


	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 1 de 15	
	INFORME SOBRE PUBLICIDAD DE FARMACIAS			

RESUMEN EJECUTIVO

- **El Informe tiene como propósito evidenciar las malas prácticas publicitarias que existen en el mercado de los medicamentos, ello debido a que crece la demanda de éstos por la llegada del otoño.**
- **Se observaron un total de 64 piezas publicitarias (42 en prensa escrita y 22 en televisión) en el periodo comprendido entre el 03 de marzo y el 04 de abril del año 2014.** El informe analiza la publicidad de Farmacias, particularmente sobre medicamentos, según las disposiciones de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (en adelante la LPC) y demás normas que digan relación con el consumidor; cuantifica la publicidad de medicamentos bajo condición de venta con receta médica; y, determina las piezas publicitarias a oficiar por parte del Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales.
- **Las normativas para observar la publicidad de medicamentos corresponden a la LPC y al Código Sanitario principalmente, sin embargo existen Reglamentos aplicables al que también se recurren en este Informe.** El Código Sanitario en su Libro IV denominado “De los Productos Farmacéuticos, Alimenticios, Cosméticos y Artículos de Uso Médico”, artículo 100 y el Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano, Decreto N° 3, en su artículo 201 señalan, explícitamente, **la prohibición de realizar publicidad respecto de las especialidades cuya condición de venta sea de receta simple, receta retenida o receta cheque.**
- **La venta de los medicamentos con receta representa el 76,7% de los ingresos de las Farmacias.** Entre los años 2008 y 2012 los ingresos de las Farmacias pasaron de 545.446 millones de pesos a 731.424 millones de pesos.
- **Quienes más demandan medicamentos se encuentran mujeres, adultos mayores y los sectores de menores ingresos de la población.** El gasto de bolsillo promedio de los hogares chilenos es 55% del total del gasto total y se distribuye de manera regresiva (el gasto en medicamentos del quintil 1 de la población representa el 67,6% del gasto de bolsillo en salud versus el 46,7% del quintil 5). Existe un alto gasto de medicamentos entre la población más pobre del país.
- **El monitoreo y análisis se realizó sobre la publicidad comercial de las Farmacias, Galenica, Salcobrand, Ahumada y Cruz Verde.** Se oficiará a las Farmacias Galenica, Ahumada y Cruz Verde por infringir la LPC en cuanto a la forma de presentar la información (presencia de letra vertical; presencia de frases “...y/o Hasta agotar stock”; “Fotografía de productos referenciales”; “Producto sujeto a disponibilidad de cada farmacia” y “Producto sujeto a disponibilidad y reposición en cada local”.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

 SERNAC Ministerio de Economía, Fomento y Turismo Gobierno de Chile	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 2 de 15	ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification 
	INFORME SOBRE PUBLICIDAD DE FARMACIAS			

Al mismo tiempo, se enviará Oficio al ISP comunicando infracción al Código Sanitario en la publicidad de Farmacias Galenica (82% de los productos publicitados se venden con receta médica) y Ahumada (43% de los productos publicitados, se venden bajo receta médica).

1. INTRODUCCION

1.1. La normativa vigente y la coordinación para la protección de los consumidores.

En Chile, la comercialización de los medicamentos se encuentra condicionada, dado que eventualmente su uso inadecuado podría causar daño a los consumidores. En este sentido, el Servicio Público encargado de regular el Mercado Farmacéutico, según lo estipulado en el Código Sanitario, es el Instituto de Salud Pública del Ministerio de Salud¹.

El “Reglamento de Farmacias, Droguerías, Almacenes Farmacéuticos, Botiquines y Depósitos autorizados”, Decreto 466, establece las denominaciones para los productos farmacéuticos según su condición de venta², así los productos de “venta directa”, son aquellos que se comercializan sin necesidad que el consumidor presente una receta médica. El resto de los productos para los que se necesita presentar receta médica para su adquisición y se clasifican en “venta bajo receta médica simple”, “venta bajo receta médica retenida” y “venta bajo receta cheque”³. Además el Decreto N°3, Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano, instruye que los establecimientos autorizados para la venta de medicamentos, en lo referido a este Informe, son los Almacenes Farmacéuticos y Farmacias⁴.

