consejo Europeo (Directiva de divulgación de información no financiera): esta directiva fue aprobada con el objetivo de mejorar la transparencia de las empresas en relación con la divulgación de información no financiera. Centrándose en aspectos como el impacto social y medioambiental de las empresas, derechos humanos y otras cuestiones socialmente relevantes. Se calcula que cerca de 6000 compañías se incorporarán a esta iniciativa, de estas, entre 600 y 700 serán españolas. (KPMG, 2014).

### **Nivel nacional:**

Además de los numerosos principios y disposiciones tanto de *hard law* como de *soft law* que se encuentran repartidos por toda nuestra Carta Magna, debemos destacar:

1. Ley 2/2011 de Economía Sostenible (LES): esta ley refleja la tendencia en la legislación económica a considerar la sostenibilidad y la responsabilidad social como elementos clave para el desarrollo económico a largo plazo. La LES menciona expresamente la RSC en su artículo 35 sobre *Sostenibilidad en la gestión de las empresas públicas* y en el artículo 39 sobre *Promoción de la responsabilidad social de las empresas*.
2. Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE): responde al objetivo de agrupar en el mismo órgano a representantes de los distintos grupos de interés vinculados a la responsabilidad social de las empresas. Fomentando las iniciativas sobre RSC, proponiendo al Gobierno medidas que presten una atención especial a la singularidad de las PYMES. Destacamos la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas.
3. Código de Buen Gobierno Corporativo: aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El código incluye un conjunto de recomendaciones y principios diseñados para promover la transparencia, la responsabilidad, y la eficacia en la gestión de las empresas que cotizan en bolsa. Este código incluye un apartado dedicado a la RSC y da una serie de recomendaciones acerca de cómo conseguir una adecuada política de responsabilidad social corporativa.
4. Ley de Sociedades de Capital (LSC): aunque no regula expresamente la RSC, esta ley contempla, en ciertas disposiciones, temas relacionados con la transparencia y la obligación de informar sobre aspectos no financieros. Un ejemplo es el Informe de Gestión, referido en el artículo 262 de la LSC, que requiere incluir información relativa al medio ambiente, a los recursos humanos y al cumplimiento de normativas en materia de igualdad, no discriminación y discapacidad.



## 2.3 Principios y Teorías de la RSC.

### 2.3.1 ¿Cómo abordan las empresas la RSC?: Principales Teorías de RSC

Existen varios modelos y teorías sobre la RSC, que ofrecen diferentes perspectivas acerca de cómo las empresas deben abordar el tema de la sostenibilidad y la ética en el ámbito corporativo. Sin ánimo de llevar a cabo un análisis exhaustivo, el estudio se centrará en tres de ellas, extraídas de *Ekonomiaz*, la revista vasca de economía. Estas son: Teoría del valor para las partes interesadas o *Stakeholder Theory*, Teoría para los accionistas o *Shareholder Theory* y la Teoría de la ciudadanía empresarial o *Corporate citizenship Theory* (Carné, 2007).

- **Teoría para los accionistas o Shareholder Theory:** entre los autores que defienden esta teoría destaca Milton Friedman (1962). El autor considera que la única obligación social de la empresa es la generación de beneficios. Así, los directivos en virtud del contrato que les une con los accionistas, tienen una serie de deberes fiduciarios; por lo que se considera que las medidas de RSC, únicamente serán rentables para la empresa si aumentan el precio de las acciones y, por ende, el valor total de la misma, de lo contrario estas deberán de ser tarea de los gobiernos.
- **Teoría de para el valor de las partes interesadas o Stakeholder Theory:** esta teoría es defendida por autores como Freeman. A diferencia de la anterior, en este caso la empresa tiene responsabilidades hacia todos los grupos que rodean la empresa (*stakeholders*) y no solo los accionistas. Entre estos grupos encontramos: los clientes, empleados, proveedores, accionistas y la comunidad local. La relación entre la empresa y la sociedad se considera como una relación de interdependencia entre los diferentes agentes sociales, y el gobierno en vez de considerarse como limitador de los intereses de los empresarios, se considera una parte interesada. Según Freeman, “*la gestión sistemática de los intereses de los stakeholders es crítica para el éxito de la empresa*”. Por lo tanto, es necesario incorporarlos dentro de la dirección, estratégica empresarial

para poder desarrollar acciones que tengan en cuenta a todos los grupos de afectados.

- **Teoría de la ciudadanía empresarial o Corporate citizenship Theory:** se refiere a un nuevo enfoque de la RSC que va más allá de las teorías tradicionales mencionadas anteriormente al reconocer que las empresas no solo deben asumir responsabilidades hacia los grupos involucrados, sino que también, son consideradas como grupos implicados dentro de un gobierno y una sociedad civil. La empresa debe actuar como un *buen ciudadano* y todo lo que se pueda englobar dentro de esto, se debe orientar hacia una medida de responsabilidad social.

Estas teorías son herramientas que proporcionan marcos de referencia para comprender, analizar y aplicar prácticas responsables en el ámbito empresarial. Permiten planificar estrategias empresariales, mejorar la reputación, facilitar la adaptabilidad a los cambios sociales, mejorar la gestión de los riesgos y suponen una mayor atracción de talento cuando están adecuadamente integradas.

### **2.3.2. Principios de la RSC**

En esta sección, realizaremos una revisión de los principios fundamentales de responsabilidad social que se recomienda a todas las organizaciones para optimizar su aportación en este ámbito. Si bien no se establece una lista cerrada de principios de responsabilidad social, se sugiere la adopción de al menos estos principios como base para incorporar la RSC en las distintas áreas de la empresa. Cabe destacar que todos estos principios son de igual relevancia, sin que ninguno prevalezca sobre los demás (Argandoña & Isea, 2011).

- **Transparencia y rendición de cuentas:** las empresas deben divulgar de manera abierta, clara y precisa información acerca de las diferentes prácticas que han realizado en el ámbito de la RSC. Además, deben comprometerse a ser evaluadas, recibir *feedback* y recomendaciones de los diferentes *stakeholders* de la empresa. Esto no solo permite informar periódicamente de sus acciones, sino que también asumen la

responsabilidad de sus impactos, trabajando hacia una gestión más ética, sostenible y socialmente responsable.

- **Conducta ética:** las organizaciones deben adherirse a principios de honestidad, justicia e integridad para contribuir significativamente al desarrollo sostenible, buscando no solo beneficios económicos sino también potenciar efectos positivos y limitar los negativos en su entorno social y ambiental.
- **Respeto por los intereses de los stakeholders:** destaca la necesidad de que las empresas consideren y respeten los intereses de sus *stakeholders*. Aunque los objetivos de una compañía pueden estar alineados principalmente con los deseos de sus propietarios, existen otros grupos afectados por sus acciones que poseen expectativas y derechos legítimos. Se recomienda incluir a estos grupos en el proceso de toma de decisiones corporativas.
- **Respeto al principio de legalidad:** se recomienda adherirse al principio de observancia de la ley, subrayando que ninguna persona u organización está por encima de las normativas legales. En el contexto de la responsabilidad social, esto se traduce en que las organizaciones deben acatar y cumplir con las leyes y reglamentos pertinentes, asegurándose de estar actualizados y en conformidad con las regulaciones actuales en temas de RSC.
- **Respeto a la normativa internacional de comportamiento:** más allá de seguir la legislación local en los lugares donde operan, se incita a las empresas a respetar los estándares internacionales de conducta, incluso si la ley nacional no incluye ciertas protecciones sociales y ambientales. Si las leyes locales entran en conflicto con los estándares internacionales, las organizaciones deberían reconsiderar sus operaciones y el cumplimiento de esas jurisdicciones para evitar complicidad con prácticas que contradigan los estándares internacionales de RSC.

- **Respeto a los Derechos Humanos:** por último, se debe obligar a las organizaciones a respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y universalidad, lo cual implica que estos derechos son válidos para todas las personas, independientemente del país o cultura. En situaciones donde los derechos humanos no estén debidamente protegidos, ya sea por lagunas legales o prácticas deficientes, las organizaciones tienen la obligación de hacer cuanto esté en sus manos para respetar y salvaguardar dichos derechos.

### **3. INTEGRACIÓN DE LA RSC EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA**

#### **3.1 La industria farmacéutica en la actualidad: análisis de las 5 fuerzas de Porter.**

Para comprender mejor la RSC dentro de la industria farmacéutica, resulta esencial examinar primero el estado actual del sector. Hemos optado por aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el cual nos brinda un marco para evaluar los factores que influyen en la competitividad de la industria y, por ende, en su rentabilidad. Las cinco fuerzas son: rivalidad entre competidores existentes, amenaza de nuevos participantes, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y la amenaza de productos sustitutos.

1. **Amenaza de nuevos participantes:** el sector farmacéutico se caracteriza por las altas barreras de entrada, requiriéndose grandes cantidades de capital, además, de una gran capacidad de financiación. Esto es necesario para poder realizar inversiones en I+D, construir grandes economías de escala (para lograr una mayor eficiencia y eficacia) y cubrir los costes en publicidad y ventas. Otro rasgo del mercado a tener en cuenta, es el proceso riguroso que deben pasar los medicamentos antes de ser puestos a la venta. Por esta razón, está regulado por un complejo sistema legislativo que obliga a las compañías a cumplir con diversos procedimientos, políticas y requisitos. También, un factor determinante es el acceso a los canales de distribución. Estos son de difícil disposición para los

posibles nuevos participantes, ya que están sujetos a estrictas regulaciones con el fin de que los medicamentos se transporten en las condiciones óptimas y no se ponga en riesgo a la salud pública. En España, el sector de la distribución farmacéutica está bastante concentrado, ya que el 75,3% de la cuota de mercado lo componen 4 empresas distribuidoras (Fedifar, 2012). Además, se debe de analizar las fuertes barreras de salida, lo que produce que, en caso de malos resultados, las empresas estarán condicionadas a continuar con el negocio ya que será más costoso abandonarlo. Entre las barreras de salida, podemos destacar, en primer lugar, los altos costes de desmantelamiento. La gran infraestructura utilizada para la fabricación y distribución de medicamentos requiere de una inversión considerable para su liquidación, lo que representa una gran barrera financiera. Otro factor que hay que tener en cuenta, son los numerosos compromisos contractuales a largo plazo que tienen las empresas farmacéuticas con proveedores, distribuidores y otras compañías, dificultando la desvinculación de dichas relaciones contractuales y optando, en ocasiones, por la continuidad del negocio. Lo mismo sucede con los contratos laborales, al haber compañías con numerosos empleados, el cierre de operaciones podría implicar costes significativos por concepto de indemnizaciones o liquidaciones laborales. Todo esto hace que la amenaza de nuevos participantes en la industria farmacéutica sea baja.

2. **Amenaza de productos sustitutos:** A un producto se le llama sustituto cuando realiza la misma o similar función, (en este caso a los medicamentos u otros productos farmacéuticos). En esta industria, los sustitutivos de los fármacos de marca, son los genéricos, los cuales cumplen con la misma función a un coste menor. En España, según los datos de la Asociación Española de Medicamentos Genéricos (AESEG, 2012), *la reducción de precios supone un ahorro que oscila entre el 40% y el 60% respecto al coste del medicamento original*. Se debe recordar que la comercialización de los genéricos se permite una vez la patente ha expirado. Como norma general, los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC), deben ofrecer protección mediante patente para todas las invenciones, sean de productos (por ejemplo, un medicamento) o de procedimientos (por ejemplo, un método de producción de los componentes químicos de un medicamento), pero permitiendo ciertas excepciones (OMC,

2003). Respecto a la duración de las patentes, el Acuerdo de la OMC sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), en su artículo 33 establece que la protección mediante patente debe durar como mínimo 20 años contados desde la fecha de presentación de la solicitud de la patente (OMC, 1994). No obstante, el periodo desde la presentación de la solicitud de la patente para un nuevo medicamento hasta la autorización de su comercialización, que abarca la fase de Investigación y Desarrollo (I+D) y el tiempo necesario para la tramitación de la autorización (superior a los diez años de media), disminuye la efectividad de la protección otorgada por la patente a un periodo significativamente menor (FarmaIndustria, 2021). Así, los derechos de propiedad intelectual aseguran que las empresas farmacéuticas, a nivel global, se embarquen en la compleja tarea de investigar nuevos medicamentos. Este proceso, tiene una duración promedio de más de diez años e implica elevadas inversiones económicas, (aproximadamente 2.500 millones de euros) y, lo más importante, conlleva un riesgo elevado ya que, de cada diez mil compuestos analizados en la investigación inicial, solo uno eventualmente se convertirá en un medicamento disponible para su uso (FarmaIndustria, 2021). Por otro lado, los datos sobre fármacos genéricos indican que su presencia en el mercado de medicamentos español se mantiene constante desde hace 7 años, con un 41% en unidades y un 21% en cuota de valores. Estas cifras sitúan a España lejos de la media europea con un 65% en unidades y con un 25% en valores (AESEG, s.f.). Esto nos indica un estancamiento en la penetración de fármacos genéricos y una brecha considerable con respecto a la media europea, por lo que es crucial considerar estrategias para fomentar su compra. La opción por medicamentos genéricos se muestra como una solución viable, dado que este enfoque presenta un doble beneficio: por un lado, implica un coste menor para el consumidor final y, por otro lado, genera un mayor ahorro en el gasto farmacéutico. Esta elección estratégica no solo beneficia a los individuos al proporcionar medicamentos a precios más asequibles, sino que también contribuye a la racionalización del gasto público en el ámbito farmacéutico, sin comprometer la calidad y la eficacia de la prestación de servicios de salud. En este sentido, promover la adopción de medicamentos genéricos podría ser una medida efectiva para mejorar la situación actual, tanto desde una perspectiva económica como de salud pública. Así, se

puede concluir que la amenaza de productos sustitutos es alta, una vez las patentes desaparecen.

3. **Poder de negociación de compradores:** si su poder de negociación es alto podrán forzar a la baja los precios o exigir mejor calidad, alcanzando más valor. Junto con el paciente, que es considerado como el consumidor final, existen otra serie de agentes intermediarios, como farmacéuticos, mayoristas, gobiernos o médicos. De hecho, los clientes mayoristas representan el 77% del mercado (Rafael Borrás, 2011). Aquí se debe de diferenciar entre los productos genéricos y los que están bajo patente. En este último caso, los clientes tienen un menor poder de negociación debido a la exclusividad de la patente, que otorga a la empresa titular un monopolio sobre la comercialización del producto patentado. Sin embargo, en el caso de los productos genéricos, estos poseen un mayor poder de negociación debido a su amplia disponibilidad en el mercado.
  
