

## **Publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos a través de Internet**

El Consejo Ejecutivo,

RECOMIENDA a la 51ª Asamblea Mundial de la Salud que adopte la resolución siguiente:

La 51ª Asamblea Mundial de la Salud,

Recordando la resolución WHA50.4, «Publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos a través de Internet», en la que se pide al Director General que convoque un grupo especial de trabajo para formular recomendaciones sobre la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet;

Recordando las resoluciones WHA41.17, WHA45.30 y WHA47.16 sobre los criterios éticos para la promoción de medicamentos;

Reconociendo el valor y el gran potencial de los medios electrónicos de comunicación, incluida Internet, para difundir y obtener información relativa a los productos médicos;

Reconociendo las diferencias existentes entre los Estados Miembros en cuanto a la capacidad de reglamentación y en cuanto al modo de concebir la publicidad, promoción y venta de los productos médicos;

Reconociendo la importancia de la colaboración entre los Estados Miembros y la OMS, así como entre los consumidores, los profesionales de la salud y la industria, en las cuestiones que entrañan la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet;

Reconociendo la importancia de la legislación, los reglamentos, las directrices y las políticas nacionales y regionales para controlar la publicidad, promoción y venta de productos médicos, así como la importancia de asegurar la observancia de esa reglamentación;

Reconociendo la importancia de que se desarrollen y apliquen mecanismos de autorregulación para formular directrices sobre las prácticas adecuadas de información, de conformidad, cuando proceda, con los principios incorporados en los Criterios éticos de la OMS para la promoción de medicamentos;

Teniendo presente la importancia de facilitar al público formación teórica y práctica sobre el valor y la calidad de la información relativa a los productos médicos obtenida por medio de Internet, así como la importancia del uso racional de los productos médicos;

Tomando nota del informe y de las recomendaciones del grupo especial de trabajo sobre publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet, según se recogen en el informe del Director General,

1. INSTA a todos los Estados Miembros:

- 1) a que examinen la legislación, los reglamentos y las directrices existentes con el fin de cerciorarse de que sean aplicables y adecuados para tratar cuestiones de publicidad, promoción y venta de productos médicos por medio de Internet, y a que elaboren, evalúen y apliquen estrategias para las actividades de seguimiento, vigilancia y aplicación de las disposiciones;
- 2) a que colaboren con otros Estados Miembros en las cuestiones suscitadas por el uso de Internet, especialmente *a*) en la difusión de información sobre casos difíciles, *b*) en la publicidad, promoción y venta de productos médicos por medio de Internet y *c*) en la adopción de medidas nacionales específicas para el cumplimiento de las disposiciones; a que designen puntos de contacto para tal colaboración; y a que difundan esa información a todos los Estados Miembros por conducto de la OMS;
- 3) a que fomenten el uso de Internet para obtener información sobre los productos médicos, así como para asegurarse de la calidad de la información;

2. HACE UN LLAMAMIENTO a la industria, los profesionales de la salud y las organizaciones de consumidores y a otras partes interesadas para que:

- 1) alienten a sus miembros, según proceda, a promover la formulación y el uso de prácticas adecuadas de información, coherentes con los principios incorporados en los Criterios éticos de la OMS para la promoción de medicamentos; y
- 2) vigilen y notifiquen los casos y aspectos problemáticos de la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet;

3. PIDE al Director General:

- 1) que aliente a la comunidad internacional a formular directrices para la autorregulación respecto de las prácticas adecuadas de información, en consonancia con los principios incorporados en los Criterios éticos de la OMS para la promoción de medicamentos;
- 2) que prepare una guía modelo para que los Estados Miembros enseñen a quienes utilizan Internet el mejor modo de obtener información fiable, independiente y compatible sobre los productos médicos por medio de la red;
- 3) que colabore con otras organizaciones e instituciones internacionales apropiadas en cuestiones relativas a Internet y los productos médicos;
- 4) que inste a los Estados Miembros a que establezcan o fortalezcan sus mecanismos de vigilancia y estudio de la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet, y facilite la asistencia técnica que se precise;
- 5) que inste a los Estados Miembros a que adopten medidas reglamentarias, cuando proceda, para los casos de violación de sus leyes nacionales relativas a la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet;
- 6) que aliente a los Estados Miembros y a las organizaciones no gubernamentales interesadas a

que notifiquen a la OMS los casos y aspectos problemáticos de la publicidad, promoción y venta transfronterizas de productos médicos por medio de Internet, y que informe a los Estados Miembros, según proceda, de los casos y aspectos problemáticos.

Décima sesión, 23 de enero de 1998  
EB101/SR/10

= = =