En particular, respecto a lo que atañe a la publicidad de medicamentos, objeto de este informe, tanto el Código Sanitario en su artículo 100 como el Decreto N° 3, Reglamento del Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano en su artículo 201, señalan explícitamente, la prohibición de realizar publicidad y

¹ Artículo 96.- El Instituto de Salud Pública de Chile será la autoridad encargada en todo el territorio nacional del control sanitario de los productos farmacéuticos, de los establecimientos del área y de fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones que sobre esta materia se contienen en este Código y sus reglamentos.

² Artículo 32.

³ A efectos del informe los productos observados se segmentan entre medicamentos de “venta directa” y de “venta con receta médica”.

⁴ Artículo 196.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

demás actividades destinadas a dar a conocer a un consumidor un producto farmacéutico cuya condición de venta no sea de venta directa.

1.2. El mercado de los medicamentos en Chile y el gasto de bolsillo de los consumidores

Al año 2013 ya existían en Chile 2.659 Farmacias, de las cuales alrededor del 60% son de propiedad de las tres principales cadenas farmacéuticas que reúnen cerca del 95% del valor de venta de los medicamentos⁵.

El mercado de los medicamentos en Chile muestra en el periodo del año 2008 al 2012 un crecimiento tanto en los ingresos de las Farmacias como en el precio de los medicamentos. De acuerdo a cifras entregadas por el Ministerio de Economía⁶, entre los años 2008 y 2012 los ingresos de las Farmacias pasaron de 545.446 millones de pesos a 731.424 millones de pesos. En el mismo periodo se produjo un alza en los precios de un 26,2% en los medicamentos con receta y un 17,3% sin receta.

El volumen de venta de los medicamentos según su condición de venta resulta fundamental para la estructuración de este mercado. De acuerdo al registro del ISP existen 15.411 productos catalogados como medicamentos, de los cuales 2.431 son de venta directa, 12.837 se venden sujetos a receta médica y 143 son de uso exclusivo de los establecimientos asistenciales.

Tabla 1. Tipos de medicamentos registrados en el ISP

Tipo de producto	Número	Participación
Venta directa	2.431	15,8%
Venta con receta médica	12.837	83,3%
Uso exclusivo establecimientos asistenciales	143	0,9%
Total	15.411	100%

Fuente: Instituto de Salud Pública

El mayor volumen de medicamentos registrados en el ISP bajo el tipo “venta con receta médica”, es coherente con el nivel de ingreso que tienen las cadenas farmacéuticas por concepto de venta de este tipo de medicamento, que representan el 76,6% de los ingresos, mientras que los medicamentos de venta directa alcanzaron solo

⁵ “El mercado de medicamentos en Chile”, División de Estudios, Ministerio de Economía, Abril 2013

⁶ *Idem.*

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

un 23,3% del total de ingresos de las Farmacias. La tabla 2 evidencia la importancia que tiene la venta de medicamentos con receta médica en los ingresos del *retail* farmacéutico.

Tabla 2. Participación de mercado según condición de venta

Tipo de producto	2008	2009	2010	2011	2012
Venta con receta	76,5%	77,3%	77,7%	77,4%	76,7%
Venta directa	23,5%	22,7%	22,3%	22,6%	23,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: IMS Health y Ministerio de Salud en "El mercado de medicamentos en Chile", División de Estudios, Ministerio de Economía, abril 2013.

Sobre el gasto de los consumidores en medicamentos, se proyecta que éste aumentaría en consonancia con el crecimiento económico del país⁷. Al año 2012 se estimaba que Chile tendría gasto per cápita de 82 dólares, mientras que en Europa el gasto alcanzaba a 261 dólares per cápita y en Estados Unidos esta cifra subió a 1.042 dólares per cápita. A nivel latinoamericano el gasto per cápita de Chile se encontraba por bajo el gasto que realizaba Argentina (123 dólares per cápita), Brasil (110 dólares per cápita) y Venezuela (193 dólares per cápita). Es esta brecha la que permite avizorar posibilidades de crecimiento para este mercado⁸.

El gasto de bolsillo⁹ en medicamentos representa alrededor de un 55% del gasto total en salud y se distribuye de manera regresiva. Sobre de la demanda por medicamentos, se observa que quienes más demandan son mujeres, adultos mayores y segmentos pobres de la población¹⁰.

