

# La industria y el patrocinio académico: “Un matrimonio en problemas”

Fernando Sierra A, MSc, FACG<sup>1</sup>

La razón fundamental que motivó el tema a tratar en el presente comentario editorial es el concepto expresado por varios miembros de nuestra Asociación, por miembros de otras asociaciones e incluso por colegas de otras especialidades: “cada vez se ha hecho mas difícil conseguir y negociar los patrocinios con la industria farmacéutica para la realización de los eventos académicos; dígase simposios y congresos médicos que permitan nuestra actualización”. Muchos resumen el problema concluyendo que: “Es que tenemos reventada a la industria”.

Desde mi óptica esta es una manera simplista de ver el asunto; el tema amerita un poco más de análisis, y para cumplir esta meta me propongo seguir la siguiente agenda:

## 1. ¿Son o no necesarios los congresos y simposios de actualización académica?

¡Indudablemente estas actividades son terriblemente necesarias!, desde el punto de vista médico éstas aparecen y perduran en nuestro escenario para cubrir la carencia y el abandono estatal por mantener sus recursos humanos en salud en los más altos estándares de entrenamiento académico.

Los gobiernos descuidan irresponsablemente su deber ético para con los ciudadanos. Si recordamos los tres factores o recursos necesarios que la

teoría económica reconoce para que cualquier actividad (llámese empresarial o económica) produzca resultados positivos: los recursos naturales (representados en los espacios físicos; en nuestro caso clínicas, hospitales, universidades), la mano de obra capacitada y el capital concebido como el equipo de producción acumulado (equipos, tecnología, maquinaria, etc.,) en todos y cada uno de ellos tenemos carencias básicas. Como consecuencia, los médicos para protegernos nos hemos visto avocados a realizar eventos científicos que nos permitan estar a la par con los vertiginosos avances que nuestra profesión nos exige.

Desde el punto de vista de la industria, también son importantes. En ellos la industria encuentra un modo de promover “éticamente” sus productos. Eso lo veo bien, la industria tiene un principio moral que es el de producir dinero su meta es vender y el patrocinio de eventos académicos es otra de sus actividades válidas de mercadeo.

## 2. ¿Cuáles son las razones para que se presente el problema?

Por parte de la industria los comentarios escuetos son: “Es que no hay forma de apoyar a todos”.

Por parte de los médicos los comentarios incluyen: “cada día la industria es más retrechera”. En términos generales el presupuesto (dígase la demanda) que la industria separa para estos

<sup>1</sup> Presidente Asociación Colombiana de Gastroenterología