

# **Pautas para agradecer las donaciones de las Empresas Farmacéuticas**

Recomendaciones para las  
organizaciones de EM basadas  
en el ejemplo de los 3 colores  
de un semáforo



# Introducción

Estas Pautas se establecen para orientar a las organizaciones de EM en sus decisiones al negociar como agradecer (reconocer) las contribuciones financieras de empresas farmacéuticas (en adelante referidas como “las empresas”). Las recomendaciones no incluyen sugerencias sobre los anuncios publicitarios pagos (que son legales en algunos países). Estas pautas deben leerse junto con el documento de la MSIF llamado “Políticas y prácticas en las relaciones con la Industria del Sector Salud”.

Si bien las organizaciones de EM deben cumplir con las normas nacionales de marketing y esponsorio/patrocinio, las presentes Pautas han sido diseñadas para ayudar a las organizaciones de EM a encontrar la mejor manera de proporcionar información de forma transparente e independiente y al mismo tiempo agradecer (reconocer) el apoyo financiero que reciben de la industria farmacéutica.

Para protegerse de influencias inadecuadas (ya sean reales o potencialmente percibidas) por parte de las Empresas, las organizaciones de EM deben mantener su independencia y control sobre el contenido, el diseño, la elaboración y desarrollo de la información que producen.

Las presentes Pautas pueden aplicarse a un amplio espectro de materiales de información, tales como...



Recursos  
impresos  
y digitales



Sitios web



Posters,  
carteles o  
afiches de  
eventos

Eventos  
transmitidos  
en directo  
(streaming)

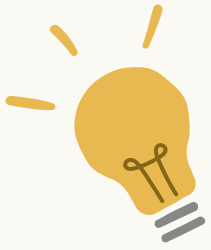


webinario



Videos





## Recomendaciones principales para seguir manteniendo la independencia de tu organización cuando estén trabajando con las Empresas:

- Debes conocer en su totalidad la Normativa de tu país en lo que se refiere a marketing y sponsoreo/ patrocinio.
- Es necesario tener un enfoque coherente y consistente respecto a la marca de tu organización. Así les resultará más fácil explicar las reglas y preferencias a la empresa con la que se estén relacionando, ya que pueden utilizar ejemplos reales para ilustrar como están preparados a agradecer su sponsoreo/ patrocinio.
- ¡Planifiquen sus actividades con suficiente anticipación!
- Siempre que sea posible, intenten que más de una Empresa financie sus proyectos, esto ayudará a mantener la independencia de su organización.
- Deben asegurarse de tener por escrito un contrato o compromiso con la Empresa donde se detalle lo que ambas partes han acordado.
- Desde las etapas iniciales, deben mantener conversaciones con sus donantes sobre el tema de las marcas, estas conversaciones deberán incluir detalles sobre el tamaño, la prominencia, importancia y ubicación de tu logotipo y del de la Empresa.
- Para demostrar que tu organización es la propietaria o autora intelectual del material que produce debes asegurarte de que el logotipo de tu organización aparezca siempre en dichos materiales.
- No utilicen los canales o las cuentas de videoconferencia de la Empresa, utilicen siempre las cuentas o canales de propias de tu organización aún si están financiados con un donativo de la Empresa. Esto ayudará a tu organización a mantener el control y la independencia editorial, así como a ganarse la confianza de tu audiencia.
- Lo mejor es que reciban la donación financiera y ustedes mismos se encarguen de la producción de los materiales de manera independiente y así evitar delegar a la Empresa la tarea de la producción de los mismos.



### Recomendaciones para las organizaciones de EM basadas en el modelo de los 3 colores de un semáforo



#### **Ideal**

**Esta es la situación ideal a la que debemos aspirar**



#### **Aceptable**

**Esta no es la mejor situación pero es igualmente aceptable, quedando la decisión a criterio de la organización de EM**



#### **Evitar**

**Esta situación debe evitarse a toda costa**



# Ideal

**Agradecer el apoyo de la Empresa con un mensaje de agradecimiento al finalizar la conferencia web, video o documento. En lugar de utilizar el logotipo de la Empresa, escriban el nombre de la Empresa en texto sin formato.**

Al utilizar el logotipo de una Empresa, ustedes están promocionando esa marca, por lo tanto, es mejor evitar hacerlo cuando sea posible.

