



Comercio electrónico - Productos de Autocuidado

**DOCUMENTO DE POSICIÓN
ILAR 2022**



www.infoilar.org

© ILAR 2022 Todos los derechos reservados

Las publicaciones de la Asociación Latinoamericana (ILAR) se encuentran disponibles en el sitio web **www.infoilar.org** para nuestros miembros y suscriptores o pueden solicitarse a ILAR 400 E Randolph St. Chicago, Illinois 60601, EE. UU. e -mail: info@infoilar.org

Solicitudes de permiso para reproducción o traducción ya sea para uso comercial o sin fines de lucro, deben ser dirigidos a las publicaciones ILAR por medio de info@infoilar.org

Diagramación y diseño por 2ALL Communication Studio - 2allcomms.com

Comercio electrónico - Productos de Autocuidado

ILAR aboga por marcos regulatorios efectivos, proporcionales y con visión a futuro que faciliten las actividades de autocuidado de los usuarios a través del uso de tecnologías digitales, como el comercio electrónico. Por esto, ILAR insta a los gobiernos a reconocer el comercio electrónico como un canal de valor agregado que facilita significativamente el acceso a productos de autocuidado, empoderando a las personas a tomar un papel más activo en sus decisiones de salud.

América Latina: Covid-19 y el comercio electrónico

La pandemia de COVID-19 ha acelerado el uso del comercio electrónico. Las farmacias en línea consolidaron su lugar como una pieza clave en la cadena de acceso a productos de la salud, aumentando la adopción de otras tecnologías digitales, como códigos QR, para obtener más información de salud y de los productos disponibles, o la telemedicina para realizar consultas en línea con médicos y farmacéuticos.

Según un estudio realizado por ILAR en 2021, cuyo objetivo fue analizar y comparar los hábitos de salud de los ciudadanos latinoamericanos durante la pandemia de COVID-19, más del 29% de las personas ha investigado en línea sus síntomas de salud y el 23% obtuvo información sobre posibles medicamentos a tomar para aliviar sus síntomas a través de canales digitales. Alrededor del 62% de la población, consideró suficiente la información que ofrecen los recursos digitales para la toma de decisiones.¹

El uso del comercio electrónico para acceder a soluciones de autocuidado, como medicamentos de venta libre (MVL), suplementos alimenticios y dispositivos médicos simples, ha ido en aumento en América Latina. **Alrededor del 30% de los latinoamericanos compró un MVL a través de comercio electrónico: el 82% lo encontró más conveniente, el 72% declara su experiencia como positiva y el 85% sintió la misma confianza en el producto que cuando lo compra en un comercio físico. (Figura 1)**

Los estudios previos de ILAR en 2018-2019 mostraron que el porcentaje de usuarios que solían

comprar medicamentos en línea oscilaba entre el 2% y el 3% durante ese tiempo. Desde la pandemia, este porcentaje ha crecido en hasta 10 veces, un cambio significativo con respecto a los datos de hace tres años.

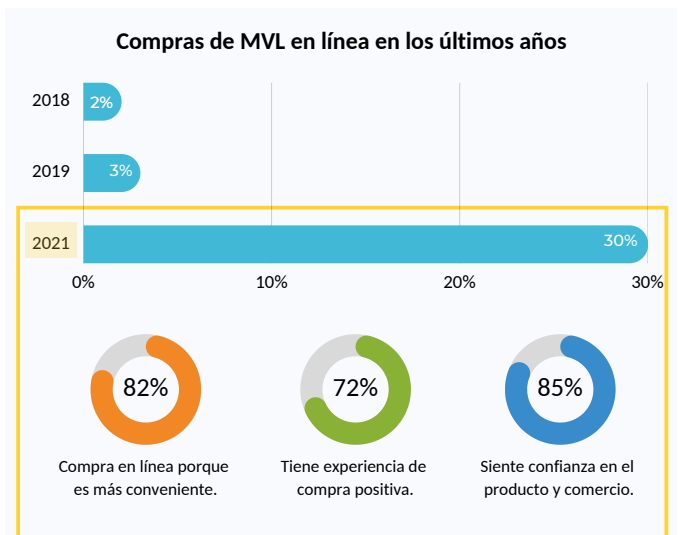


Figura 1 (Fuente: ILAR, 2021)

Teniendo en cuenta la eficiencia de los recursos en línea, más del 90% de los encuestados está de acuerdo en que Internet es una de las herramientas de búsqueda más útiles.² De hecho, el 56% de ellos considera relevante la información sobre medicamentos en los sitios web en línea.

De acuerdo con datos de la *Global Self-care Federation*,³ el 65% de las personas que usaron Internet en un período de 12 meses visitaron sitios relacionados con la salud, lo que demuestra cuán relevante es esta red en términos de la alfabetización en salud debido a su fácil accesibilidad.

