

25ª Edición
Premios Fundamed 2026

Guía de Candidatos

Madrid, 10 de junio de 2026



Convoca:



Apoyan:

ELGLOBAFARMA
GACETA MÉDICA

Organiza:



wecare-u.



wecare-u.

Editado por:

Wecare-u. Comunicación S.L.

Presidente y consejero delegado

Santiago de Quiroga

Consejo de Administración

Vicente Díaz Sagredo y Carlos Giménez Crouseilles



COMITÉ CIENTÍFICO

Arturo Fernández- Cruz

Presidente del Comité Científico de Fundamed. Catedrático Medicina, Miembro Real Academia Nacional de Madrid, Jefe de Servicio Emérito Asistencia Hospital Clínico.

Jose María Martín Moreno

Catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública. Facultad de Medicina y Odontología, Universidad de Valencia. Médico Jefe de la Unidad de Formación, Docencia y Difusión del Conocimiento del Hospital Clínico Universitario. Senior Adviser World Health Organization (Health Systems and Public Health).

José Ramón Azanza

Profesor de Farmacología Clínica. Universidad de Navarra.

Ángel Gil de Miguel

Catedrático de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad Rey Juan Carlos. Director de la Cátedra de Innovación y Gestión Sanitaria de la Universidad Rey Juan Carlos.

Jesús García Foncillas

Director del departamento de oncología. Hospital Universitario Fundación Jimenez Díaz. Madrid. Presidente de Fundación ECO.

Socios protectores

Un reconocimiento muy especial

Fundamed tiene establecidas dos grandes líneas de actuación que tratan de contribuir a la mejora de la asistencia sanitaria. Por un lado, se encuentra la investigación biomédica. Por otro, las asociaciones de pacientes. Para llevar a cabo sus actividades, Fundamed

colabora con entidades y compañías de forma puntual, o bien de manera general, a través de los llamados 'socios protectores': organizaciones o compañías privadas que aportan una cuota anual para el mantenimiento de los fines fundacionales.



Índice

Socios protectores	3	Buen Punto. SIGRE	13
Jurado	5	35 AÑOS LLENOS DE VIDA. IVI	13
Premios	5	Campaña de farmacovigilancia. CGCOF	13
Trayectoria Profesional: premiados		Concienciación sobre el Cáncer de Vejiga.	
Medicina. Dra. Carmen Ayuso García	6	AstraZeneca	14
Farmacia. Eduardo Pastor	6	Contigo, un farmacéutico. COF de Madrid	14
Ejecutiva del año. Fina Lladós	6	Dejar de fumar no es fácil. Pero cosas más dificiles has logrado. Pfizer	14
Impulso al talento femenino		Desenmascara las raras. Sobi y FEDER	15
BeOne Medicines	6	El Viaje de Nica. Hospital Sant Joan de Déu, FEDER y Alexion	15
Figura pública sanitaria: finalistas		Diagnóstico F.C. AstraZeneca	15
Plan de Preparación y Respuesta frente a		Escribe tu propia historia. MSD	15
Emergencias C. de Madrid	7	Historietas que HEMOcionan. AstraZeneca	16
Anteproyecto de Ley de Organizaciones de		InmunizaT. COF de Madrid	16
Pacientes	7	Iniciativa Personas Cuidadoras. CINFA	16
Plan de Acción para la Prevención del Suicidio		La Espina Invisible. GSK	16
2025-2027	7	Más aire para tus latidos. MSD	17
Premio Especial Fundaciones, Instituciones		Mira más allá del espejo. Pfizer	17
y Grupos de Investigación	7	Mi Vecina Ferritina. CSL	17
Grupo Español de Mieloma	7	Miramos X ti. Bayer	17
Iniciativa Sanitaria		No me llames Dolores. Grünenthal	18
Airway Gym® App. Apnea Bye	8	Ojalá pudiera. AbbVie	18
Bajemos la Albuminuria. Bayer, FEDE, ALCER, SEN y SEMERGEN	8	Pieles Perfectamente Imperfectas. Pfizer	18
Estudio “Genistein and Pioglitazone as		Salud respiratoria y tabaco. Aflofarm Spain	19
Promising Repurposed Drugs to Treat		TikTok contra el tabaco. Grupo Español de Cáncer de Pulmón y Bristol Myers Squibb	19
Endometrial Failure Independent of		Vivir sin interrupciones. Pfizer	19
Endometrial Timing”. Fundación IVI e IVI RMA Global ..	8		
Escuelas de Salud para la Mujer. CGCOF y Organon ..	9	Producción y Fabricación	
Informe ‘Aproximación Coordinada en		Almirall. Almirall	20
Medicina Personalizada de Precisión entre		Lilly. Planta de Alcobendas	20
Comunidades Autónomas’. Fundación Instituto Roche ..	9	GSK. Planta de criogenización	20
Iniciativas para la Prevención de la Obesidad		Normon. Normon	20
Infantil (COPI). Novo Nordisk	9	Mejor Compañía de I+D+i	
Gate2Health. GSK	9	Almirall. Almirall	21
InERCia. Boehringer Ingelheim	10	AstraZeneca. AstraZeneca Global Hub de Barcelona ..	21
NO ES NORMAL TOUR. SEPAR	10	BeOne Medicines. Innovative Solutions for Healthcare	21
Plataforma miHC- Interoperabilidad de		GSK. Laboratorio BSL-4	21
la Historia Clínica en la Sanidad Privada.		Johnson&Johnson. Johnson&Johnson Innovative Medicine	21
Fundación IDIS	10		
Mi Salud Genómica. Sanitas	10	Medicamento del año	
Premios HemoFIT. SOBI	11	Enhertu® (trastuzumab deruxtecán). Alianza Daiichi Sankyo – AstraZeneca	22
Protocolo DESAPARECIDOS. CGCOF	11	Omijara® (momelotinib). GSK	22
Premios Jóvenes Investigadores. Fundación AstraZeneca	11	Imfinzi® (durvalumab). AstraZeneca	22
Protocolo Violencia de Género. CGCOF	11	Rezdiffra® (resmetirom). Madrigal Pharmaceuticals ..	22
Campaña Socio-Sanitaria		Tevimbra® (tislelizumab). BeOne Medicines	23
#Aquíhayunfarmacéutico... en marcha. COFM	12	Wainzua® (eplintersén). AstraZeneca	23
#DIABETESESTIGMA Derribemos el estigma		Trixeo Aerospherei®. AstraZeneca	23
de la diabetes. Abbott	12	Winrevair® (sotatercept). MSD	23
#LaMquefalta. AECMM y Alianza Daiichi Sankyo AstraZeneca	12	Compañía farmacéutica del año	23
#VeMásAllá. Incyte	13		



Premios

Unos galardones de referencia que reconocen el esfuerzo de entidades, compañías farmacéuticas, instituciones y personalidades sanitarias

Fundamed reconoce cada año a las entidades, compañías farmacéuticas, instituciones y personalidades que han contribuido de manera destacada al avance de la sanidad en España. Los Premios Fundamed se han consolidado, a lo largo de estos 25 años, como uno de los principales reconocimientos del sector gracias al rigor, independencia y pluralidad de su proceso de evaluación.

Los galardones son concedidos por un jurado integrado por expertos procedentes de los distintos ámbitos de la cadena de valor del medicamento, así como por miembros del Consejo Asesor y del Comité Científico de Fundamed. Como elemento diferenciador desde su creación, el resultado de las votaciones, certificadas ante notario, permanece confidencial hasta el momento de la ceremonia de entrega.

En su XXV edición, los Premios Fundamed reafirman su compromiso con el reconocimiento de la excelencia, la innovación y el impacto positivo en la salud. En un contexto de constante transformación, el sector sanitario continúa demostrando una extraordinaria capacidad de liderazgo, colaboración y generación de valor para los pacientes y para la sociedad en su conjunto.

Jurado

El jurado de los Premios Fundamed 2026 está compuesto por representantes de referencia del sector sanitario, incluyendo organizaciones profesionales, sociedades científicas, expertos en investigación y farmacología, organizaciones de pacientes, compañías farmacéuticas y otras entidades sanitarias de relevancia.

El proceso de votación se desarrolla mediante actas individuales firmadas por cada miembro del jurado. Este sistema permite aplicar de forma rigurosa el principio de incompatibilidad y gestión de conflictos de interés. Cuando el presidente del jurado considera que puede existir un conflicto de interés respecto a una candidatu-

ra determinada, el miembro afectado debe abstenerse de participar en esa votación.

