



En los últimos años, los científicos han ampliado significativamente nuestra comprensión de las influencias de conducta asociadas con la vacunación antigripal (influenza), y la efectividad relativa de las políticas específicas diseñadas para apoyar la vacunación. Esta comprensión de los factores que alientan el consumo de vacunas puede ayudar a aumentar el éxito de las iniciativas locales de vacunación.

Resumen ejecutivo

- **La recomendación de un médico de familia o de una enfermera alienta significativamente la vacunación.** La investigación sugiere que la recomendación de los trabajadores sanitarios es el factor más importante para motivar la vacunación.
- **Los recordatorios para pacientes pueden aumentar la cantidad de personas vacunadas.** Los recordatorios múltiples son más efectivos que un único contacto con el paciente, y los recordatorios telefónicos producen un impacto mayor que los postales.
- **Las campañas de comunicación de gran alcance pueden mejorar las tasas de vacunación.** Comprender el riesgo de la gripe y el papel que desempeña la vacunación en su prevención, puede motivar la vacunación de los pacientes.
- **El apoyo financiero a la vacunación puede aumentar la cobertura.** La eliminación de barreras financieras a la vacunación puede alentar el consumo, como por ejemplo la implementación de políticas de reembolso.
- **Mejorar el acceso a las vacunas puede aumentar los niveles de cobertura.** La provisión de vacunas a través de «canales no tradicionales», tales como el lugar de trabajo y la farmacia, puede contribuir a mejorar el acceso.
- **Las campañas con múltiples componentes pueden aumentar el consumo de los trabajadores sanitarios.** Combinar la educación, el fácil acceso a la vacuna y los elementos obligatorios (por ej. el uso de una máscara en caso de no estar vacunado) puede aumentar la cobertura.
- **Las recomendaciones oficiales pueden proporcionar la base para una mayor cobertura.** La inclusión de la gripe en las pautas de vacunación puede ser un prerequisite esencial para lograr altos niveles de consumo.

6

Políticas de vacunación efectivas

Serie vacunación antigripal estacional: Documento 6



IFPMA

Influenza Vaccine Supply
International Task Force

El consumo de vacunas se ve impactado por una gran variedad de influencias, que pueden tener como resultado procesos de toma de decisiones tanto racionales como irracionales. En los últimos años, la investigación de estos factores y del impacto que tienen sobre los niveles de vacunación, se ha tornado sofisticada haciendo uso de conocimientos provenientes de ciencias conductuales y sociales. Como resultado de ello, los estudios han identificado varios factores que ayudan a mejorar los niveles de consumo alcanzados por las campañas de vacunación antigripal estacional.

La recomendación de los trabajadores sanitarios es especialmente importante para motivar la vacunación

La investigación sugiere que la recomendación de los profesionales sanitarios, en especial de los médicos de familia o de las enfermeras, es, probablemente, el factor que alienta a los pacientes a vacunarse. Los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos (CDC por su sigla en inglés) observan que: «los estudios muestran constantemente que la recomendación de los profesionales sanitarios es el predictor de vacunación más convincente»¹. De igual forma, diversos estudios realizados en Europa informan este tipo de recomendación proactiva como la razón más común, o una de las razones más comunes, de la vacunación antigripal estacional^{2,3,4,5,6}.

Los recordatorios para pacientes pueden aumentar los niveles de vacunación

Una revisión Cochrane de los sistemas de recordatorios para pacientes halló que los recordatorios pueden aumentar las tasas de vacunación hasta un 20%⁷. No resulta sorprendente que la investigación hallara que la realización de múltiples recordatorios fue más efectiva que contactar a los pacientes solamente una vez. Asimismo, el recordatorio personal telefónico resultó ser más efectivo que el envío de una tarjeta o carta.

Las campañas de comunicación y de educación de gran alcance pueden alentar el consumo de vacunas

Los estudios muestran que la comprensión de los pacientes en cuanto que la gripe es una enfermedad grave y su deseo de evitar la infección, son importantes factores motivadores de la vacunación, mientras que la expectativa de que no contraerán la enfermedad es una barrera importante^{2,3,4,5,6}. Las campañas de comunicación de gran alcance pueden capitalizar estos hallazgos educando a los grupos destinatarios sobre la enfermedad y los beneficios de la vacunación. En su documento de posición sobre la vacunación antigripal, la Organización Mundial de la Salud apoya este enfoque destacando la importancia de «generar concientización pública»⁸. Un estudio realizado por la IFPMA en 26 países de todas las regiones del mundo,

apoya estas conclusiones. Los resultados muestran que de las influencias analizadas, el uso de campañas de comunicación de gran alcance fue el factor más firmemente ligado a la cobertura de vacunación antigripal (correlación positiva: negativa = 5.3 : 1)⁹.