⁷ El gasto en medicamentos aumenta 10% per cápita anualmente, lo que vuelve al mercado chileno atractivo para la industria farmacéutica. véase <http://www.latercera.com/noticia/nacional/2013/11/680-552812-9-ocde-chilenos-lideran-mayores-gastos-de-bolsillo-en-salud-junto-a-mexicanos-y.shtml>

⁸ IMS Institute for Healthcare Informatics, World Review, 2012.

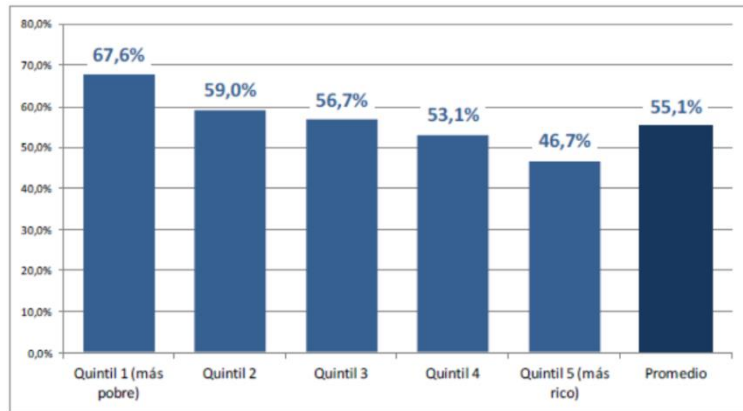
⁹ Para el caso chileno, en base a las definiciones realizadas por la Organización Mundial de la Salud (OMS), se entiende por Gasto de Bolsillo en Salud a aquel que corresponden a todos los tipos de gastos en bienes y servicios de salud realizados para recibir directamente el bien o servicio de salud, incluyendo: honorarios de médicos; compras de medicamentos con receta; compras de medicamentos sin receta; atención hospitalaria; y medicina alternativa o complementaria. Se incluyen los bonos de atención y se restan los reembolsos que se reciban ex post.

¹⁰ Véase

http://www.paho.org/chi/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=139&Itemid=

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

Gráfico 1. Gasto en medicamentos como porcentaje del gasto de bolsillo 2007¹¹



Fuente: Camilo Cid, 2012 con base de datos de EPF-2007 INE

Esta tendencia al alza de precios, la relevancia permanente de la venta de remedios con receta para el estado de la situación financiera de las Farmacias, la brecha de consumo de medicamentos respecto de los países de la OCDE, y la mayor cantidad de medicamentos nuevos que la industria farmacéutica proyecta introducir al mercado al 2016¹², obliga a la vigilancia permanente del mercado de los medicamentos por parte de las Instituciones pertinentes a efectos de promover las recomendaciones de la OMS en cuanto al uso racional y la medicación responsable e impulsar pautas de uso adecuadas, en particular cuando el país vive una transición demográfica en que el envejecimiento será un tema prioritario en materia de salud pública.

Lo mencionado en este punto vuelve necesaria la vigilancia permanente sobre la publicidad a efectos de no contravenir las normas que existen sobre la materia y contribuir de este modo, a un uso responsable de medicamentos.

2. OBJETIVOS

- Analizar la publicidad de medicamentos de Farmacias según las disposiciones de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y demás normas que digan relación con el consumidor.
- Cuantificar la publicidad de medicamentos bajo condición de venta con receta médica.

¹¹ *Idem.*

¹² *Idem.*

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

3. METODOLOGIA

- **Tipo de estudio:** Descriptivo
- **Universo:** Piezas publicitarias de medicamentos anunciadas por Farmacias en prensa escrita y televisión.
- **Muestra:** 64 piezas publicitarias (42 de prensa escrita y 22 de televisión) emitidas en el periodo comprendido entre el 03 de marzo y el 04 de abril del año 2014¹³

El Observatorio definió dos dimensiones para analizar las observaciones registradas en el periodo de muestreo:

1. **Forma de entrega de la información.** Cumplimiento del principio de la disponibilidad de la información, esto es, la facilidad de acceso a la información por parte de los consumidores.
2. **Contenido de la información.** Revisión de la conformidad del mensaje publicitario con las normas establecidas en la Ley N° 19.496 y demás normas que digan relación con el consumidor.