Este procedimiento garantiza la máxima objetividad, independencia y transparencia en la valoración de las candidaturas, reforzando la credibilidad y el prestigio de unos premios que cuentan con la participación de algunas de las principales organizaciones del ámbito sanitario español.

Para consultar el listado completo de todos los miembros que conforman el jurado de estos Premios Fundamed 2026 puede acudir al enlace www.premiosfundamed.com, que ofrece toda la información necesaria.

Trayectoria Profesional: premiados

Este premio ha sido otorgado en el pasado a personas de larga trayectoria profesional, culminada con responsabilidades en el ámbito profesional y empresarial de entidades y compañías de referencia en el sector. Como viene siendo habitual, el patronato de Fundamed seguirá otorgando este premio sin presentación de candidaturas. Para ello ha tenido en cuenta a personas que a su juicio merecen un reconocimiento por sus actividades.



Medicina

Dra. Carmen Ayuso García

La Dra. Carmen Ayuso, jefe del departamento de genética médica de la Fundación Jiménez Díaz. Directora científica del IIS-FJD, recibe este reconocimiento por su extraordinaria trayectoria profesional y su contribución al desarrollo de la genética clínica y la medicina de precisión en España. Su liderazgo en investigación, diagnóstico genético y enfermedades raras ha sido determinante para impulsar avances que han mejorado la atención a miles de pacientes y para consolidar la genética como un pilar fundamental de la medicina del futuro y de la atención sanitaria.



Farmacia

Eduardo Pastor

Eduardo Pastor, presidente de Cofares recibe este reconocimiento por su liderazgo al frente de Cofares y su contribución a la transformación de la distribución farmacéutica en España. Bajo su dirección, la cooperativa ha reforzado su papel como agente estratégico del sistema sanitario, impulsando la innovación, la digitalización y la modernización de sus procesos, además de fortalecer la capacidad de respuesta y la continuidad del suministro de medicamentos en beneficio de pacientes y profesionales sanitarios.



Ejecutiva del año

Fina Lladós

Fina Lladós, directora General de Amgen para España y Portugal, recibe este reconocimiento por su liderazgo y contribución al desarrollo del sector farmacéutico en España. Como presidenta y directora general de Amgen Iberia, ha impulsado la innovación biomédica y el acceso a los medicamentos. Asimismo, durante su etapa al frente de Farmaindustria ha desempeñado un papel destacado en el fortalecimiento del diálogo institucional y en la puesta en valor de la contribución de la industria farmacéutica al sistema sanitario y a la sociedad.

Impulso al talento femenino

Mujeres de la Sanidad es una iniciativa de Fundamed, con el apoyo de Gaceta



Médica, que tiene como objetivo impulsar el talento femenino en la sanidad contribuyendo a la reducción en determinados ámbitos de la brecha en puestos de responsabilidad. Para ello conecta entidades del ámbito de la investigación, la asistencia sanitaria, las compañías y las administraciones públicas, para compartir las mejores prácticas y planes. El Premio Fundamed al Impulso del Talento Femenino busca reconocer a aquellas organiza-

ciones que han implantado políticas efectivas o programas innovadores para favorecer el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad, impulsar su desarrollo profesional y consolidar la igualdad de oportunidades en sus estructuras organizativas. Este año, el reconocimiento recae en BeOne Medicines por su compromiso con la promoción del talento femenino y el impulso de una cultura organizativa basada en la diversidad, la igualdad de oportunidades y el desarrollo del liderazgo.



Figura pública sanitaria: finalistas

El premio a la Figura Pública Sanitaria es uno de los galardones más emblemáticos de los Premios Fundamed. Su objetivo es reconocer aquellas iniciativas, actuaciones o responsables públicos que hayan contribuido de forma destacada a la mejora de la sanidad, la salud pública y la calidad de vida de los ciudadanos. A través de este reconocimiento, Fundamed pone en valor proyectos y políticas con capacidad para impulsar avances relevantes en el sistema sanitario, promover la participación de los pacientes y responder a los principales retos de salud de nuestra sociedad.

Plan de Preparación y Respuesta frente a Emergencias C. de Madrid

El Plan de Preparación y Respuesta frente a Emergencias de Salud Pública de la Comunidad de Madrid representa un avance estratégico en la capacidad del sistema sanitario para anticipar, detectar y responder ante amenazas sanitarias complejas. Concebido desde una perspectiva integral, establece una estructura de gobernanza, vigilancia y coordinación que fortalece la resiliencia del sistema frente a riesgos biológicos, químicos o ambientales. Se trata de una iniciativa pionera en España, al convertirse en el primer plan autonómico que da respuesta a las exigencias europeas en materia de preparación frente a amenazas transfronterizas graves para la salud, adelantándose además al futuro desarrollo del marco normativo estatal en este ámbito. Este plan constituye una referencia precursora de planificación y anticipación.

Anteproyecto de Ley de Organizaciones de Pacientes

El Anteproyecto de Ley de Organizaciones de Pacientes constituye una de las iniciativas normativas más relevantes de los últimos años en materia de participación ciudadana en salud. Por primera vez, se plantea un marco jurídico específico destinado a reconocer, ordenar y fortalecer el papel de las organizaciones de pacientes como interlocutores legítimos en el ámbito sanitario. La propuesta responde a una demanda histórica del movimiento asociativo y busca dotar de mayor transparencia, estabilidad y capacidad de actuación a unas entidades que desempeñan un papel esencial en la representación de las necesidades de los pacientes y sus familias. Asimismo, establece principios y mecanismos que favorecen una participación más estructurada en los procesos de diseño, evaluación y seguimiento de las políticas sanitarias.

Plan de Acción para la Prevención del Suicidio 2025-2027

El Plan de Acción para la Prevención del Suicidio 2025-2027 supone un paso decisivo para consolidar la prevención del suicidio como una prioridad de salud pública en España. Impulsado por el Ministerio de Sanidad, este plan proporciona un marco de actuación integral que articula medidas de sensibilización, prevención, detección precoz, atención y acompañamiento desde una perspectiva basada en la evidencia y los derechos de las personas. La iniciativa parte de la consideración del suicidio como un fenómeno complejo que requiere respuestas coordinadas más allá del ámbito estrictamente sanitario. Por ello, incorpora la participación de múltiples sectores, promueve la coordinación entre administraciones y presta especial atención a colectivos en situación de vulnerabilidad, así como a las personas supervivientes y familiares afectados.

Premio Especial Fundaciones, Instituciones y Grupos de Investigación

Grupo Español de Mieloma

El Premio Especial Fundaciones, Instituciones y Grupos de Investigación reconoce la labor de aquellas organizaciones que contribuyen de forma decisiva al avance del conocimiento científico y a la mejora de la atención sanitaria. A través de la investigación, la colaboración y la generación de evidencia, estas entidades impulsan nuevas estrategias diagnósticas y terapéuticas que repercuten directamente en beneficio de los pacientes. El Grupo Español de Mieloma (GEM) recibe este reconocimiento por su destacada contribución a



la investigación y al tratamiento del mieloma múltiple. Referente nacional e internacional, ha liderado durante más de tres décadas estudios que han mejorado el conocimiento de la enfermedad y la supervivencia de los pacientes. Su modelo colaborativo ha impulsado la innovación terapéutica y consolidado el liderazgo de nuestro país en investigación hematológica.

Iniciativa Sanitaria

El objetivo de Fundamed con la entrega del Premio a la Mejor Iniciativa Sanitaria es fomentar el cuidado de la salud y reconocer los esfuerzos que se hagan en ese sentido desde cualquier ámbito de la sociedad. Entre los candidatos a valorar por el jurado se encuentran proyectos de prevención y promoción de la salud, programas asistenciales, iniciativas de salud digital, investigación aplicada, medicina personalizada, formación sanitaria, coordinación sociosanitaria, innovación organizativa o acciones dirigidas a mejorar la experiencia y los resultados en salud de los pacientes.