El apoyo financiero a la vacunación puede alentar el consumo

Los CDC de los Estados Unidos establecen que «los programas de vacunación exitosos combinan.. esfuerzos para eliminar barreras administrativas y financieras que evitan que las personas reciban la vacuna»¹. Un estudio de Europa observó que la cobertura de vacunación era «baja» en países con subsidio parcial o sin subsidio a la vacunación antigripal⁴. Estos hallazgos están respaldados por la investigación de la IFPMA que halló que el apoyo financiero para vacunas y/o costos de administración estaba estrechamente relacionado con las tasas de vacunación y era el segundo en influencia de los factores analizados en el estudio (correlación positiva : negativa = 4.5 : 1)⁹.

Proveer vacunación en ámbitos «no tradicionales» puede mejorar el acceso

La provisión de vacunación antigripal en ámbitos no médicos puede complementar los canales de vacunación más tradicionales. Por ejemplo, en los Estados Unidos, los CDC informan que el 33% de la vacunación estacional de 2009-10¹ se produjo en ámbitos alternativos, y confirma que la disponibilidad a través de canales tales como el lugar de trabajo o las farmacias, es importante para las personas que no tienen acceso regularmente a los sistemas sanitarios. De igual modo, la vacunación en residencias asistidas, comunidades para jubilados y centros de recreación, puede ayudar a llegar a los ancianos¹.

Las campañas contundentes con elementos obligatorios pueden aumentar la cobertura entre los trabajadores sanitarios

Muchos estudios han examinado la efectividad de las campañas de vacunación dirigidas a los profesionales sanitarios. Una revisión sistemática¹⁰ de este trabajo llegó a la conclusión de que las campañas en ámbitos no hospitalarios con mayor cantidad de elementos distintivos («incluidas la educación o promoción, mejor acceso a las vacunas, legislación o regulación y/o modelos de conducta») aumentaron el consumo de vacunas. En los hospitales, las campañas basadas únicamente en la educación/promoción o en el acceso incrementado a las vacunas tuvieron efectos limitados, mientras que la inclusión de elementos obligatorios (tales como formularios de rechazo o máscaras para trabajadores no vacunados) tuvieron como resultado incrementos sustancialmente mayores de uso de vacunas¹⁰.

Las pautas oficiales pueden constituir una base para una mayor cobertura de vacunación

A pesar de que aproximadamente 80 países del mundo incluyen la vacuna antigripal en sus calendarios nacionales de vacunación¹¹, las tasas de cobertura varían significativamente⁹. La investigación de la IFPMA en 26 países de todas las regiones del mundo no halló una conexión directa entre la presencia de recomendaciones de vacunación oficiales y niveles de vacunación (correlación positiva : negativa = 1.3 : 1)⁹. Sin embargo, las recomendaciones de vacunación parecían ser un prerrequisito ya que estaban presentes en todos los países que alcanzaron altas tasas de cobertura **.

Conclusiones

La investigación reciente brinda conocimientos valiosos sobre los factores que pueden mejorar los programas de vacunación antigripal estacional. Los estudios muestran que la recomendación personal de un médico de familia o de una enfermera, alienta significativamente la vacunación, mientras que los recordatorios formales para pacientes, especialmente cuando son repetidos y telefónicos, pueden mejorar el consumo de vacunas. Las campañas de gran alcance que brindan educación sobre la gripe y los beneficios de la vacunación, y el apoyo financiero para la vacunación, pueden contribuir también a incrementar las tasas de cobertura. La provisión de vacunas en ámbitos no médicos tales como lugares de trabajo, farmacias y comunidades para jubilados, puede mejorar el acceso. Las campañas convincentes para trabajadores sanitarios que combinan educación, promoción, fácil acceso a las vacunas y elementos obligatorios (tales como máscaras para las personas no vacunadas) pueden aumentar la cobertura. Por último, a pesar de que las recomendaciones oficiales por sí solas pueden ser insuficientes para impulsar altos niveles de consumo de vacunas, parecen ser un elemento esencial de los programas de vacunación exitosos.

