

**Dirceu Brás Aparecido Barbano**  
**Diretor Presidente Anvisa**

**Jaime César de Moura Oliveira**  
**Diretor Anvisa – Supervisor da Área**

# **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA PROMOÇÃO DE MEDICAMENTOS EM UNIDADES DE SAÚDE DO SISTEMA ÚNICO DE SAÚDE (SUS)**

Agência Nacional de Vigilância Sanitária | Anvisa

**Maria José Delgado Fagundes (GGPRO/Anvisa)**

**Reunião da Comissão Intergestores Tripartite**

**junho/2011**

## Instituição Responsável e Parceiras

➤ **Coordenação e execução da pesquisa:**

1. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

➤ **Execução da pesquisa:**

2. Universidade Federal da Paraíba (UFPB)
3. Universidade Federal da Bahia (UFBA)
4. Universidade Federal do Amazonas (UFAM)
5. Centro Universitário do Pará (CESUPA)
6. Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
7. Universidade Federal do Piauí (UFPI)
8. Universidade Federal Fluminense (UFF)
9. Universidade de São Paulo (USP)
10. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
11. Universidade Federal do Paraná (UFPR)
12. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
13. Universidade Federal de Goiás (UFGO)
14. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFGRS)
15. Universidade Católica de Brasília (UCB)

## **Objetivos**

### **Objetivo Geral:**

Identificar a influência da promoção de medicamentos nos processos de assistência farmacêutica dos serviços públicos de saúde do Sistema Único de Saúde (SUS).

### **Objetivos Específicos:**

- Identificar os recursos utilizados para a promoção de medicamentos nos Unidades Básicas de Saúde (UBS) do SUS;
- Identificar as fontes de informação/atualização sobre medicamentos dos profissionais de saúde das UBS;
- Identificar os fatores que exercem influência na padronização, aquisição e prescrição de medicamentos nas UBS.

## Metodologia – Amostra e Aplicação

- Aplicação no DF e em 14 capitais com instituições parceiras do Projeto de Monitoração de Propaganda
- Amostra calculada utilizando-se os dados do Cadastro Nacional de Estabelecimentos de Saúde (CNES/DATASUS/MS)
- Primeiro Estágio: Sorteio em cada capital de 10% de UBS para composição da amostra.
- Segundo Estágio: Para cada UBS selecionada no primeiro estágio foi sorteada uma quantidade representativa de médicos para responderem à pesquisa.
- Avaliação da amostra por meio de três instrumentos distintos: Questionário dos Prescritores, Questionário dos Dispensadores e Questionário dos Gestores.
- **Pesquisa realizada entre maio e dezembro de 2009**

## Metodologia - Abrangência

- 14 capitais e o DF:  
Manaus, Belém, São Luís, Natal, João Pessoa, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis, Goiânia, Teresina, Porto Alegre e Brasília.
- 185 Unidades Básicas de Saúde (UBS)
- 705 entrevistados:
  - 505 médicos
  - 186 responsáveis pela farmácia da UBS
  - 13 gestores

# Resultados GESTORES

## Pontos Positivos

- A maioria dos municípios (75%) possui Comissão de Farmácia e Terapêutica (CFT) e apenas um não possui a Relação Municipal de Medicamentos Essenciais (REMUME) .
- Principais responsáveis pela compra de medicamentos: 38% CFT e 15% Secretaria de Finanças
- Critério mais frequente na compra de medicamentos: 76,9% sempre utilizam a REMUME
- Modalidades de compra mais frequentes: 55% Pregão Eletrônico e 30% Pregão Presencial
- Em 46,2% dos casos a CFT recebe solicitações de compras de medicamentos não padronizados ou que não constam das listagens oficiais, mas esse casos são justificados por : decisão judicial (66,7%), medicamentos excepcionais (30,8%) e por exclusividade do fabricante (7,7%) .