Airway Gym® App

Apnea Bye

Airway Gym® es una herramienta digital de la compañía Apnea Bye desarrollada íntegramente en España para integrar la terapia miofuncional en el tratamiento de la apnea obstructiva del sueño (AOS), abordando de forma estructurada el componente neuromuscular de la vía aérea superior. Airway Gym® digitaliza la terapia miofuncional mediante una aplicación móvil basada en protocolos estructurados y apoyada en parámetros objetivos de evaluación clínica. Su desarrollo ha incluido estudios prospectivos y ensayos clínicos publicados en revistas científicas internacionales. Los resultados obtenidos muestran una mejora del tono muscular orofaríngeo, cambios anatómicos y funcionales objetivables, una reducción significativa del índice de apnea-hipopnea y un incremento de la adherencia terapéutica.



Bajemos la Albuminuria

Bayer, FEDE, ALCER, SEN y SEMERGEN



Campaña de sensibilización sobre la enfermedad renal crónica y la importancia de su diagnóstico precoz. Pone el foco en la prevención y en la necesidad de fomentar el cribado temprano, especialmente entre personas con diabetes y otros grupos de riesgo. La iniciativa

combina divulgación científica, participación ciudadana y formatos innovadores de comunicación. Entre las principales acciones destacó el lanzamiento de la primera "Canción del Riñón", creada como herramienta educativa para acercar a la población el concepto de albuminuria de forma sencilla, memorable y accesible.

Estudio "Genistein and Pioglitazone as Promising Repurposed Drugs to Treat Endometrial Failure Independent of Endometrial Timing". Fundación IVI e IVI RMA Global.

Este estudio supone un avance innovador en medicina reproductiva al identificar alteraciones moleculares del endometrio asociadas a fallos de implantación y pérdidas gestacionales en pacientes con embriones de buena calidad. Se analizaron datos de 161 mujeres sometidas a tratamientos de fecundación in vitro. Gracias a ello, el equipo desarrolló una nueva clasificación transcriptómica del endometrio, identificando perfiles asociados tanto a buenos como a malos resultados reproductivos. Así, se identificaron 116 fármacos aprobados con potencial para revertir las alteraciones génicas detectadas. El estudio abre la puerta a una medicina reproductiva más personalizada y preventiva, con potencial para mejorar las tasas de éxito en fertilidad utilizando tratamientos seguros y ya comercializados.



Este estudio supone un avance innovador en medicina reproductiva al identificar alteraciones moleculares del endometrio asociadas a fallos de implantación y pérdidas gestacionales en pacientes con embriones de buena calidad. Se analizaron datos de 161 mujeres sometidas a tratamientos de fecundación in vitro. Gracias a ello, el equipo desarrolló una nueva clasificación transcriptómica del endometrio, identificando perfiles asociados tanto a buenos como a malos resultados reproductivos. Así, se identificaron 116 fármacos aprobados con potencial para revertir las alteraciones génicas detectadas. El estudio abre la puerta a una medicina reproductiva más personalizada y preventiva, con potencial para mejorar las tasas de éxito en fertilidad utilizando tratamientos seguros y ya comercializados.

Iniciativa Sanitaria

Escuelas de Salud para la Mujer. CGCOF y Organon



Las Escuelas de Salud para la Mujer, impulsadas por el CGCOF y Organon, son una iniciativa de educación sanitaria desarrollada en 150 farmacias comunitarias de municipios de menos de 30.000 habitantes para mejorar el conocimiento sobre los principales problemas de salud que afectan a las mujeres desde una perspectiva de género y sexo. La iniciativa se desarrolla mediante sesiones de educación sanitaria impartidas por farmacéuticos comunitarios, abordando temas como enfermedades cardiovasculares, dolor crónico, migraña, menopausia y osteoporosis. Para apoyar las sesiones, se han desarrollado materiales divulgativos específicos, como infografías y carteles informativos, dirigidos a facilitar la comprensión y fomentar la participación de las asistentes.

Gate2Health GSK



Esta iniciativa nace con el objetivo de buscar soluciones innovadoras para algunos de los grandes desafíos que afronta el sistema sanitario actual, caracterizados por la creciente complejidad de las enfermedades, la necesidad de mejorar el diagnóstico precoz y avanzar hacia un modelo más sostenible y preventivo. Se trata de una comunidad de innovación abierta integrada por más de 10 entidades líderes en el sector de innovación en salud, con el fin de conectar necesidades clínicas reales con soluciones tecnológicas emergentes, para tratar de dar respuesta a algunas de estas cuestiones pendientes y contribuir a mejorar la salud de las personas mediante soluciones tecnológicas. Esta iniciativa, además, incorpora la co-creación y la participación activa múltiples actores.

Informe 'Aproximación Coordinada en Medicina Personalizada de Precisión entre Comunidades Autónomas'. Fundación Instituto Roche

Iniciativa orientada a promover un modelo coordinado y equitativo de implantación de la Medicina Personalizada de Precisión (MPP) en España. El informe contó con la participación de 24 expertos multidisciplinares con representación de las 17 Comunidades Autónomas, quienes trabajaron en la identificación de recomendaciones estratégicas para integrar de forma coordinada las distintas iniciativas autonómicas. Entre las principales conclusiones destaca la propuesta de crear una Comisión Técnica Específica dentro del Consejo Interterritorial que impulse la cooperación científica y técnica y garantice una implementación homogénea de la MPP en todo el territorio nacional.



Iniciativas para la Prevención de la Obesidad Infantil (COPI) Novo Nordisk

Iniciativas para la Prevención de la Obesidad Infantil (COPI) es un proyecto cuyo objetivo es prevenir la obesidad infantil en comunidades urbanas económicamente desfavorecidas mediante intervenciones sostenibles y basadas en la evidencia. Con una inversión cercana a los dos millones de euros en tres años, COPI impulsa acciones centradas en la promoción de hábitos saludables, incluyendo educación nutricional, actividad física para niños y familias, revisión de menús escolares y programas gratuitos de ocio saludable e inclusivo. La iniciativa se apoya además en la experiencia internacional del programa Cities for Better Health, consolidando un modelo colaborativo de prevención comunitaria con potencial impacto a largo plazo en la salud infantil.



Iniciativa Sanitaria

InERCia

Boehringer Ingelheim



InERCia es un programa de aceleración de proyectos disruptivos nacido bajo el paraguas de la iniciativa intERCede. Su misión fundamental es transformar el proceso asistencial de la Enfermedad Renal Crónica (ERC) en España. La primera edición reunió más de 40 candidaturas procedentes de centros sanitarios de toda España, de las cuales se seleccionaron ocho proyectos finalistas para un proceso intensivo de mentoría y acompañamiento por parte de un comité multidisciplinar de expertos en nefrología, innovación, tecnología y asociaciones de pacientes. Además, se fomenta la colaboración entre profesionales sanitarios, investigadores y emprendedores para impulsar soluciones innovadoras con potencial de aplicación real en el sistema sanitario.

Mi Salud Genómica

Sanitas



Programa de medicina preventiva y personalizada basado en la secuenciación completa del genoma, con el objetivo de integrar la genómica en la práctica clínica diaria y convertir la información genética en una herramienta real de prevención y seguimiento sanitario. El programa estudia más de 260 genes asociados a patologías accionables sobre las que existen medidas preventivas o estrategias de seguimiento clínico. A partir de esta información, Sanitas desarrolla planes de salud personalizados que pueden incluir pruebas diagnósticas, recomendaciones de estilo de vida o revisiones específicas adaptadas. También incorpora farmacogenómica para optimizar tratamientos y reducir posibles efectos adversos según el perfil genético del paciente, así como estudios de portadores con implicaciones relevantes para la salud familiar y reproductiva.

NO ES NORMAL TOUR

SEPAR

Innovador proyecto de salud pública itinerante orientado a combatir el infradiagnóstico de las enfermedades respiratorias y a concienciar sobre la normalización de síntomas como la tos persistente, la disnea, el cansancio o los ronquidos. El proyecto se desarrolla mediante una unidad móvil sanitaria que recorre diferentes municipios españoles realizando espirometrías gratuitas, valoración clínica y actividades de educación sanitaria directamente en el espacio público. La iniciativa integra además la participación de profesionales locales de Atención Primaria, enfermería y neumología, favoreciendo la conexión directa con el sistema sanitario y la derivación de pacientes con sospecha de patología respiratoria.

separ

Sociedad Española
de Neumología y
Cirugía Torácica

Plataforma miHC- Interoperabilidad de la Historia Clínica en la Sanidad Privada. Fundación IDIS

Iniciativa orientada a mejorar la interoperabilidad de la historia clínica en la sanidad privada, permitiendo a los pacientes acceder y compartir de forma segura su información médica entre distintos centros y profesionales sanitarios. Lanzada en 2023 y actualmente en expansión, la plataforma busca reforzar la continuidad asistencial, reducir duplicidades y empoderar al paciente en la gestión de su salud. A través de una plataforma digital accesible mediante app y web, miHC ofrece un acceso centralizado y seguro a la información clínica, facilitando una atención más ágil, personalizada y coordinada. Desde su lanzamiento, la plataforma ha alcanzado más de 800.000 usuarios registrados y 2,2 millones de accesos.