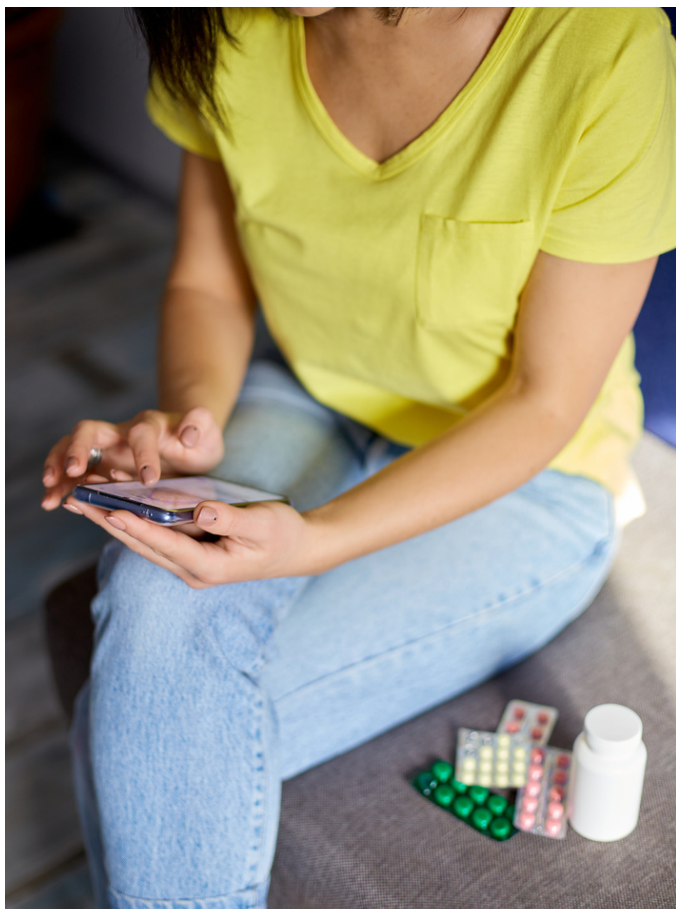
1 y 2. Hábitos de salud, uso y compra de medicamentos y experiencia con servicios digitales durante la pandemia covid19 en América Latina. ILAR. Inicio, 2021
3. Asociación Mundial de la Industria de la Automedicación. *Qué es la Automedicación - La Base para la Automedicación* (<http://www.wsmi.org/about-self-care-and-self-medication/what-is-self-medication/>).

Beneficios del Comercio electrónico para productos de autocuidado.

El comercio electrónico ofrece un mayor acceso a una gama más amplia de productos de autocuidado a través de diversos sitios de compra, y otro múltiples beneficios,¹⁴ como:

- Mayor comodidad
- Ahorro de tiempo
- Accesibilidad para personas con restricciones geográficas o físicas a una farmacia,
- Disponibilidad 24x7 a fuentes de información.
- Generar datos de farmacovigilancia, evidencia y datos en tiempo real.
- Seguimiento y uso de datos para combatir la falsificación

Finalmente, el comercio electrónico es una herramienta fundamental para aumentar la educación en salud, y empoderar a las personas para que desempeñen un papel más activo en la toma de decisiones sobre autocuidado.



Seguridad en línea

La Organización Mundial de la Salud (OMS) reconoce que los productos farmacéuticos de calidad subestándar y falsificados son una amenaza constante para la salud pública, dañan a los pacientes, erosionan la confianza en los sistemas de salud y desperdician recursos valiosos, entre otros efectos nocivos para las personas y las comunidades.¹⁵

Si bien, no hay duda de que la digitalización aporta muchos aspectos positivos al sector de la salud, las medidas de seguridad en línea aún están rezagadas y permiten espacios en Internet que el crimen organizado puede explotar.

Las estrategias disponibles para combatir la falsificación son numerosas e incluyen: etiquetados de seguridad, sistemas de trazabilidad y localización, hologramas, ADN sintético y códigos láser, tintas de impresión especiales, entre otras. Más aún, las propias compañías farmacéuticas son responsables de sus propios ingredientes activos y de sus proveedores, lo que significa que tienen que seleccionar a sus proveedores con mucho cuidado para garantizar que sean seguros y cumplan con las normas.¹⁶

Las autoridades de todo el mundo también han introducido enfoques regulatorios pragmáticos y proporcionales al riesgo para garantizar la seguridad de las ventas en línea de productos de cuidado personal, como:¹⁷

- **Esquemas de verificación voluntaria** (VIPPS, LegitScript - EE.UU.)
- **Logotipos de autorización** para verificar la autenticidad del sitio web/los productos del minorista registrado - UE
- **Tienda en línea vinculada a una tienda física** registrada para ayudar a verificar aún más la autenticidad - Australia, Brasil y México.
- **Visualización obligatoria del contenido del sitio e información de los detalles de contacto** del profesional en servicio, etc. - Japón, Nueva Zelanda

14 y 17. Hall, Nicholas. Comercio electrónico y el impacto regulatorio en América Latina. ILAR, 2019.