4. ANÁLISIS DE PIEZAS

4.1. Análisis de forma de entrega de la información¹⁴

La observación de las piezas publicitarias en cuanto a la forma, encontró evidencia de infracción a la LPC en los anuncios de las Farmacias Galénica, Ahumada y Cruz Verde. Si bien Farmacias Salcobrand es una de las tres cadenas farmacéuticas con mayor presencia en el mercado de los medicamentos, las piezas publicitarias de este proveedor en su mayoría no hacían alusión a éstos sino que principalmente suplementos alimenticios, no encontrándose evidencia de faltas en cuanto a la forma de entrega de la información.

¹³ El Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales cuenta con una plataforma Web que registra la publicidad aparecida en los siguientes medios: El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, La Cuarta, La Segunda, La Hora, Publímetro, El Diario Financiero, Estrategia, Pulso, Canal 13, Megavisión, Televisión Nacional, Chilevisión y Red Televisión.

¹⁴ Para una mejor observación, las piezas del presente apartado se incluyen en el punto 6 de este informe.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

PROVEEDOR: FARMACIAS GALENICA

Presencia de Letra Vertical: La pieza difundida con fecha 31-03-2014 en el Diario Publímetro contiene información importante de manera vertical, lo que no se ajusta a la LPC, dado que genera un esfuerzo adicional al consumidor para poder informarse, a diferencia de la ubicación correcta que es la información complementaria de formato horizontal. La importancia de lo anterior radica en que dentro de ella se incluyen condiciones que pueden resultar restrictivas e inductivas de error o engaño.



PROVEEDOR: FARMACIAS AHUMADA

Presencia de frase “y/o hasta agotar stock. Producto sujeto a disponibilidad de cada farmacia”: La frase se encuentra en la pieza difundida con fecha 02-04-2014 en el Diario La Hora. Este tipo de frases no permiten, por una parte, tener certeza de la época en que se encontrará vigente la promoción/oferta, y por la otra, tampoco le permite al consumidor tener certeza de la efectividad del ofrecimiento realizado por el proveedor ya que queda sujeto al arbitrio de éste tener los productos disponibles al momento de que un consumidor quiera hacerlo efectivo. **Incluye frase “Fotografías de productos referenciales”.** La frase señalada atenta contra la LPC en cuanto lo exigible es que la foto del producto publicado corresponda verdaderamente al ofrecimiento que se está realizando, ya que es eso lo que el consumidor tiene derecho a exigir.



PROVEEDOR: FARMACIAS CRUZ VERDE

Presencia de frase “Producto sujeto a disponibilidad y reposición en cada local”: La frase se encuentra en la pieza difundida con fecha 03-04-2014 en el Diario La Tercera. Este tipo de frases no permiten al consumidor tener certeza de la efectividad del ofrecimiento realizado por el proveedor ya que queda sujeto al arbitrio de éste tener los productos disponibles al momento de que un consumidor quiera hacerlo efectivo.



	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

4.2. Análisis de contenido de la información.

Desde esta perspectiva de análisis, la observación se enfoca en la publicidad de medicamentos según condición de venta, destacando aquellos productos que bajo sujeción de venta con receta médica presenten publicidad comercial, lo que se encuentra expresamente prohibido por el Código Sanitario en su artículo 100, y lo señalado en el Decreto N° 3, Reglamento Sistema Nacional de Control de los Productos Farmacéuticos de Uso Humano en su artículo 201.

A continuación, se presentan tablas que muestran los productos presentes en las piezas publicitarias observadas durante el periodo de monitoreo, y que se encuentran registradas en el ISP¹⁵. Las Farmacias observadas son Salcobrand, Galénica, Ahumada y Cruz Verde.

La **Farmacia Salcobrand** durante el monitoreo presentó en su publicidad sólo 2 productos registrados en el ISP, ambos de venta directa. Cabe destacar que durante el periodo de monitoreo, la publicidad de esta farmacia estuvo centrada en suplementos alimenticios y otros productos vinculados a la Maratón de Santiago 2014, siendo casi nula la referencia a productos del Registro Sanitario del ISP.

Cuadro 1. Productos publicitados según condición de venta, Farmacias Salcobrand.

Fecha	Medio	Anunciante	Producto	Condición de Venta
19-03-2014	TV	Salcobrand	Calorub	Directa
24-03-2014	TV	Salcobrand	Piroflam gel	Directa

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

Tabla 3. N° de productos publicitados según condición de venta, Salcobrand.

