

Medicamentos y alimentos *on line*: cuestiones éticas en torno al acceso a alimentos y medicamentos a través de Internet*

Food and Drugs Online: Ethics of Internet-Based Access to Food and Medicines**

M^a José Plana, investigadora postdoctoral en derecho alimentario, Observatorio de Bioética y Derecho. Codirectora del Máster en Alimentación, Ética y Derecho, U. Barcelona. pepaplana@ub.edu

Manuel J. Lopez Baroni, Prof. Filosofía del Derecho, U. Pablo de Olavide. Miembro del Observatorio de Bioética y Derecho, U. Barcelona. mjlopezbaroni@ub.edu

Lluís Cabré, Jefe Unidad de Medicina Intensiva y Emergencias, Hospital de Barcelona-SCIAS. Miembro del Observatorio de Bioética y Derecho, U. Barcelona. 10654lcp@comb.cat

Itziar de Lecuona, Prof. Facultad Medicina. Codirectora del Máster en Alimentación, Ética y Derecho, U. Barcelona. itziardelecua@ub.edu

M^a José Villalobos, Máster en Bioética y Derecho, miembro del Observatorio de Bioética y Derecho, U. Barcelona. villalobosquesada@gmail.com

Eduardo Mariño H., Catedrático de Farmacia Galénica. Miembro de la Comisión de Bioética de la U. Barcelona. emarino@ub.edu

Atia Cortés, Investigadora Postdoctoral en Inteligencia Artificial, U. Politècnica de Catalunya. acortes@cs.upc.edu

Lucía Cristea Uivaru, Vocal de la Comisión de Derecho Sanitario del Ilustre Colegio de Abogados de Barcelona. luciacristea@icab.cat

M^a Rosa Biel Canut, Ingeniera agrónomo, Inspectora agroalimentaria del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, Generalitat de Catalunya. rbiel@gencat.cat

Miquel Portals, abogado, Jefe Servicios Jurídicos del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA). miquel.portals@irta.cat

Nuria Rey Huerga, Licenciada en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Máster en Alimentación, Ética y Derecho, U. Barcelona. nuriareyobd@ub.edu

Mónica Navarro-Michel, Prof. Derecho Civil, miembro del Observatorio de Bioética y Derecho U. Barcelona. m.navarro@ub.edu

Fabiola Leyton, investigadora postdoctoral en Bioética, miembro del Observatorio de Bioética y Derecho, U. Barcelona. fabiola-leyton@ub.edu

María Casado, Directora del Observatorio de Bioética y Derecho, Cátedra UNESCO de Bioética, U. Barcelona. mariacasado@ub.edu

M^a José Plana [et. al.]: "Medicamentos y alimentos on line: cuestiones éticas en torno al acceso a alimentos y medicamentos a través de Internet"
IEMATA, Revista Internacional de Éticas Aplicadas, nº 29, 135-148

RESUMEN: Este artículo plantea cuestiones éticas relevantes pero aun poco debatidas relativas a la accesibilidad de los alimentos y medicamentos a través de Internet, tomando como punto de partida su incidencia de esta situación en la salud colectiva. El objetivo principal de este trabajo es identificar conflictos bioéticos derivados de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para adquirir medicamentos y alimentos. El artículo distingue entre los riesgos derivados del acceso fácil a medicamentos y alimentos ilegales en Internet, y las implicaciones bioéticas que plantea la adquisición on line de medicamentos y alimentos a través de portales legales.

PALABRAS CLAVE: bioética, salud pública, comercio electrónico, seguridad alimentaria, medicamentos falsificados, protección de datos, tecnologías de la información y comunicación

ABSTRACT: This article describes the ethical implications that arise when buying food and drugs online. The main goal is to identify relevant bioethical conflicts that derive from using information and communication technologies, but which have been overlooked by academia and legislators. The article distinguishes between the risks that easy access to illegal products entails, and the bioethical implications that arise when buying legal food and drugs online.