4. **Poder de negociación de los proveedores:** si los proveedores tienen un gran poder de negociación, pueden establecer precios elevados, lo que afectará en el precio final de venta al público. En el caso del sector farmacéutico, las empresas proveedoras son las fabricantes o distribuidoras de los principios activos farmacéuticos, lo que resulta en un número reducido de empresas proveedoras y provoca una concentración, otorgándoles cierto nivel de poder. No obstante, las grandes empresas farmacéuticas suelen establecer acuerdos estratégicos a largo plazo con proveedores clave, fortaleciendo la posición negociadora de las farmacéuticas y proporcionando estabilidad en la cadena de suministro. Por lo tanto, podemos afirmar que el poder de negociación de los proveedores es moderado.
  
5. **Rivalidad entre competidores existentes:** según Porter, esta es la fuerza más determinante de las cinco ya que cuanto más rivalidad haya entre las empresas competidoras existentes, menor será la rentabilidad del sector y viceversa. Los datos de la European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA), indican que el mercado farmacéutico mundial (prescripción) tuvo un valor estimado de 1.222.921 millones de euros a precios de fábrica en 2022. Esto nos da un claro indicativo de la rentabilidad del sector, cuyo líder de ventas en ese

mismo año fue Pfizer (2022), alcanzando un volumen de ventas de 100.33 miles de millones de dólares. Otro factor que se debe tener en cuenta son las continuas fusiones y adquisiciones que se están llevando a cabo en el sector, lo que ha producido la formación de grandes conglomerados, aumentando la rivalidad existente. Estas fusiones pueden generar cambios en la dinámica competitiva y afectar la estructura de la industria. También, es crucial recalcar el papel que desempeñan las patentes en el mercado farmacéutico, generando numerosas luchas competitivas por la protección de la propiedad intelectual y la extensión de la vida útil de los productos. Con las patentes, las compañías logran diferenciarse, reduciendo la rivalidad durante su vigencia; sin embargo, una vez expira, la diferenciación se logra a través de la marca, lo que incrementa la rivalidad, dando lugar a la aparición de medicamentos genéricos. Por lo tanto, se puede concluir que la rivalidad entre las empresas existentes es alta, lo que obliga a las empresas a realizar cambios estratégicos recurrentes para consolidarse en el mercado y no perder fuerza competitiva.

### **3.2 Consideraciones generales de la RSC en el sector farmacéutico.**

En este apartado vamos a centrarnos en el papel que juega la RSC en la industria farmacéutica a nivel global, mencionando algunos aspectos a considerar y explicando el porqué de la necesidad de estudio esta materia.

Como vimos en el apartado anterior, la fuerte competitividad es una de las características del mercado farmacológico. Por esta razón, las acciones de RSC de las empresas multinacionales que componen este mercado son cruciales, ya que fomentan la construcción de confianza a largo plazo con clientes y empleados. Esta industria fue pionera en incorporar estrategias de sostenibilidad y ética corporativa. Cabe destacar que uno de los propósitos fundamentales de las compañías farmacéuticas es suministrar medicamentos que contribuyan a la salud y preservación de la vida, lo que significa que sus acciones tienen un impacto directo en nuestra vida cotidiana.

Profundizando en este contexto, se ve necesario realizar un análisis de la RSC en uno de los mercados más lucrativos del mundo. Los últimos datos muestran el enorme gasto



farmacéutico en el que incurren los gobiernos a nivel mundial. En el caso de nuestro país el gasto en medicamentos y productos sanitarios supone en promedio, el 37.6% del presupuesto sanitario total en los últimos quince años, según datos del Ministerio de Sanidad (2019). Añadiendo a la ecuación el elevado coste de los medicamentos, los intereses financieros de los accionistas y de los profesionales de la salud, las tácticas de marketing agresivo y las fuertes inversiones, convierten a la industria farmacéutica en un entorno propenso a la corrupción y a comportamientos poco éticos. Como consecuencia, este sector ha sufrido muchas críticas en los últimos años relativas al coste de las investigaciones, la deuda contraída por las administraciones públicas y el copago sanitario, entre otros aspectos económicos y políticos, por lo que se les están exigiendo actuaciones mucho más responsables (Melé, 2006; González Goraieb, 2005).

Esto ha derivado en que muchos expertos analicen y hagan énfasis en *la actual desconfianza social sobre la forma en que se desarrollan, comercializan y utilizan las drogas* (Crommelin *et al*, 2010). Esa tendencia también es mencionada por Price Water House Coopers (2009, citado en Rusu *et al*, 2011) cuando plantea que *numerosos estudios muestran hasta qué punto la reputación de las empresas farmacéuticas ha disminuido en la última década*.

Por lo tanto, procederemos a identificar y analizar los aspectos fundamentales de la RSC específicos del sector farmacéutico, esenciales para que una compañía sea considerada ética. Esto requiere apartar elementos aplicables de forma general a todas las industrias, como la diversidad, condiciones de trabajo justas y salarios competitivos. Nuestro enfoque se centrará en aquellas acciones que son exclusivamente relevantes para la industria farmacéutica. Esta metodología se fundamenta en una revisión metódica de la literatura y en la evaluación de diversos indicadores de RSC.

Así, establecemos como ejes fundamentales para la responsabilidad social corporativa en el ámbito farmacéutico los siguientes puntos, los cuales servirán de base para evaluar la sostenibilidad y la ética del sector:

- **Transparencia y Responsabilidad:** es imprescindible asegurar la transparencia tanto en las operaciones como en el acceso a la información corporativa, lo que incluye la publicación de los resultados de ensayos clínicos y una gestión

adecuada de la cadena de suministro. Es necesario que las empresas farmacéuticas elijan proveedores que se adhieran a prácticas sostenibles y que implementen sistemas de auditoría para verificar dichas prácticas.

- Sostenibilidad Ambiental: se deben implementar prácticas de producción sostenibles y reducir el impacto ambiental en todas las etapas desde la fabricación y distribución hasta la venta y postventa.
- Respeto por la propiedad intelectual: promover el buen uso de las patentes y evitar la indebida extensión prolongada de las mismas y demás prácticas fraudulentas.
- Prácticas de Marketing Éticas: se deben evitar prácticas engañosas y asegurarse de que la promoción de medicamentos se base en evidencia científica sólida.

Según lo analizado, diversos aspectos de RSC en el sector farmacéutico continúan en una etapa de investigación o en muchas ocasiones las corporaciones las omiten, mirando por sus propios intereses. Por lo tanto, hay numerosas oportunidades para explorar esta temática, basándose en la importancia de seguir debatiendo sobre los problemas éticos, legales, sanitarios y sociales que afectan a la conducta de las empresas que operan en este mercado.

### **3.3 Principales características de las empresas elegidas**

Para elegir las empresas farmacéuticas de nuestro estudio, hemos decidido seleccionar aquellas que han obtenido los mejores resultados por volumen de facturación. La información se encuentra en la siguiente tabla:

**TABLA 1:** *Principales compañías farmacéuticas por volumen de facturación.*

Ranking	Nombre empresa	País	Ingresos (en miles de millones de dólares)
1	Pfizer	USA	100.33
2	Johnson & Johnson	USA	94.94
3	Sinopharm	CHINA	80.19

4	Roche	SUIZA	69.77
---	-------	-------	-------

Fuente: elaboración propia según los datos de las cuentas anuales del año 2022 de las empresas.

### **1. Pfizer**

Pfizer Inc. (2024) es una empresa farmacéutica líder mundial con sede en Nueva York, Estados Unidos. Fundada en 1849, Pfizer se ha convertido en una de las mayores y más diversificadas empresas farmacéuticas del mundo con una fuerte presencia en diversas áreas como: las vacunas, la oncología, la salud cardiovascular, la neurociencia y las enfermedades raras.

Entre sus logros más recientes se encuentra el desarrollo de la primera vacuna contra el COVID-19, desarrollada en colaboración con BioNTech, lo que significó un gran avance para combatir la pandemia. Además, la farmacéutica cuenta con una sólida cartera de medicamentos de venta con receta, vacunas y productos sanitarios de consumo.

### **2. Roche**

Roche (2024), fundada en 1896 en Suiza, es una de las farmacéuticas líderes a nivel global. La farmacéutica abarca numerosas áreas terapéuticas tales como como la oncología, la inmunología, la diabetes y las enfermedades del sistema nervioso central. La empresa no solo introduce en el mercado medicamentos pioneros que han revolucionado el tratamiento de diversas enfermedades, especialmente en el campo de la oncología, sino que también es líder en diagnóstico in vitro gracias a Roche Diagnostics.

### **3. Johnson & Johnson**

Johnson & Johnson (2024), es una empresa estadounidense fundada en 1886 con sede Nueva Jersey. Entre sus productos más vendidos en el año 2022 se encuentran: Stelara, medicamento utilizado para el tratamiento de enfermedades inflamatorias o Darzalex, que se emplea para tratar el mieloma múltiple en adultos.

Entre sus divisiones, encontramos MedTech, donde se centran en tecnologías médicas. En MedTech se dedican al desarrollo, fabricación y comercialización de productos y soluciones innovadoras para el ámbito de la tecnología médica, abarcando una amplia gama de dispositivos médicos y tecnologías, incluyendo productos relacionados con la

cirugía, ortopedia, cardiología, cuidados intensivos, diabetes y otras áreas de la atención médica.

#### **4. Sinopharm**

Sinopharm Group Co., Ltd., (2024) es una empresa farmacéutica estatal China. Fundada en 1998, ya se ha convertido en una de las principales compañías en Asia y en el mundo, especializándose en la investigación, desarrollo, producción y comercialización de productos farmacéuticos y biotecnológicos. Su enfoque abarca desde medicamentos genéricos, hasta vacunas y productos de salud.

En el año 2023, Pfizer anunció un pacto de cooperación con el Grupo Sinopharm, con el objetivo de obtener la aprobación de 12 medicamentos en China hasta el año 2025, ayudando a la internacionalización de ambas compañías.

Es importante, recalcar que la empresa está integrada en la Comisión Estatal de Supervisión y Administración de Activos del Estado (SASAC, por sus siglas en inglés), lo cual la coloca en una posición muy cercana al gobierno central, siendo la única entidad farmacéutica en China con tal nivel de vinculación gubernamental.

Antes de analizar las acciones de RSC, vamos a mostrar algunas características de las empresas elegidas que proporcionan información relevante para el estudio:

***TABLA 2: Características de las principales compañías farmacéuticas, año 2022.***

<b>Nombre Empresa</b>	<b>Nº empleados</b>	<b>Inversión en I+D (en miles de millones de dólares)</b>	<b>Ingresos (en miles de millones de dólares)</b>	<b>Presencia global (nºpaíses)</b>	<b>Nº patentes</b>
<b>Pfizer</b>	~83.000	11,42	100,33	>185	62.120
<b>Johnson &amp; Johnson</b>	~152.700	14,60	94,94	>60	132.753
<b>Sinopharm</b>	~114.700	97 <sup>1</sup>	80,19	-	2259

<sup>1</sup> En el año 2022, unos 647 millones de RMB equivaldrían aproximadamente a 97.05 millones de USD, utilizando una tasa de conversión promedio de 0.15 USD por cada RMB. Es importante señalar que esta cantidad es una estimación basada en la tasa de cambio promedio del año mencionado, y que las tasas de cambio reales pueden haber variado.

<b>Roche</b>	~103.600	15,20	69,77	>150	77.621
--------------	----------	-------	-------	------	--------

Fuente: elaboración propia según los datos de Statista, Pharma Shots e informes anuales de las farmacéuticas año 2022

### **3.4 Prácticas de RSC en la industria: ISO 26000**

Para la realización de este trabajo, como hemos mencionado anteriormente, se ha decidido clasificar y analizar las acciones de las empresas seleccionadas según la ISO 26000 y en función de lo que consideramos como prácticas cruciales que las farmacéuticas deberán de incluir en sus políticas de RSC.

Apoyarnos en esta normativa, nos ofrece orientación sobre cómo las empresas pueden operar de manera socialmente responsable. Además, es aplicable para todo tipo de organizaciones, independientemente de su tamaño, localización, naturaleza de sus actividades, cultura, sociedad y medio ambiente en el que opera.

La naturaleza voluntaria de las acciones de RSC y la falta de requerimientos para presentar un informe anual estandarizado, permite que las empresas a menudo oculten o simplemente omitan información no favorable. Por otro lado, la ISO 26000, al ser una guía y no estar ligada a certificación, podría restar importancia a ciertas iniciativas. Sin embargo, su adopción promueve la *buena voluntad corporativa* al alinear la responsabilidad social con los valores y prácticas de una empresa, ofreciendo una oportunidad significativa de aprendizaje y mejora en la gestión de la RSC (Das, 2016).

Así, el funcionamiento de la industria farmacéutica, (siempre objeto de debate), puede beneficiarse enormemente de la ISO 26000, ya que esta refleja los objetivos y preocupaciones de todos los stakeholders en forma de compromiso final (Das, 2016). Por esto, la combinación entre las materias que se incluyen en la ISO y los ámbitos esenciales de RSC seleccionados anteriormente, nos van a permitir realizar un estudio completo y profundo sobre el papel de la responsabilidad social corporativa en el sector farmacéutico.

En concreto, vamos a utilizar lo que la ISO 26000 cataloga como las *principales materias de la responsabilidad social*. Estas son siete materias fundamentales, interrelacionadas

entre sí y con el mismo nivel de importancia, que toda empresa debería de integrar en su estrategia de RS. No obstante, para la elaboración de este trabajo de fin de grado, se ha optado por enfocarse en aspectos específicos de las diversas materias mencionadas en la guía que consideramos de relevancia fundamental a la hora de evaluar la RSC en la industria. La finalidad es establecer un criterio uniforme que permita la comparación efectiva entre distintas empresas farmacéuticas.

Así, diferenciamos entre gobernanza de la organización y derechos humanos (relacionada con la transparencia y responsabilidad), el medio ambiente (relacionado con la sostenibilidad ambiental en la industria farmacéutica), prácticas justas de operación y asuntos de consumidores (relacionado con el respeto por la propiedad intelectual y prácticas de marketing éticas) y, por último, participación activa y desarrollo de la comunidad.