Anunciante	N° productos en publicidad	Condición de Venta	
		Directa	Receta médica
Salcobrand	2	2	0

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

La **Farmacia Galénica** presenta piezas publicitarias en que destacan promociones y ofertas de medicamentos, observándose el slogan “somos especialistas en remedios genéricos”, anunciando medicamentos a bajo costo y bajo la modalidad de comercialización “oferta 2x”. Los resultados muestran una alta presencia de productos bajo sujeción de receta médica en la publicidad.

¹⁵ Véase el Sistema de Consulta de Productos Registrados en <http://registrosanitario.ispch.gob.cl/>

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

Cuadro 2. Productos publicitados según condición de venta, Farmacias Galenica.

Fecha	Medio	Anunciante	Medicamento	Condición de Venta
24-03-2014	La Hora	Galenica	Lansoprazol 30 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Ranitidina 300 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Omeprazol 20 m g.	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Anacin	Directa
24-03-2014	La Hora	Galenica	Ketorolaco GF 10 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Paracetamol 500 m g	Directa
24-03-2014	La Hora	Galenica	Atorvastatina 20 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Piroxicam 20 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Betametasona 0,05%	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Loperamida 2 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Clokinato 125 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Loxatadina 10 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Diclofenaco 100 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Meloxicam 15 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Sildenafil 50 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Fredol	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Naproxeno 550 m g	Receta médica
24-03-2014	La Hora	Galenica	Vitamina C	Directa
24-03-2014	La Hora	Galenica	Hassapirin InfBlis	Directa
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Aspirina	Directa
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Cefamán	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Clofenamín	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Enalapril maleato	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Famotidina	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Ketoprofeno	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Ibuprofeno	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Mizantol	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Atenolol	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Losartan	Receta médica
17-03-2014	Publím etro	Galenica	Ácido mefenámico	Receta médica
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Mizatan	Receta médica
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Mizagesic	Receta médica
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Trinebutina	Receta médica
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Panagésic	Directa
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Clotrimazol	Directa
03-03-2014	Publím etro	Galenica	Clotrimazol+Btm	Receta médica
31-03-2014	Publím etro	Galenica	Metformina	Receta médica
31-03-2014	Publím etro	Galenica	Glibenclamida	Receta médica
31-03-2014	La Hora	Galenica	Metoclopramida	Receta médica

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

Tabla 4. N° de productos publicitados según condición de venta, Farmacias Galenica.

Anunciante	N° productos en publicidad	Condición de Venta			
		N° Venta directa	%	N° Receta médica	%
Galenica	39	7	18%	32	82%

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

Las piezas publicitarias de **Farmacias Ahumada** se centran en una estrategia de precios bajo y eslogan que subrayan la llegada del otoño frente a lo cual invitan a la prevención. Se evidencia presencia de publicidad de productos bajo sujeción de receta médica

Cuadro 3. Productos publicitados según condición de venta, Farmacias Ahumada.

Fecha	Medio	Anunciante	Medicamento	Condicion de Venta
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Anti-ax	Directa
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Predual	Directa
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Salonpas	Directa
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Tol 12 forte	Receta médica
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Agua del Carmen	Directa
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Influvac	Directa
24-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Fluazur antigripal	Receta médica
20-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Trio-val	Receta médica
20-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Kilnits	Directa
20-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Ibupirac	Directa
19-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Inucal	Receta médica
18-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Colonk balance	Directa
18-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Symfona	Receta médica
18-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Buscapina	Receta médica
17-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Limpid	Directa
17-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Gaviscon	Directa
13-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Abrilar	Directa
13-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Dolgex	Directa
13-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Benzocaína	Directa
13-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Limpid	Directa
11-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Famotinol	Receta médica
11-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Vigorex	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Nastizol	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Abrielix	Directa
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Gamalate	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Bicarbonato	Directa
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	T-Noi	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Ulcizole	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Ibuplast	Directa
05-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Aero-Sal	Receta médica
05-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Liberat	Receta médica
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Panagesic	Directa
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Tapsin	Directa
06-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	Cefalmin	Receta médica
02-03-2014	TV	Farmacias Ahumada	Actron	Receta médica
30-03-2014	TV	Farmacias Ahumada	Supradyn	Directa
30-03-2014	TV	Farmacias Ahumada	Abrilar	Directa
03-04-2014	La Tercera	Farmacias Ahumada	Colmax	Receta médica
03-04-2014	La Tercera	Farmacias Ahumada	Aero-Sal	Receta médica
03-04-2014	La Tercera	Farmacias Ahumada	Perspirex	Directa
02-04-2014	La Hora	Farmacias Ahumada	Inmunokind	Directa
20-03-2014	Publimetro	Farmacias Ahumada	CG210	Directa

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

Tabla 5. N° de productos publicitados según condición de venta, Farmacias Ahumada.

