

**CENTRO ROSARINO DE ESTUDIOS PERINATALES**

**Curso de Postgrado en Salud Reproductiva**

# **Niveles y tendencias de uso de anticonceptivos**

**Jorge Fontana**

**Rosario, 23 de octubre de 2004**

## Objetivos de esta charla...

- Mostrar las tendencias reales de consumo de métodos anticonceptivos para Latinoamérica y Argentina.
- Motivar a los participantes a analizar la prevalencia de uso en sus lugares de trabajo, o centros de referencia.

## Según el cristal con que se mire...

- Lo que se investiga y publica...
- Lo que se habla en los Congresos...
- Lo que se incluye en los programas de SR...
- Lo que influye la religión o la tradición...
- Lo que difunde la prensa masiva...
- Lo que puede influir la/el médica/o...
- Lo que en definitiva elige la mujer...

## Lo que se investiga...

- Iniciativas de ONG 's internacionales...
  - Diu medicado.
  - Implantes subdérmicos.
- Iniciativas de la industria farmacéutica...
  - Nuevos progestágenos.
  - Nuevas formas galénicas.
  - Disminución de carga estrogénica.

## Lo que se habla en los congresos...

- Orales: DRSP + EE
- Parches: Norelgestromina + EE
- Implantes:
  - Monopelets DSG
  - Biodegradables
- Anillos vaginales: DSG
- Endoceptivos: LNG

## Lo que se incluye en los programas de SR...

- Criterio según país, en función a:
  - Ruralidad / urbanidad.
  - Nivel educativo de las usuarias.
  - Costo del APP.
  - Donaciones internacionales.
  - Fuerza de tareas disponible.
  - Tasa de crecimiento poblacional.

## Lo que influye la religión o la tradición... (algunos ejemplos)

- Japón: hasta la década del 80 prohibía los ACO.
- Argentina: prohibidos los MAC quirúrgicos.
- De los temas religiosos... estamos al tanto!!.

## Lo que difunde la prensa masiva...

- Investigación independiente.
- Toma de cable internacional.
- Publireportaje.
- Noticia por la negativa o por oposición.

## Lo que puede influir la/el médica/o...

- **Reactivo:**
  - Asesora a solicitud.
  - Se inclina por la preferencia de la usuaria.
  - Tendencia a medicalizar la anticoncepción.
- **Proactivo:**
  - Asesora sobre todos los MAC y ayuda a decidir.
  - Preconiza las ventajas no anticoncepcionales de cada método.
- **Integrador:**
  - Visión total de la AC, enfoque bio-psico-social.

## Lo que en definitiva elige la mujer está influenciado por...

- Nivel intelectual.
- Experiencia anterior.
- Experiencia de pares.
- Etapa de la vida.
- Paridad satisfecha o no.
- Acceso económico al método de preferencia.
- Situación de pareja.
- Observancia religiosa.
- Etc., etc...

# Prevalencia de uso de anticonceptivos

## A modo de definición...

Es la frecuencia de mujeres que utilizan un método anticonceptivo en un período dado, entre una población de mujeres determinada.

## **Prevalencia bruta**

Se refiere a la tasa de usuarias de un método entre todas las mujeres en edad fértil (15-49).

## **Prevalencia neta**

Se refiere a la tasa de usuarias de un método entre todas las usuarias de métodos. Ejemplo mujeres bajo programa en un CPF.  
También se conoce como Tasa de Aceptación.

## Coeficiente APP (año protección pareja)

- ¿Qué es?
  - Es un factor que surge de la estimación de necesidad anticonceptiva por parte de una pareja, para poder planificar durante un año.
- ¿Para qué sirve?
  - Para calcular la prevalencia de uso, partiendo de la cantidad de anticonceptivos vendidos o distribuidos según la fuente de información que se utilice o disponga.

