

Sanidad firma un manifiesto con fabricantes y farmacéuticos para promover el preservativo

El Ministerio de Sanidad ha firmado un manifiesto junto a fabricantes y distribuidores de preservativos. El objetivo del texto es promocionar el uso de los preservativos y aumentar las facilidades de acceso a este método anticonceptivo. El documento compromete a los firmantes a realizar "cinco acciones de información y educación sexual para prevenir embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual entre adolescentes y jóvenes".

Acceda al manifiesto

Redacción 16/01/2009

Estas acciones son: promover la utilización de los preservativos masculino y femenino; posibilitar la venta de envases a precio asequible y con pocas unidades por parte de las empresas fabricantes; garantizar una amplia disponibilidad; comercializarlos de forma activa, con medidas que permitan que el producto sea atractivo para jóvenes y adolescentes y orientar a los jóvenes y adolescentes a través de las oficinas de farmacia, teniendo en cuenta su proximidad y capacidad para proporcionar consejo.

La nueva medida de Sanidad llega sólo un mes después de la campaña informativa *Yo pongo condón* y se enmarca en la línea de la Estrategia de Salud Sexual y Salud Reproductiva que ya elabora el Ministerio con las Comunidades Autónomas y sociedades de sexología, obstetricia y ginecología, atención primaria, enfermería, matronas, neonatología y contracepción. También cuenta con la participación de asociaciones de mujeres y de pacientes.

Acciones de los fabricantes

Para cumplir con los objetivos marcados en el manifiesto, los fabricantes han anunciado cada uno iniciativas concretas que ya se están poniendo en práctica:

La empresa francesa Be Love ofertará en España su *5 por 1 euro*, lo que significa que cada condón costará sólo 20 céntimos. Esta fórmula ha resultado de gran éxito en Francia, donde ha permitido aumentar el consumo de preservativos un 15 por ciento.

Control continuará con su campaña, iniciada en diciembre y apoyada por el Ministerio, que consiste en cambiar algo que lleven las chicas y chicos en el bolso por un paquete de cuatro condones. Ya se han repartido 300.000 y está previsto intercambiar otros 500.000 en 2009. Además, la compañía prevé aumentar en España la instalación de máquinas expendedoras de preservativos y pasar de las 3.000 con las que ahora cuenta a 5.000 durante el presente año.

Durex sacará al mercado un formato de ahorro con un diseño atractivo para el público juvenil, que consiste en 8 condones por 3,99, lo que deja la unidad a 50 céntimos. Además, esta firma regalará más de 250.000 condones mediante un encarte en revistas destinadas a los adolescentes.

Farmacias

Las oficinas de farmacia, a través del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, aportarán su consejo e información para facilitar el acceso de los preservativos a los jóvenes. Teniendo en cuenta que dichas oficinas son el punto de distribución de casi un 60 por ciento de los condones que se venden en España, se prevé que esta medida aumente su uso entre los adolescentes.

Al acto de la firma han asistido, además del presidente del Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, Pedro Capilla, el director general de Control, José Antonio Alday; los directores de Be Love, Hervé Antoine y Julien Levant, y el director de Márketing de Durex, Toni Trobat.

Apoyo de las sociedades

Manuel Lucas Matheu, presidente de la Sociedad Española de Intervención en Sexología, ha mostrado también su apoyo a la promoción del uso de los condones que está liderando el Ministerio.

Esta sociedad científica, junto a las tres que representan a los médicos de atención primaria (Semfyc, Semergen y SEMG) y cuyos representantes también han estado presentes en el acto, ha mostrado públicamente su apoyo a la campaña de fomento del uso de preservativos entre los adolescente que está realizando Sanidad.

Diario Médico