Anunciante	N° productos en publicidad	Condición de Venta			
		N° Venta directa	%	N° Receta médica	%
Farmacias Ahumada	42	24	57%	18	43%

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

Farmacias Cruz Verde, la publicidad de este proveedor invita al cuidado familiar y la prevención para la temporada de otoño. No se observa publicidad de productos cuya condición de venta es la receta médica.

Cuadro 4. Productos publicitados según condición de venta, Farmacias Cruz Verde.

Fecha	Medio	Anunciante	Producto	Condición de venta
01-04-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Tapsin DN	Directa
01-04-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Oscillococcinum	Directa
23-03-2014	Las Últimas Noticias	Cruz Verde	Acifin	Directa
23-03-2014	Las Últimas Noticias	Cruz Verde	Hiplogos	Directa
23-03-2014	Las Últimas Noticias	Cruz Verde	Perfungol	Directa
23-03-2014	Las Últimas Noticias	Cruz Verde	ClearEyes	Directa
24-03-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Aspirina	Directa
24-03-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Bucogem Tos	Directa
24-03-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Brontec 120 ml	Directa
24-03-2014	El Mercurio	Cruz Verde	Blistex	Directa
25-03-2014	La Cuarta	Cruz Verde	Focus 500 mg	Directa
25-03-2014	La Cuarta	Cruz Verde	Griptotal	Directa
25-03-2014	La Cuarta	Cruz Verde	Geniol	Directa
03-03-2014	TV	Cruz Verde	D Hipoglos	Directa

Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

Tabla 6. N° de productos publicitados según condición de venta, Farmacias Cruz Verde.

Anunciante	N° productos en publicidad	Condición de Venta			
		N° Venta directa	%	N° Receta médica	%
Farmacias Cruz Verde	14	14	100%	0	0%



Fuente: Observatorio de Publicidad, Sernac.

5. CONCLUSIONES.

El tipo de publicidad de farmacia monitoreada y analizada se caracteriza por ser una publicidad directa que busca motivar la acción inmediata de compra a partir del precio y se presenta en un contexto que alerta la llegada del otoño y las enfermedades asociadas a la temporada.

De acuerdo a lo observado, las infracciones a la Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC) se refieren principalmente en el modo en que

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 12 de 15	
	INFORME SOBRE PUBLICIDAD DE FARMACIAS			

presentan la información, por lo que la acción correctiva se solicitará mediante oficio a las Farmacias Ahumada, Galenica y Cruz Verde.

Respecto del contenido de la publicidad, el análisis nos muestra que las Farmacias Ahumada y Galenica anuncian comercialmente medicamentos sobre cuya condición de venta bajo receta médica alcanza la prohibición de aparecer en publicidad comercial. Al respecto, y al amparo del convenio firmado entre el ISP y Sernac, se oficiará a dicho organismo informando la evidencia encontrada.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

6. ANEXO: PIEZAS PUBLICITARIAS OBSERVADAS SEGÚN LPC

Pieza publicitaria de Farmacias Galenica



Para un OTOÑO Saludable ...

Farmacias GALENICA
 ¡Somos especialistas en Medicamentos Genéricos!
 Tenemos más de 300 medicamentos genéricos a su disposición

PACK KETOPROFENO 2x \$1.680	PACK PARACETAMOL 3x \$990	PACK IBUPROFENO 3x \$990	PACK MEFENÁMICO 2x \$750	PACK MIGRANOL 2x \$1.790
PACK SILDENAFIL 2x \$2.990	PACK LANSOPRAZOL 2x \$4.990	PACK KETOROLACO 2x \$1.390	PACK MELOXICAM 2x \$1.490	PACK NAPROXENO 2x \$2.190

¡¡ Ya disponemos de medicamentos bioequivalentes !!

