



BURGOS 2018

21 CONGRESO NACIONAL FARMACÉUTICO

Del 3 al 5 de octubre · Fórum Evolución



Autocontrol: resoluciones sobre publicidad de productos de salud y medicamentos en 2017

Calatayud Gómez Eva (1), Jaraiz de la Sierra Concepción (2), Samper Casafranca Pilar (3), Rite Zambrano Inmaculada (4), Hidalgo Sotelo Teodomiro (5)

1) Vocal de Oficina de Farmacia de Teruel, (2) Vocal de Oficina de Farmacia de Guadalajara, Vocal de Oficina de Farmacia de Zaragoza (3), (4) Vocal de Oficina de Farmacia de Huelva, (5) Vocal Nacional de Oficina de Farmacia.

INTRODUCCIÓN

Autocontrol es el organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España. Está integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales, y su objetivo es trabajar por una publicidad responsable: veraz, legal, honesta y leal. Las eventuales reclamaciones se someten al criterio de un órgano independiente, el Jurado de la Publicidad.

OBJETIVO

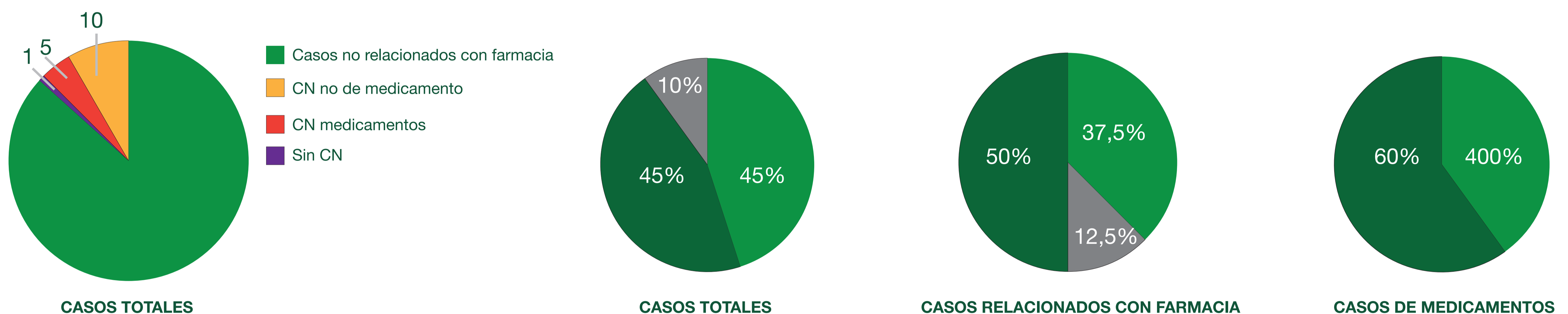
Estudiar las resoluciones de Autocontrol durante todo el año 2017, centrándose en aquellas relacionadas con productos distribuidos en farmacias comunitarias, tanto parafarmacia como medicamentos, para evaluar qué porcentaje de reclamaciones afectan a estos productos, qué organismos las interponen, los medios donde aparece esta publicidad y el porcentaje de reclamaciones que se estiman.

MATERIAL Y MÉTODO

Estudio de todas las resoluciones emitidas por Autocontrol durante el año 2017, que se hacen públicas en su página web.

RESULTADOS

El 13 % (n=16) de las resoluciones de Autocontrol (n=122) están relacionadas con medicamentos o con otros productos distribuidos en farmacias. De estos, 5 tienen código nacional (CN) de medicamento, 10 tienen CN parafarmacia y hay 1 que no presenta código nacional



En el total de casos, el resultado de las resoluciones queda así: % estimados/estimados parcialmente/desestimados 46/10/44.

Cuando estudiamos los casos relacionados con la farmacia los porcentajes son muy similares: 50/12,5/37,5.

En los medicamentos (n=5), 4 casos afectan a medicamentos de prescripción. En todos estos casos, el denunciante siempre es un laboratorio. La denuncia es por incumplimiento del Código de Buenas Prácticas de Farmaindustria y afecta al material promocional del medicamento. Tres se estiman y una se desestima. Sólo una denuncia afecta a un medicamento que no necesita receta, el canal es la televisión y la denuncia se desestima, los denunciadores fueron "Consumidores en Red" y la "Asociación General de Consumidores". La denuncia es por incumplimiento de la Norma 2 de Autocontrol (principio de legalidad) y por incumplimiento de la Norma 14 (publicidad engañosa).

Destacan un total de 6 casos estimados en los que la "Asociación de Usuarios de la Comunicación" denuncia anuncios en prensa sobre complementos alimenticios porque vulneran la Norma 2 de Autocontrol, ya que atribuyen propiedades relacionadas con la salud no debidamente demostradas o se anuncian como de "venta en farmacias" para darles un plus de legitimidad

CONCLUSIONES

Los órganos independientes de autorregulación de la publicidad son necesarios para garantizar una publicidad veraz en todos los sectores.

En los casos relacionados con la publicidad de los productos de salud, el porcentaje de reclamaciones estimadas es similar al global.



CONSEJO GENERAL
DE COLEGIOS OFICIALES
DE FARMACÉUTICOS

Villanueva, 11 - 7^º - 28001 MADRID
Telf: 91 431 25 60 - Fax: 91 432 81 00 - E Mail: congral@redfarma.org