Referencias

- ¹Centers for Disease Control and Prevention. Prevention and Control of Influenza with Vaccines: Recommendations of the Advisory Committee on Immunization Practices (ACIP), 2010. *MMWR* 2010;59(RR-8):1-62.
- ²Blank P, Schwenkglenks M, Szucs T. Influenza vaccination coverage rates in five European countries during season 2006/7 and trends over six consecutive seasons. *BMC Public Health* 2008;8:272.
- ³Holm M, Blank P, Szucs T. Trends in influenza vaccination coverage rates in Germany over five seasons from 2001 to 2006. *BMC Infect Dis* 2007;7:144.
- ⁴Blank P, Schwenkglenks M, Szucs T. Vaccination coverage rates in eleven European countries during two consecutive influenza seasons. *J Infect* 2009;58(6):446-458.
- ⁵Szucs T, Müller D. Influenza vaccination coverage rates in five European countries – a population-based cross-sectional analysis of two consecutive seasons. *Vaccine* 2005;23(43):5055-5063.
- ⁶Holm M, Blank P, Szucs T. Developments in influenza vaccination coverage in England, Scotland and Wales covering five consecutive seasons from 2001 to 2006. *Vaccine* 2007;25(46):7931-7938.
- ⁷Jacobson Vann JC, Szilagyi P. Patient reminder and recall systems to improve immunization rates. *Cochrane Database Syst Rev* 2005;3:CD003941.
- ⁸WHO. Influenza vaccines: WHO position paper. *Weekly Epidemiol Rec* 2005;33:279-287.
- ⁹Palache A. Seasonal influenza vaccine provision in 157 countries (2004 to 2009) and the potential influence of national public health policies. *Vaccine* 2011;29(51):9459-9466.
- ¹⁰Lam PP, Chambers L, Pierrynowski MacDougall DM et al. Seasonal influenza vaccination campaigns for health care personnel: systematic review. *CMAJ* 2010;182:E542-E548.
- ¹¹Miller E. Report from the SAGE Working Group on Influenza Vaccines and Immunizations. WHO SAGE meeting November 2010. Hyperlink accessed November 2011.

** Según se define en el estudio; véase la referencia completa para obtener mayores detalles

Acerca de la IFPMA

La IFPMA representa a asociaciones y laboratorios farmacéuticos de investigación de todo el mundo. Los 1300 millones de empleados de la industria farmacéutica de investigación, investigan, desarrollan y ofrecen medicamentos y vacunas que mejoran la vida de los pacientes en todo el mundo. Con sede en Ginebra, la IFPMA mantiene relaciones oficiales con las Naciones Unidas y aporta la experiencia de la industria para ayudar a que la comunidad sanitaria global encuentre soluciones que mejoren la salud mundial.

La IFPMA gestiona varias iniciativas internacionales, tales como: Alianzas en salud del mundo en desarrollo de IFPMA (IFPMA Developing World Health Partnerships Directory), que estudia e identifica las tendencias de los programas de alianzas a largo plazo de la industria farmacéutica de investigación destinados a mejorar la salud en los países en desarrollo; el Código IFPMA de buenas prácticas (IFPMA Code of Practice), que establece las normas para la promoción ética de los medicamentos; y el Portal de ensayos clínicos de la IFPMA (IFPMA Clinical Trials Portal), que ayuda a los pacientes y a los profesionales sanitarios a hallar información sobre los ensayos clínicos en curso y los resultados de los ensayos.

Acerca del Influenza Vaccine Supply (IVS) Task Force (Grupo de trabajo sobre provisión de vacuna antigripal)

El IVS Task Force incluye 16 compañías productoras de vacunas involucradas en la investigación, el desarrollo y la producción de vacunas antigripales, que representan más del 95% de la producción mundial. Las compañías miembros del IVS son: Abbott, Adimmune Corporation, Baxter, Biken, CSL Limited, Crucell, Denka Seiken, GlaxoSmithKline Biologicals, Green Cross Corporation, Hualan Biologicals, Kaketsuken, Kitasato Institute, MedImmune, Novartis Vaccines & Diagnostics, Sanofi Pasteur, Sanofi Pasteur MSD, y Sinovac.



IFPMA

**Influenza Vaccine Supply
International Task Force**

Chemin Louis-Dunant 15
Case postale 195
1211 Ginebra 20
Suiza

Tél: +41 22 338 32 00

Fax: +41 22 338 32 99

www.ifpma.org