#### **4. ANÁLISIS DE LAS ACCIONES DE RSC EN LAS EMPRESAS SELECCIONADAS**

##### **4.1 Transparencia y Responsabilidad: ética en la investigación clínica y gestión en la cadena de suministro**

La transparencia y responsabilidad en las acciones de RSC de las farmacéuticas es un aspecto de gran importancia en el sector al ayudar a reforzar la confianza del público en los productos farmacéuticos y la integridad de las empresas, estableciendo una imagen de honestidad y compromiso con la verdad científica. Entre los aspectos de transparencia y responsabilidad que contribuyen a realizar un comportamiento ético nos vamos a centrar en tres aspectos: accesibilidad y claridad de la información empresarial, la ejecución y publicación de todos los resultados de los ensayos clínicos, incluyendo aquellos que no cumplieron con los objetivos primarios o que presentaron efectos secundarios significativos y la adecuada gestión de la cadena de suministro, revelando información acerca de la procedencia de las materias primas y las prácticas laborales de los proveedores con eficaces sistemas de seguimiento y auditoría.

Así, las empresas cada año elaboran un informe de ESG donde muestran todo lo que han hecho en términos de RSC y de sostenibilidad durante el ejercicio económico. Para nuestro estudio vamos a centrarnos en los documentos del año 2022 (únicos disponibles cuando se comenzó con el trabajo), encontramos los siguientes:

- Pfizer: Informe de ESG de Pfizer del año 2022.
- Roche: 2022 Non-financial reporting indicators definitions and scope.
- Johnson & Johnson: 2022 Health for Humanity Report.
- Sinopharm: 2022 Sinopharm Group CO. Ltd sustainability report.

### **1. Pfizer**

En su Informe de ESG del año 2022, Pfizer revela su estrategia centrada en el paciente, asegurando que *su voz y necesidades orienten nuestras acciones*. En su apartado dedicado a la transparencia, la empresa muestra la dedicación al principio de transparencia al hacer públicos sus esfuerzos en asuntos de interés general. Afirma que sostiene rigurosos estándares éticos, científicos y médicos en sus procesos de investigación y desarrollo y se obliga a revelar aquellos datos financieros y demás aspectos que pudieran generar posibles conflictos de interés. Estos abarcan áreas como la financiación de actividades educativas, compromisos de post-comercialización de productos farmacéuticos en EEUU, cartera de medicamentos experimentales o el registro y la notificación de resultados de ensayos clínicos, entre otros.

Centrándonos en los ensayos clínicos, según la compañía, todos sus estudios respetan los derechos humanos y se adhieren a estándares éticos internacionales. La farmacéutica comparte abiertamente información sobre sus ensayos clínicos a través de su sitio web y ClinicalTrials.gov, reafirmando su compromiso con la transparencia y la equidad en la investigación médica. Pfizer colabora con diversos grupos, incluidos comités éticos y autoridades reguladoras, para garantizar la integridad y la ética en su investigación. Se esfuerza por eliminar situaciones que impidan la participación en sus ensayos, ofreciendo opciones flexibles como ubicaciones móviles y seguimientos domiciliarios, además de promover la diversidad, al incluir personas de diversas razas y etnias, mejorando los ensayos y viendo los efectos que sus medicamentos puedan producir en diferentes personas.

Uno de los escándalos más recientes que involucró a la compañía es el que se explica en el artículo del periodista Paul D Thacker (2021), titulado *Covid-19: Researcher blows the whistle on data integrity issues in Pfizer's vaccine trial*, en el que se abordan preocupaciones serias sobre la integridad de los datos durante el ensayo de la vacuna para frenar el COVID-19 de Pfizer. Este artículo revela que una directora regional de Ventavia Research Group, contratada para realizar el ensayo de Pfizer, alertó sobre datos falsificados, un inadecuado uso de medidas de seguridad, vacunadores insuficientemente capacitados y un seguimiento lento de eventos adversos. La denunciante proporcionó evidencia de mala gestión en el laboratorio y preocupaciones sobre la seguridad de los pacientes. Tras reportar estos problemas a la FDA, fue despedida el mismo día. Estas revelaciones plantean interrogantes sobre la supervisión regulatoria y la integridad de los ensayos clínicos en la compañía.

Respecto a la relación con terceras partes, el sistema de Gestión de Calidad de la empresa asegura que sus fábricas y proveedores cumplan o incluso superen los altos estándares de calidad de los productos. Pfizer establece procesos detallados para verificar que todos los materiales y servicios de terceros se adhieran a estas normas exigentes durante todo el ciclo de vida del producto, desde la investigación hasta la distribución. Además, se compromete a colaborar con socios que demuestren responsabilidad, ética y fiabilidad, y les exige seguir sus principios de adquisición responsable y conducta de proveedores. La compañía no solo establece criterios estrictos para los materiales utilizados en la fabricación, sino que también realiza auditorías regulares a sus proveedores siguiendo todas las regulaciones aplicables, estándares y pautas, como ISO e ICH, para promover la mejora en calidad y el cumplimiento normativo. También cuentan con equipos especializados enfocados en gestionar y minimizar los riesgos asociados con las organizaciones de fabricación e investigación, destacando la importancia de estas colaboraciones en su estrategia global.

## **2. Roche**

En sus informes anuales, la compañía no trata de forma directa la información relacionada con los ensayos clínicos ni con la gestión de la cadena de suministro, sino que debemos remitirnos a su página web <https://www.roche.com/>, para indagar a fondo los temas en cuestión.



Roche asegura promover la transparencia al compartir datos de estudios clínicos para apoyar decisiones de tratamiento informadas y avanzar en la investigación médica. Se compromete a la accesibilidad de la información de los ensayos, resguardando la privacidad de los pacientes y la confidencialidad comercial. La empresa facilita el conocimiento científico a través de la publicación de resultados, documentación de estudios, artículos en revistas especializadas y ofreciendo acceso a datos a investigadores cualificados.

Roche se compromete a proteger los derechos y la dignidad de los participantes en estudios clínicos, cumpliendo con las normativas internacionales y las leyes locales. La compañía asegura que sus ensayos clínicos respetan los principios de la Declaración de Helsinki y las pautas de las Buenas Prácticas Clínicas. El consentimiento informado es un pilar en la metodología de la farmacéutica, facilitando una comunicación clara sobre los objetivos, riesgos y beneficios de la investigación a los participantes. De esta manera, Roche no solo cumple con estándares éticos, sino que también se enfoca en la seguridad y eficacia de sus desarrollos farmacológicos. Comprometidos con la divulgación del conocimiento, Roche publica todos los protocolos de ensayos y sus resultados en sitios web accesibles al público y en revistas científicas, promoviendo así una colaboración informada y basada en la evidencia en el campo de la salud.

Hay que señalar que a lo largo de los años la compañía ha estado involucrada en escándalos relacionados con sus prácticas durante los ensayos clínicos. En 2010, Roche recibió el *Premio de vergüenza* por parte de la organización no gubernamental suiza Declaración de Berna y Greenpeace por realizar ensayos clínicos con órganos obtenidos de prisioneros ejecutados en China. La compañía aseguró que respetó las regulaciones locales y los estándares éticos de la industria. Sin embargo, las asociaciones médicas condenaron el uso de órganos de prisioneros ejecutados por razones morales y culparon a la empresa por realizar los ensayos clínicos con fines de marketing. Su objetivo era ganar acceso a los hospitales y aumentar su participación en el país, más que por propósitos científicos (Schrempf-Stirling, 2014).

Respecto a la relación de la compañía con terceros, Roche es miembro de la Pharmaceutical Supply Chain Initiative (PSCI), una organización sin ánimo de lucro del sector que agrupa a sus miembros para definir, implantar y fomentar prácticas

responsables en la cadena de suministro. Además, la empresa implementa un programa de Visitas de Aseguramiento de Sostenibilidad de Proveedores (SSAV) para garantizar que sus proveedores cumplan con el Código de Conducta establecido, sometiéndoles a auditorías periódicas. Mediante un enfoque formal y basado en el riesgo, identifica a los proveedores con mayor posibilidad de infringir las normativas de sostenibilidad, incluyendo las violaciones a los derechos humanos. Los proveedores que han sido auditados deben comprometerse a implementar un plan de acción correctivo detallado que aborde los problemas identificados. Además, se llevan a cabo auditorías de seguimiento para asegurarse de que estas medidas correctivas se hayan puesto en práctica de manera efectiva y hayan resuelto las causas subyacentes de dichos problemas.

### **3. Johnson & Johnson**

En materia de la divulgación de información de sus ensayos clínicos, recurrimos al documento de Johnson & Johnson (2020), *Position on the Conduct of Clinical Trial*.

La farmacéutica se asegura que la comunidad médica tenga acceso a información completa sobre sus productos cumpliendo con varios requisitos: anunciar o registrar públicamente los ensayos clínicos siguiendo los requerimientos legales y de publicación en revistas científicas, divulgar los cronogramas para la realización y finalización de los estudios, proveer información sobre los riesgos y beneficios potenciales de participar en los estudios a quienes estén considerándolo y publicar apropiadamente los resultados de los ensayos clínicos. Los ensayos clínicos realizados alrededor del mundo por sus empresas farmacéuticas y de dispositivos médicos están listados en el sitio web de los Institutos Nacionales de Salud de EEUU ([clinicaltrials.gov](http://clinicaltrials.gov)), la Base de Datos de Ensayos Clínicos de la Autoridad Reguladora de Drogas de la Unión Europea (EudraCT) y en registros específicos de cada país o región según sea necesario.

La empresa se compromete a publicar datos que sean científica o médicamente importantes, cumpliendo con códigos de ética establecidos y presentando información veraz, completa y precisa. Los factores como nuevos efectos, ausencia de efectos, beneficios potenciales o daños a pacientes o subpoblaciones específicas, o cambios en el perfil de beneficio/riesgo de un producto, son considerados para determinar si la información nueva merece ser publicada.

En materia de gestión de la cadena de suministro, la empresa afirma su compromiso con el respeto a los derechos humanos integrado en su *Credo* y reflejado en sus prácticas empresariales diarias. Johnson & Johnson, define su enfoque en documentos como su *Posición sobre Derechos Humanos y sus Estándares de Responsabilidad para Proveedores*, destacando su orientación en prohibir el trabajo forzado, la trata de personas, el empleo de menores o la explotación ilegal. También establece políticas específicas que promueven el trabajo ético en su cadena de suministro y en todas sus operaciones globales.

La política de Johnson & Johnson establece un protocolo claro que todos los empleados, contratistas y agentes deben seguir ante cualquier posible violación de la política. En tal caso, la información debe ser reportada inmediatamente al Director de Auditoría de la empresa, ya sea de forma verbal o por correo electrónico. No hacerlo puede resultar en sanciones disciplinarias, incluso el despido. Este proceso de notificación es mandatorio y garantiza que se tomen las medidas correctivas adecuadas, alineadas con los valores corporativos y el cumplimiento legal.

#### **4. Sinopharm**

Al ser una empresa estatal y no cotizar en bolsa, Sinopharm no está obligada a revelar ninguna información a terceros, a diferencia de lo que ocurre con las otras empresas farmacéuticas seleccionadas para este estudio. Esta opacidad, hace que el acceso a su información sea más difícil.

En su informe de sostenibilidad del año 2022, la compañía no menciona nada relativo a la transparencia en sus ensayos clínicos. Paralelamente, Rhodes *et al.* (2021), en el estudio *For Whose Benefit?* analiza las 20 principales vacunas contra la COVID-19, donde revela la deficiente transparencia en ensayos clínicos y tendencias preocupantes de censura gubernamental en los detalles de los pedidos a las compañías farmacéuticas, entre los que incluye a Sinopharm. El análisis muestra que sólo el 45% de los ensayos anunciaron resultados y el 41% de estos solo proporcionaron resultados generales, sin revisión académica detallada. Solo el 12% de los protocolos de ensayos fueron publicados, faltando transparencia en el 88% de los ensayos registrados.

En esta línea, también se debe mencionar el artículo *China gambles with trust, transparency in race for vaccine Sinopharm*, de la periodista Yojana Sharma (2020), donde se revela que cientos de miles de chinos ya habían recibido las dos principales vacunas contra la COVID-19 desarrolladas por Sinopharm, a pesar de que los ensayos humanos en su última fase, conocidos como ensayos de Fase 3 para confirmar la seguridad y eficacia, aún no se habían ultimado ni evaluado completamente.

En materia de gestión y control de sus proveedores, la compañía realiza evaluaciones regulares a los proveedores. Entre los criterios de evaluación incluyen la entrega precisa y a tiempo, la situación de falta de stock, la cooperación en eventos de emergencia, la calidad anormal, las quejas de los clientes y la exposición por parte del gobierno o los medios de comunicación. La compañía supervisa activamente a sus proveedores durante el proceso de cooperación, brindando retroalimentación oportuna sobre cualquier problema de cumplimiento y alentándolos a mejorar constantemente en calidad y servicio. En el año 2022, se llevaron a cabo un total de 7.771 inspecciones externas de supervisión.

En Sinopharm afirman examinar minuciosamente a los proveedores potenciales, verificando su documentación y realizando auditorías *in situ* si fuera necesario para asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y admisión. Anualmente reevalúan a los proveedores según regulaciones establecidas para mantener la calidad de los medicamentos adquiridos y el cumplimiento normativo. En 2022, revisaron las calificaciones de 1.608 proveedores y firmaron acuerdos de aseguramiento de calidad con ellos.

Para llevar a cabo una adecuada supervisión, la empresa ha implementado una política de denuncias que se aplica a empleados, clientes y proveedores. Disponen de un buzón de quejas en su sitio web oficial para asegurar un proceso transparente y accesible. Cuando se recibe una denuncia, la empresa inicia rápidamente una investigación, elabora un plan de manejo e informa al Comité de Auditoría para supervisar de manera exhaustiva tanto la denuncia como los avances en su resolución. La política protege a quienes informan de manera honesta y adecuada, asegurando la confidencialidad de sus identidades e información.