KEYWORDS: bioethics, public health, electronic commerce, food safety, counterfeit medicines, data protection, information and communication technologies

1. Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación han favorecido la aparición de incontables plataformas digitales que permiten a los ciudadanos adquirir casi cualquier bien o servicio a través de Internet o de aplicaciones móviles. Con el uso intensivo de estas tecnologías está cambiando la forma en que los consumidores y los ofertantes interactúan. La posibilidad de comprar en cualquier momento y desde cualquier lugar, junto con

* La investigación que ha dado lugar a estos resultados ha sido impulsada por Obra Social "la Caixa".

** The research leading to these results has received funding from "la Caixa" Foundation



Received: 12/11/2018
Accepted: 14/01/2019

el hecho de que a través de Internet se puede acceder a una variedad mucho más amplia de productos que no estarían al alcance del individuo en su comunidad, va convenciendo progresivamente a los ciudadanos de las ventajas de efectuar sus adquisiciones por medios digitales, y de la necesidad, por tanto, de cambiar sustancialmente sus hábitos de consumo.

Las ventajas de Internet afectan también a la forma en la que los ciudadanos acceden a medicamentos y alimentos. En efecto, aunque la compra de alimentos en el mercado digital sigue siendo minoritaria en toda Europa, en la última década el comercio electrónico se ha desarrollado significativamente en el sector minorista de comestibles. En cuanto a los medicamentos, desde 2013 pueden dispensarse a través de Internet siempre que no requieran prescripción médica, que la dispensación se lleve a través del establecimiento digital de una oficina de farmacia con sede física que opere legalmente y que ésta haya notificado a la autoridad competente su actividad *on line*.

Sin embargo, el acceso a través de Internet a medicamentos y alimentos conlleva riesgos para la salud y los derechos de los ciudadanos. A pesar de los esfuerzos de las autoridades de control, la oferta de medicamentos y alimentos ilegales y peligrosos es abrumadora y difícil de contener. Además, la oferta legal genera nuevos conflictos que deben ser resueltos para que Internet no se convierta en un terreno de impunidad y falta de responsabilidad.

Los objetivos de este trabajo son identificar problemas y conflictos bioéticos derivados de la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para adquirir medicamentos y alimentos; alertar sobre los riesgos de la economía colaborativa basada en la venta de alimentos *on line*; orientar hacia la prudencia, la seguridad y la responsabilidad a los actores implicados (poderes públicos, plataformas digitales, distribuidores y ciudadanía en general) y poner de manifiesto la necesidad de fomentar políticas públicas que adecuen el contexto de anomia, que caracteriza a Internet y a las plataformas digitales, a los requisitos de seguridad y calidad que deben regir el comercio o intercambio de alimentos y medicamentos.

2. Estado de la cuestión

El acceso a medicamentos y alimentos a través de Internet proporciona notables ventajas. La comodidad de acceso presente en dichas transacciones, permite al ciudadano abastecerse de estos productos sin abandonar su domicilio y con una disponibilidad horaria ilimitada, lo que en algunas circunstancias es de importancia significativa ya que:

“este nuevo canal de distribución permite a personas con problemas de movilidad adquirir los productos necesarios para su día a día sin depender de terceros, obtener los mismos bienes y servicios a mejor precio, o mantener, en el ámbito de su intimidad, determinadas opciones de compra (...) es constatable el aumento significativo de la participación de la tercera edad en el comercio electrónico de bienes y servicios, especialmente en medicación y alimentación. Dado el envejecimiento creciente de la población y la progresiva universalización del acceso a Internet, así como la posibilidad de obtener productos a un precio inferior al del canal de venta tradicional en un momento en que las pensiones se han visto reducidas, el consumidor de más de sesenta y cinco años se ha convertido, cada vez más, en un habitual de la compra *online*.” (Casado y Vilà, 2016, 38-39)