## Coeficientes APP standard

- ACO.....0,077
- ACI Mensual.....0,083
- ACI Trimestral.....0,25
- DIU.....3,5
- CONDÓN.....0,01
- ÓVULOS ESPERMI.....0,01
- CREMAS Y ESPÚMAS...0,25
- IMPLANTES.....No definido

# Algunos datos de prevalencia

- **DIU's:**

- **Suecia:** 30 %
- **USA:** 2 %
- **A. Latina:** 6,6 %

# Algunos datos de prevalencia

- **Anticonceptivos Orales:**

- **Europa:** 33 %
- **A. Latina:** 9,36 %

# Algunos datos de prevalencia

- **Condón:**

- **A. Latina: 6 %**
- **Japón: 70 %**
- **Inglaterra 31 %**

## Algunos datos de prevalencia

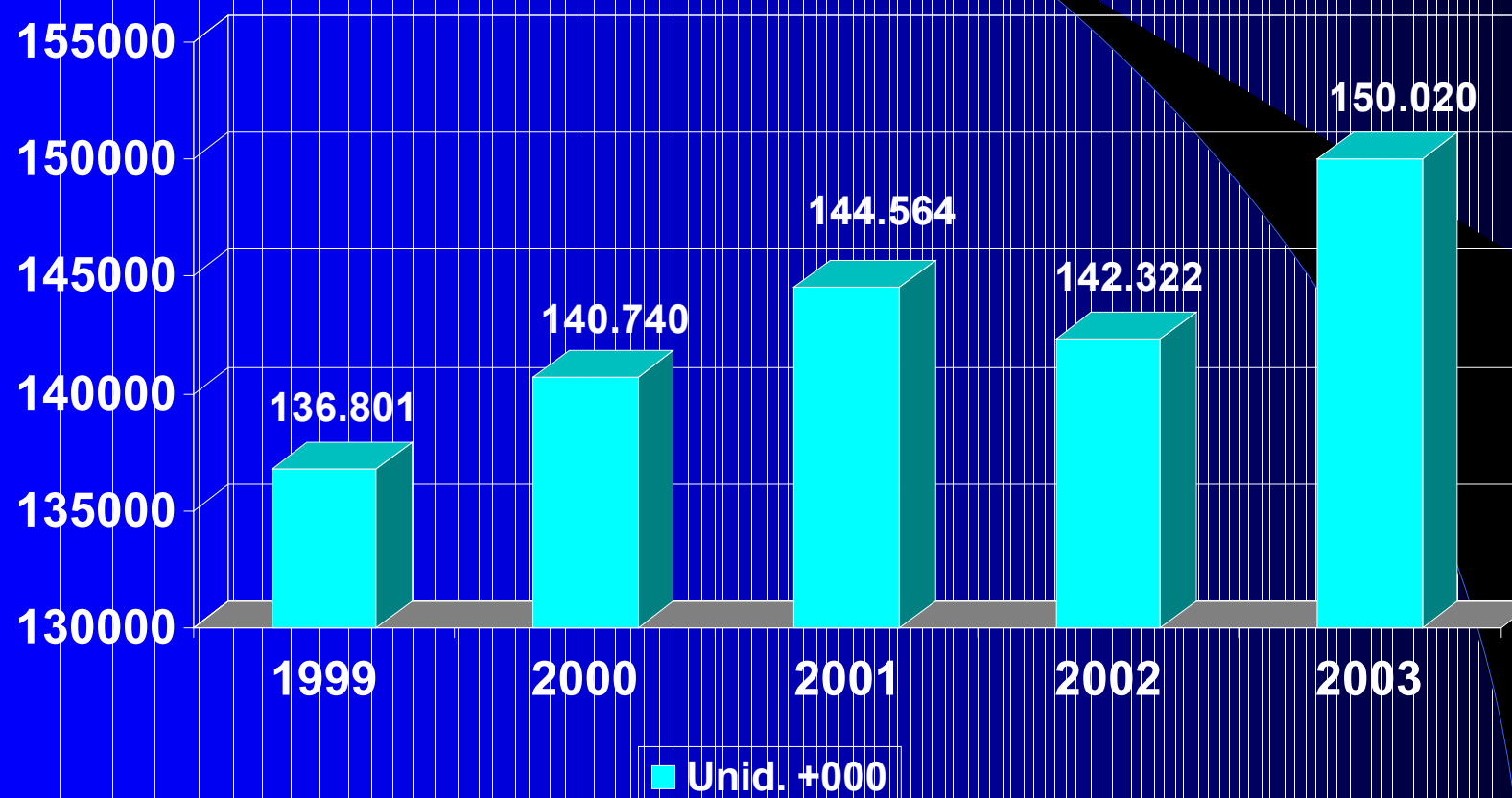
- **No utilizan ningún método:**

– <b>A. Latina:</b>	<b>48 %</b>
– <b>México:</b>	<b>53 %</b>
– <b>Brasil:</b>	<b>31 %</b>
– <b>Venezuela:</b>	<b>68 %</b>