## Pontos a serem trabalhados

- **75% dos gestores recebem visitas mensais** de representante da indústria farmacêutica.
- **23% das solicitações de compras** de medicamentos não padronizados ou que não constam das listagens oficiais **podem ser influenciadas pela indústria** farmacêutica.
- **Estratégias mais usadas pela indústria** farmacêutica para divulgar seus produtos:
  - **distribuição de brindes** que divulgam o nome de um determinado medicamento;
  - **impressos sobre os medicamentos.**

# Resultados *DISPENSADORES*

## Pontos positivos

- Apesar de apenas 29,6% dos responsáveis pela farmácia serem farmacêuticos, 57,9% eram pelo menos da área da enfermagem (enfermeiro, técnico de enfermagem e auxiliar de enfermagem). Os demais eram da área administrativa (auxiliar ou técnico administrativo) ou não declararam a formação profissional.
- 41% dos responsáveis pelas farmácias se atualiza sobre os medicamentos distribuídos pela UBS através de treinamentos municipais.

## Pontos a serem trabalhados

- **21,02% dos dispensadores recebem visitas** de representantes de medicamentos
- **70,4% dos responsáveis não eram farmacêuticos**, o que ressalta a necessidade de ampliar a participação dos farmacêuticos nas farmácias das UBS
- **50,3% dos responsáveis pelas farmácias não tinham curso superior.**
- **83,3% dos respondentes informaram que as prescrições médicas usam o nome comercial dos medicamentos** em vez do nome genérico como determina a legislação em vigor.

# Resultados **PRESCRITORES**

## Pontos positivos

- 77,9% dos prescritores afirmaram que sua prescrição não sofre interferência das propagandas.
- 92,5% julgaram que as informações apresentadas pelas propagandas podem ser insatisfatórias ou incompletas.
- Utilizam mais critérios para escolha de medicamentos que seguem os preceitos do Uso Racional de Medicamentos: Preço do medicamento (21%), Informações em Revistas Científicas (20%) e Listagens oficiais ou relações padronizadas (17%)

## Pontos a serem trabalhados

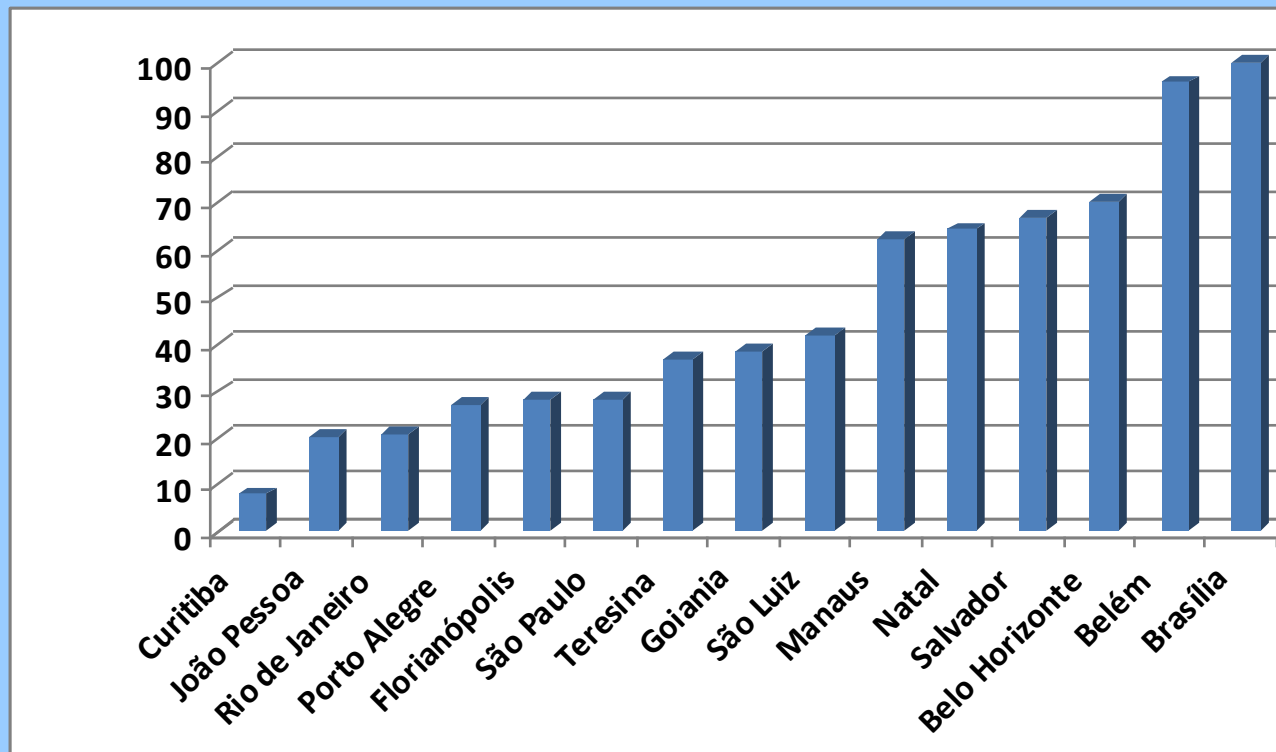
- **37,7%** dos prescritores alegaram que podem **ser influenciados** por propagandas.
- **64,9%** consideram as **informações da propaganda** para escolher um medicamento **no ato da prescrição.**
- As formas de divulgação mais utilizadas são: **distribuição de folders e amostras grátis e oferta de monografias ou artigos**
- **45,6%** das propagandas distribuídas aos prescritores **não exibem informações sobre os efeitos adversos dos medicamentos.**
- **5,4%** dos prescritores entrevistados participam de **grupos de pesquisa ou ensaios clínicos apoiados por indústrias farmacêuticas**, sendo que **88,9%** destes atuam na cidade de São Paulo.