En lo referido a los alimentos, la compra de comestibles en línea resulta cada vez más popular. Unido a la comodidad de llenar la cesta de la compra desde casa, Internet permite acceder

a productos alimenticios de mercados distantes, que no sería posible encontrar dentro de la comunidad local. Además, surgen nuevos operadores 100% digitales (como tiendas gourmet o empresas de repostería, por ejemplo) que están ofreciendo gradualmente productos alimenticios en línea y ganando la confianza del consumidor. Las tecnologías de la información y la comunicación han posibilitado, por tanto, que florezca un tejido empresarial nuevo, de iniciativas de menor tamaño, que se incorporan a la industria alimentaria. El comercio electrónico ha supuesto también la proliferación de iniciativas de venta directa de alimentos por parte de productores locales, que ofrecen sus productos directamente al consumidor final prescindiendo de intermediarios. Estos circuitos cortos de comercialización ofrecen importantes ventajas al productor, quien normalmente obtiene un mayor ingreso y fideliza su clientela aportando información detallada *online* sobre su proceso productivo, sus materias primas o sus valores. Además, la proliferación de plataformas digitales que permiten la oferta de alimentos entre particulares favorece valores compartidos de reutilización y optimización de recursos, así como la reducción del desperdicio alimentario. En este sentido, la distribución de alimentos a través de Internet se presenta como un potente dinamizador de sistemas alimentarios locales y sostenibles.

Ahora bien, no todo son ventajas. Junto a los referidos factores de dinamización social y tecnológica hemos de mostrar un reverso pleno de claroscuros, en el que los poderes públicos tienen dificultad para garantizar el cumplimiento de la ley, y se presentan riesgos que afectan tanto a la seguridad como a la intimidad de los ciudadanos.

2.1. Internet y el mercado paralelo de alimentos y medicamentos

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el mercado digital está plagado de productos prohibidos que no cumplen los estándares de calidad y seguridad necesarios, y/o que no están etiquetados correctamente. (OCDE, 2016). La oferta de medicamentos y alimentos a través de Internet se canaliza frecuentemente a través de un mercado paralelo que permite al usuario acceder a productos ilegales, de baja o nula calidad, y que entrañan riesgos para la salud.

En efecto, a través de Internet resulta relativamente sencillo acceder ilegalmente a medicamentos sujetos a prescripción médica que no pueden dispensarse por esta vía. También es posible acceder a productos con sustancias no autorizadas, elaboradas en establecimientos no autorizados para ello y, por lo tanto, no sujetos al control público y fabricados sin garantías sanitarias. Entre los productos problemáticos más frecuentes se encuentran aquellos con documentación falsa o embalaje defectuoso, productos en los que se ha sustituido o que carecen del principio activo, o cuya dosificación es incorrecta. También se comercializan ilegalmente vacunas y otros productos que escasean en la farmacia tradicional (v. gr., vacuna de las meningitis), así como medicamentos falsificados que pueden afectar a la salud del usuario. Esta oferta ilegal *on line* es atractiva pues obvia la prescripción y permite el acceso directo a sustancias que anuncian propiedades o efectos que son deseados por el usuario. Además, a menudo estos productos pueden adquirirse a un precio bajo o menor al que tendría un producto similar o de efectos equivalentes en el mercado legal.

La oferta ilegal de medicamentos no solo causa daños a quien los usa, sino también a la salud pública, al sistema sanitario, al titular de la marca, y a la confianza del usuario (Consejo Ge-

neral de Colegios Oficiales de Farmacéuticos, 2012). El principal motivo de algunas personas para comprar en estas páginas web es la elusión de los controles médicos o farmacéuticos. También, la ausencia de cobertura sanitaria o de pago por seguridad social empuja a determinados sectores de la población a canales de venta de saldos. A veces, los problemas residen en las barreras del lenguaje, debido a que un porcentaje alto de páginas web ofrecen la información del producto exclusivamente en inglés, y las pocas traducciones al español que se pueden encontrar brindan información errónea, incompleta o falsa.