Instituto para el Desarrollo
e Integración de la Sanidad

Iniciativa Sanitaria

Premios HemoFIT SOBI



Estos premios reconocen iniciativas de asociaciones de pacientes y organizaciones sanitarias que promueven el bienestar de las personas con hemofilia mediante la actividad física. La iniciativa busca fomentar hábitos saludables y mejorar la calidad de vida de una enfermedad rara que afecta a unas 3.000 personas en España. Para la evaluación de estos proyectos, que pueden ser presentados por asociaciones de pacientes, sociedades científicas u otras organizaciones sanitarias se cuenta con un comité evaluador de expertos en el área de la hemofilia, constituido por diez representantes de diferentes áreas de conocimiento. El ganador obtiene un premio monetario, destinado a impulsar su iniciativa. La comunicación de la convocatoria y entrega de los premios alcanzó una audiencia superior a 1,1 M de personas.

Premios Jóvenes Investigadores. Fundación AstraZeneca



Iniciativa destinada a impulsar el talento científico joven y fomentar la investigación colaborativa en España. En esta edición, celebrada en 2025 en colaboración con el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII), la Fundación AstraZeneca destinó un millón de euros a apoyar proyectos innovadores con impacto directo en la salud de los pacientes. La convocatoria está dirigida a grupos de investigadores noveles de distintas comunidades autónomas que desarrollan proyectos en red orientados a obtener resultados trasladables a la práctica clínica. Los cuatro grupos galardonados recibieron una beca de 225.000 euros para continuar desarrollando sus investigaciones en áreas prioritarias como cardiovascular, renal y metabolismo, enfermedades infecciosas e inmunoprevenibles, oncología y medicina de precisión, y respiratorio e inmunología.

Protocolo DESAPARECIDOS CGCOF



El CGCOF, junto al Centro Nacional de Personas Desaparecidas (CNDES) del Ministerio del Interior impulsan el "Protocolo general de cooperación de la Farmacia Comunitaria y CNDES en materia de prevención y localización de personas desaparecidas", una iniciativa pionera orientada a reforzar el papel de la farmacia comunitaria en la prevención y localización de personas vulnerables desaparecidas. El protocolo, desarrollado entre 2025 y 2026, busca aprovechar la cercanía, capilaridad y profesionalidad de la red de farmacias para detectar situaciones de riesgo, colaborar en tareas de localización y fomentar la concienciación social sobre la importancia de denunciar de forma inmediata una desaparición. La iniciativa presta especial atención a colectivos vulnerables, como personas con deterioro cognitivo.

Protocolo Violencia de Género. CGCOF



El CGCOF, junto al Ministerio de Igualdad y el Ministerio de Sanidad, impulsó en 2025 el nuevo "Protocolo de Actuación en la Farmacia Comunitaria ante la Violencia contra las Mujeres", una actualización del protocolo lanzado en 2021 para reforzar el papel de las farmacias comunitarias en la detección precoz y derivación de víctimas de violencia de género. La iniciativa busca proporcionar herramientas y pautas homogéneas a los farmacéuticos comunitarios para identificar situaciones de riesgo, derivar a las víctimas a recursos especializados y sensibilizar sobre el impacto de la violencia contra las mujeres como problema de salud pública. Además, pone el foco en situaciones de especial vulnerabilidad que dificultan el reconocimiento y denuncia de la violencia.

Campaña Socio-Sanitaria

La comunicación desempeña un papel esencial en la promoción de la salud, la prevención de enfermedades y la sensibilización de la sociedad ante los principales retos sanitarios. A través de la creatividad, la innovación y la capacidad de generar impacto social, estas iniciativas contribuyen a mejorar el conocimiento, combatir el estigma y fomentar hábitos saludables. El Premio Fundamed a la Mejor Campaña Socio-sanitaria reconoce aquellas acciones que destacan por su capacidad para informar, concienciar y movilizar a la ciudadanía, generando un impacto positivo en pacientes, profesionales sanitarios y sociedad.

#Aquíhayunfarmacéutico... en marcha

COFM

Esta campaña nació con el objetivo de acercar a la ciudadanía el valor sanitario y social de los farmacéuticos comunitarios y visibilizar el impacto de los servicios profesionales farmacéuticos en la prevención y el bienestar de la población. La iniciativa recorrió más de una veintena de municipios de la Comunidad de Madrid mediante una unidad móvil en la que farmacéuticos voluntarios ofrecieron servicios asistenciales orientados a la prevención y detección precoz de problemas de salud. Entre las actuaciones realizadas destacaron pruebas de riesgo cardiovascular y diabetes, valoración de adherencia terapéutica, retorno venoso, detección del riesgo de osteoporosis y asesoramiento en cuidado de la piel.



#DIABETESTIGMA Derribemos el estigma de la diabetes

Abbott



#DIABETESTIGMA | Derribemos el estigma de la diabetes es la primera campaña de concienciación social en España centrada en combatir los prejuicios asociados a la diabetes. La iniciativa nace tras una encuesta internacional que reveló que el 70% de las personas con diabetes percibe estigma asociado a su condición y que el 40% ha llegado a cancelar citas médicas por sentirse juzgado.

Estrategia multicanal que combinó acciones experienciales, street marketing, publicidad exterior, activación digital y presencia en el Día Mundial de la Diabetes. Entre las principales iniciativas destacó un brunch experiencial celebrado en Madrid, donde periodistas, influencers y asistentes participaron en un experimento social para visibilizar el impacto emocional del estigma en diabetes.

#LaMquefalta

AECMM y Alianza Daiichi Sankyo | AstraZeneca

La campaña nace para responder al desconocimiento existente en torno al estadio metastásico, una realidad que afecta a miles de mujeres y que históricamente ha permanecido invisibilizada. El objetivo de #LaMquefalta es incorporar de forma activa el cáncer de mama metastásico al discurso social y sanitario, situando en el centro a las pacientes y fomentando una mayor comprensión pública sobre sus necesidades. Para ello, se desarrollaron acciones de sensibilización y experiencias participativas dirigidas a ciudadanía, profesionales sanitarios e instituciones. En 2025 logró más de 250 impactos en medios de comunicación y una audiencia superior a 66,8 M de personas. Actualmente, el 93% de la población española afirma haber oído hablar de este estadio de la enfermedad, reflejando el impacto y la capacidad transformadora de la iniciativa.



Campaña Socio-Sanitaria

#VeMásAllá

Incyte



SOLVE
ON.

Esta campaña #VeMásAllá nació con el objetivo de romper el estigma y el silencio que rodean al vitíligo, visibilizando tanto su impacto emocional como la importancia del diagnóstico y tratamiento médico. Estrategia 360° basada en un recurso visual innovador: un tatuaje temporal que reproducía las manchas características del vitíligo. La acción invitaba a los participantes a “ponerse en la piel del otro”, generando empatía y favoreciendo la conversación social sobre una enfermedad frecuentemente mal comprendida. Se combinaron activaciones offline y difusión digital, involucrando a profesionales sanitarios, periodistas y creadores de contenido que compartieron la iniciativa en redes sociales como Instagram y TikTok. Superó los 3 M de visualizaciones orgánicas y alcanzó un engagement cercano al 5%, además de lograr un ROI del 843.

Buen Punto

SIGRE



Medicamento y Medio Ambiente

La campaña “Buen Punto”, impulsada por SIGRE, es una iniciativa nacional de concienciación desarrollada en 2025 para fomentar el uso responsable de los medicamentos y promover el correcto reciclaje de sus residuos a través del Punto SIGRE de las farmacias. La campaña nace con el objetivo de reforzar hábitos de revisión periódica del botiquín doméstico y sensibilizar sobre el impacto sanitario y medioambiental de eliminar correctamente medicamentos caducados o sobrantes. Se lograron más de 32 M de impresiones digitales, cerca de 2 M de espectadores en cine y una activación directa en millones de ciudadanos a través de las farmacias. Además, contribuyó a incrementar en más de un 5% la recogida de residuos de medicamentos en 2025, alcanzando las 5.400 toneladas.