15. Estudio sobre la pública salud y socioeconómico impacto de deficiente y productos médicos falsificados. Organización Mundial de la Salud; 2017.

16. Packaging Europe. ¿Qué significa el auge del comercio electrónico para la industria farmacéutica y el cadena de suministro? - Artículo 2021 (<https://packagingeurope.com>)

Regulación Internacional

Como se indica en el estudio de ILAR sobre el "Comercio electrónico y su impacto regulatorio en América Latina"⁴; la adopción del comercio electrónico para productos de autocuidado se ha visto obstaculizado debido a barreras regulatorias preexistentes, que van desde prohibiciones completas para la venta en línea de estos productos en algunos mercados, a enfoques variables en otros con respecto a qué clases de productos se pueden vender en línea, qué entidades pueden vender qué clase de productos y requiriendo que las farmacias en línea deban tener presencia física. Adicional a esto, en muchas regiones del mundo, existe apenas una política o guía regulatoria centrada en el comercio electrónico transfronterizo y el reconocimiento mutuo. Muchas autoridades reguladoras aún no han puesto atención a las diferencias entre la experiencia de compra del usuario en el entorno de comercio electrónico (el "estante digital") en comparación con la experiencia tradicional de las tiendas físicas.

En la **Unión Europea (UE)**, la legislación exige que todas las tiendas en línea que vendan productos farmacéuticos deben estar operando legalmente

en la región. Además, deben mostrar el logotipo común⁵ de la UE y estar registrados en la autoridad sanitaria local - un registro controlado por ellos. **Estados Unidos de América** ha establecido que las farmacias en línea deben estar registradas a nivel estatal, pero no hay requisitos para la afiliación obligatoria a una tienda física⁶. En el **Reino Unido**, solo las farmacias en línea registradas pueden vender medicamentos exclusivos de farmacia.⁷

Las farmacias y droguerías con tiendas físicas y un farmacéutico calificado pueden hacer ventas por internet o por teléfono como en Singapur, **Australia**⁸ y **Brasil**⁹. En países de América Latina como **Colombia**¹⁰ y **México**¹¹, se ha mantenido el sistema de clasificación de productos, pero han adaptado sus políticas para permitir venta en línea de todos los productos de autocuidado, al menos dentro de los canales de venta especificados en su regulación.

La venta a través del comercio electrónico en **Chile**¹² y **Argentina**¹³ cambió durante la pandemia, implementando nuevas regulaciones que permitieron vender productos de autocuidado en plataformas digitales o a través de aplicaciones de entrega a domicilio.



4. Hall, Nicholas. Comercio electrónico y el impacto regulatorio en América Latina. ILAR, 2019.

5. Comisión Europea. EU logo for online sale of medicines. (<https://ec.europa.eu>)

6. National Association Boards of Pharmacy. Digital Pharmacy. (<https://nabp.pharmacy>)

7. The National Health Service (Pharmaceutical and Local Pharmaceutical Services) Regulations, 2013. (legislation.gov.uk)

8. Pharmacy Board of Australia . Codes, Guidelines and Policies. (<https://www.pharmacyboard.gov.au>)

9. Ministerio de Saúde - Brasil Resolução da Diretoria Colegiada- RDC N°44, 2009 (<https://bvsms.saude.gov.br>)

10. DECRETO 334 DEL 8 DE MARZO DE 2022.pdf (presidencia.gov.co)

11. Móvil - Ley General de Salud, 2022 (diputados.gob.mx)

12. Instituto de Salud Pública de Chile, May 2022. (ispch.cl)

13. Decreto DNU 297/2020 ([Argentina.gob.ar](https://argentina.gob.ar))

- **Sistemas de Trazabilidad de Medicamentos** que involucran la identificación individual e inequívoca de cada unidad de producto farmacéutico a comercializar, para rastrearla a lo largo de la cadena de distribución – Argentina.
- **Colaboraciones público-privadas**, como la de Mercado Libre, una de las principales empresas de comercio electrónico, quienes firmaron un acuerdo con países como Brasil, Argentina y México para ayudar a controlar la venta de medicamentos falsificados en línea.