Algo similar sucede con los alimentos. La relevancia económica del sector alimentario ha hecho que las organizaciones criminales sean conscientes de los beneficios que conlleva la venta de alimentos a través de la red. Estas organizaciones venden cada vez más productos alimenticios irregulares: pueden ser falsificados, pero también mercancía robada o, como en el caso de los complementos alimenticios, productos que contienen sustancias tóxicas cuya distribución como alimento está terminantemente prohibida (Wróbel-Harmas et al., 2014). EUROPOL ha constatado que parte de los grupos que se han dedicado durante años a la venta ilegal de medicamentos online están dejando estos productos y pasando al mercado de alimentos, que es mucho mayor y menos arriesgado: “Los productos falsificados se distribuyen cada vez más a través de los mercados digitales. Los productos que se venden en Internet suelen distribuirse en paquetes pequeños a través del servicio postal o de envío urgente, a menudo directamente a los clientes” (EUROPOL, 2017, 7). En muchos casos, el cliente no es consciente de que el producto es ilegal.

Si bien existe un mercado oscuro paralelo para adquirir estos productos (donde el acceso depende de una invitación personalizada, o a través de buscadores especializados), y donde resulta fácil hallar productos ilegales producidos y comercializados por empresas no registradas, desconocidas o difíciles de localizar, también existe un mercado digital transparente y de libre acceso. En particular, a través las plataformas digitales tipo “Marketplace”, se pueden hallar medicamentos, a pesar de que las normas de utilización de dichas plataformas prohíben su distribución. También resulta frecuente la oferta de suplementos alimenticios con ingredientes no autorizados para alimentación en plataformas digitales sobradamente conocidas. Por ello, no es necesario que el ciudadano se adentre en las catacumbas de la red para acceder a alimentos y medicamentos suministrados de forma ilegal o que no cumplen con los estándares legales de seguridad y calidad.

2.2. Las dificultades al control de la oferta por parte de los poderes públicos favorecen la impunidad

Controlar la oferta digital es más complicado que controlar el mercado tradicional: los protocolos diseñados por las autoridades, la formación del personal de control y sus equipos no están adaptados al mundo digital. Además, la fragmentación de la cadena de producción difumina la participación y la identidad de los operadores responsables de los productos no conformes a Derecho. El control público de la seguridad y autenticidad de los productos en el mercado digital es, por lo tanto, difícil. Esta situación ha generado una sensación de impunidad, lo que ha permitido que iniciativas ilegales se hagan un gran hueco en el espacio digital.

En efecto, en muchas ocasiones resulta difícil identificar al responsable de la venta porque las plataformas facilitan la aparición de intermediarios de identidad difusa, lo que afecta a la tra-

zabilidad de los productos (la línea de rastreo que va desde la producción hasta el consumo, pasando por la comercialización y la distribución).

Las dificultades planteadas por la multitud de operadores (productor, almacenista, vendedor, plataforma de distribución, canal de pago, servidor web, etc.) que pueden intervenir en una misma oferta, se agravan con el hecho de que estos pueden estar repartidos en varios países, lo que perjudica las posibilidades de control por parte de las administraciones públicas. De hecho, una de las paradojas de la globalización es que, a pesar de constituir un fenómeno de carácter mundial y transfronterizo, los ámbitos de control siguen siendo nacionales, predominando la fragmentación y la descoordinación por parte de los poderes públicos.

Por último, con la generalización del acceso electrónico a alimentos y medicamentos, han surgido nuevas técnicas de distribución de estos productos que requieren un proceso de adaptación que dista de haber comenzado. Entre estas técnicas debemos destacar la normalización de la introducción de medicamentos en paquetes postales no declarados, lo que impide identificar y controlar la entrada y la circulación, dentro de un determinado territorio, de dicho producto. Además, estos paquetes postales no tienen en cuenta a menudo los requerimientos de transporte de alimentos y medicamentos, en particular, la necesidad de asegurar que no se rompe la cadena de frío. En efecto, la ruptura de dicha cadena puede generar, en el caso de los medicamentos, la aparición de efectos adversos para el paciente por falta de actividad y, en el caso de los alimentos, la aparición de riesgos para la salud por la falta de refrigeración (o, cuanto menos, que el alimento pierda calidad).