## **4.2 Sostenibilidad Ambiental**

Las empresas farmacéuticas como parte crucial de sus acciones de RSC, deben centrarse en la sostenibilidad ambiental, lo que implica la implementación de prácticas de producción sostenibles y la reducción del impacto ambiental en todas las fases operativas (desde la fabricación y la distribución hasta la venta y servicios postventa). La adopción de estas medidas no solo asegura la protección del medio ambiente, sino que también responde a las expectativas crecientes de los consumidores y accionistas que valoran y demandan prácticas empresariales éticas y sostenibles, lo cual puede traducirse en una ventaja competitiva significativa.

Sobre este tema también se pronuncia la ISO 26000 que aconseja adoptar un enfoque holístico para abordar el tema del medio ambiente que, además de reconocer la importancia de los factores económicos, sociales, de salubridad y ambientales que se derivan de sus acciones, tenga en cuenta la ineludible interrelación que existe entre ellos (Argandoña & Isea, 2011).

Con el objetivo de poder encontrar un parámetro de sostenibilidad medioambiental que permita la comparación entre las diferentes empresas farmacéuticas, vamos a analizar cómo se aborda la contaminación del agua en las empresas farmacéuticas elegidas.

Hay que recordar que el sector farmacéutico es profundamente dependiente del agua y tiene un impacto significativo en su calidad y disponibilidad. El agua no solo es esencial en la producción de medicamentos, sino que también se emplea mayoritariamente en la refrigeración durante la fabricación y en menor medida en la limpieza y como solvente. Parte del agua que se desecha puede contener residuos de principios activos, lo cual es motivo de preocupación ambiental.

Esta presencia de principios activos en el ambiente está bajo examen global, especialmente debido a su potencial para afectar la vida acuática y contribuir a la resistencia de los antimicrobianos, un problema de salud pública en crecimiento según la OMS. Conscientes de estos riesgos, las empresas farmacéuticas están comprometidas con la gestión del agua, según una encuesta de Carbon Disclosure Project, (organización sin ánimo de lucro que ayuda a empresas a divulgar su impacto medioambiental) más del

80% de las 30 principales compañías farmacéuticas globales incluyen el agua como una de sus áreas principales de enfoque en sostenibilidad (Dobson, 2021).

## **1. Pfizer**

Pfizer asegura abordar los desafíos ambientales asociados con los productos farmacéuticos y la resistencia antimicrobiana en su industria. La empresa se esfuerza por reducir la descarga de ingredientes farmacéuticos activos en las aguas residuales, aplicando evaluaciones de riesgo y tecnologías de control de emisiones.

Además, la compañía participa activamente en iniciativas para certificar el cumplimiento de las prácticas de fabricación de antibióticos a través de auditorías independientes y es pionera en un proyecto piloto de certificación para 2023. La minimización de residuos es clave en sus operaciones globales, promoviendo mejoras en los procesos y el uso de química sostenible. La empresa se esfuerza por reducir, reutilizar y reciclar materiales, y ha desarrollado métricas internas para mejorar la gestión de residuos, habiendo logrado una reducción significativa de desechos destinados a vertederos.

**Tabla 3:** Uso y Gestión del Agua de Pfizer, 2019-2022.

	2019	2020	2021	2022
<b>Agua extraída (en millones de metros cúbicos)</b>	34,8	32,4	27,5	28,8
<b>Descarga de agua (en millones de metros cúbicos)</b>	30,8	28,5	23,6	24,8
<b>Consumo de agua (en millones de metros cúbicos)</b>	4,0	3,9	3,9	4,0

Fuente: informe ESG Pfizer 2022. Los datos recogen información de todos los sitios de propiedad y las instalaciones arrendadas donde Pfizer tiene control operacional.

De la tabla se pueden sacar varias conclusiones:

- La cantidad de agua extraída ha disminuido de 34,8 millones de metros cúbicos en 2019 a 28,8 millones en 2022. Esto puede indicar una mejora en la eficiencia del uso del agua o una reducción en la producción que requiere su uso.
- La cantidad de agua descargada también ha disminuido a lo largo de los años, de 30,8 millones de metros cúbicos en 2019 a 24,8 millones en 2022. Lo que podría reflejar mejoras en los procesos de reciclaje y tratamiento de agua.
- El consumo de agua se ha mantenido relativamente estable, variando solo ligeramente entre 4,0 millones de metros cúbicos en 2019 y 3,9 millones en 2021, con un ligero aumento a 4,0 millones nuevamente en 2022. Esto sugiere que mientras que la extracción y descarga de agua han disminuido, la cantidad de agua consumida realmente en los procesos ha permanecido constante.

## **2. Roche**

Roche, como el resto de farmacéuticas, depende del agua limpia para producir medicamentos y bienes de diagnóstico. Por eso en su página web enfatiza el ímpetu de la compañía en proteger y conservar el agua y mejorar el acceso al agua potable limpia. Según Roche, sus esfuerzos por estabilizar el consumo de agua han mantenido su uso de agua relativamente constante en los últimos cinco años, a pesar del crecimiento de la empresa.

En la empresa adoptan programas de conservación y reducción de agua según las condiciones y necesidades locales. Por ejemplo, en California utilizan jardinería resistente a la sequía. Reducen el consumo de agua en otros sitios mediante: (1) Recolección y reciclaje de agua en torres de enfriamiento, creando un sistema cerrado; (2) Reutilización del agua de limpieza y reciclaje del agua utilizada; (3) Reducción de los requisitos de enfriamiento y mejora de los procesos; (4) Mejora de la recuperación de calor, resultando en una menor demanda de agua de enfriamiento.

**Tabla 4:** Uso y Gestión del Agua de Roche, 2019-2022.

	2019	2020	2021	2022
<b>Agua extraída (en millones de metros cúbicos)</b>	15,9	14,9	15,4	14,9
<b>Metales pesados vertidos a vías fluviales después de tratamiento (kg)</b>	228	174	131	137
<b>Materia orgánica vertida a vías fluviales después de tratamiento (t)</b>	127	76	76	80
<b>Consumo de agua (en millones de metros cúbicos)</b>	3,1	2,8	2,7	2,9

Fuente: Informe anual 2022 Roche. Los datos se basan en facturas de los contadores, para todo el año del informe y se consolidan a nivel del Grupo (excluyendo las compañías de Workday Lite).

Así se pueden sacar varias conclusiones:

- En 2022, Roche extrajo 14,9 millones de metros cúbicos de agua de diversas fuentes. De esta cantidad, aproximadamente el 19% fue efectivamente consumido, incorporándose a productos, evaporándose en sistemas de refrigeración o utilizándose para riego.
- El uso de agua por parte de Roche ha permanecido relativamente estable durante la última década, retirando en promedio 16,6 millones de metros cúbicos de agua por año y consumiendo unos 3,1 millones de metros cúbicos.
- Roche se ha propuesto un objetivo ambiental para reducir el consumo de agua en un 15% para el 2025, medido en metros cúbicos ponderados por riesgo de agua por empleado. El año 2022 marcó el segundo año de este objetivo y los esfuerzos de reducción de agua ya están dando frutos, al reducirse en un 10% en el consumo de agua desde el inicio de este objetivo, en el año 2020.



### **3. Johnson & Johnson**

La compañía ofrece información completa respecto a la gestión y uso de agua, proporcionando datos recopilados en un Excel desde 2020 hasta 2022 de forma muy detallada.

**Tabla 5:** Uso y Gestión del Agua de Johnson & Johnson, 2020-2022.

	2020	2021	2022
<b>Agua total extraída (en millones de metros cúbicos)</b>	11,09	11,04	11,11
<b>Agua total reciclada y reutilizada (en millones de metros cúbicos)</b>	0,75	0,81	0,83
<b>Vertido total de agua (en millones de metros cúbicos)</b>	7,32	7,15	7,18
<b>Agua total consumida (en millones de metros cúbicos)</b>	3,77	3,89	3,93

Fuente: 2022 ESG performance data J&J. Incluye datos específicos de todos los centros propios y alquilados de más de 50.000 pies cuadrados en los que Johnson & Johnson tiene el control operativo, así como centros de fabricación de I+D de menos de 50.000 pies cuadrados, a menos que se indique lo contrario.

- La cantidad de agua extraída por Johnson & Johnson se ha mantenido relativamente estable a lo largo de los tres años, con una ligera tendencia al alza, pasando de 11,09 millones de metros cúbicos en 2020 a 11,11 en 2022. Esto indica que la demanda de agua de la compañía no ha variado significativamente en este período.
- Hay un leve aumento en la cantidad de agua reciclada y reutilizada, de 0,75 millones de metros cúbicos en 2020 a 0,83 en 2022. Este aumento puede reflejar un esfuerzo por parte de la empresa para mejorar la sostenibilidad de sus operaciones y reducir el impacto ambiental.
- El vertido total de agua ha disminuido ligeramente, de 7,32 millones de metros cúbicos en 2020 a 7,18 en 2022. Este descenso puede ser resultado de mejoras en los procesos de tratamiento o una mayor eficiencia en el uso del agua.

- El consumo total de agua ha mostrado un aumento constante año tras año, de 3,77 millones de metros cúbicos en 2020 a 3,93 en 2022. Aunque el aumento es pequeño, refleja un crecimiento sostenido en el uso del agua que podría estar vinculado al aumento de la producción o a cambios en los procesos de manufactura que requieren más agua.

#### **4. Sinopharm**

El grupo utilizó principalmente el suministro de agua municipal en sus operaciones comerciales y no tuvo ningún problema en la búsqueda de fuentes de agua apropiadas. En términos de utilización de recursos hídricos, la empresa ha establecido el objetivo de mejorar la eficiencia del agua, para lograrlo, se esforzarán en reducir el consumo de agua y mejorar continuamente la eficiencia hídrica. Las empresas industriales de la compañía han implementado medidas como la renovación de equipos de agua y la reutilización de aguas residuales en la producción y operación. Por ejemplo, todas las aguas residuales producidas en el proceso de producción de Sinopharm Xingsha son tratadas hasta alcanzar los estándares fijados y reutilizadas para el riego de áreas verdes, ahorrando alrededor de 16.530,18 toneladas de agua dulce por año.

Sinopharm en su informe de ESG del año 2022 proporciona únicamente información del consumo de agua de los años 2021 y 2022. Pero, si revisamos los informes de 2019 y 2020 se puede obtener la información de esos años y así poder observar la evolución en el consumo del agua de la empresa. No obstante, el método de cálculo para 2021 cambió, ajustando así también los datos de 2020, pero la compañía no especifica cómo se implementó este nuevo método ni las variables consideradas para el cálculo del consumo de agua.

**Tabla 6:** Consumo de Agua de Sinopharm, 2021-2022.

	2021	2022
<b>Agua total consumida (en millones de metros cúbicos)</b>	0,889	0,651

Fuente: informe ESG 2022 Sinopharm.

Basado en los datos proporcionados, se pueden sacar las siguientes conclusiones:

- Se observa una disminución significativa en el consumo total de agua de 0,889 millones de metros cúbicos en 2021 a 0,651 millones en 2022. Esto representa una reducción de aproximadamente un 26,8%, lo cual es considerable.
- La disminución en el consumo de agua puede indicar que Sinopharm ha implementado medidas eficientes de uso del agua o ha mejorado su tecnología y procesos para reducir la cantidad de agua necesaria en sus operaciones. Un caso mencionado en el informe es el de la subsidiaria, Guorui Pharmaceutical, que construyó un nuevo sistema de recolección y tratamiento de aguas residuales, lo que les ha permitido ahorrar 200.000 toneladas de agua en 2022.
- La reducción en el uso del agua puede reflejar un compromiso positivo con la sostenibilidad ambiental y la gestión responsable de los recursos hídricos, lo que es favorable desde el punto de vista del impacto ambiental de la empresa.

### **4.3 Respeto por la propiedad intelectual**

El respeto por la propiedad intelectual (PI) por parte de las empresas farmacéuticas es un aspecto crítico que va más allá de la protección de sus propias invenciones; también implica promover el uso ético y responsable de las patentes. Las farmacéuticas deben comprometerse a evitar prácticas como la extensión indebida de las patentes, a menudo referida como *evergreening*, donde se realizan cambios menores en medicamentos existentes para prolongar su exclusividad. Además, deben abstenerse de cualquier comportamiento que pueda considerarse como abuso de su posición dominante para impedir la competencia y el acceso a medicamentos.

El buen uso de las patentes implica equilibrar la innovación y la inversión con el acceso al mercado a los genéricos, una vez que las patentes originales expiran, garantizando así que los avances médicos sean accesibles para el conjunto de la población. En este sentido, un estudio analizó los registros de patentes de la *Food and Drug Administration* (FDA) desde el 2005 hasta el 2015 y encontró que el 74% de las nuevas patentes de medicamentos se otorgaron a fármacos existentes, no a medicamentos nuevos. De los 100 productos farmacéuticos principales por ventas, casi el 80% obtuvo una patente adicional

u otro tipo de extensión de exclusividad, y casi la mitad lo hizo más de una vez. Como resultado, los medicamentos genéricos tardan más en llegar al mercado y los precios en toda la industria continúan aumentando. Estas prácticas resultan en gastos innecesariamente altos en investigación farmacéutica sin innovación y aumentos de precios de más del 300% para los consumidores (Sagonowsky, 2017).

El adecuado uso de la propiedad intelectual también se menciona en la ISO 26000 como un ejemplo de *prácticas justas de operación*. El respeto a los derechos de propiedad se señala como asunto fundamental en materia de RSC al tratarse de un derecho humano universalmente reconocido. La ISO 26000 recomienda poner en práctica procesos y políticas acordes con este derecho y no involucrarse en actividades que lo vulneren (Argandoña & Isea, 2011).

## **1. Pfizer**

Según plasma la farmacéutica norteamericana en su informe de sostenibilidad del año 2022, Pfizer valora y promueve el uso responsable de la propiedad intelectual para impulsar la ciencia y transformar ideas innovadoras en realidades que cambian la vida de los pacientes. Esto se refleja en su adhesión a los *Principios de PI para Avanzar en Curas y Terapias* (IP PACT). La compañía reconoce los desafíos socioeconómicos de los países menos desarrollados y tiene políticas de no ejecución de patentes en esas regiones, facilitando el acceso a tratamientos genéricos, como su tratamiento oral para el COVID-19.