El papel clave de los farmacéuticos y la educación al usuario

El aumento de la educación y la conciencia entre quienes están en la primera línea de la atención de salud es una función clave del pilar de prevención y garantiza que todos exijan calidad. La última milla de la cadena de suministro es la más vulnerable, ya que es la más difícil de supervisar de forma exhaustiva. Es esencial que los usuarios y público en general conozcan y estén educados sobre los indicadores de autenticidad que deben considerar cuando compran medicamentos en línea, sin embargo, cuando los clientes aún no tienen esta capacidad, los farmacéuticos pueden ayudar en la verificación de la autenticidad de los productos. Por su parte, las compañías farmacéuticas pueden proteger sus productos y marcas de forma que pueden habilitar a sus clientes verificar la autenticidad de sus productos.¹⁸

La cooperación es clave. Cuando se trata de la lucha contra la falsificación, está claro que un enfoque en múltiples niveles es el más eficaz: lo digital y lo físico, el individuo y lo colectivo.¹⁹

Oportunidades para agregar valor

ILAR cree firmemente que el comercio electrónico ofrece oportunidades únicas, por lo que insta a los gobiernos a reconocer el comercio electrónico como un canal de valor agregado que facilita significativamente el acceso a productos de salud y cuidado personal para empoderar a los usuarios para que tomen las riendas de su propia salud.

Esto puede ser posible si se hacen permanentes algunos de los cambios normativos y reglamentarios aprobados durante la pandemia, así como si se adoptan las mejores prácticas que protegen y permiten que las personas recurran a la plataforma digital para satisfacer sus necesidades de salud.



18. Hall, Nicolás. *Comercio electrónico y el impacto regulatorio en América Latina*. ILAR, 2019.
 19. *Nota Conceptual del CURSO UNIVERSITARIO DE FÁRMACIA SOBRE PRODUCTOS MÉDICOS SF*. OMS 2022.

Conclusiones y Recomendaciones

- Las autoridades reguladoras deben procurar implementar regulaciones que se adapten a las prácticas de comercio electrónico, diferentes a las de su contraparte en establecimientos físicos, empoderando así a las personas a tomar decisiones adecuadas y responsables cuando compran en línea.
- La venta en línea de productos de autocuidado representa un área de oportunidad para fomentar el acceso, la concientización y el empoderamiento del usuario. Los productos vendidos a través de canales digitales deben cumplir siempre con la normativa aplicable del país, incluyendo su publicidad y condición de venta.
- Mientras se fomenta el acceso a una amplia gama de productos de autocuidado seguros y efectivos a través de canales en línea, también se debe buscar una mejor educación en salud a través de fuentes confiables y consistentes de información digital sobre el uso responsable.
- Se necesitan mejores campañas de promoción y comunicación, entre el paciente y el proveedor de atención en salud, para informar al público sobre la seguridad en el uso de las plataformas de comercio electrónico.
- Resulta indispensable el compromiso de las diversas partes interesadas y la cooperación regional para apoyar la implementación de marcos regulatorios contra la falsificación de productos farmacéuticos, a través de diferentes acciones para garantizar la seguridad de los sitios en línea y la confianza de los usuarios en los productos adquiridos.
- Fomentar la inclusión de otros profesionales de la salud, como los farmacéuticos, para brindar asesoramiento profesional a los usuarios acerca de sitios y productos de autocuidado seguros y de calidad en línea, instruyendo sobre las diferencias entre los proveedores legales e ilegales como posibles estrategias de prevención.
- Estimular la creación de mecanismos o programas para proporcionar datos regulatorios comparativos sobre las mejores prácticas de comercio electrónico para productos de autocuidado. Esto facilitará el seguimiento y el intercambio de información entre los miembros de la región.

Solicitud ILAR

ILAR recomienda y apoya a las autoridades reguladoras para que reconozcan la contribución y el valor del comercio electrónico en términos sociales y económicos. Así mismo, invita a colaborar en la implementación de políticas y mecanismos regulatorios que faciliten el acceso a los productos de autocuidado, al mismo tiempo que se garantiza la adecuada disponibilidad de información para que las personas puedan tomar decisiones responsables.

Acerca de ILAR



ILAR es la Asociación Latinoamericana de Autocuidado Responsable, líder en promover el desarrollo del autocuidado responsable como la mejor herramienta para estar y mantenerse saludable, así como de garantizar el acceso a medicamentos de venta libre (OTC). ILAR es miembro de la Federación Global del Autocuidado (GSCF), asociación internacional no gubernamental en relación oficial con la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Fundada en diciembre de 2001, la Asociación está formada por fabricantes de productos y compañías farmacéuticas líderes en la región, comprometidos con el uso adecuado de medicamentos de venta libre en América Latina.

Contáctanos: info@infoilar.org



www.infoilar.org