



NOTA DE PRESENTACIÓN
“GUÍA PARA LA PUBLICIDAD DE MEDICAMENTOS DE USO HUMANO
DIRIGIDA AL PÚBLICO versión 2019”

El Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (a través de su Dirección General de Cartera Básica de Servicios del Sistema Nacional de Salud y Farmacia) tiene, entre otras, la función de promover la seguridad de los medicamentos como aspecto fundamental de la salud pública, y de ofrecer garantías e información objetiva a los consumidores y agentes económicos del sector farmacéutico, desde el ámbito de actuación de las competencias de la Administración General del Estado y con la cooperación de las demás Administraciones Públicas y sectores interesados.

Esta segunda versión de la guía surge en base a los nuevos criterios de actuación que regulan la publicidad de medicamentos sin prescripción dirigida al público, ya que en el RDL 1/2015 *por el que se aprueba el texto refundido de la ley de garantías y uso racional de los medicamentos y productos sanitarios* en su artículo 80.3 se elimina el Control Previo Sanitario (CPS) por parte de la Administración Sanitaria de este tipo de publicidad.

El documento se ha realizado al amparo del Convenio de colaboración suscrito por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social (MSCBS) con la Asociación para el autocuidado de la salud (anefp) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) formándose un grupo de trabajo específico con representantes de cada uno de los tres organismos implicados.



La presente Guía sigue recogiendo los principios, requisitos, limitaciones y demás condiciones en las que puede realizarse publicidad de los medicamentos no sujetos a prescripción médica y dirigida al público de la anterior versión, actualizando esta información y adaptándola a la situación actual.

Así mismo, tiene como finalidad ser una herramienta básica y esencial estableciendo los criterios básicos de la publicidad de este tipo de medicamentos, para orientar a la industria farmacéutica y así proporcionar al ciudadano una información actual y veraz sobre los medicamentos sin prescripción, ayudando de esta manera a conseguir una automedicación responsable a través del uso adecuado de este tipo de medicamentos, armonizando la interpretación de la normativa vigente actual en este tipo de publicidad.

Las diferencias básicas de esta nueva versión, en relación a la primera edición, se pueden resumir en:

- Cambio del título de la misma a *“Guía para la publicidad de medicamentos de uso humano dirigida al público”*.
- La autoría se ha realizado en base al Convenio entre MSCBS, anefp y Autocontrol.
- Las definiciones y principios de la publicidad, tanto generales como específicos, se han incluido en un mismo apartado.
- Se ha incorporado una clasificación, sin carácter de “*numerus clausus*”, de soportes publicitarios agrupándolos según el medio de comunicación al que pertenecen.
- Eliminación del apartado “Autorización administrativa previa” ya que no existe el CPS.



- Se introducen nuevas especificaciones según “Soportes” o “Piezas” publicitarias, especialmente en lo que se refiere a patrocinios televisivos, accesibilidad para personas con discapacidad y especificaciones para soportes digitales.
- En el “Código de buenas prácticas (...)” se han eliminado los criterios relacionados con el tipo de soporte y se han actualizado criterios interpretativos de la norma.
- Del anexo I se han eliminado todos los modelos de documentación relacionados con el CPS quedando solo el “Modelo de actividad anual”.
- Se ha eliminado del anexo II el apartado de “Bibliografía”.

Como la anterior versión, está previsto que la Guía siga siendo actualizada de forma periódica en base a las novedades que en esta materia se vayan produciendo.