35 AÑOS LLENOS DE VIDA.

IVI



Esta campaña, impulsada por IVI con motivo de su 35 aniversario, pone el foco en el impacto humano y social de la medicina reproductiva a través de las historias reales de familias y personas nacidas gracias a la reproducción asistida. La iniciativa transforma una conmemoración corporativa en un homenaje a las más de 250.000 vidas que han sido posibles gracias a los tratamientos de IVI desde su fundación. La campaña se construye a partir de testimonios de madres, jóvenes y adultos nacidos mediante reproducción asistida, mostrando cómo estos tratamientos han pasado de ser una técnica rodeada de desconocimiento a una realidad plenamente integrada en la sociedad. En términos de impacto, la campaña alcanzó una cobertura del 76% en radio, televisión conectada y revistas femeninas, con cerca de 2,8 millones de usuarios únicos.

Campaña de farmacovigilancia. CGCOF



Consejo General de Colegios Farmacéuticos

El CGCOF, con la colaboración con la AEMPS, impulsó en 2025 una campaña de concienciación sobre la importancia de la farmacovigilancia y la notificación de sospechas de reacciones adversas a medicamentos desde la farmacia comunitaria y la población general. La campaña se desarrolló a través de materiales divulgativos dirigidos tanto a profesionales farmacéuticos como a pacientes. Para ello, se elaboraron dos infografías específicas que explican qué son las reacciones adversas, cómo identificarlas y cómo notificarlas al Sistema Español de Farmacovigilancia. Además, se organizó un webinar formativo para farmacéuticos orientado a actualizar conocimientos y fomentar la notificación desde la farmacia comunitaria.

Campaña Socio-Sanitaria

Concienciación sobre el Cáncer de Vejiga

AstraZeneca

Esta campaña, que cuenta de diversas entidades científicas y asociaciones de pacientes, nació con el objetivo de sensibilizar a la población sobre la importancia de reconocer la hematuria (sangre en la orina) como principal signo de alerta de esta enfermedad y fomentar el diagnóstico precoz. La campaña utilizó un recurso visual de gran impacto: un urinario rojo como símbolo de alarma y llamada a la

acción ante un síntoma que con frecuencia se confunde con infecciones urinarias u otras patologías. La estrategia incluyó una campaña de MUPIs digitales en 24 centros comerciales de diferentes ciudades, alcanzando una audiencia de más de 4 M de personas. En conjunto, todas las acciones lograron una audiencia estimada de más de 11,7 M de personas, aumentando la visibilidad del cáncer de vejiga y reforzando la importancia del diagnóstico temprano para mejorar el manejo clínico y el pronóstico de los pacientes.



Contigo, un farmacéutico

COF de Madrid



Contigo, un farmacéutico es una serie documental impulsada por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (COFM) con el objetivo de acercar a la sociedad la labor sanitaria, asistencial y social que desarrollan los farmacéuticos en sus distintos ámbitos de ejercicio. La campaña combina storytelling y divulgación para visibilizar una profesión que

une ciencia, cercanía y humanidad, mostrando qué ocurre detrás del mostrador y cómo los farmacéuticos acompañan, orientan y cuidan a las personas en su día a día. Lanzada en diciembre de 2025, la serie recoge cinco historias reales protagonizadas por profesionales de distintos entornos asistenciales, como farmacia comunitaria, hospitales y salud pública. La iniciativa alcanzó más de 6,5 millones de impresiones en Google y Meta, cerca de 100.000 visualizaciones del contenido audiovisual y más de 1.300 interacciones en plataformas digitales.

Dejar de fumar no es fácil. Pero cosas más difíciles has logrado. Pfizer

Esta campaña nace con el objetivo de concienciar sobre la importancia de abandonar el tabaquismo y reforzar la idea de que dejar de fumar, aunque difícil, es un reto alcanzable con apoyo profesional. Se desplegó mediante publicidad exterior en mupis, además de acciones en redes sociales y comunicación en medios. El enfoque creativo, desarrollado junto a PuntosModernos, convirtió mensajes sencillos y visuales en una herramienta de conexión emocional con la ciudadanía, abordando el tabaquismo desde una perspectiva innovadora y positiva, alejándose de los mensajes basados en el miedo para centrarse en el empoderamiento de las personas fumadoras. Alcanzó a más de dos millones de personas a través de soportes exteriores, sumó una audiencia de medio millón en redes sociales con más de 110.000 interacciones y logró 46 impactos en medios de comunicación, alcanzando una audiencia estimada de 15,8 M de personas



Campaña Socio-Sanitaria

Desenmascara las raras

Sobi y FEDER



La iniciativa pone el foco en los retos que afrontan los más de tres millones de personas que conviven con alguna EERR en España. Entre las acciones desarrolladas destacaron una landing page con testimonios reales de pacientes, vídeos protagonizados por personas afectadas, materiales descargables para redes sociales y un manifiesto con los “8 Porqués de Desenmascara las Raras”. Además, se celebró un acto institucional con representantes del Ministerio de Sanidad y portavoces de distintos grupos políticos. Se lograron 40 impactos en medios y una audiencia estimada de más de 20,9 M de personas. En redes sociales, la campaña generó más de 52.000 impresiones y 3.300 interacciones, consolidándose como una acción de sensibilización social en torno a las enfermedades raras.

El Viaje de Nica. Hospital Sant Joan de Déu, FEDER y Alexion



Iniciativa para sensibilizar sobre la realidad de las enfermedades raras y recaudar fondos destinados a impulsar el acceso al diagnóstico genómico avanzado a través del programa IMPaCT-GENÓMICA. La campaña giró en torno a “Nica”, una muñeca simbólica que recorrió España como emblema de esperanza y apoyo colectivo, involucrando a familias, asociaciones, profesionales sanitarios e instituciones. A través de una estrategia multicanal con presencia en medios, redes sociales, eventos y colaboraciones, logró más de 152 impactos mediáticos y alcanzar a más de 31 Mde personas. La iniciativa recaudó 139.236 euros gracias a más de 2.700 donantes para apoyar el diagnóstico de precisión y el acompañamiento a familias.

Diagnóstico F.C.

AstraZeneca



Campaña para sensibilizar sobre la importancia de la detección precoz de enfermedades crónicas cardiorrenales, metabólicas y respiratorias, así como fomentar la práctica de ejercicio físico como herramienta de prevención y salud. La iniciativa se desarrolló a lo largo de 2025 combinando divulgación sanitaria, deporte y tecnología. Se creó a “Kairo”, una mascota diseñada como símbolo visual de la iniciativa y presente en las acciones digitales, eventos y actividades de comunicación. Además, se habilitó una landing page con información sobre prevención, diagnóstico precoz y las distintas actividades desarrolladas. Generó 117 impactos en medios, alcanzó una audiencia estimada de más de 49 M de personas y obtuvo más de 752.000 impresiones y 3.600 clics en RRSS.

Escribe tu propia historia

MSD



Campaña impulsada por MSD junto a 63 entidades sociosanitarias para aumentar el conocimiento sobre el virus del papiloma humano (VPH) y promover su prevención. Desarrollada durante 2025, combinó una narrativa emocional con acciones en medios, redes sociales, publicidad y materiales divulgativos para sensibilizar sobre inmunización, cribado y prevención de los cánceres asociados al VPH. La iniciativa amplió su alcance gracias a su colaboración con la final de la Copa de la Reina Iberdrola, llevando el mensaje preventivo al ámbito deportivo. La campaña alcanzó a más de 165 millones de usuarios potenciales, generó 24 millones de impresiones en redes sociales y más de 1.000 impactos vinculados al evento deportivo.

Campaña Socio-Sanitaria

Historietas que HEMOCionan. AstraZeneca



Historietas que HEMOCionan es una campaña impulsada por AstraZeneca, con el apoyo del GELLC y la SEHH, para sensibilizar sobre la leucemia linfocítica crónica (LLC) y acompañar a pacientes y cuidadores. A través del personaje “Dominga habla sola”, creado por la ilustradora Elisabeth Justicia, se desarrolló un cómic divulgativo que explica de forma sencilla la enfermedad y su impacto en la vida cotidiana. La iniciativa apostó por un formato accesible para las personas mayores, complementado con acciones en medios, radio, redes sociales y una plataforma digital específica. La campaña alcanzó a más de 5 millones de personas, generó más de 680.000 impresiones y 31.000 interacciones en redes sociales.

