



Buenas Prácticas de Promoción de Medicamentos de Venta Bajo Receta en Material Promocional Impreso Recolectado en Establecimientos Asistenciales

Sonia A.N. UEMA¹, Elena M. VEGA^{1,2}, Liliana E. BESSONE³,
Mariana CAFFARATTI^{1,2}, Valeria M. LASCANO^{1,2} & María E. OLIVERA^{1,2}.

¹ *Departamento de Farmacia; 2 Centro de Información sobre Medicamentos (CIME),
Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Nacional de Córdoba,
Haya de La Torre y Medina Allende, Ciudad Universitaria, 5000 - Córdoba*

³ *Hospital Arturo Umberto Illia (Alta Gracia), Ministerio de Salud de la Provincia de Córdoba.
Av. del Libertador 1450, 5186 - Alta Gracia*

⁴ *CONICET.*

RESUMEN. En Argentina, las “Buenas Prácticas de Promoción de Medicamentos de Venta Bajo Receta” (Resolución 627/2007 MSyA) regulan la promoción destinada a los profesionales que prescriben o dispensan. Ambos actos deben ser consecuencia de una actitud profesional, basada en evidencia científica. El objetivo de este trabajo fue valorar el cumplimiento de la normativa en el material promocional impreso recibido y/o recolectado en establecimientos asistenciales públicos y privados de la provincia de Córdoba. El diseño del estudio fue cuali-cuantitativo descriptivo y transversal, en establecimientos de Córdoba Capital (muestra 2007) y un hospital de la ciudad de Alta Gracia (muestra 2008). Para su análisis, se organizó el material recolectado teniendo en cuenta el cumplimiento de la normativa y sus características generales. El cumplimiento de todos los ítems analizados de la normativa fue de 0% (n = 66) en la muestra 2007 y de 3,8% (n = 26), en 2008. El mayor incumplimiento fue en “composición cuali-cuantitativa” y más del 25% de los impresos eran ilegibles.

SUMMARY. “Good Drug Promotion Practices of Prescription Medicines in Drug Promotional Materials Collected at Health Facilities”. In Argentina, the “Good Drug Promotion Practices of Prescription Medicines” (627/2007 MSyA resolution) rules the promotion focused on health care professionals who prescribe or dispense medication. Both acts should be a consequence of a professional attitude, based on scientific evidence. The objective of the present study was to assess the compliance of the regulation in printed promotional materials collected at public and private inpatient health care facilities in the province of Córdoba. The design was a quali-quantitative descriptive and cross-section study in health facilities of Córdoba City (2007 sample) and in a hospital of Alta Gracia City (2008 sample). To analyze the collected materials, they were organized in order to their compliance of the regulation and general characteristics. The compliance of all items analyzed was 0% (n = 66) in the 2007 sample, and 3.8% (n = 26) in 2008. The highest non-compliance was in “quali-quantitative drug composition”, and more than 25% of printed materials were illegible.

PALABRAS CLAVE: Cumplimiento, Legislación, Material impreso, Promoción de medicamento, Venta bajo receta.

KEY WORDS: Compliance, Drug promotion, Printed material, Regulations, Prescription medicines

* Autor a quien dirigir la correspondencia. *E-mail:* meoliver@fcq.unc.edu.ar