

JORNADA SOBRE MEDICAMENTOS Y EFECTOS EN LA CONDUCCIÓN

NUEVO PICTOGRAMA DE ADVERTENCIA EN LOS MEDICAMENTOS

MESA REDONDA: REPERCUSIONES PRÁCTICAS DE LA INCORPORACIÓN DEL PICTOGRAMA

IMPLICACIONES PARA LOS PACIENTES

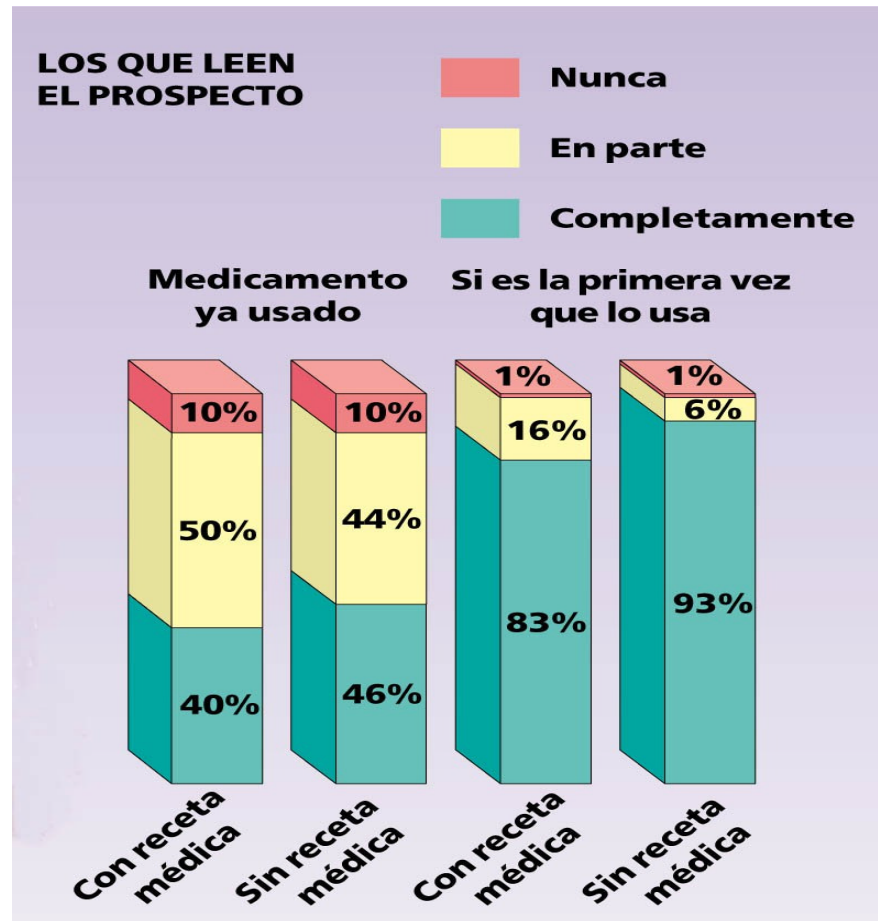
Antonino Joya. Director del Departamento de Relaciones Institucionales de la Organización de Consumidores y Usuarios



INTRODUCCIÓN

- 1) LA OCU SE HA PREOCUPADO TRADICIONALMENTE DE LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN LOS MEDICAMENTOS
- 2) ENCUESTAS ENTRE LOS CONSUMIDORES DEMUESTRAN LA IMPORTANCIA DE:
 - UNA INFORMACIÓN CLARA, COMPLETA Y COMPRENSIBLE
 - UNOS PROSPECTOS LEGIBLES Y SIN EXCESIVOS TECNICISMOS
 - EL USO DE LOS PICTOGRAMAS, COMO INSTRUMENTO DE INFORMACIÓN UNIVERSAL Y COMPRENSIBLE
 - LA INFORMACIÓN EN EL ENVASE, COMO PUERTA DE ENTRADA Y REFUERZO AL RESTO DE INFORMACIÓN CONTENIDA EN EL PROSPECTO