Iniciativa Personas Cuidadoras. CINFA



Iniciativa destinada a visibilizar, reconocer y apoyar a quienes cuidan de familiares mayores o dependientes. La campaña combina investigación, ayudas a entidades sociales, alianzas estratégicas y divulgación. Entre sus principales acciones destaca el Observatorio Cinfa de los Cuidados, que elaboró un estudio sobre la realidad de más de 3.200 personas cuidadoras en España. Además, incluye ayudas económicas, colaboraciones con organizaciones como Cruz Roja, CEAFA y la Asociación Española Contra el Cáncer, y una plataforma digital con recursos y testimonios. La iniciativa ha contribuido a situar la realidad de los cuidados familiares en el debate público mediante una amplia presencia en medios de comunicación.

InmunizaT COF de Madrid



Proyecto piloto impulsado por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y la Dirección General de Salud Pública de la Comunidad de Madrid para mejorar la cobertura de vacunación antigripal en personas con diabetes. Desarrollado en farmacias comunitarias de Aranjuez y Tres Cantos, la iniciativa apostó por el papel del farmacéutico como agente de salud para informar, sensibilizar y promover la prevención. Las farmacias participantes captaron y asesoraron a más de 830 pacientes, detectando que más del 25% desconocía el riesgo añadido que supone la gripe en personas con diabetes. El proyecto refuerza el potencial de la farmacia comunitaria para impulsar la vacunación y mejorar los resultados en salud pública.

La Espina Invisible GSK



La espina invisible, impulsada por GSK, es una campaña de concienciación sobre el herpes zóster dirigida especialmente a las personas mayores de 50 años. Utilizando la espina de una rosa como metáfora del dolor y las secuelas que puede provocar la enfermedad, la iniciativa buscó mejorar el conocimiento de esta patología y fomentar el diálogo con los profesionales sanitarios. La campaña combinó acciones de street marketing en Madrid, Sevilla y Valencia con presencia en medios, redes sociales y colaboraciones con expertos sanitarios. Alcanzó una audiencia estimada de más de 9,9 millones de personas, generó 5,9 millones de impresiones en redes sociales y consiguió más de 656.000 visualizaciones de su principal contenido audiovisual.

Campaña Socio-Sanitaria

Más aire para tus latidos

MSD



Campaña impulsada junto a la ANHP y la Fundación Contra la Hipertensión Pulmonar para dar visibilidad a la hipertensión pulmonar y concienciar sobre su impacto en pacientes y familias. Bajo un enfoque centrado en la mejora del conocimiento, la equidad asistencial y la necesidad de un abordaje multidisciplinar, la iniciativa desplegó una estrategia 360° con acciones en medios, redes sociales, entrevistas, tribunas y contenidos divulgativos. La campaña contó con la participación de expertos clínicos y representantes de pacientes, reforzando el rigor científico y la perspectiva social. En conjunto, alcanzó una audiencia superior a 111 millones de usuarios y generó una amplia repercusión mediática y territorial.

Mi Vecina Ferritina

CSL



Mi vecina Ferritina es una campaña de CSL, Foro Español de Pacientes y el aval de SEHH, para concienciar sobre el déficit de hierro y la importancia de medir la ferritina para detectarlo de forma precoz. Con motivo del Día Mundial del Déficit de Hierro 2025, la iniciativa creó un personaje cercano y divulgativo que ayudó a explicar síntomas frecuentes como la fatiga o la falta de concentración. La campaña combinó creatividad, divulgación científica y acciones digitales en España y Portugal, incluyendo vídeos, infografías y colaboraciones con divulgadores. Alcanzó más de un millón de impresiones, 35.000 interacciones y cerca de siete millones de personas a través de medios de comunicación.

Mira más allá del espejo

Pfizer



Mira Más Allá del Espejo, impulsada por Pfizer con el aval de FECMA, es una iniciativa destinada a mejorar la calidad de vida de las mujeres con cáncer de mama y cáncer de mama metastásico mediante información sobre autocuidado y bienestar integral. Basada en la guía dermatocósmica Más allá del espejo, la campaña llevó sus contenidos a la ciudadanía a través de una exposición itinerante en un autobús que recorrió varias ciudades españolas. El espacio ofrecía recursos interactivos, materiales informativos y testimonios de pacientes y profesionales. La iniciativa recibió más de 2.500 visitantes, distribuyó cerca de 5.000 materiales divulgativos y alcanzó una audiencia estimada de 8,5 millones de personas a través de los medios de comunicación.

Miramos X ti

Bayer



Impulsada por la Asociación Mácula Retina con el apoyo de Bayer, se trata del primer programa de formación en salud emocional dirigido a profesionales del ámbito de la oftalmología. La iniciativa busca dotar a oftalmólogos, enfermería, optometristas y otros profesionales de herramientas para acompañar emocionalmente a pacientes con pérdida de visión, mejorando la comunicación y favoreciendo una atención más humanizada. Desarrollado en formato online y gratuito, aborda aspectos como el impacto psicológico de la discapacidad visual, la rehabilitación y la adaptación psicosocial. Elaborado por un equipo multidisciplinar que incluye pacientes y especialistas, el programa ha alcanzado a más de 940.000 personas y se ha consolidado como una iniciativa pionera en humanización sanitaria.

Campaña Socio-Sanitaria

No me llames Dolores

Grünenthal

Iniciativa para visibilizar el dolor neuropático diabético y oncológico, dos formas de dolor frecuentemente infradiagnosticadas y con gran impacto en la calidad de vida de los pacientes. A través de campañas de sensibilización dirigidas a la ciudadanía y profesionales sanitarios, la iniciativa promueve el reconocimiento de síntomas habitualmente normalizados y la importancia de abordar el dolor de forma individualizada.

Desarrollada en colaboración con sociedades científicas y asociaciones de pacientes, combinó publicidad exterior, acciones digitales, medios de comunicación y materiales divulgativos. En conjunto, las campañas lograron más de 18 millones de impresiones en soportes publicitarios y una amplia repercusión social y mediática, contribuyendo a mejorar el conocimiento sobre el dolor neuropático.



Ojalá pudiera

AbbVie



Ojalá Pudiera, impulsada por AbbVie junto a AADA y revisada por la Fundación Piel Sana, es una campaña destinada a sensibilizar sobre el impacto físico, emocional y social de la dermatitis atópica grave. La iniciativa buscó combatir la banalización de esta enfermedad y dar visibilidad al intenso picor que condiciona la vida de quienes la padecen. Para ello, combinó arte hiperrealista, experiencias inmersivas y testimonios reales de pacientes a través de instalaciones urbanas en Madrid, complementadas con acciones digitales y presencia en medios de comunicación. La campaña alcanzó una audiencia estimada de más de 33,6 millones de personas y contribuyó a generar una mayor comprensión y empatía hacia las personas con dermatitis atópica grave.

Ojalá Pudiera, impulsada por AbbVie junto a AADA y revisada por la Fundación Piel Sana, es una campaña destinada a sensibilizar sobre el impacto físico, emocional y social de la dermatitis atópica grave. La iniciativa buscó combatir la banalización de esta enfermedad y dar visibilidad al intenso picor que condiciona la vida de quienes la padecen. Para ello, combinó arte hiperrealista, experiencias inmersivas y testimonios reales de pacientes a través de instalaciones urbanas en Madrid, complementadas con acciones digitales y presencia en medios de comunicación. La campaña alcanzó una audiencia estimada de más de 33,6 millones de personas y contribuyó a generar una mayor comprensión y empatía hacia las personas con dermatitis atópica grave.

Pieles Perfectamente Imperfectas

Pfizer

Esta exposición, impulsada junto a la Asociación de Afectados por la Dermatitis Atópica (AADA), buscó visibilizar el impacto físico, emocional y social de la dermatitis atópica grave más allá de sus manifestaciones cutáneas. A través de seis retratos y relatos inspirados en experiencias reales de pacientes, la iniciativa dio voz a consecuencias frecuentemente invisibles como la ansiedad, el aislamiento social o los trastornos del sueño. La muestra transformó datos clínicos en historias humanas para generar empatía y sensibilización social. La exposición recibió cerca de 5.000 visitantes y alcanzó una audiencia estimada de 16,5 millones de personas a través de más de 113 impactos en medios, además de una destacada repercusión en redes sociales.