Pfizer también participa en la iniciativa Pat-INFORMED de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO), que mejora el acceso a la información de patentes de medicamentos, demostrando su compromiso con el avance del conocimiento científico. Como miembro fundador de la asociación, la empresa ha contribuido significativamente a la lucha contra las enfermedades tropicales desatendidas. También ha sido reconocida por el Índice de Acceso a la Medicina de 2022 por estar *por encima de la media* en compartir activos de PI con investigadores externos.

No obstante, si investigamos otro tipo de informaciones que van más allá de lo que muestra la compañía en sus documentos de sostenibilidad, en el informe *Overpatented*,

*Overpriced* realizado por el grupo sin ánimo de lucro Initiative for Medicines, Access & Knowledge (I-MAK), refleja un ejemplo de cómo las compañías farmacéuticas están abusando del sistema de patentes de EEUU y se están beneficiando de él. El informe analizó los 12 medicamentos más vendidos según ventas de 2017 y calculó el número de patentes presentadas y otorgadas, sus aumentos de precio en los últimos seis años y la posible duración de la protección, si se otorgaba su última solicitud de patente.

Los resultados del estudio mostraron que la farmacéutica, con el objetivo de defender a Lyrica (medicamento de Pfizer que se utiliza para el tratamiento de la epilepsia, del dolor neuropático y del trastorno de ansiedad generalizada) de los genéricos, obtuvo 68 patentes. Más tarde, para amortiguar el golpe de los imitadores que se avecinaban, patentó una nueva fórmula del medicamento con lo que consiguió muchos más años de protección en el mercado y redirigió a los pacientes a la nueva formulación. En el proceso, subió el precio un 163%.

Como se expresa en el informe: *La estrategia de patentes de Pfizer con Lyrica ilustra cómo los fabricantes de medicamentos juegan con el sistema de patentes para extender la vida útil de sus productos clave y obtener miles de millones en ingresos adicionales una vez transcurrido el período de veinte años* (I-MAK, 2018, p.10).

## **2. Roche**

La compañía no presenta información acerca de la propiedad intelectual en su informe *Roche 2022 anual report*, ni tampoco, en su *Sustainability Report 2022*. Para encontrar algo de información debemos acudir a su código de conducta.

Roche se compromete a respetar los derechos de PI de terceros y espera que todos sus empleados hagan lo mismo en su trabajo diario. La compañía toma medidas contra las falsificaciones para mantener la integridad de sus productos y la salud pública.

También enfatiza la labor de la farmacéutica en los países menos desarrollados donde no solicita nuevas patentes ni hace valer las existentes, demostrando un equilibrio entre proteger sus intereses y apoyar la salud global.

La empresa afirma que la salud pública se beneficia del desarrollo de un medicamento mucho más allá del periodo de protección de la patente. Para ejemplificarlo, Roche asegura que actualmente tiene más de 30 fármacos que la OMS considera medicamentos esenciales y que la gran mayoría han dejado de estar protegidos por una patente. La farmacéutica enfatiza que estos productos no existirían sin un sólido sistema de patentes que estimule las inversiones en I+D, lo que, en palabras de la empresa, *es una prueba de la importante contribución de Roche a la salud mundial incluso después de la pérdida de la exclusividad.*

No obstante, si dejamos de lado el código de conducta donde la compañía se alardea de una buena gestión de la propiedad intelectual y consultamos fuentes de información externas, en el informe anteriormente citado de I-MAK (2018), encontramos información que se aleja de lo que la empresa transmite en su propia web.

Según el documento, Roche tiene la distinción de conseguir las patentes de más larga duración para sus medicamentos para el cáncer: Herceptin, Rituxan y Avastin. La primera patente de Herceptin se presentó en 1985 y todavía cuenta con solicitudes de patente pendientes que podrían extender su vida útil hasta 2033. Si se otorga, la nueva patente significaría 48 años de protección para el medicamento contra el cáncer de mama HER2, casi el doble de los 20 años previstos en la ley de patentes de EEUU.

Estos tres medicamentos generaron en conjunto 100.000 millones de dólares durante su vida útil en Estados Unidos (Brown & Elmhirst, 2019) y un total de 19.000 millones de dólares a los ingresos de la empresa en 2017 (Lango, 2018). Estas cifras representan una parte significativa de los ingresos de Roche. Por lo tanto, la expiración de las patentes de estos tres medicamentos biológicos abrirá el camino para la entrada en el mercado de los biosimilares, lo que repercutirá significativamente en los ingresos que estos fármacos aportan a la empresa.

Para frenar esto, Roche ha utilizado diferentes técnicas para extender el uso de sus patentes, tal y como muestra Neethu Shaji Saji (s.f.) en el caso *Roche Strategies to Tackle Biosimilar Issue.*

- Patentar nuevos usos para fármacos antiguos: es una estrategia que utilizan las compañías para impulsar las ventas de medicamentos antiguos o aquellos cuyas patentes están por expirar, lo que impedirá la entrada de biosimilares al mercado al extender la protección. Por ejemplo, Avastin fue previamente aprobado para tratar el cáncer colorrectal, cáncer de pulmón, cáncer de mama, cáncer renal, cáncer cerebral y algunas enfermedades oculares, pero en 2018, se le concedió la aprobación para ser utilizado en cáncer de ovario.
- Nuevas formulaciones: otra estrategia para impulsar las ventas de medicamentos en declive es combinar un medicamento antiguo con un medicamento relativamente nuevo desarrollado por Roche en una terapia combinada. Los biosimilares pueden no actuar exactamente de la misma manera que el fármaco de marca cuando se toman con los medicamentos más nuevos en la terapia combinada. Se esperaba que los biosimilares de Herceptin entren al mercado de EEUU en el 2019, pero Roche presentó varias patentes adicionales sobre terapia combinada, con el objetivo de extender la protección hasta 2033.
- Adquisiciones para reforzar la cartera de medicamentos y acceder a nuevas tecnologías: otra estrategia adoptada por Roche es asociarse con empresas que desarrollan medicamentos y tecnologías prometedoras mediante su adquisición. Roche adquirió en 2017 Foresight VISION4 e Ignyta Inc. En 2018, Foundation Medicine, Inc., Tusk Therapeutics y Spark Therapeutics en 2019. De estas cinco adquisiciones recientes, Ignyta Inc y Tusk Therapeutics están desarrollando medicamentos que pertenecen al negocio tradicional contra el cáncer de Roche.

Desde un punto de vista ético, la estrategia de las compañías farmacéuticas de combatir contra la entrada de biosimilares puede ser controvertida. Por un lado, defender las patentes y la innovación es fundamental para recuperar la inversión en investigación y desarrollo, incentivando la creación de nuevos tratamientos. Pero por otro lado, estas prácticas pueden limitar el acceso a medicamentos asequibles para pacientes que necesitan tratamientos esenciales, lo que plantea preocupaciones sobre el equilibrio entre la rentabilidad de las empresas y el bienestar público.

Así, en términos de ética empresarial y RSC, se considera que la existencia del periodo de patente tiene como propósito facilitar la recuperación de la inversión inicial. Sin embargo, extender este periodo por medio de maniobras dilatorias es visto como un perjuicio a la salud pública, y una ambición por perpetuar un monopolio que aprovecha la vulnerabilidad de los pacientes.

### **3. Johnson & Johnson**

En el documento *Posición sobre propiedad intelectual*, la empresa explica su enfoque en esta materia, defendiendo el uso de las patentes en la industria farmacéutica como justificación de las grandes inversiones en investigación e innovación que realizan las organizaciones.

En materia de licencias obligatorias, Johnson & Johnson muestra una postura crítica. A pesar de defender y reconocer acuerdos internacionales como el Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS) y la Declaración de Doha, que prevén el uso de licencias obligatorias en determinados casos. En la compañía existe *preocupación* por la tendencia creciente hacia la adopción de estas licencias con fines proteccionistas para las industrias locales y expresan que esta práctica representa un riesgo para el sistema de propiedad intelectual.

Si exploramos otras fuentes de información externas a la farmacéutica, el estudio realizado por la University of California College of the Law de San Francisco (2020), muestra como Johnson & Johnson ha contribuido a realizar prácticas de *evergreening*, limitando la entrada al mercado de productos competidores. La publicación revela que el medicamento de la farmacéutica para el VIH, conocido como Prezista, recibió 167 protecciones a partir de 14 patentes únicas, extendiendo su monopolio en el mercado por 16 años adicionales. Esta estrategia ayuda a las empresas a mantener su cuota de mercado y es un factor principal en el alto coste de los medicamentos.

Sin embargo, este no es el único caso donde la organización ha realizado prácticas con el objetivo de extender sus patentes. Recientemente la Oficina de Patentes India (país que tiene regulaciones contra el *evergreening*) rechazó el intento de Johnson & Johnson de



extender el monopolio sobre un medicamento vital contra la tuberculosis (The Hindu, 2023).

#### **4. Sinopharm**

En el informe de Sinopharm del año 2022, no existe ningún apartado que profundice sobre la política de la empresa en materia de propiedad intelectual. Únicamente establece que la compañía cumple estrictamente con la Ley de Marcas, la Ley de Publicidad y la Ley de Patentes de la República Popular China.

Además, se ha realizado una búsqueda exhaustiva en varias fuentes y sitios web especializados en propiedad intelectual y farmacéutica, pero no se ha encontrado información específica sobre la PI de Sinopharm. No se han identificado casos controvertidos que involucren a la compañía, lo que podría atribuirse a limitaciones en el acceso a la información o a una falta de divulgación pública.

#### **4.4 Prácticas de Marketing Éticas**

En el ámbito farmacéutico, el marketing se considera una cuestión de gran importancia desde la perspectiva de la RSC. Dada la influencia directa de los medicamentos en la salud y en el bienestar humano, estas prácticas se encuentran bajo el punto de mira de la opinión pública.

Una estrategia de marketing que exagere los beneficios o minimice los riesgos de un fármaco puede llevar a decisiones de tratamiento inapropiadas, poniendo en riesgo la salud de los pacientes. El marketing ético asegura que la información proporcionada a los médicos y pacientes sea precisa, completa y respaldada por evidencia científica, lo que es esencial para garantizar el uso seguro y efectivo de los medicamentos.

Esto también es respaldado por la ISO 26000, al destacar la importancia de que las organizaciones asuman ciertas responsabilidades con sus consumidores. Esto incluye brindar educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y fomentar el consumo responsable y sostenible. Mediante el uso de estas prácticas, la Guía subraya la

importancia de que los consumidores cuenten con toda la información necesaria para decidir si el producto o servicio satisface sus necesidades (Argandoña & Isea, 2011).

## **1. Pfizer**

En su informe de sostenibilidad la empresa no profundiza en sus prácticas de marketing, no obstante, en su página web encontramos información relevante sobre el tema. En su apartado sobre *Publicidad directa al consumidor en Estados Unidos*, Pfizer sostiene que la publicidad responsable dirigida al consumidor ayuda a los pacientes a entablar conversaciones más informadas con sus profesionales sanitarios, lo que se traduce en mejores resultados sanitarios. Además, afirma que su publicidad, cumple con la normativa y las directrices aplicables de la FDA. La compañía asegura seguir estrictas normas internas desarrolladas para garantizar que la información que comparten con los consumidores es: (1) científicamente sólida; (2) equilibrada; (3) fácil de entender; y (4) útil para animar a la gente a consultar con un profesional sanitario.

Se debe mencionar que, a lo largo de su historia, la empresa estadounidense ha estado involucrada en escándalos relacionados con el marketing poco ético. Uno de los ejemplos más notorios se produjo con el fármaco Bextra. En 2009, Pfizer acordó pagar 2,3 mil millones de dólares, (el mayor acuerdo por fraude de atención médica en la historia del Departamento de Justicia de EEUU) para zanjar responsabilidades criminales y civiles por la promoción ilegal de ciertos productos farmacéuticos, entre los que se incluía Bextra, un medicamento antiinflamatorio retirado del mercado en 2005. Pfizer promovió Bextra para varios usos y dosis que la FDA había rechazado específicamente debido a preocupaciones de seguridad. El acuerdo de Bextra destaca por su magnitud y por abordar explícitamente las prácticas de marketing poco éticas de Pfizer, incluyendo la promoción fuera de etiqueta y el pago de incentivos a los profesionales de la salud para que prescribieran estos medicamentos (Harris, 2009).

A pesar de los incidentes se produjeron años atrás, a día de hoy, la empresa en su Informe de ESG del año 2022, en el SASB Index, (un conocido reporte de sostenibilidad) en la cifra acerca del *Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de procedimientos judiciales asociados a reclamaciones por marketing falso*, la empresa indica que, *por el momento, Pfizer no informa sobre este indicador* (Pfizer, 2022, p.72).

Que la compañía haya elegido no divulgar estos datos, podría generar dudas sobre la transparencia en relación a sus prácticas de marketing y cómo a pesar de sus escándalos, la empresa no ha evolucionado en ese ámbito.

## **2. Roche**

En sus informes anuales de ESG no se profundiza acerca de su política de marketing, sino que la información sobre el compromiso de Roche con esta materia se puede encontrar en su página web oficial, aunque esta es tratada de forma superficial.

La farmacéutica afirma que se compromete a realizar un marketing ético cumpliendo con todas las leyes, regulaciones y códigos de buenas prácticas del sector. También, busca garantizar que la información sobre sus productos y servicios, incluidos los resultados de la investigación y desarrollo, se comunique de manera transparente, precisa y oportuna. Con esto la organización quiere conseguir que las partes interesadas estén bien informadas y puedan beneficiarse de los avances en la ciencia médica, manteniendo al mismo tiempo un compromiso con la integridad y la remuneración justa durante sus interacciones con profesionales de la salud.

Uno de los casos más notorios de prácticas desleales en el ámbito europeo, en el que se vio involucrada la farmacéutica, fue el Caso Avastin vs. Lucentis, en el año 2014. Este caso fue protagonizado por Roche y Novartis, que fueron multadas por las autoridades de competencia italianas con 180 millones de euros por manipular las ventas de su medicamento para los ojos, Lucentis. Se les acusó de colusión para obstaculizar el uso de Avastin, un producto más barato que también puede tratar problemas de visión similares a los de Lucentis, con el fin de maximizar sus ganancias. La práctica fue considerada antiética porque se estimó que había costado al servicio nacional de salud italiano más de 45 millones de euros en 2012 y podría haber llevado a costes futuros de hasta 600 millones de euros al año. La última multa acaba de imponerla la autoridad de competencia francesa, en el año 2020, dirigida a las tres empresas: Novartis, Hoffmann-Roche y Genentech (propiedad de Roche) y asciende a 444 millones de euros por abusar colectivamente de una posición dominante. Es la multa más alta jamás emitida por este tipo de infracción (OCU, 2020).