**Sugerencias de redacción para el reconocimiento de las contribuciones de Empresas:**

“La publicación de este (folleto/ recurso/video) fue posible gracias al apoyo (contribución, donación) de (Empresa 1, Empresa 2 y Empresa 3)”.

Este webinar (conferencia) fue posible gracias a la colaboración de (Empresa 1 y Empresa 2).

“Agradecemos a (Empresa 1 y Empresa 2) por su apoyo”.

Incluir una cláusula de exención de responsabilidad o “Disclaimer” para demostrar la independencia de tu organización con respecto a la Empresa. Un ejemplo del texto a incluir podría ser el siguiente: “La aceptación del

apoyo financiero de [la Empresa 1 y la Empresa 2] no implica el aval por parte de [organización de EM] de ninguno de los productos o servicios de las Empresas”.



## Ejemplo:

**Recursos adicionales**

Para obtener más información y asistencia, pueden comunicarse con la organización de EM más cercana. Si aún no estás en contacto con otra organización de EM pueden localizarla utilizando la herramienta “encontrar soporte para MS cerca de usted” en la página web de MSIF

[www.msif.org/findsupportnearyou/](http://www.msif.org/findsupportnearyou/)

**Agradecimientos**

Deseamos agradecer a la Empresa 1 y a la Empresa 2 por su apoyo para la producción de este folleto.

El haber aceptado este apoyo no constituye un patrocinio avalando los productos de estas empresas por parte de nuestra organización de EM.



# Acceptable

**En algunas situaciones podrias verte en la necesidad de ser mas flexible a la hora de negociar dicho agradecimiento (reconocimiento). Si lo consideras oportuno y según tu criterio, puedes convenir en utilizar el logotipo de la Empresa junto con un mensaje de agradecimiento por el apoyo financiero recibido.**

Aún en el caso de decidir utilizar el logotipo de la Empresa, ustedes como la organización de EM deben tener la decisión final sobre la prominencia, preponderancia o tamaño relativo del logotipo de la Empresa con respecto al logotipo de tu organización.

Como regla general, debes asegurarte de que el logotipo de la Empresa sea de menor tamaño y menos prominente que el logotipo de su organización. Esto ayudará a evitar que se interprete erróneamente que la Empresa ejerció el control editorial en la producción del material.

Ejemplo:

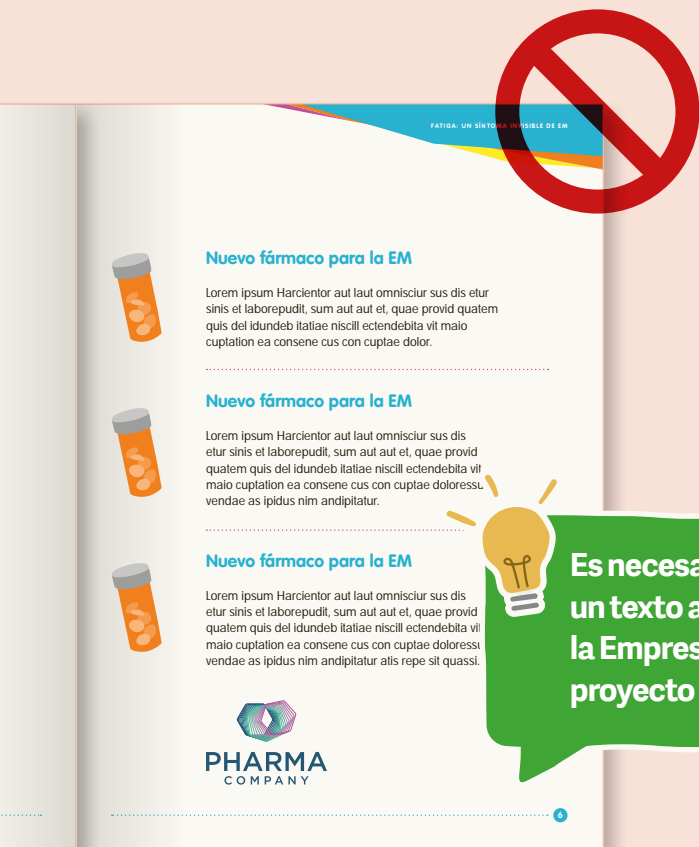
The image shows a screenshot of a webinar slide. The slide has an orange background with white text. The main title is "Webinario 'Vivir con EM'". Below the title, there is a small video inset showing a woman speaking. The slide contains text about a webinar on October 12th, discussing strategies for managing EM. A magnifying glass is positioned over the slide, focusing on the logo of the "ORGANIZACIÓN DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE". The logo consists of an orange square and the text "ORGANIZACIÓN DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE". Below the logo, there is a list of sponsors: "Agradecemos a las empresas siguientes por tu apoyo a este webinarario:", followed by logos for "ORGANIZACIÓN DE ESCLEROSIS MÚLTIPLE", "PHARMA COMPANY", "PHARMA COMPANY", and "Phar COM".