Campaña Socio-Sanitaria

Salud respiratoria y tabaco

Aflofarm Spain

Esta campaña de salud respiratoria tuvo como objetivo sensibilizar sobre los riesgos del tabaquismo y promover hábitos saludables relacionados con el cuidado de la salud pulmonar. Desarrollada en espacios públicos de Sevilla, Barcelona y Madrid, la iniciativa acercó información y prevención a la ciudadanía mediante carpas informativas donde profesionales sanitarios realizaron pruebas gratuitas de cooximetría, ofrecieron interpretación de resultados y asesoramiento para dejar de fumar. Dirigida tanto a fumadores como a población general, la campaña fomentó la reflexión sobre el impacto del tabaco y la importancia de buscar apoyo profesional para abandonar su consumo. Alcanzó a más de 65 millones de personas, generó más de 30 impactos en medios y permitió realizar alrededor de 400 pruebas preventivas.



TikTok contra el tabaco

Grupo Español de Cáncer de Pulmón y Bristol Myers Squibb



TikTok contra el tabaco es una iniciativa educativa dirigida a estudiantes de secundaria para prevenir el consumo de tabaco y vapeadores mediante los formatos y lenguajes propios de las redes sociales. A través de un concurso de vídeos en TikTok e Instagram, los jóvenes crean mensajes de sensi-

bilización adaptados a su entorno, convirtiéndose en agentes activos de prevención. El proyecto apuesta por la creatividad, la participación y la comunicación entre iguales para combatir la normalización del tabaquismo juvenil. En sus seis ediciones ha involucrado a más de 1.200 estudiantes y ha generado más de 18 millones de impactos de audiencia.

Vivir sin interrupciones

Pfizer

Vivir sin interrupciones, impulsada por Pfizer con el aval de FEDHEMO y la SETH, es una campaña de concienciación sobre el impacto de la hemofilia en la vida diaria de las personas que conviven con esta enfermedad. Coincidiendo con el Día Mundial de la Hemofilia, la iniciativa utilizó el concepto de las "interrupciones" para mostrar cómo situaciones cotidianas pueden verse condicionadas por el riesgo de hemorragias y lesiones. La campaña combinó publicidad digital en espacios públicos con acciones en redes sociales protagonizadas por creadores de contenido, promoviendo la empatía y el conocimiento de la enfermedad. Alcanzó una audiencia cercana a 8 millones de personas y generó más de 6,7 millones de impactos a través de canales digitales.



Producción y Fabricación

La capacidad industrial constituye un elemento estratégico para la competitividad, la innovación y la autonomía sanitaria de un país. A través de sus plantas de producción y centros de fabricación, la industria farmacéutica contribuye a la generación de empleo cualificado, la atracción de inversiones, el desarrollo tecnológico y el fortalecimiento del tejido productivo nacional. Con este premio, Fundamed reconoce a aquellas compañías que destacan por su apuesta industrial en España, su capacidad productiva, su contribución a las exportaciones y su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en los procesos de fabricación farmacéutica.

Almirall

Almirall



Almirall mantiene una firme apuesta industrial en España a través de sus plantas de Sant Andreu de la Barca y Sant Celoni (Barcelona), especializadas en fabricación farmacéutica y producción de principios activos. La compañía combina innovación, capacidad exportadora y sostenibilidad, abasteciendo a más de 100 países y consolidando a España como un polo estratégico del sector farmacéutico. En 2025 alcanzó una producción de 76 millones de unidades, un 52% más que en 2021, y genera empleo para unas 515 personas altamente cualificadas. Además, impulsa un proyecto estratégico de fabricación de medicamentos biológicos y ha invertido más de 30 millones de euros desde 2021 en automatización, digitalización, inteligencia artificial, eficiencia energética y descarbonización.

GSK

Planta de criogenización



GSK ha puesto en marcha en 2025 una innovadora planta de criogenización en su fábrica de Aranda de Duero (Burgos) para recuperar y reciclar los propelentes utilizados en la fabricación de inhaladores, evitando su liberación a la atmósfera. Esta tecnología permitirá reducir aproximadamente un 30% las emisiones de la planta, reforzando su estrategia de sostenibilidad y descarbonización. La fábrica, que emplea a más de 700 personas, produce anualmente unos 177 millones de unidades de medicamentos y exporta el 92% de su producción a más de 100 países. Además, opera con electricidad 100% renovable, cuenta con un gran huerto solar y destaca por sus avances en economía circular, eficiencia hídrica e innovación industrial sostenible.

Lilly

Planta de Alcobendas



Lilly ha reforzado su planta de Alcobendas (Madrid) con una inversión de 175 millones destinada a ampliar y modernizar sus capacidades productivas para responder a la creciente demanda de tratamientos para obesidad, diabetes y enfermedades cardiometabólicas. Este centro estratégico, que exporta medicamentos a más de 120 países, cuadruplicará su capacidad de producción gracias a nuevas líneas de fabricación, automatización y digitalización avanzada. El proyecto permitirá incorporar la producción de futuros tratamientos innovadores y generar 75 nuevos empleos cualificados. Además, la planta mantiene un firme compromiso con la sostenibilidad, operando con electricidad 100% renovable, cero emisiones de Alcance 2 y una reducción significativa de sus emisiones directas en los últimos años.

Normon

Normon



Normon se ha consolidado como uno de los principales referentes industriales farmacéuticos de España y líder en medicamentos genéricos gracias a su apuesta por la producción propia, la innovación y la reinversión continua. En 2025 alcanzó una facturación de 506 millones de euros y culminó la ampliación de sus instalaciones con el complejo Normon II, duplicando su capacidad productiva. Sus dos centros de Tres Cantos superan los 100.000 m² y emplean a más de 3.200 personas. La compañía fabricó cerca de 5.000 millones de dosis en 2025, destacando en formas sólidas, inyectables y liofilizados. Además, ha invertido más de 60 millones de euros en innovación y digitalización y prevé seguir ampliando sus capacidades industriales mediante nuevas tecnologías.

Mejor Compañía de I+D+i

La investigación, el desarrollo y la innovación son pilares fundamentales para avanzar en el conocimiento científico y ofrecer nuevas soluciones a los principales retos de salud. La industria farmacéutica desempeña un papel esencial impulsando la investigación biomédica, el desarrollo clínico, la innovación tecnológica y la colaboración con centros de excelencia, hospitales y grupos de investigación. El objetivo de este premio es reconocer esa labor contribución al progreso científico, la generación de conocimiento y el desarrollo de iniciativas innovadoras capaces de mejorar la prevención, el diagnóstico, el tratamiento y la calidad de vida de los pacientes.

Almirall

Almirall

Almirall impulsa desde Sant Feliu de Llobregat una de las principales plataformas de investigación dermatológica de Europa. Su actividad de I+D+i combina investigación básica, desarrollo clínico, inteligencia artificial y tecnologías emergentes para avanzar en nuevas soluciones terapéuticas para enfermedades de la piel con altas necesidades médicas no cubiertas.



AstraZeneca

AstraZeneca Global Hub de Barcelona



El AstraZeneca Global Hub de Barcelona se ha consolidado como uno de los principales polos europeos de investigación biomédica. Con una inversión prevista de 1.300 millones de euros y más de 1.600 profesionales, impulsa más de 385 proyectos y 190 ensayos clínicos integrando IA, genómica y medicina de precisión, con una sólida red de colaboración.

BeOne Medicines

Innovative Solutions for Healthcare

Innovative Solutions for Healthcare desarrolla soluciones que mejoran el recorrido asistencial de pacientes oncológicos y hematólogicos. Con más de 50 proyectos activos, impulsa iniciativas de diagnóstico precoz, telemedicina, atención domiciliaria, monitorización remota y humanización de la asistencia, en colaboración con profesionales y hospitales.



GSK

Laboratorio BSL-4



GSK ha inaugurado el primer laboratorio BSL-4 de investigación farmacéutica en España. Esta infraestructura de máxima bioseguridad permitirá avanzar en el estudio de patógenos de alta peligrosidad y reforzar la preparación frente a futuras emergencias sanitarias, posicionando a España entre los referentes europeos en investigación y salud global.