### **3. Johnson & Johnson**

La empresa en su *Posición sobre ventas y marketing ético*, muestra su enfoque en este tipo de prácticas. Johnson & Johnson enfatiza que sus comunicaciones deben proporcionar a médicos y pacientes información completa, además de ser transparentes sobre los beneficios y riesgos de sus productos. También, ofrecen capacitación para los empleados sobre publicidad responsable, marketing y promoción de productos, en palabras de la empresa: *nos esforzamos por prácticas de marketing claras, precisas y no engañosas*. (Johnson & Johnson, 2023, p.1)

La publicidad de la compañía está orientada para cumplir con las leyes y regulaciones locales; en aquellos países donde la publicidad directa al consumidor no está permitida, se prohíbe. Además, desde la farmacéutica afirman cumplir con los estándares de empaquetado y etiquetado.

Johnson & Johnson cuenta con un reporte de sospechas de violaciones de ética o cumplimiento respecto a ventas y marketing éticos. Esta es independiente, segura y confidencial, ofreciendo un mecanismo seguro para la denuncia anónima (siempre que lo permita la ley) además de estar disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y en 24 idiomas.

Revisando los casos en los que Johnson & Johnson se ha visto envuelto por llevar a cabo prácticas de marketing anti-éticas, destacamos el caso de la epidemia de los opioides. La empresa ha sido acusada por ejecutar un marketing agresivo y engañoso que minimizaba los riesgos de adicción de los opioides. La farmacéutica se enfrentó a un importante desafío legal en Oklahoma en 2019, que resultó en una sentencia de 465 millones de dólares en su contra por ocasionar una alteración del orden público. Además, en 2021, Johnson & Johnson acordó un acuerdo de 5.000 millones de dólares para resolver las reclamaciones. La empresa ha negado sistemáticamente haber actuado mal, indicando que el pago de esa cantidad de dinero *no implica admisión de responsabilidad o culpa, apunta a apoyar esfuerzos estatales y locales contra la crisis de opioides* (Hoffman, 2019).

#### **4. Sinopharm**

En su informe de ESG del año 2022, se dedica un apartado al Marketing Responsable. Aquí, la empresa afirma seguir *estrictamente* la Ley de Publicidad y la Ley de Administración de Drogas de la República Popular de China, entre otras normativas. Sinopharm sostiene que sus actividades de marketing se realizan bajo riguroso cumplimiento legal para garantizar una transmisión precisa y objetiva de la información del producto, evitando promociones falsas o exageradas. El Manual de Cumplimiento de Sinopharm enfatiza la prevención de publicidad engañosa y asegura el cumplimiento en todas las actividades de marketing, incluidas sus subsidiarias como GuoDa Pharmacy y Sinopharm Xingsha.

Al investigar fuentes externas para un análisis detallado del desempeño de Sinopharm, encontramos escasa información disponible. Como empresa estatal china, Sinopharm ha estado menos expuesta en la prensa internacional por prácticas de marketing poco éticas en comparación con gigantes farmacéuticos occidentales, lo cual podría atribuirse a la cobertura de los medios, las diferencias regulatorias o a las prácticas específicas de la empresa. Sinopharm ha estado en el centro de atención principalmente por su papel en el desarrollo y distribución de vacunas, especialmente en lo que respecta a las vacunas COVID-19.

#### **5. CONCLUSIONES**

El trabajo realizado nos ha permitido llegar a diversas conclusiones acerca de la responsabilidad social corporativa y su relevancia en el contexto moderno, centrándonos en la contribución que hacen las principales empresas farmacéuticas en esta materia. Estas conclusiones están vinculadas con los objetivos presentados al principio del documento.

Para dar respuesta al objetivo principal, en el segundo apartado se ha definido el concepto de ética empresarial y RSC. Hemos notado cómo este término ha experimentado una evolución a lo largo del tiempo, influenciado por las distintas definiciones proporcionadas

por varios autores e instituciones, tanto nacionales como internacionales, las cuales se han ido integrando mutuamente. Gracias a esto, en la actualidad podríamos caracterizar la RSC como el conjunto de actos o prácticas voluntarias ejecutadas por las corporaciones, con el fin de cumplir con las expectativas de sus *stakeholders* y asumir la responsabilidad por sus efectos adversos en el medio ambiente y la sociedad en general. Para completar y contextualizar esta definición, se presentaron las teorías y principios fundamentales que deben guiar las prácticas de RSC, aplicables tanto al sector farmacéutico como de manera transversal a otras industrias.

En el tercer apartado, con el propósito de centrar el tema en la industria farmacéutica, se decidió realizar un análisis Porter. Este método nos ofreció una visión general de la situación actual, facilitando la comprensión de la dinámica competitiva y su efecto en la rentabilidad del sector.

En el cuarto apartado, se trata el aspecto crítico del estudio, dando respuesta a cómo se estructuran las acciones de RSC en las empresas seleccionadas: Pfizer, Roche, Johnson & Johnson y Sinopharm. Para ello utilizamos la norma ISO 26000 para clasificar y examinar sus acciones, además de basarnos en lo que consideramos prácticas esenciales que las farmacéuticas deben incluir en sus políticas de RSC para ser percibidas como éticas. Así, identificamos cuatro áreas clave: transparencia y responsabilidad; sostenibilidad ambiental; respeto por la propiedad intelectual y prácticas de marketing éticas. Para asegurar un análisis equilibrado, este trabajo no solo contempla aquello que las empresas plasman en sus informes de sostenibilidad, sino que también incluye las perspectivas de los críticos, ofreciendo así una visión más completa y objetiva de las prácticas empresariales.

A modo de síntesis, se han elaborado dos cuadros comparativos que detallan los aspectos favorables y los que requieren atención, en las prácticas de RSC de las compañías farmacéuticas seleccionadas. Son los siguientes:

**Tabla 7: Tabla comparativa de las empresas seleccionadas: puntos positivos.**

	PUNTOS POSITIVOS			
Indicadores/Nombre	PFIZER	ROCHE	JOHNSON & JOHNSON	SINOPHARM
<b>TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD</b>	<p>1) Transparencia en la investigación: Pfizer muestra un compromiso con la transparencia al hacer públicos los resultados de los ensayos clínicos, incluso aquellos que no cumplen con los objetivos primarios o presentan efectos secundarios significativos. Este nivel de apertura es vital para la confianza del público y la comunidad científica.</p> <p>2) La compañía afirma seguir rigurosos estándares éticos, científicos y médicos en sus procesos de investigación y desarrollo, lo cual es crucial para asegurar la integridad y la calidad de su trabajo. Presentando un énfasis en la promoción de la diversidad en sus ensayos clínicos.</p> <p>3) Gestión de la cadena de suministro: Pfizer demuestra una gestión adecuada de su cadena de suministro al establecer procesos detallados para verificar la calidad de los materiales y servicios de terceros, realizando auditorías regulares a sus proveedores para asegurar el cumplimiento de los estándares y regulaciones aplicables.</p>	<p>1) Acceso y transparencia de información de ensayos clínicos: Roche se compromete a la accesibilidad de la información sobre sus ensayos clínicos, lo que es una práctica de transparencia esencial. La publicación de resultados y documentación en revistas especializadas y la oferta de acceso a datos a investigadores cualificados son prácticas que contribuyen a la investigación médica y a la toma de decisiones clínicas informadas.</p> <p>2) Gestión responsable de la cadena de suministro: Roche es miembro de la Pharmaceutical Supply Chain Initiative y lleva a cabo auditorías a través de su programa de Visitas de Aseguramiento de Sostenibilidad de Proveedores, lo que indica una preocupación por las prácticas responsables en la cadena de suministro.</p>	<p>1) Transparencia con información relevante: Johnson &amp; Johnson se compromete a proporcionar acceso a información completa sobre sus productos, lo que incluye el registro y la publicación de ensayos clínicos, así como la comunicación de los resultados. Esto demuestra una política de transparencia que es beneficiosa para la comunidad médica y científica.</p> <p>2) Gestión de la cadena de suministro: La empresa establece un protocolo de notificación obligatorio para cualquier posible violación de sus políticas, lo que facilita la toma de medidas correctivas y el mantenimiento de sus estándares éticos.</p>	<p>NO PUNTUABLE.</p> <p>Debido a la opacidad de la compañía, se ha decidido no puntuarla en materia de transparencia</p>
<b>SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>	<p>1) Gestión de Residuos: La empresa ha desarrollado métricas internas para mejorar la gestión de residuos y ha logrado una reducción significativa de desechos destinados a vertederos.</p> <p>2) Iniciativas de Certificación: Participa en iniciativas para certificar el cumplimiento de las prácticas de fabricación de antibióticos y está pionera en un proyecto piloto de certificación para 2023.</p> <p>3) Uso y Gestión del Agua: Pfizer ha reducido la cantidad de agua extraída y descargada desde 2019 hasta 2022, lo que indica una mejora en la eficiencia del uso del agua o una reducción en la producción que requiere su uso.</p>	<p>1) Estabilización del Consumo de Agua: La compañía ha mantenido su uso de agua relativamente constante a pesar del crecimiento de la empresa, lo que refleja un manejo eficiente del recurso vital.</p> <p>2) Programas de Conservación de Agua: Implementa programas de conservación y reducción de agua adaptados a las condiciones y necesidades locales, como la jardinería resistente a la sequía en California.</p> <p>3) Objetivos Ambientales Claros: Roche tiene el objetivo de reducir el consumo de agua en un 15% para el 2025 y ha mostrado progreso significativo hacia esta meta.</p>	<p>1) Reporte Detallado de la Gestión del Agua: La compañía proporciona datos detallados sobre la extracción, reciclaje y vertido de agua, lo que demuestra un enfoque transparente y una contabilidad precisa de su uso del agua.</p> <p>2) Estabilidad en la Extracción de Agua, Reducción del vertido de agua y Aumento de la Reutilización del agua.</p>	<p>1) Objetivos de Eficiencia Hídrica: La empresa ha establecido objetivos para reducir el consumo de agua y mejorar la eficiencia hídrica, lo que demuestra un enfoque proactivo hacia la gestión sostenible del agua.</p> <p>2) Reutilización de Aguas Residuales: Sinopharm ha implementado la reutilización de aguas residuales en sus operaciones, como en el caso de Sinopharm Xingsha, donde se reutiliza el agua tratada para el riego, lo que demuestra un compromiso con la conservación de agua.</p>
<b>RESPECTO PROPIEDAD INTELECTUAL</b>	<p>1) Políticas de No Ejecución en Países en Desarrollo: La compañía tiene políticas de no ejecución de patentes en países menos desarrollados, lo cual facilita el acceso a medicamentos genéricos.</p> <p>2) Contribución al Acceso a la Información de Patentes: Participa en la iniciativa Pat-INFORMED de la WIPO, mejorando el acceso a la información de patentes y compartiendo activos de PI con investigadores externos.</p>	<p>1) Apoyo a la Salud Global: Roche ha mostrado un equilibrio entre la protección de sus intereses y el apoyo a la salud global al no solicitar nuevas patentes ni hacer valer las existentes en los países menos desarrollados.</p>	<p>1) Defensa de las Patentes para la Innovación: Johnson &amp; Johnson valora el uso de las patentes para declarar su adhesión a la legislación china en materia de marcas, publicidad y patentes, lo que indica un esencial para la innovación en la industria farmacéutica.</p> <p>2) Reconocimiento de Acuerdos Internacionales: La empresa reconoce acuerdos internacionales como TRIPS y la Declaración de Doha, lo que indica un entendimiento y respeto por los marcos legales internacionales de la propiedad intelectual.</p>	<p>1) Cumplimiento de la Legislación Local: Sinopharm declara su adhesión a la legislación china en materia de marcas, publicidad y patentes, lo que indica un reconocimiento de la importancia de la propiedad intelectual y el cumplimiento de las leyes locales.</p>
<b>MARKETING ÉTICO</b>	<p>1) Comunicación Transparente y Útil: La empresa establece que sigue normas internas estrictas para garantizar que la información que brindan es sólida, equilibrada y comprensible.</p>	<p>1) Transparencia en la Comunicación: La compañía busca garantizar que la información sobre sus productos y servicios sea comunicada de manera transparente, precisa y oportuna.</p> <p>2) Información Beneficiosa para las Partes Interesadas: Roche tiene el objetivo de que las partes interesadas estén informadas y puedan beneficiarse de los avances científicos, manteniendo la integridad durante las interacciones con los profesionales de la salud.</p>	<p>1) Capacitación en Marketing Responsable: La compañía ofrece capacitación a sus empleados para asegurar que las prácticas de marketing sean claras, precisas y no engañosas.</p> <p>2) Mecanismos para Reportar Violaciones: Disponen de un sistema para que empleados y terceros reporten de manera anónima y segura cualquier sospecha de violación ética o de cumplimiento</p>	<p>1) Prevención de Publicidad Engañosa: La empresa pone énfasis en evitar promociones falsas o exageradas y en la transmisión precisa y objetiva de la información del producto.</p> <p>2) Manual de Cumplimiento: Cuenta con un Manual de Cumplimiento que enfatiza la importancia de las prácticas de marketing éticas y la prevención de la publicidad engañosa.</p>

Fuente: elaboración propia según datos recogidos a lo largo del TFG.