# Algunos datos de prevalencia

- **ACO en LA proyección para el 2005:**
  - **Argentina** 11,55 %
  - **Bolivia** 1,22 %
  - **Brasil** 15,84 %
  - **Chile** 19,48 %
  - **Colombia** 8,25 %
  - **Ecuador** 2,73 %
  - **Guatemala** 2,62 %
  - **México** 3,52 %
  - **Perú** 4,38 %
  - **Uruguay** 19,25 % (2000)
  - **Venezuela** 14,31 %

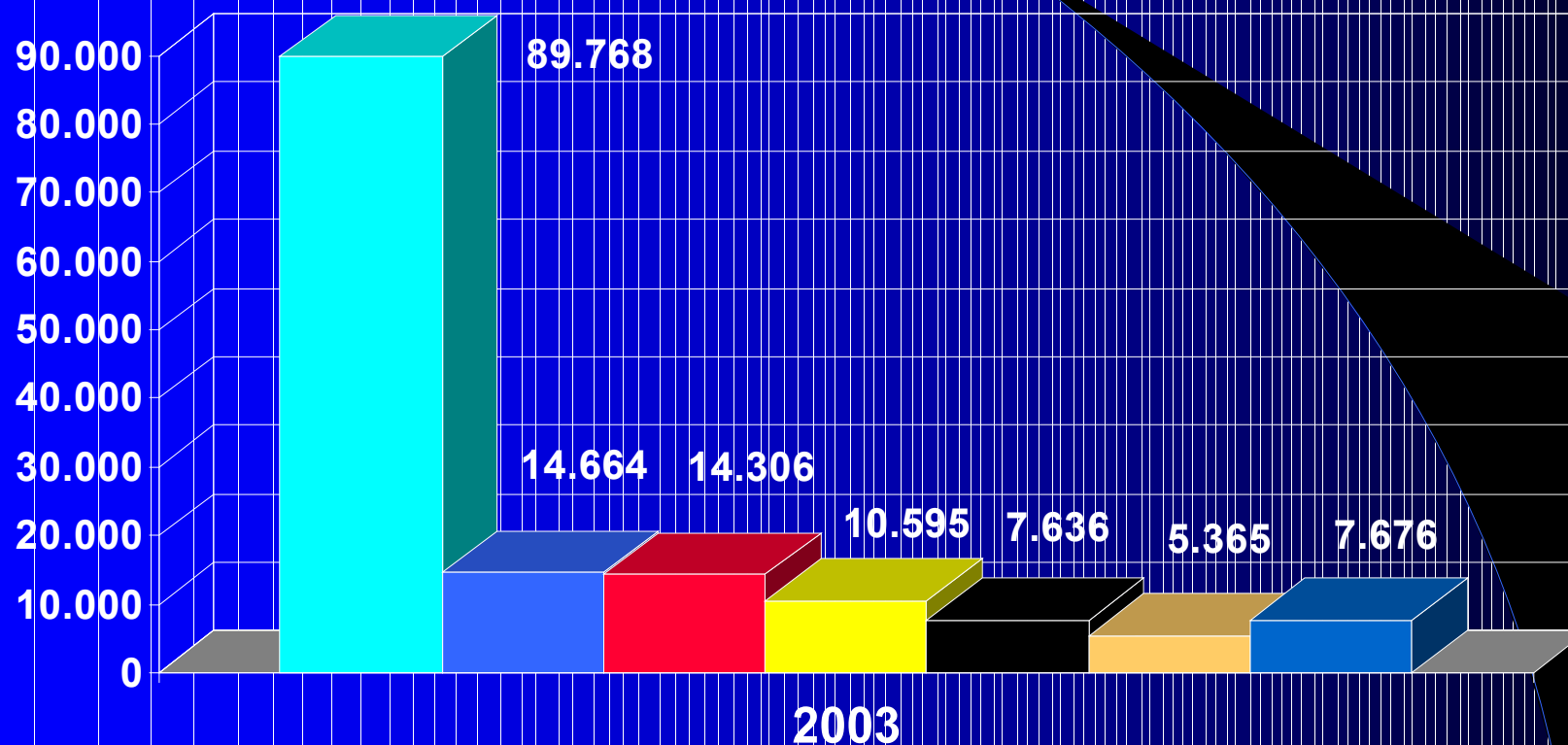
## Desarrollo del mercado privado MAC hormonales totales en Latinoamérica