Johnson&Johnson

Johnson&Johnson Innovative Medicine

Johnson & Johnson

Johnson & Johnson combina investigación básica, desarrollo clínico y acceso a terapias innovadoras desde España. Su centro de Toledo es uno de los cuatro centros globales de descubrimiento de moléculas de la compañía. Con 148 ensayos clínicos activos y una fuerte apuesta por terapias avanzadas, mantiene un papel destacado en la innovación biomédica.

Medicamento del año

El desarrollo de nuevos medicamentos continúa siendo uno de los principales motores del progreso sanitario, permitiendo mejorar la supervivencia, la calidad de vida y las opciones terapéuticas de millones de pacientes. Cada avance farmacológico representa años de investigación y una contribución decisiva al abordaje de enfermedades con necesidades médicas no cubiertas. Por ello, Fundamed siempre ha considerado importante reconocer aquellos tratamientos que, por su grado de innovación, valor terapéutico e impacto potencial en los pacientes y en la práctica clínica, han supuesto un avance relevante para la medicina.

Enhertu® (trastuzumab deruxte-cán). Alianza Daiichi Sankyo – AstraZeneca



La aprobación en 2025 de ENHERTU® (trastuzumab deruxteacán) para pacientes con cáncer de mama metastásico RH+/HER2-low y HER2-ultralow constituye uno de los avances más relevantes recientes en oncología de precisión, al redefinir la clasificación biológica de la enfermedad y ampliar el acceso a terapias dirigidas a una población hasta ahora considerada HER2 negativa. El fármaco mostró en el ensayo fase III DESTINY-Breast06 una reducción del 38% del riesgo de progresión o muerte frente a la quimioterapia, así como una supervivencia libre de progresión de 13,2 meses frente a 8,1 meses. Su innovador mecanismo de acción, basado en un anticuerpo conjugado con efecto espectador, permite actuar incluso en tumores con baja expresión de HER2.

Imfinzi® (durvalumab)
AstraZeneca



IMFINZI® (durvalumab) ha supuesto un importante avance en el tratamiento del cáncer de vejiga músculo-invasivo, una enfermedad con elevadas tasas de recurrencia. Aprobado por la Comisión Europea en 2025, el tratamiento se basa en los resultados del ensayo fase III NIAGARA, que demostró una reducción del 32% del riesgo de progresión, recurrencia o muerte y del 25% del riesgo de fallecimiento frente al estándar previo. A los dos años, el 82,2% de los pacientes tratados seguían vivos, frente al 75,2% del grupo control. Además, mantuvo un perfil de seguridad favorable y compatible con la cirugía. Estos resultados han consolidado a IMFINZI como un nuevo estándar perioperatorio en esta enfermedad.

Omjjara® (momelotinib)
GSK



OMJJARA® (momelotinib) es el primer tratamiento autorizado en la Unión Europea capaz de abordar simultáneamente las tres principales manifestaciones de la mielofibrosis: anemia, esplenomegalia y síntomas constitucionales. Financiado por el SNS desde marzo de 2025, incorpora un mecanismo de acción diferencial que permite actuar sobre la anemia asociada a esta enfermedad hematológica rara. Los ensayos clínicos MOMENTUM y SIMPLIFY-1 demostraron beneficios en control sintomático, reducción del tamaño del bazo e independencia transfusional. Además, la experiencia en España con cerca de 400 pacientes incluidos en programas de uso compasivo ha confirmado su impacto clínico, consolidándolo como una referencia terapéutica en mielofibrosis con anemia.

Rezdiffra® (resmetirom)
Madrigal Pharmaceuticals



REZDIFFRA® (resmetirom) es el primer tratamiento aprobado en la Unión Europea para pacientes con MASH no cirrótica y fibrosis moderada o avanzada (F2-F3), una enfermedad hepática asociada a obesidad y diabetes con riesgo de progresión a cirrosis. Aprobado por la EMA en 2025, el fármaco actúa de forma selectiva sobre el hígado reduciendo grasa hepática, inflamación y fibrosis. En el ensayo fase III MAESTRO-NASH demostró mejoras significativas frente a placebo tanto en la resolución de la enfermedad como en la regresión de la fibrosis hepática. Además, mostró beneficios metabólicos sostenidos sobre colesterol y triglicéridos. Su aprobación supone un hito en un área terapéutica donde numerosos desarrollos previos no habían logrado autorización regulatoria.

Tevimbra® (tislelizumab)
BeOne Medicines



Anticuerpo anti-PD-1 de alta afinidad que refuerza el papel de la inmunoterapia en el tratamiento de diversos tumores sólidos de elevada carga clínica, como el cáncer de pulmón no microcítico, el cáncer de esófago y el cáncer gástrico. Cuenta con ocho indicaciones aprobadas en España y ha destacado por su rápida incorporación al SNS, facilitando el acceso temprano a innovación en enfermedades con elevada mortalidad. Recientemente ha ampliado su uso al entorno perioperatorio del cáncer de pulmón resecable de alto riesgo. Su desarrollo clínico, respaldado por estudios presentados en foros internacionales, ha demostrado un perfil favorable de eficacia y seguridad, ampliando las alternativas terapéuticas disponibles

Wainzua® (eplontersén)
AstraZeneca



Tratamiento innovador para la amiloidosis hereditaria mediada por transtiretina con polineuropatía (ATTRv-PN), una enfermedad rara, progresiva y potencialmente mortal. Basado en tecnología de silenciamiento de ARN, reduce la producción de la proteína responsable de la enfermedad y se administra mediante una cómoda autoinyección subcutánea mensual. Su aprobación se sustenta en los resultados del ensayo fase III NEURO-TTRansform, donde demostró beneficios significativos en deterioro neurológico, calidad de vida y reducción de los niveles de transtiretina. Con una reducción del 81,7% de la TTR sérica y un perfil de seguridad favorable, WAINZUA amplía las opciones terapéuticas disponibles para necesidad médica no cubierta

Trixeo Aerospherei®
AstraZeneca



TRIXEO AEROSPHERE® es una triple terapia inhalada en un único dispositivo para el tratamiento de mantenimiento de pacientes con EPOC moderada o grave. Combina budesonida, glicopirronio y formoterol, proporcionando un abordaje integral de la enfermedad y facilitando la adherencia al tratamiento. Además, incorpora un propelente de nueva generación con menor impacto ambiental, reduciendo significativamente la huella de carbono asociada al inhalador. Estudios como PROMETHEUS señalan que un uso más amplio y precoz de esta estrategia terapéutica podría reducir exacerbaciones, mortalidad y costes sanitarios. TRIXEO representa así un avance tanto clínico como medioambiental en el manejo de la EPOC

Winrevair® (sotatercept)
MSD



WINREVAIR® (sotatercept) ha inaugurado una nueva era terapéutica en la hipertensión arterial pulmonar, al ser el primer tratamiento capaz de actuar sobre mecanismos centrales de la enfermedad y no únicamente sobre sus consecuencias hemodinámicas. Aprobado en 2024, sotatercept aborda directamente la remodelación vascular pulmonar y no solo los síntomas de la enfermedad. Además, ha demostrado mejoras significativas en la capacidad funcional de los pacientes y una reducción del 82% del riesgo de muerte o empeoramiento clínico. Indicado en combinación con otras terapias para pacientes con HAP en clase funcional II-IV, WINREVAIR amplía de forma relevante las opciones terapéuticas disponibles en esta patología.

Compañía farmacéutica del año

Las compañías farmacéuticas desempeñan un papel esencial en el avance de la salud a través de la investigación, el desarrollo y la puesta a disposición de nuevas soluciones terapéuticas. Su contribución va más allá de la innovación científica, generando empleo cualificado, impulsando la actividad económica y colaborando con los distintos agentes del sistema sanitario.

El Premio Fundamed a la Compañía Farmacéutica del Año reconoce a aquellas organizaciones que destacan por la excelencia de su actividad, su compromiso con la investigación y la innovación, su contribución a la sociedad y a los pacientes, y su capacidad para afrontar los retos del sector desde una visión responsable, sostenible y orientada al futuro.

REVISTA ESPAÑOLA DE
ECONOMÍA DE LA SALUD
EDICIÓN ESPECIAL 2025-2026



Disponible Próximamente