\$1.590 METFORMINA 850 mg. x 30 cp	\$360 CLORFENAMINA 4 mg. x 20 cp	\$790 METOCLOPRAMIDA 10 mg. x 24 cp	\$1.590 ATORVASTATINA 20 mg. x 30 cp	\$890 GLIBENCLAMIDA 5 mg. x 60 cp
--	--	---	--	---

¡¡ TRABAJA con NOSOTROS !!
NECESITAMOS QUÍMICOS FARMACÉUTICOS Y AUXILIARES DE FARMACIA

- Con certificado o Carnet
- Se otorganamos buen trato
- Sueldo acorde al mercado y un excelente horario: de lunes a viernes, sábado medio día, domingos y festivos libres.

Si te interesa mandarnos tu curriculum a: trabajo@farmaciagalencia.cl o también puedes traerlo personalmente a Calle San Antonio 276, 6° piso of: 602, Santiago Centro.

contacto@farmaciagalencia.cl www.farmaciagalencia.cl

SANTIAGO CENTRO: Agustinas N°695 - San Antonio N°380 / **PROVIDENCIA:** Av. Providencia N°1438 - Av. Providencia N°2580 / **ÑUÑA:** Av. Irarrazaval N°2661 / **VITACURA:** Av. Padre Hurtado N°1541
LA FLORIDA: Av. Americo Vespucio N°7500 / **RECOLETA:** Av. Recoleta N°3646 / **PUDAHUEL:** Av. Teniente Cruz N°540 / **SAN BERNARDO:** Eyzaguirre N°523
QUINTA NORMAL: Av. Carrascal N°4436 - Av. Carrascal N°6003 **PUENTE ALTO:** Av. Concha y Toro N°157 **VALPARAISO:** Av. Pedro Montt N°2060 / **VINA DEL MAR:** Arlegui N°580

Pieza publicitaria de Farmacias Ahumada:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP

cuídate

con nuestros productos naturales.

2x1

Antes: \$2.990 c/u
Multivitámico Vitanil
 30 comprimidos
 Cód. Int.: 70968



\$2.990

Antes: \$4.290
Jalea Real
 Propóleo y Vitamina C 125 mL.
 Efectiva combinación de jalea real y propóleo reforzada con vitamina C, aumenta naturalmente las defensas del organismo devolviendo diariamente la energía, vitalidad y rendimiento.
 Cód. Int. 72038



\$8.990

Antes: \$11.870
Immunokind
 150 comprimidos
 Fortalece el sistema inmunológico en bebés y niños.
 Cód. Int. 73264



\$3.990

Antes: \$4.990
Inucal Gotas
 30 mL.
 Medicamento natural para el tratamiento de las infecciones agudas de las vías respiratorias.
 Cód. Int. 72910



farmacias **ahumada**[®]

Te cuida mejor

Ofertas válidas desde el 24 de marzo al 13 de abril de 2014 y/o hasta agotar stock. Producto sujeto a disponibilidad en cada farmacia. No acumulable a otras ofertas, promociones y/o convenios. Fotografías de productos referenciales. No se automedique.

Pieza publicitaria de Farmacias Cruz Verde:

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP



HORA DE PREVENIR

EN FARMACIAS CRUZ VERDE



MINTAVIT-C
100 MG 100 COMPRIMIDOS

\$890

CÓD.: 31062 ANTES: \$1.090



VAPOLATUM
UNGÜENTO 18G

2x \$1.490

CÓD.: 72177 ANTES: 2x \$1.640



BUCOGERM TOS
10 COMPRIMIDOS

\$1.490

CÓD.: 251832



GENIOL
500 MG 20 COMPRIMIDOS

\$990

CÓD.: 260536



BRONTEC
JARABE 100 ML

\$1.990

CÓD.: 268660



ASPIRINA C
SOBRE LIMONADA CALIENTE

3x \$990

CÓD.: 3136

FARMACIAS **Cruz Verde**

LA FARMACIA DE LOS PRECIOS BAJOS

NO SE AUTOMEDIQUE. PROMOCIÓN HORA DE PREVENIR. Ofertas válidas entre el 02/04/2014 y al 09/04/2014, ambas fechas inclusive, por compras afectuadas en Farmacias Cruz Verde, excepto locales Isla de Pascua y Cerro Sombrero, por personas naturales y consumidores finales. Máximo 3 unidades de la promoción por cada compra. Productos sujetos a disponibilidad y reposición en cada local. No acumulable con otras promociones, convenios y descuentos, salvo 20% descuento con tu Tarjeta de Crédito Cruz Verde.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	11/04/2014	14/04/2014	15-04-2014
Cargo	Profesional de Apoyo OP	Abogada OP	Coordinadora OP