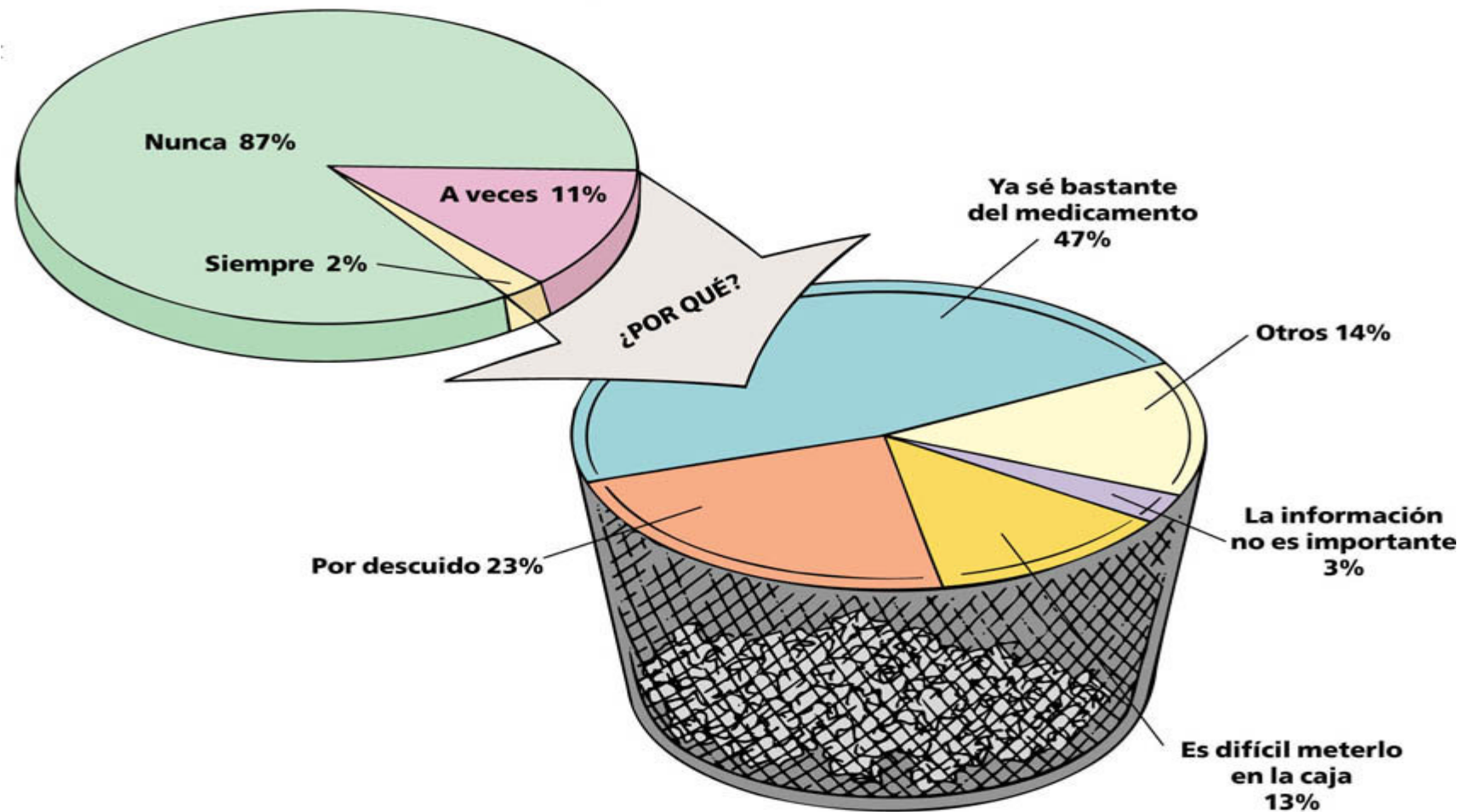
ENCUESTA OCU EN 1997 SOBRE LEGIBILIDAD DE PROSPECTOS



- A pesar de la abundante información del prospecto, todavía un 65% de encuestados quería más información sobre:
- intoxicación;
 - mejor hora del día para tomar el medicamento;
 - cuánto tiempo dura abierto;
 - e interacciones

El prospecto a veces se tira (el envase no)

Fig. 3 ¿TIRAN EL PROSPECTO?



ENCUESTA REALIZADA 10 AÑOS DESPUÉS (2007)

1. SE SIGUEN LEYENDO LOS PROSPECTOS:

a) Medicamentos comprados por primera vez:

- Con receta (se lee por el 88% de encuestados)
- Sin receta (el porcentaje se eleva hasta el 92%)

b) Medicamentos ya conocidos: Menos del 50% se lee la información del prospecto

2. Un dato interesante: **CUANTO MÁS SE LEE LO QUE ESTÁ IMPRESO EN EL ENVASE, MÁS SE LEE EL PROSPECTO**

Este dato confirma la idoneidad de colocar un pictograma de aviso en el envase para que el usuario acuda posteriormente al prospecto para ampliar la información.

QUÉ ES LO QUE MÁS LEEN LOS ENCUESTADOS (DATOS 2007)



EL ENVASE SE CONSERVA PERO AUN HAY UN 4% DE ENCUESTADOS QUE TIRA SIEMPRE EL PROSPECTO

SE ANALIZARON TAMBIÉN LAS ADVERTENCIAS DE 18 ENVASES:

EN NUESTRA PRUEBA, UN ANSIOLÍTICO Y DOS MEDICAMENTOS A BASE DE GABAPENTINA (ANTIEPILÉPTICOS) NO INCLUÍAN LA ADVERTENCIA SOBRE LA INFLUENCIA EN LA CONDUCCIÓN

CONCLUSIONES

- i) LA INFORMACIÓN EN LOS PROSPECTOS Y ENVASES ES CLAVE PARA PROMOVER EL USO RACIONAL Y RESPONSABLE DE LOS MEDICAMENTOS ENTRE LA POBLACIÓN

- ii) EL RECURSO A PICTOGRAMAS HA SIDO GENERALMENTE BIEN RECIBIDO POR LOS CONSUMIDORES. LOS CONCIENCIA Y ALERTA SOBRE UN ASPECTO IMPORTANTE DEL MEDICAMENTO

- iii) LA INFORMACIÓN EN EL ENVASE GOZA DE MAYOR PERMANENCIA (EL PACIENTE NO LO TIRA A DIFERENCIA DE LO QUE OCURRE, A VECES, CON LOS PROSPECTOS)

- iv) LA LABOR DE MÉDICOS Y FARMACÉUTICOS (ESTOS ÚLTIMOS SOBRE TODO RESPECTO DE LOS OTCs) COBRA ESPECIAL RELEVANCIA EN LA INFORMACIÓN DE ESTOS EFECTOS ADVERSOS

- v) HAY QUE TRASLADAR AL PACIENTE EL MENSAJE DE QUE SIEMPRE ES MEJOR ABANDONAR LA CONDUCCIÓN QUE EL TRATAMIENTO



EN CASO DE ESTAR TOMANDO ALGUNOS DE ESTOS
FÁRMACOS....

... DEJA EL COCHE, NO EL MEDICAMENTO

GRACIAS POR SU ATENCIÓN