Fuente: IMS

## MAC hormonales totales en Latinoamérica Distribución por países en el año 2003

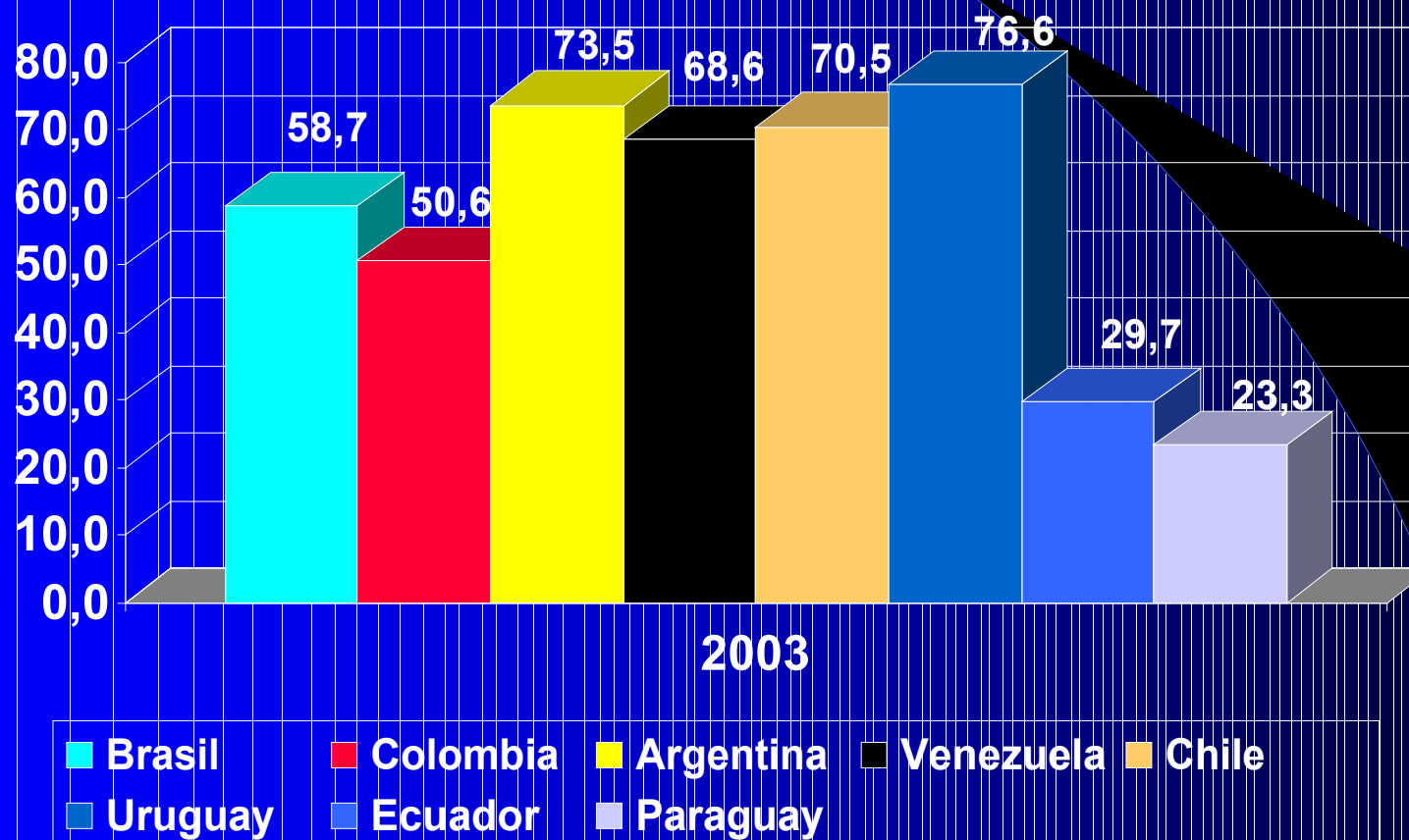
Unidades +000



■ Brasil ■ México ■ Colombia ■ Argentina ■ Venezuela ■ Chile ■ Resto

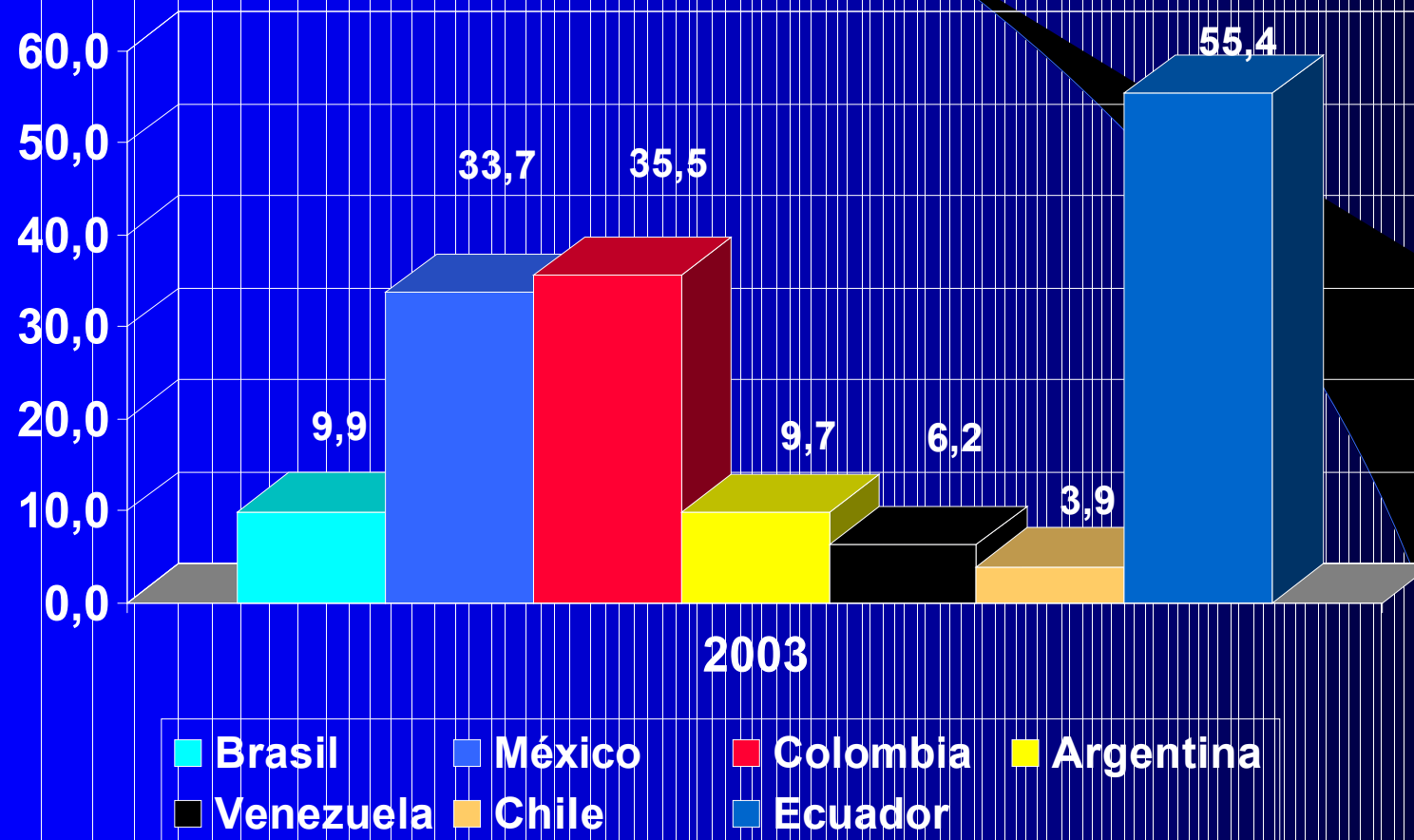
Fuente: IMS

# % de particip. de ACO < 50mcg EE en total ACH Latinoamérica año 2003



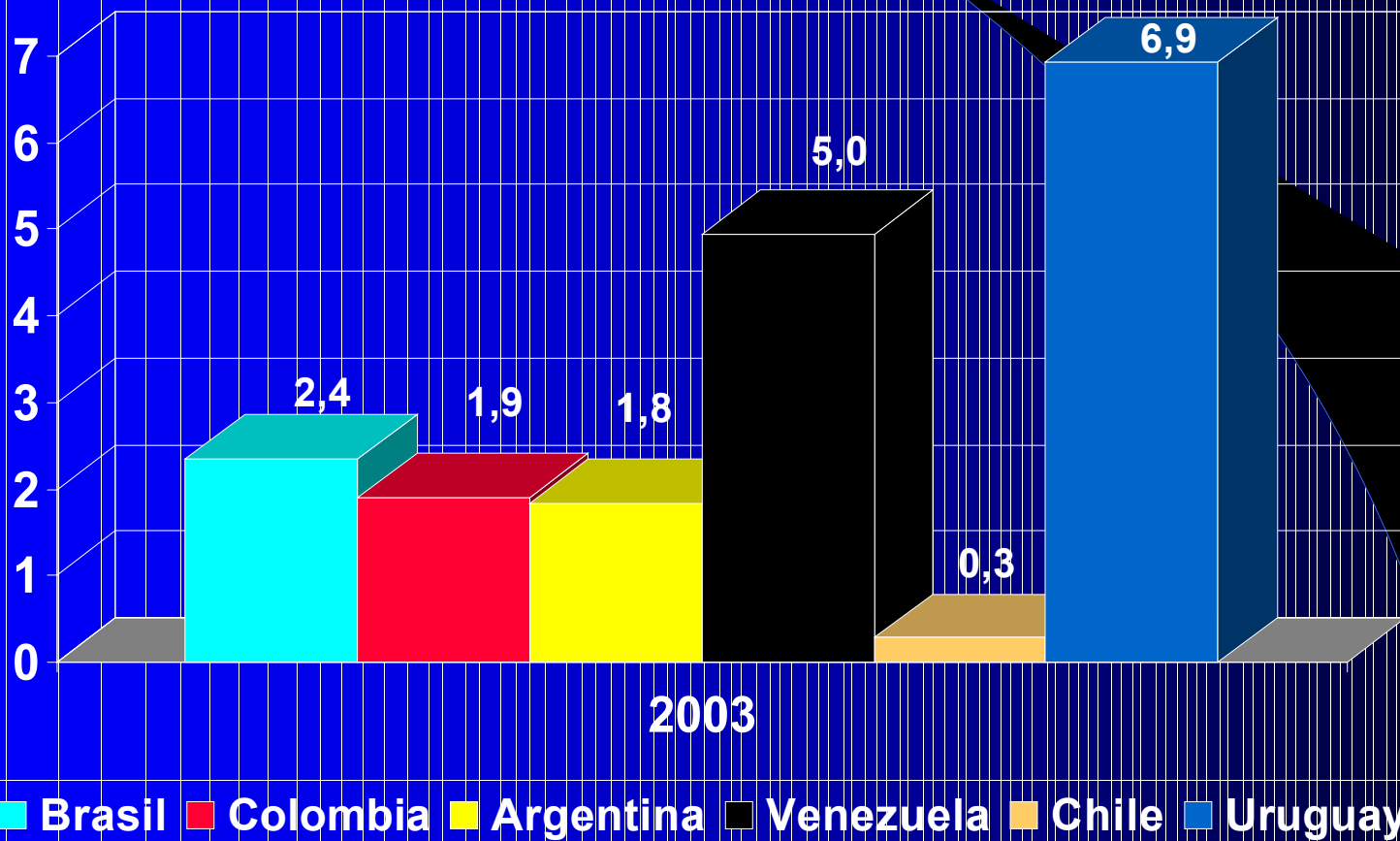
Fuente: IMS