# Evitar

Hay algunas situaciones que debes evitarte al agradecer la contribución de una Empresa:

- La Empresa no deber promocionar sus productos ni servicios, ni en la sección de agradecimiento por su apoyo ni en ningún otro lugar del material.
- No se debe permitir a la Empresa que influya de ninguna manera en el contenido o la edición del material.
- No se debe incluir el logotipo de la empresa en los materiales por sí solo, es decir, sin un texto que lo acompañe y deje bien claro que apoyaron el proyecto en lugar de dirigirlo.
- No se debe incluir ningún texto recomendando la empresa o sus productos a personas con EM (a menos que se trate de anuncios pagados, que en algunos países son legales).
- No se deben enviar las invitaciones de la organización conjuntamente con las de la Empresa. Aunque tengan pleno control e independencia sobre el material, esto podría ser visto como coproducción y colaboración, lo cual podría dañar la reputación de su organización.



 **Es necesario agregar un texto aclarando que la Empresa apoyó el proyecto y no lo dirigió.**

# Glosario

**Puedes usar distintos términos para describir los acuerdos de financiación con Empresas. Esta sección ofrece algunas definiciones para algunos de estos términos; sin embargo, es importante tener en cuenta que pueden tener diferentes significados en diferentes sectores, organizaciones, regiones y países. En caso de duda, siempre pide una aclaración.**

- **Con el auspicio de:**

Es un acuerdo comercial por el que una empresa paga para apoyar un evento, producto, proyecto u otra iniciativa a cambio de algún tipo de beneficio comercial, normalmente la promoción de su marca o algo similar. En muchos países los acuerdos de este tipo tienen implicaciones fiscales.

- **Contribución restringida o para fines benéficos**

Las contribuciones restringidas son los fondos destinados por los donantes para ser utilizados sólo para fines o proyectos determinados por ellos, los cuales a menudo tienen otras condiciones específicas (por ejemplo: resultados finales esperados). La mayoría de las donaciones de las empresas a las organizaciones de pacientes entran en esta categoría, por lo general como contribuciones benéficas.

También hay que tener en cuenta que algunas empresas denominan a sus contratos como "acuerdos de Patrocinio", aunque se trate de donaciones de carácter benéfico.

- **Contribución no condicionada o irrestricta**

MSIF sugiere evitar utilizar este término, ya que puede ser engañoso. Se refiere a que no existe ningún requisito para promocionar la empresa o sus productos a través del proyecto o la iniciativa que se financia. Sin embargo, en realidad, existen condiciones porque el dinero debe utilizarse para el proyecto o la iniciativa a la que está destinado (que es lo mismo que una contribución restringida).

- **Donación**

Una donación es una contribución sin restricciones a una organización sin fines de lucro para que los fondos sean utilizados según esta organización decida es lo más conveniente y acorde con sus objetivos.

- **Financiado por**

Es un proyecto o iniciativa que está totalmente financiado por el donante mencionado.

- **Con el apoyo de:**

Es un proyecto o iniciativa que está al menos parcialmente financiado por el donante mencionado.


- **En colaboración con:**

Es un proyecto o iniciativa que está coproducido y ejecutado por la organización de pacientes y la empresa, en forma asociada.

 [www.msif.org](http://www.msif.org)

 [www.facebook.com/msinternationalfederation](https://www.facebook.com/msinternationalfederation)

 [www.twitter.com/msintfederation](https://www.twitter.com/msintfederation)

 [www.linkedin.com/company/  
multiple-sclerosis-international-federation/](https://www.linkedin.com/company/multiple-sclerosis-international-federation/)

 [www.youtube.com/msinternationalfederation](https://www.youtube.com/msinternationalfederation)



Skyline House  
200 Union Street  
Londres SE1 0LX  
Reino Unido

Empresa N.º: 05088553  
Número de organización benéfica: 1105321