**Tabla 8: Tabla comparativa de las empresas seleccionadas: puntos a mejorar.**

Indicadores/Nombre	PUNTOS A MEJORAR			
	PFIZER	ROCHE	JOHNSON & JOHNSON	SINOPHARM
<b>TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD</b>	1) Respuesta a las denuncias: La reacción de Pfizer frente a las preocupaciones expresadas por la directora regional de Ventavia Research Group sugiere que podría haber espacio para mejorar en cómo la empresa maneja las denuncias y protege a los denunciantes.	1) Aunque se menciona que la información debe buscarse en su página web, no se proporciona una evaluación de la facilidad de acceso o la completitud de la información disponible en línea. Esto podría indicar que hay margen para mejorar la facilidad con la que el público puede obtener información relevante.	1) Integración de la información de sostenibilidad: La decisión de Johnson & Johnson de no elaborar un documento de ESG específico e integrar la información de sostenibilidad directamente en su sitio web podría dificultar el acceso a información detallada y específica, lo que podría ser una barrera para la transparencia plena.	1) Desafíos de Transparencia y Opacidad Institucional: Sinopharm muestra una transparencia insuficiente en sus ensayos clínicos, evidenciada por la no publicación de protocolos y la ausencia de resultados detallados y académicamente revisados. Esta situación se ve exacerbada por su condición de empresa estatal no cotizada, lo que la exime de muchas de las obligaciones de informar que sí aplican a sus competidores en el mercado, contribuyendo a una opacidad general en sus operaciones.
<b>SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</b>	1) Estabilidad en el Consumo de Agua: A pesar de las mejoras en la extracción y descarga de agua, el consumo de agua ha permanecido constante, sugiriendo que puede haber oportunidades adicionales para la eficiencia en el consumo de agua.	1) Continuidad y Mejora en el Desempeño: A pesar de los progresos realizados, siempre hay espacio para la mejora continua y la implementación de tecnologías más avanzadas para la conservación del agua.	1) Incremento en el Consumo de Agua: A pesar de la estabilidad en la extracción de agua, el consumo total ha aumentado ligeramente, lo cual podría sugerir una necesidad de mejorar la eficiencia del uso del agua en los procesos de manufactura.	1) Transparencia en el Cálculo del Consumo de Agua: La falta de especificación sobre cómo se implementó el nuevo método de cálculo del consumo de agua y las variables consideradas, limita la capacidad para evaluar la precisión y la transparencia de los datos reportados.
<b>RESPECTO PROPIEDAD INTELLECTUAL</b>	1) Prácticas de Extensión de Patentes: Según el informe "Overpatented, Overpriced", hay preocupaciones sobre la estrategia de Pfizer en la defensa de sus patentes, como se ilustra con el caso de Lyrica, donde se sugiere que han utilizado la extensión de patentes para prolongar indebidamente la protección y maximizar ingresos.	1) Técnicas para Extender Uso de Patentes: Roche ha empleado estrategias como patentar nuevos usos para fármacos antiguos, desarrollar nuevas formulaciones y realizar adquisiciones estratégicas, lo cual, aunque en principio sea legal, plantea preguntas éticas en cuanto al equilibrio entre la innovación y el acceso a medicamentos asequibles.	1) Práctica de Evergreening: Información externa sugiere que Johnson & Johnson ha empleado estrategias de evergreening, como se evidencia con Prezista, para extender artificialmente el monopolio de mercado y mantener su cuota de mercado.  2) Crítica a las Licencias Obligatorias: Aunque la empresa reconoce los acuerdos internacionales, muestra preocupación por las licencias obligatorias, lo que puede interpretarse como una postura menos flexible frente a políticas que pueden mejorar el acceso a medicamentos esenciales en situaciones críticas.	1) Falta de Transparencia en la Política de PI: La ausencia de un apartado específico en su informe anual que detalle su política de propiedad intelectual y sus prácticas limita la capacidad de evaluar cómo gestiona Sinopharm sus activos de PI.  2) Escasez de Información Pública: No se ha encontrado información pública específica sobre las actividades de propiedad intelectual de Sinopharm, lo que sugiere una falta de transparencia y la posibilidad de que existan prácticas no divulgadas.
<b>MARKETING ÉTICO</b>	1) Falta de Transparencia en Procedimientos Judiciales: La decisión de no reportar en el SASB Index sobre las pérdidas monetarias resultantes de procedimientos judiciales relacionados con acusaciones de marketing falso, plantea cuestiones sobre la transparencia actual de la empresa.	1) Multas Significativas por Infracciones: Las multas impuestas por las autoridades de competencia son indicativas de prácticas de marketing poco éticas que tuvieron un impacto económico significativo en los sistemas de salud nacionales.	1) Falta de Reconocimiento de malas prácticas: en el caso de los opioides, a pesar de ser multada, la empresa negó haber actuado mal.	1) Escasez de Información Externa: Hay poca información disponible de fuentes externas sobre las prácticas de marketing de Sinopharm, lo que dificulta una evaluación detallada de su comportamiento ético en el marketing.

Fuente: elaboración propia según datos recogidos a lo largo del TFG.



De este modo, se examinan las fortalezas y debilidades de cada una de las compañías elegidas para el estudio.

## **1. Pfizer**

### **Puntos fuertes:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** Pfizer muestra un compromiso claro con la transparencia, especialmente en lo relativo a los ensayos clínicos y la investigación, además de seguir estándares estrictos para garantizar una cadena de suministro ética. La empresa dispone de un reporte de sostenibilidad que presenta de manera completa y precisa la información esencial, sin necesidad de acudir a otras fuentes de información.
- **Sostenibilidad Ambiental:** se han hecho mejoras notables en la gestión de residuos y el uso del agua, indicando una mejora en la eficiencia y sostenibilidad.
- **Respeto por la Propiedad Intelectual:** la política de no ejecución en países en desarrollo y la contribución a la iniciativa Pat-INFORMED destacan su compromiso con la propiedad intelectual.
- **Marketing Ético:** la comunicación de Pfizer cumple con la normativa de la FDA. La compañía asegura seguir estrictas normas internas desarrolladas para garantizar que la información que comparten con los consumidores es íntegra.

### **Puntos débiles:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** hay espacio para mejorar en cómo Pfizer gestiona las denuncias y protege a los denunciantes.
- **Sostenibilidad Ambiental:** a pesar de las mejoras, el consumo de agua de Pfizer ha permanecido constante, surgiendo oportunidades para una mayor eficiencia.
- **Respeto por la Propiedad Intelectual:** se han levantado preocupaciones sobre las prácticas de extensión de patentes, como lo ocurrido con el medicamento Lyrica.
- **Marketing Ético:** falta transparencia en los procedimientos judiciales relacionados con prácticas de marketing.

## **2. Roche**

### **Puntos fuertes:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** Roche destaca en el acceso y la transparencia de la información de ensayos clínicos, respetando el consentimiento y los datos de los pacientes.
- **Sostenibilidad Ambiental:** se mantiene constante en el consumo de agua e implementa programas de conservación.
- **Respeto por la Propiedad Intelectual:** equilibra bien la innovación y el acceso global a medicamentos. Enfatizando la necesidad de un marco legal sólido para la defensa de la PI.
- **Marketing Ético:** la transparencia en la comunicación y la preocupación por los intereses de las partes interesadas son evidentes.

### **Puntos débiles:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** la facilidad de acceso a la información en línea podría mejorar. En sus informes del año 2022, falta información o están incompletos.
- **Sostenibilidad Ambiental:** a pesar de los avances, hay espacio para la mejora en la implementación de tecnologías más avanzadas.
- **Respeto por la Propiedad Intelectual:** se critican las numerosas técnicas empleadas para extender el uso de patentes.
- **Marketing Ético:** la precisión y la transparencia de la comunicación podrían mejorar (Caso Avastin vs. Lucentis).

## **3. Johnson & Johnson**

### **Puntos fuertes:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** proporciona acceso a información relevante relativa a los ensayos clínicos, también cuenta con adecuados sistemas de auditoría de proveedores, asegurando la calidad en la cadena de suministro.
- **Sostenibilidad Ambiental:** se ha mejorado la gestión del agua; se ha producido un aumento en la cantidad de agua reciclada y reutilizada y una reducción en el vertido de agua.

- Respeto por la Propiedad Intelectual: reconoce importantes acuerdos internacionales (TRIPS y la Declaración de Doha).
- Marketing Ético: la prevención en publicidad engañosa y la promoción de prácticas de marketing precisas y objetivas son notables. La empresa cuenta con un reporte de sospechas de violaciones de ética, este es independiente y confidencial.

**Puntos débiles:**

- Transparencia y Responsabilidad: falta un enfoque más claro y detallado en la información de ESG y transparencia en general.
- Sostenibilidad Ambiental: a pesar de los avances, hay margen para mejorar el uso del agua en procesos de manufactura.
- Respeto por la Propiedad Intelectual: la empresa podría adoptar una postura más abierta en cuanto a las políticas que facilitan la disponibilidad de medicamentos para enfermedades fundamentales, mejorando el acceso a tratamientos clave, como los utilizados para el VIH (ejemplo: Prezista).
- Marketing Ético: la empresa ni reconoce, ni asume culpa en escándalos como en el Caso de los Opioides.

**4. Sinopharm**

**Puntos fuertes:**

- Transparencia y Responsabilidad: no puntuable. La empresa cuenta con una falta de transparencia generalizada.
- Sostenibilidad Ambiental: ha implementado eficiencias hídricas y la reutilización de aguas residuales.
- Respeto por la Propiedad Intelectual: se alinea con la legislación local en materia de propiedad intelectual y patentes.
- Marketing Ético: la empresa cumple con las leyes locales en materia de publicidad.

### **Puntos débiles:**

- **Transparencia y Responsabilidad:** transparencia operacional y reporte de datos insuficiente. Si quiere competir a nivel mundial, la empresa debe mejorar el acceso a su información a terceros.
- **Sostenibilidad Ambiental:** falta transparencia en el cálculo del consumo de agua.
- **Respeto por la Propiedad Intelectual:** falta transparencia en su política de propiedad intelectual.
- **Marketing Ético:** escasez de información pública y posibles prácticas no divulgadas.

Si hacemos un análisis macro de la industria, mostrando los puntos fuertes y débiles, obtenemos lo siguiente:

### **Puntos fuertes de la industria farmacéutica:**

- **Sostenibilidad Ambiental:** las empresas farmacéuticas muestran un compromiso notable con la sostenibilidad ambiental, evidenciado por prácticas como la gestión eficiente de residuos y la conservación de recursos hídricos. Estas prácticas incluyen iniciativas para reducir la huella de carbono, el reciclaje y la reutilización de agua y la adopción de estándares como la ISO 14001, lo que demuestra una comprensión clara de la importancia de proteger el medio ambiente y operar de manera sostenible.
- **Transparencia y Responsabilidad (ética en la investigación clínica y gestión en la cadena de suministro):** las empresas farmacéuticas analizadas, a excepción de Sinopharm, están marcando la pauta en lo que respecta a la transparencia y la ética en la investigación. Estas compañías no solo se comprometen a publicar todos los resultados de los ensayos clínicos, incluso aquellos que no alcanzan los objetivos primarios o muestran efectos secundarios significativos, sino que también demuestran una gestión ejemplar de la cadena de suministro. Al proporcionar detalles exhaustivos sobre el origen de las materias primas y las prácticas laborales de los proveedores, complementados con rigurosos sistemas de seguimiento y auditoría, refuerzan su compromiso con un comportamiento

corporativo responsable y ético. Este enfoque integral asegura una mayor confianza y sostiene los principios de RSC que estas corporaciones promueven.

### **Puntos débiles de la industria farmacéutica:**

- **Uso de la propiedad intelectual:** las compañías farmacéuticas afrontan el desafío de mejorar el manejo de la propiedad intelectual, un aspecto crucial que trasciende la protección de sus propias invenciones para abarcar una utilización ética y responsable de las patentes. Es imprescindible que estas empresas se comprometan a evitar estrategias como el *evergreening*, una práctica que, aunque legal, puede limitar el acceso a medicamentos esenciales y frenar la innovación. La responsabilidad en el manejo de la propiedad intelectual no solo refuerza la integridad del sector, sino que también apoya el bienestar público y el progreso de la medicina global, al permitir la entrada de medicamentos genéricos o biosimilares.
- **Marketing ético:** las compañías farmacéuticas seleccionadas se enfrentan al imperativo de mejorar sus prácticas de marketing ético, un ámbito en el que, si bien los escándalos no son frecuentes, cuando ocurren tienen repercusiones duras, incluyendo multas de cantidades multimillonarias. Es crucial que estas empresas intensifiquen sus esfuerzos para garantizar que todas las estrategias de marketing se adhieran a los más altos estándares éticos y legales, asegurando la transparencia y veracidad en la promoción de sus productos. Esta necesidad se hace aún más notable en un sector tan estrechamente vinculado al bienestar de las personas, donde la confianza y la integridad son fundamentales. Esto no es solo un mandato ético sino también una inversión en su sustentabilidad a largo plazo, minimizando el riesgo de repercusiones judiciales y daños a su reputación.

La utilidad de la investigación radica en un profundo análisis del estado actual de la RSC dentro de la industria farmacéutica, destacando cómo compañías líderes como Pfizer, Roche, Johnson & Johnson y Sinopharm integran prácticas de RSC en sus operaciones y estrategias de negocio. El estudio proporciona *insights* significativos en aspectos de transparencia y ética en la investigación, gestión de la sostenibilidad ambiental, respeto

por la propiedad intelectual y marketing ético. Estos hallazgos ofrecen una base para que las empresas farmacéuticas mejoren sus prácticas, alineándolas con los objetivos de sostenibilidad y ética.

Sin embargo, la investigación también presenta limitaciones. Una de las limitaciones más significativas de este estudio reside en la dificultad para acceder a información completa y transparente. Dado que el sector farmacéutico es altamente competitivo, las empresas pueden ser reacias a compartir datos que pueden considerarse sensibles desde el punto de vista comercial. Esto implica que los informes de responsabilidad social corporativa publicados pueden presentar sesgos, destacando iniciativas positivas y omitiendo prácticas menos éticas o sostenibles. La falta de estándares uniformes para la divulgación de información relacionada con la RSC también contribuye a la dificultad de comparar y evaluar de manera efectiva las acciones de diferentes compañías dentro del sector. Además, las políticas de confidencialidad y otros acuerdos de no divulgación limitan la disponibilidad de datos de investigación y desarrollo, lo que afecta la capacidad del estudio para realizar un análisis exhaustivo de las prácticas éticas y sostenibles en todas las operaciones corporativas.