## % de particip. de ACI en total de hormonales Latinoamérica año 2003



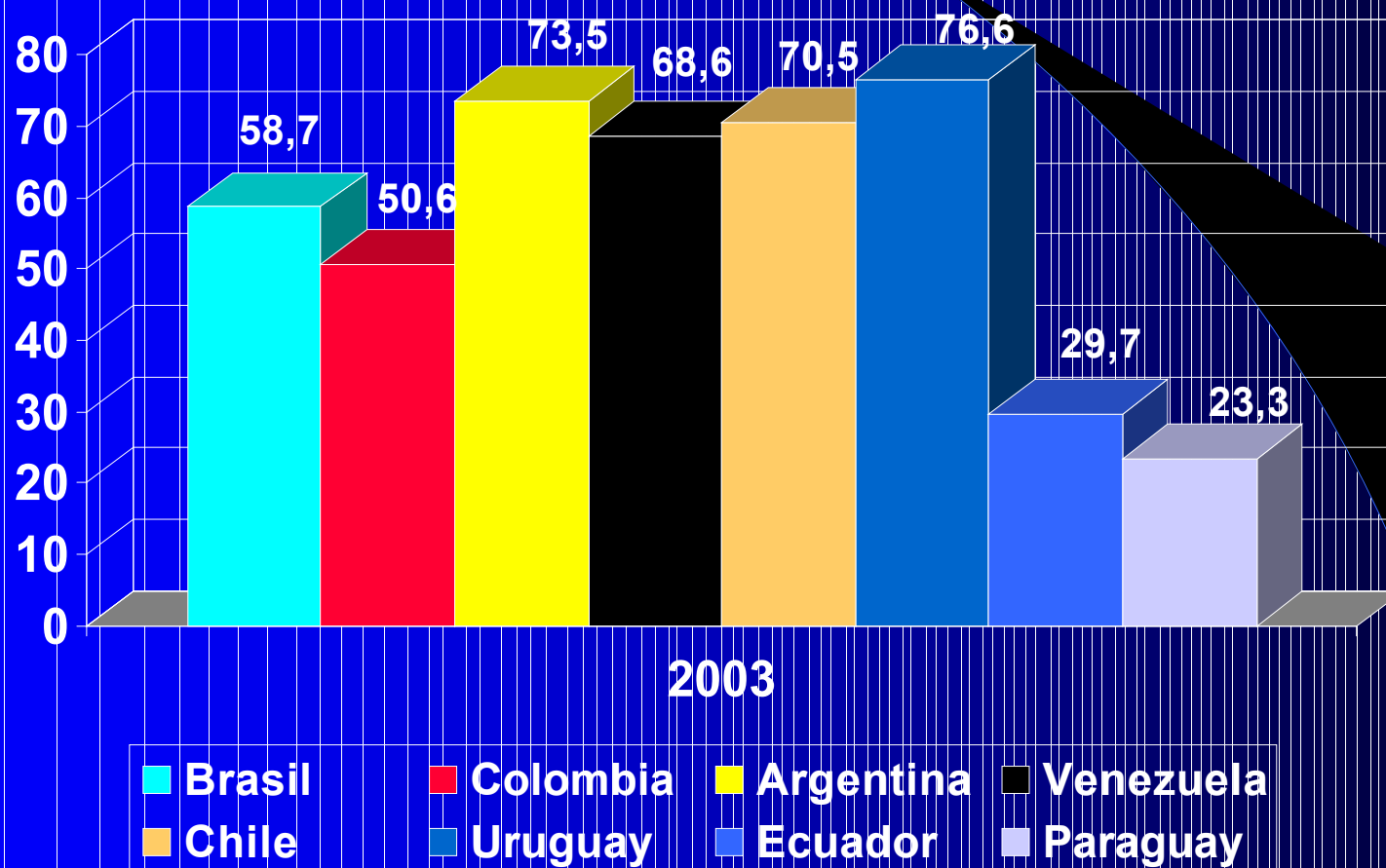
Fuente: IMS

## % de particip. de ACE en total ACH Latinoamérica año 2003



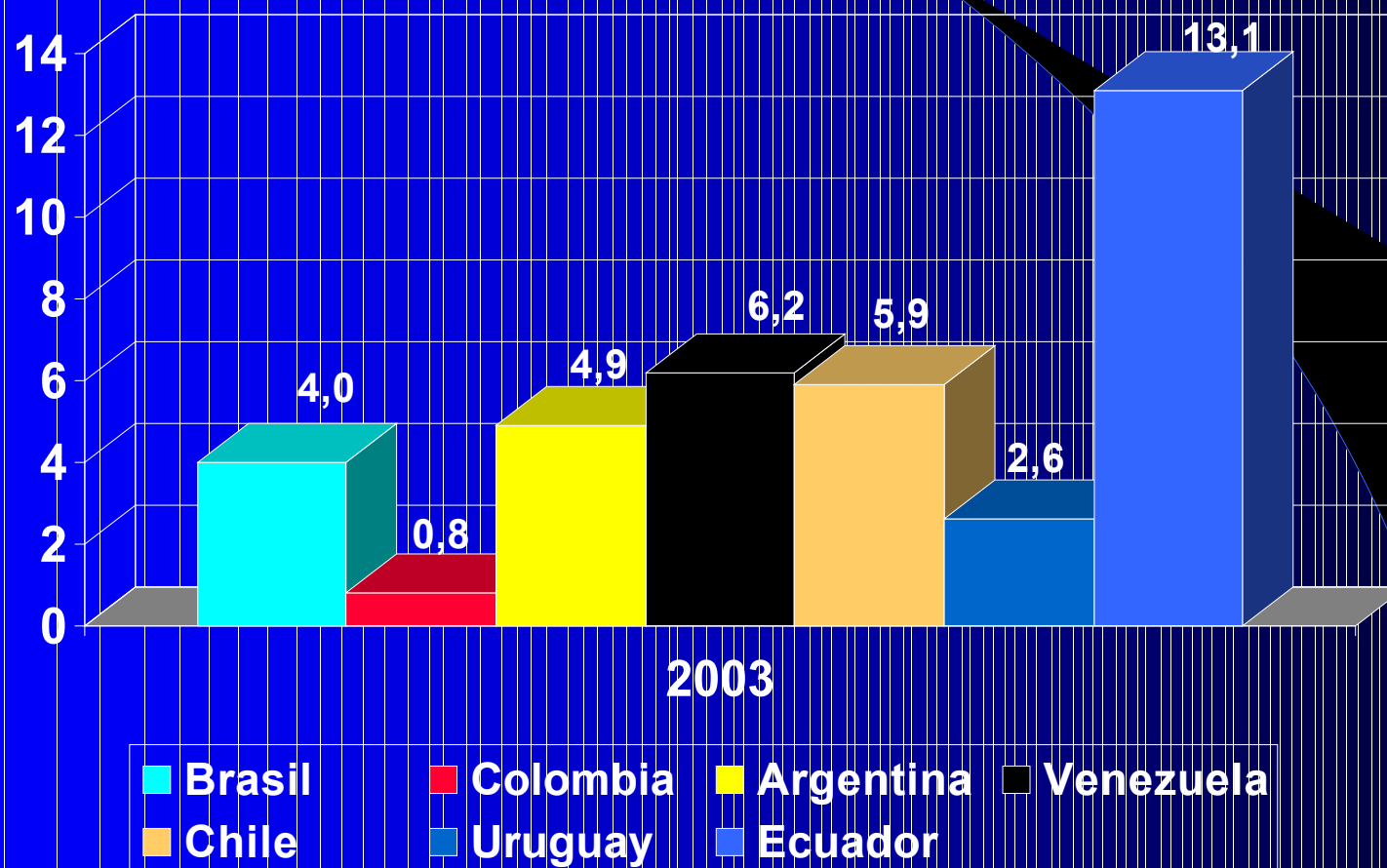
Fuente: IMS

# % de particip. de ACO < 50mcg EE en total ACH Latinoamérica año 2003



Fuente: IMS

## % de particip. de ACO POP en total ACH Latinoamérica año 2003



Fuente: IMS