# Resultados PRESCRITORES

## Pontos a serem trabalhados

- 41,3% afirmaram receber visitas de representantes de medicamentos em seu local de trabalho e em 94,1% dos casos nos consultórios das unidades.



(A porcentagem de visitas pode variar de 7,7% em Curitiba até 100% em Brasília)

- ✓ **O estudo confirma a incidência da propaganda de medicamentos nas unidades públicas saúde.**
- ✓ **Os resultados da pesquisa representam uma base para nortear ações e estratégias que fortaleçam a racionalidade na aquisição, dispensação e no uso de medicamentos nas unidades básicas de saúde.**

# *Exemplos de iniciativas*

- **Prefeitura de Ribeirão Preto/SP:**

Proibição da presença de representantes da indústria farmacêutica em unidades de saúde municipais.

Folha de São Paulo - 02/04/2011:

“Numa medida considerada inédita pelos conselhos Federal e Estadual de Medicina, a Prefeitura de Ribeirão Preto, no interior paulista, passou a proibir a presença de representantes da indústria farmacêutica em unidades de saúde municipais.

O veto aos chamados propagandistas de remédios ocorre após denúncia de que pacientes ficavam na fila de atendimento enquanto eles conversavam com médicos. "Em apenas um dia, contamos 38 representantes na mesma unidade", afirma a prefeita Dárcy Vera.

O Cremesp (Conselho Regional de Medicina do Estado de São Paulo) quer restringir o acesso, já que a propaganda parece ter efeito: 48% dos médicos paulistas que recebem visitas de propagandistas prescrevem remédios sugeridos por fabricantes, segundo pesquisa do conselho divulgada no ano passado.”

# ***Exemplos de iniciativas***

- **Complexo Hospitalar Universitário Prof. Edgar Santos (HUPES/UFBA):**

Normas internas para propaganda de medicamento e recebimento de amostras grátis (Portaria n.º 55/2011, de 06/04/11, baseada na RDC-Anvisa n.º 96/08 – disponível para os participantes)

## **PROPAGANDA:**

- Proibição da visita de representantes nos consultórios
- Divulgação da propaganda condicionada à autorização da CFT e Avaliação científica da peça publicitária pelo Centro de Informação sobre Medicamentos (CIM).
- Apresentação das propagandas autorizadas em data, hora e local estabelecidos (sala no ambulatório)
- Cadastramento de representantes da indústria farmacêutica com identificação por crachá.

## **AMOSTRA GRÁTIS:**

- Aceitação somente de amostras grátis de medicamentos que constem no Guia Farmacoterapêutico do Complexo Hupes.
- Encaminhamento das amostras ao Serviço de Assistência Farmacêutica com Termo de Doação de Medicamentos.
- Proibição do recebimento e armazenamento de amostras grátis em unidades de internação, consultórios ou qualquer outra dependência.

**Gerência Geral de Monitoramento e Fiscalização de  
Propaganda, Publicidade, Promoção e Informação de  
Produtos Sujeitos a Vigilância Sanitária – GGPRO**

**Sede Anvisa**

**SIA, Trecho 5, Área Especial 57**

**Bloco B - 1º andar – sala 02**

**Brasília-DF - CEP: 71.205-050**

**0800-642-9782**

**[ouvidoria@anvisa.gov.br](mailto:ouvidoria@anvisa.gov.br)**