Establece modificaciones al Código Sanitario en relación a la obligación de exhibir los precios de los medicamentos
Boletín N°8464-11

El mercado de las farmacias posee ciertas características particulares y una connotación social que hacen indispensable su regulación para la protección de los consumidores, especialmente de aquellos que pertenecen a los sectores más vulnerables.

A diferencia de lo que sucede con la comercialización de la mayor parte de los bienes, quienes compran un fármaco no deciden libremente el hecho de adquirirlos y.. además, se encuentran en una posición de desigualdad con los vendedores desde el punto de vista de la información, ya que la mayoría de las personas desconoce en absoluto las características del fármaco que adquiere y de los productos alternativos que existen en el mercado.

En chile, tres cadenas de farmacias aglutinan cerca del 90 por ciento de las ventas al público, un mercado cuyas ventas se pueden cifrar en millones de dólares, y que representa un riesgo para los consumidores en cuanto a la posibilidad de que se generen colusiones con el objeto de acordar los precios, un vicio que va en perjuicio directo de los consumidores y que, lamentablemente, ya se ha verificado según reciente sentencia del tribunal de la libre competencia.

Ante la constatación de que era necesario fortalecer la transparencia en este mercado para evitar abusos de parte de las empresas y que una de las herramientas para lograrlo es asegurar al público la información respecto de los precios, con fecha 10 de diciembre de 2009 se publicó en el Diario Oficial el Decreto Supremo N° 142 de 2009 del ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, por medio del cual se aprobó el reglamento sobre información de precio de productos farmacéuticos y de productos en general al interior de farmacias y almacenes farmacéuticos. En este decreto, se regulaba de manera específica la obligación de estos establecimientos de informar sus precios al público, y la manera específica en que se debía cumplir con dicho deber.

A pesar de que esta medida fue ampliamente difundida y celebrada por las organizaciones comprometidas con la defensa de los derechos de los consumidores, con fecha 31 de enero de 2011 se publica en el Diario Oficial el Decreto N° 8 de 2011 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, en virtud del cual se derogó el citado Decreto Supremo N° 142 de 2009.

Dentro de los fundamentos expresados en el Decreto N° 8, se encuentra el hecho de que el ejecutivo presentó un proyecto de ley que permite la venta directa de determinados medicamentos por parte de actores diversos, iniciativa que vendría a

cautelar de manera suficiente la transparencia y la calidad de la información *en el* mercado de los fármacos, de modo que se volvía innecesaria la medida incorporada al ordenamiento jurídico a través del Decreto Supremo N° 142.

Como bien se ha mencionado, la experiencia reciente indica que existen serios riesgos en el mercado de las farmacias que hacen imperativa la adopción de todas las medidas tendientes a cautelar la transparencia y la información. Si a ello se suman las particularidades que tienen los medicamentos como bien objeto de comercio y la relevancia que tiene para la vida de las personas, se hace evidente que la sola inclusión de otros agentes en la venta de estos productos no ofrece suficiente se[9]uridad para el correcto funcionamiento de esta industria.

PROYECTO DE LEY

Artículo 1°-. Introdúcense las siguientes modificaciones al Código Sanitario.

Artículo 127 A-. Las farmacias y almacenes farmacéuticos estarán obligados a informar previamente el precio cobrado por cada producto y otras características relevantes que se indican, de manera que permitan al consumidor el ejercicio efectivo de su derecho a elección, antes de formalizar o perfeccionar el acto de consumo, sin intermediarios ni restricciones.

La- información deberá ser suministrada al público por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno; deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor.

Artículo 127 B-. Se deberá informar al consumidor el precio por unidad de medida, conjuntamente con el precio de venta de cada uno de los productos que ofrezcan, de un modo claramente visible que permita al consumidor, de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección.

Para estos efectos se entenderá precio por unidad de medida el precio final del producto, incluidos los impuestos correspondientes, por dosis posológica o unidad de medida habitual y, en el caso de las formas farmacéuticas líquidas, se indicará el precio por cada 100 ml.

Artículo 127 C-. Tratándose de productos a los que no tenga acceso directo el consumidor, y los proveedores utilicen dispositivos electrónicos para conocer sus precios, cumplirán la obligación señalada en el artículo segundo, a través del uso de dispositivos electrónicos que permitan la consulta directa del consumidor, sin intermediarios ni restricciones.

El resultado de la consulta deberá contener el nombre del producto, principio activo, concentración, laboratorio, contenido expresado en número de dosis o unidades para cada una de sus presentaciones disponibles, el precio por unidad de medida, y e: precio final.

Los resultados de las consultas se presentarán ordenados de menor a mayor precio por unidad de medida.

Artículo 127 D-. Tratándose de productos a los que no tenga acceso directo el consumidor y los proveedores no utilicen dispositivos electrónicos para conocer sus precios, darán cumplimiento a si obligación de información a través de una lista de precios a disposición del público, de manera permanente y visible, que contenga actualizada la información mencionada en los incisos segundo y tercero del artículo anterior.

Artículo 127 E-. Tratándose de productos a los que tenga acceso directo el consumidor, dispuestos en estanterías o similares instaladas dentro del local de atención de público, los proveedores darán cumplimiento a su obligación de información señalando, en cada producto o junto a el, su precio por unidad de medida y precio final.

Los productos se dispondrán ordenados de menor a mayor precio por unidad de medida, ubicando junto a los productos que se ofrecen bajo una denominación genérica, *sus* similares con los mismos principios activos que se ofrecen bajo una denominación de fantasía.

No podrá utilizarse publicidad, afiches, promotores u *otros* mecanismos similares que informen los precios de los productos de un modo que distorsione la comparación entre ellos.

Por razones de seguridad o espacio físico de la farmacia, podrán sustituir el producto por un envase vacío del mismo o soporte físico con imagen del producto, timbrado "para solicitar en el mesón".

Artículo 127 F-. Las infracciones a lo dispuesto en los Artículo 127 A al 127 E serán sancionadas conforme al artículo 174 del Código Sanitario.

ARTÍCULO TRANSITORIO-. Se concede un plazo de seis meses, contados desde la publicación de esta ley en el diario oficial, para que se cumpla con las normas introducidas por esta norma.