

**Ana María González**

Coordinadora de Medical Information en Azierta,  
Life Sciences & Health Consulting

**Carlos Muñoz**

Coordinador de Regulatory Affairs en Azierta,  
Life Sciences & Health Consulting

# Revisión de materiales promocionales de medicamentos y productos sanitarios

El reto de eficacia, calidad y velocidad  
de respuesta para los responsables  
de *Medical Affairs, Marketing y Market Access*

La promoción y publicidad de los medicamentos y productos sanitarios forma parte de las estrategias de las compañías, laboratorios farmacéuticos y empresas biotecnológicas, llevando asociada una responsabilidad ética y legal.

La promoción de medicamentos y productos sanitarios es una actividad regulada en todos los países que requiere una revisión exhaustiva. La revisión es una tarea compleja y delicada. Requiere del conocimiento profundo de la regulación y la aplicación de criterios objetivos de categorización. Esta revisión es altamente importante, ya que su finalidad es garantizar que la forma y el contenido de la información se ajusta a las disposiciones legales vigentes, los requisitos

técnicos y requerimientos éticos pertinentes. Se trata, por tanto, de un proceso continuo, imprescindible para garantizar la calidad y la seguridad del uso de los medicamentos y los productos sanitarios, así como la adecuada información sobre los mismos.

El equilibrio entre la demanda de revisión y los recursos dedicados a la aprobación se ha alterado estructuralmente por tres razones principales. En primer lugar, el número creciente de medicamentos, vacunas y productos sanitarios. En segundo lugar, la transformación digital. Esta transformación ha multiplicado los canales de comunicación médica, a lo que se suma la combinación de medicamentos y dispositivos (*digital therapeutics*) en el mundo sanitario.

Finalmente, la incorporación a la información de la salud tanto en promoción como en educación sanitaria y terapéutica, de los pacientes cada vez más activos y de la población general.

Todo lo anterior deriva en una multiplicación del número de materiales de comunicación, publicidad, promoción y educación, sumado a las tendencias digitales actuales:

- La pandemia, que ha provocado un aumento notable en la utilización de medios digitales de comunicación en salud.

- El acceso a información digital, lo que ha dado paso a un crecimiento de las solicitudes de información de salud en internet.

Frente a estos cambios en la demanda, las compañías han respondido limitando el volumen de materiales a revisar, centralizando la producción, tecnificando la aprobación y digitalizando la edición. Sin embargo, la revisión y aprobación siguen siendo los factores limitantes de este proceso, lo que deja abierto un gran espacio de mejora.

AZIERTA aporta soluciones para cambiar el paradigma. Así, estas soluciones se focalizan en puntos clave como el diseño y aprobación modular de contenidos, la generación automática de texto con Inteligencia Artificial (IA), la automatización de la aprobación con IA y aportación de expertos revisores médicos.

### REVISIÓN DE MATERIALES PROMOCIONALES DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS

Garantizar la seguridad y efectividad de los medicamentos requiere utilizarlos correctamente de acuerdo con la prescripción. De aquí la necesaria revisión rigurosa de los materiales promocionales y publicitarios. Muchas veces es tentador dejarse llevar por las promesas milagrosas que aparecen en los anuncios, pero es importante recordar que detrás de cada producto hay un proceso complejo y regulado.

### DISEÑO Y APROBACIÓN MODULAR DE MATERIALES PROMOCIONALES PARA FÁRMACOS Y PRODUCTOS SANITARIOS

El diseño y aprobación modular de materiales promocionales para fármacos es un proceso que permite a los fabricantes de medicamentos y productos sanitarios adaptar el contenido de sus materiales promocionales a las necesidades específicas de cada país. Este proceso también facilita la aprobación de los materiales promocionales por parte de los responsables de los departamentos de *Medical Affairs*, *Market Access* y *Marketing*, además de la comunicación obligada a las autoridades sanitarias para medicamentos de prescripción médica.

Los pasos de esta metodología incluyen:

1. Identificación de los objetivos de comunicación de Marketing, comerciales y científicos, con lo que determinar qué tipo de material promocional se adapta mejor.

2. Diseño del material promocional: una vez que se haya identificado el tipo de material promocional requerido, se procederá al diseño del mismo. Es importante tener en cuenta los aspectos legales y reguladores relevantes para garantizar que el material cumple con todos los requisitos.

3. Aprobación del material promocional. Una vez diseñado el material promocional, éste requiere de su aprobación Médico-Legal antes de su distribución digital o física.

### GENERACIÓN DE TEXTO PROMOCIONAL CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS

La Inteligencia Artificial (IA) está cambiando el paradigma de la generación de materiales promocionales para medicamentos y productos sanitarios. En el pasado era común que un redactor de materiales promocionales trabajara con un equipo de expertos para crear el contenido, pero ahora usamos la inteligencia artificial para generar el contenido de forma automática. Esto es una gran ayuda para los profesionales del mundo farmacéutico y de los productos sanitarios. Como pioneros en el uso de esta tecnología en AZIERTA y sus *partners* de *startups* en este sector, constatamos la revolución que está ocasionando en el proceso de creación de materiales promocionales. Con este método se analizan grandes cantidades de referencias, reducimos el tiempo y el coste de la creación de materiales promocionales, aumentamos su consistencia y precisión, se mejora la calidad del contenido y se acelera la llegada de la información a la audiencia clave.

### REVISIÓN MÉDICO-LEGAL POR EXPERTOS

Toda la automatización mencionada, antes de que llegue la robotización total, precisa la intervención de expertos médicos revisores para garantizar la adecuación del contenido de los materiales promocionales de medicamentos y productos sanitarios. Todo ello, dirigido a la identificación de cualquier error o inexactitud. Este paso, ya muy reducido en tiempo, permite garantizar que la información que se proporciona a los pacientes y profesionales sanitarios sea correcta y que se cumplan las normas éticas y legales vigentes.

AZIERTA trabaja con distintas herramientas digitales que apoyan todo el proceso de revisión de materiales promocionales y publicitarios, desde una perspectiva que pretende adelantarse a los cambios tecnológicos y legislativos. Esta perspectiva privilegiada, gracias a los expertos profesionales que configuran el equipo de AZIERTA nos permite poder adelantarnos, aportando soluciones de alto valor añadido, y favoreciendo que los principales actores del escenario actual de salud dispongan de las herramientas adecuadas. 