## Conclusiones: sector privado

- No habrá cambios significativos en el tipo de MAC`s a elegir por las mujeres.
- Se mantendrán las prevalencias, con un ligero incremento en ACO.
- DRSP y disminución de EE marcarán la tendencia.
- LNG mantendrá su nivel por factor precio.
- ACE incrementará su uso.
- ¿ACO ciclo extendido?

## Conclusiones: sector institucional

- Costos de APP determinará la tendencia.
- Aumento de la prevalencia general por mayor demanda, debida a:
  - Campañas de difusión.
  - Traspaso de usuarias del sector privado.
  - Reacomodamiento de las donaciones internacionales.

## El desafío...

- Que los efectores realicen una estimación adecuada de la prevalencia, y con ello...
- Diseñar y poner en práctica un Sistema de Gestión de Información Logística (SGIL), que garantice:
  - Un adecuado y conveniente proceso de adquisición.
  - Una distribución eficiente en los CSR.
  - Cobertura en tiempo y forma a la población según necesidad.

# Muchas gracias!!

Jorge Fontana

E-mail oficina: [jfontana@office.tecnofarma.com.ar](mailto:jfontana@office.tecnofarma.com.ar)

Tel. oficina: (11) 6347-7300

E-mail privado: [cachofonarg@hotmail.com](mailto:cachofonarg@hotmail.com)