Estas limitaciones abren puertas a futuras líneas de investigación. Estas podrían enfocarse en el análisis comparativo de la efectividad de las políticas de RSC en diferentes contextos geográficos y culturales dentro del sector farmacéutico. Esto permitiría entender cómo las diversas normativas y expectativas sociales influyen en la implementación y percepción de la ética y la sostenibilidad corporativa. También, podría ser útil examinar el rol de las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial o el blockchain, en la promoción de la transparencia y la trazabilidad en la cadena de suministro farmacéutica. Otro posible campo de estudio sería analizar la intersección entre la sostenibilidad medioambiental y la eficacia de los medicamentos, evaluando cómo las prácticas de desarrollo sostenible pueden influir directamente en la calidad y seguridad de los productos farmacéuticos. Finalmente, sería relevante explorar las dinámicas de poder entre los actores del sector farmacéutico y su impacto en la formulación de políticas globales de salud, poniendo especial énfasis en la accesibilidad de los medicamentos para las poblaciones vulnerables.

## Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Joaquín Gil-Delgado Madrigal, estudiante de ADE y Derecho (E-3) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Ética y sostenibilidad en el sector farmacéutico: el papel de la responsabilidad social corporativa", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
2. **FTraductor:** Para traducir textos de un lenguaje a otro.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: martes 12 de marzo de 2024

Firma: \_\_\_\_\_ Joaquín Gil-Delgado Madrigal \_\_\_\_\_

## **6. BIBLIOGRAFÍA**

AESEG. (2012). *Un 80% de los españoles confía ya en los medicamentos genéricos*. AESEG. Recuperado de <https://www.aeseg.es/es/notas-de-prensa-2012/874-un-80-de-los-espanoles-confia-ya-en-los-medicamentos-genericos>

AESEG. (s.f.). *Medicamentos genéricos en España*. AESGP. Recuperado de <https://www.aeseg.es/es/medicamentos-genericos-en-espana>.

Amnesty International (2022). “*Money calls the shots: Pharma’s response to the covid-19 vaccines crisis*”. Recuperado de [https://www.amnesty.ch/de/themen/coronavirus/dok/2022/pharmaunternehmen-haben-bei-der-impfgerechtigkeit-versagt/money\\_calls\\_the\\_shots-final.pdf](https://www.amnesty.ch/de/themen/coronavirus/dok/2022/pharmaunternehmen-haben-bei-der-impfgerechtigkeit-versagt/money_calls_the_shots-final.pdf)

Anti-Slavery International. (s.f.). *Modern slavery*. Recuperado de <https://www.antislavery.org/slavery-today/modern-slavery/>.

Argandoña, A., & Isea, R. (2011). *ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones*. Cuadernos de la cátedra “La Caixa” de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo, 11, 1-33.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004); *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: AECA.

Borras, R. (2011). *Dossier de valor de la distribución farmacéutica en España*. Antares Consulting S.A.

Bosch Coll, A. (s.f.). *Impacto económico de la industria farmacéutica en España*. Universitat de les Illes Balears. Recuperado de [https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2155/TFG\\_GADE\\_AntonioBoschColl.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2155/TFG_GADE_AntonioBoschColl.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Butera Wealth Management. (2022, 9 de junio). *Understanding Your Pfizer Benefits Package in 2022*. Recuperado de <https://www.buterawm.com>

Brown, A., & Elmhirst, E. (2019). Roche dominates 2019’s big patent expiries. Evaluate. Recuperado de <https://www.evaluate.com/vantage/articles/data-insights/other-data/roche-dominates-2019s-big-patent-expiries>

BruqueCámara, S., HernándezOrtiz, M. J., MoyanoFuentes, J., & VargasSánchez, A. (2002). ¿Son más competitivas las sociedades cooperativas? Un análisis en el sector de la distribución farmacéutica. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (42), 131-157.

Campuzano, L. F. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial: Verdadero Compromiso o Simple Moda. *Derecho PUCP*, 64, 121.

Carné, D. M. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (65), 50-67.



Cassar, L., & Meier, S. (2018). Nonmonetary incentives and the implications of work as a source of meaning. *Journal of Economic Perspectives*, 32(3), 215-238.

CCE. (2001). *Libro Verde*. Bruselas

Crane, A., Matten, D., & Spence, L. (Eds.). (2014). *Corporate social responsibility: Readings and cases in a global context*. Routledge.

Crespo, M. F. (2003). Lo ético de la ética empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 8(22), 307-322.

Cortina Orts, A. (2006). La RSC y la ética empresarial. En L. Vargas Escudero (Coord.), *Mitos y realidades de la RSC en España: Un enfoque multidisciplinar*. Thomson Civitas.

Crommelin, D., Stolk, P., Besançon, L., Shah, V., Midha, K., & Leufkens, H. (2010). Pharmaceutical sciences in 2020. *Nature Reviews Drug Discovery*, 9(2), 99.

Das, S. C. (2016). Debates surrounding CSR in pharmaceutical industry with adoption of ISO 26000. *The Business & Management Review*, 8(3), 39.

Dobson, R. (2021). Diagnosing current and future water risks facing the Pharmaceutical sector. WWF.

Farmaindustria. (s.f.). La industria farmacéutica: una fórmula 1 para la economía y el empleo. Farmaindustria. Recuperado de <https://www.farmaindustria.es/web/reportaje/la-industria-farmacautica-un-formula-1-para-la-economia-y-el-empleo/>

FEDIFAR. (2012). Análisis sectorial de la distribución farmacéutica en España.

Freeman, R. E. (1994). The politics of stakeholder theory: some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409-429.

Farmaindustria. (2021). Patentes: por qué son imprescindibles para impulsar la investigación de nuevos medicamentos. Recuperado de [https://www.farmaindustria.es/web/wp-content/uploads/sites/2/2021/10/FarmaIndustria\\_octubre\\_patentes-V2.pdf](https://www.farmaindustria.es/web/wp-content/uploads/sites/2/2021/10/FarmaIndustria_octubre_patentes-V2.pdf)

Friedman, M., & Friedman, R. (1962). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.

Harris, G. (2009, September 3). Pfizer pays \$2.3 billion to settle marketing case. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2009/09/03/business/03health.html>

Hoffman, J. (2019, August 26). Johnson & Johnson Ordered to Pay \$572 Million in Landmark Opioid Trial. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/08/26/health/oklahoma-opioids-johnson-and-johnson.html>

I-MAK. (2018). *Overpatented, overpriced: How excessive pharmaceutical patenting is extending monopolies and driving up drug prices*. Recuperado de <http://www.i-mak.org/wp-content/uploads/2018/08/I-MAK-Overpatented-Overpriced-Report.pdf>

Johnson & Johnson. (2020). Nuestra posición sobre la realización de ensayos clínicos. Recuperado el 2 de marzo de 2024, de <https://www.jnj.com/about-jnj/policies-and-positions/our-position-on-conducting-clinical-trials>

Johnson & Johnson. (2022). *2022 Health for Humanity Report*. Recuperado el 17 de enero de 2024, de <https://healthforhumanityreport.jnj.com/2022/>

Johnson & Johnson. (2023). Nuestra posición sobre las ventas y marketing éticos. Recuperado el 13 de marzo de 2024, de <https://www.jnj.com/about-jnj/policies-and-positions/our-position-on-ethical-sales-and-marketing>

Johnson & Johnson. (2024). *Johnson & Johnson: Changing health for humanity*. Recuperado el 30 de enero de 2024, de <https://www.jnj.com>

Kolb, R. (2008). *Encyclopedia of business ethics and society* (pp. 508-516). Thousand Oaks: Sage Publications.

KPMG. (2014). Claves de la nueva directiva de reporting no financiero. KPMG Tendencias. <https://www.tendencias.kpmg.es/2014/04/claves-de-la-nueva-directiva-de-reporting-no-financiero/>

KPMG. (2017). El camino por recorrer: Informe de responsabilidad corporativa. KPMG. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/10/el-camino-por-recorrer-informe-responsabilidad-corporativa.pdf>

Lango, J. (2018). Roche Holdings Will Likely See Steady Earnings Growth Despite Loss of Patents for Key Drugs. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2018/08/01/roche-holdings-will-likely-see-steady-earnings-growth-despite-loss-of-patents-for-key-drugs/#7ef651074ae2>

Masson, G. (2023, January 31). Pfizer CEO says R&D is the 'lifblood that fuels us' as spending revs up post-COVID. *Fierce Biotech*. <https://www.fiercebiotech.com/biotech/rd-still-lifblood-pfizer-company-ups-rd-spend-plans-pursue-biotech-innovation>

Mejía, C., González, S., & Torres-Saumeth, K. (2021). Responsabilidad social empresarial en la industria farmacéutica. *Estudios de Administración*, 28(1), 32-60. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2021.59650>

Ministerio de Sanidad. (s.f.). Ventajas de los medicamentos genéricos. *Ministerio de Sanidad*. Recuperado de <https://www.sanidad.gob.es/campanas/campanas10/medicamentosGenericosEFG/ventajas-medicamentos-genericos.html>

Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. (2019). Informe Anual del Sistema Nacional de Salud 2019. Gobierno de España. [https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/sisInfSanSNS/tablasEstadisticas/InfAnualSNS2019/Informe\\_SNS\\_2019.pdf](https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/estadisticas/sisInfSanSNS/tablasEstadisticas/InfAnualSNS2019/Informe_SNS_2019.pdf)

Muñoz-Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 7(3).

Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. <https://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml>

OECD. (2019). *Pharmaceutical Residues in Freshwater: Hazards and Policy Responses*, OECD Studies on Water. OECD Publishing, Paris.

OCU. (2020). Avastin y Lucentis: Francia impone multa multimillonaria. *OCU*. <https://www.ocu.org/salud/medicamentos/noticias/avastin-lucentis-multa-francia#:~:text=2014%3A%20multa%20en%20Italia%20de%20182%2C6%20millones%20de%20euros>

Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

Organización Mundial del Comercio. (1994). *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)*.

Organización Mundial del Comercio. (2003). *Información sobre TRIPS y la industria farmacéutica*.

Pfizer. (s.f.). Compensation & Benefits | Pfizer: One of the world's premier biopharmaceutical companies. Recuperado de <https://www.pfizer.com/about/careers/working-here/compensation-and-benefits>.

Pfizer. (2020). *Human Rights Policy*. Recuperado de <https://cdn.pfizer.com/pfizercom/about/Human-Rights-Policy-Aug-2020.pdf>

Pfizer. (2022). *Environmental, Social & Governance Report*. Recuperado de [https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/financial\\_reports/annual\\_reports/2022/files/Pfizer\\_ESG\\_Report.pdf](https://www.pfizer.com/sites/default/files/investors/financial_reports/annual_reports/2022/files/Pfizer_ESG_Report.pdf)

Pfizer. (2022). *Pfizer 2022 Form 10-K*. Recuperado de [https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc\\_financials/2022/ar/PFE-2022-Form-10K-FINAL-\(without-Exhibits\).pdf](https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_financials/2022/ar/PFE-2022-Form-10K-FINAL-(without-Exhibits).pdf).

Pfizer. (2023). *California and UK Modern Slavery Statement*. Recuperado de [https://cdn.pfizer.com/pfizercom/responsibility/workplace\\_responsibility/2023\\_California\\_and\\_UK\\_Modern\\_Slavery\\_Statement.pdf](https://cdn.pfizer.com/pfizercom/responsibility/workplace_responsibility/2023_California_and_UK_Modern_Slavery_Statement.pdf)

Pfizer. (2023). *Pfizer 2016-2021 EEO1 Reports*. Recuperado de <https://cdn.pfizer.com/pfizercom/Pfizer-2016-2021-EEO1-Reports-13JAN2023.pdf>

Pfizer Inc. (2024). Pfizer: One of the world's premier biopharmaceutical companies. Recuperado el 30 de enero, 2024, de <https://www.pfizer.com>

Rhodes, N., Wright, T., Rusu, V., Bakhtari, H., Cushing, J., & Kohler, J. (2021). For whose benefit? Transparency in the development and procurement of COVID-19 vaccines.

Roche. (2022). *2022 Non-financial reporting indicators definitions and scope*. Recuperado de <https://assets.roche.com/f/126832/x/7cd4e2ba4c/ar22e.pdf>

Roche. (2024). Roche: Doing now what patients need next. Recuperado el 30 de enero de 2024, de <https://www.roche.com>

Rusu, A., Kuokkanen, K., & Heier, A. (2011). Current trends in the pharmaceutical industry - A case study approach. *European Journal of Pharmaceutical Sciences*.

Sagonowsky, E. (2017). Pharma's pervasive 'evergreening' is driving prices up, study says. *Fierce Pharma*. <https://www.fiercepharma.com/pharma/pharma-s-pervasive-evergreening-driving-prices-up-study-says>

Saji, N. S. (s.f.). Roche Strategies to Tackle Biosimilar Issue. En *Cases and Tools in Biotechnology Management*. eCampusOntario. Recuperado de <https://ecampusontario.pressbooks.pub/bio16610w18/chapter/roche-strategies-to-tackle-biosimilar-issue-2/>

Santos, J. J. G., & Gómez, S. M. M. (2016). La evolución del concepto de responsabilidad social corporativa: Revisión literaria. *Conciencia Tecnológica*, (51), 38-46.

Schrempp-Stirling, J. Roche's Clinical Trials with Organs from Prisoners: Does Profit Trump Morals?. *J Bus Ethics*, 121, 315–328 (2014). <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1723-1>

Seeking Alpha. (2023, 20 de marzo). Pfizer CEO pockets \$33M for 2022 after 36% pay hike (NYSE:PFE). Recuperado de <https://seekingalpha.com>

Sinopharm. (2024). Sinopharm: Innovation for mankind's health. Recuperado el 30 de enero de 2024, de <https://www.sinopharm.com>

Thacker, P. D. (2021). Covid-19: Researcher blows the whistle on data integrity issues in Pfizer's vaccine trial. *bmj*, 375.

The Hindu. (2023). J&J will not enforce patents on key TB drug bedaquiline in low and middle-income countries. Recuperado de <https://www.thehindu.com/sci-tech/health/jj-will-not-enforce-patents-on-key-tb-dr>

UC Law San Francisco. (2020). *Patent Drug Database*. Recuperado de <https://www.uclawsf.edu/2020/09/24/patent-drug-database/>

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2023). Strong IP laws prevent so-called “evergreening” of patents to enhance access to TB drugs in India. Recuperado de [https://www.wipo.int/policy/en/news/global\\_health/2023/news\\_0023.html](https://www.wipo.int/policy/en/news/global_health/2023/news_0023.html)

Yojana Sharma. (2020). China gambles with trust, transparency in race for vaccine. *University World News*.  
<https://www.universityworldnews.com/post.php?story=20201010151810774>