Esta disfunción entre la cadena de producción y comercialización y su control se ve favorecida por el hecho de que las plataformas de comercio electrónico no tienen la obligación de velar por que las ofertas que aparecen en sus espacios no sean de productos ilegales. De acuerdo con la Directiva de Comercio Electrónico¹, gran parte de las plataformas digitales a través de las cuales se ofertan alimentos y medicamentos gozan de la consideración legal de “prestadores de servicios de intermediación” (meros intermediarios), por lo que no están obligados a supervisar la actividad de aquellos que ofrecen productos gracias a su intermediación (Martínez Mata, 2017). Eso supone que no tienen la obligación legal de comprobar que aquello que se vende a través de su *web* o *app* es legal (Edwards, 2010). Únicamente están obligadas a actuar retirando la oferta, cuando un tercero (administración pública, ciudadano o cualquier interesado) les alerte de su ilegalidad (Sartor, 2017). Para que nazca su obligación, además, es necesario que el aviso sea en relación con contenidos ilegales identificados de forma individualizada (una oferta concreta, de un usuario en concreto). No surten efectos las advertencias generalizadas.

Preocupada por las actuales dificultades, la Comisión Europea ha dictaminado que “las plataformas en línea, que sirven de intermediarias para el acceso a los contenidos de la mayoría de usuarios de Internet, tienen una importante responsabilidad social a la hora de proteger a los usuarios y la sociedad en general y de impedir que los delincuentes y otras personas que practican actividades ilícitas en línea, hagan uso de estos servicios.” (Comisión Europea, 2017, 2-3)

Ante este tipo de escenarios los poderes públicos están tomando medidas para revertir la situación actual y limitar el alcance de la oferta ilegal de medicamentos y alimentos. A título indicativo, cabe mencionar los controles establecidos por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios, con objeto de investigar las páginas web dedicadas a la venta

ilegal de medicamentos, y promover su cierre, así como sus campañas de concienciación ciudadana; las intervenciones de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado; los programas de control coordinados de la Unión Europea (Comisión Europea, 2018), con la participación incluso de las plataformas de venta como *Alibaba*, *Ebay*, *Amazon*, y de países extracomunitarios, como China.

3. Cuestiones bioéticas

Aunque el medio que se emplea para ofrecer los alimentos y los medicamentos es el mismo, esto es, Internet, las implicaciones éticas aparejadas al suministro *on line* de unos y otros son distintas. De ahí que requieran un tratamiento específico.

3.1. Específicas de los medicamentos

La dispensación de medicamentos sin receta a través del establecimiento digital de las oficinas de farmacia tiene implicaciones éticas relevantes. *On line*, la barrera entre la dispensación y la venta se difumina, la oficina de farmacia digital se percibe como una “tienda” en la que pueden adquirirse igualmente complementos alimenticios o productos de paramedicina, el consejo farmacéutico convive en ocasiones con reclamos publicitarios, y se consiente la mercantilización de los datos personales del usuario.

a. Las webs legales de dispensación de medicamentos son difícilmente identificables por el usuario

Los medicamentos no pueden ser tratados como una mercancía más, ya que requieren con unos estándares de seguridad, fiabilidad y credibilidad sustancialmente diferentes al resto de productos que pueden hallarse en Internet. Su suministro a través de oficinas de farmacia forma parte de su elenco de garantías. Y es que los medicamentos no son meros bienes de consumo y, en consonancia, las oficinas de farmacia no los venden, sino que los dispensan. Igualmente, las oficinas de farmacia (tal y como las identifica la Ley 16/1997, de 25 de abril, de Regulación de servicios de las oficinas de farmacia) no son meras tiendas sino que están insertas en el sistema de salud y sujetas a la planificación sanitaria. Como tal, las oficinas de farmacia tradicionales cuentan con un establecimiento propio a pie de calle, fácilmente identificable por los usuarios.

La dispensación farmacéutica no puede entenderse únicamente como el acto de venta de medicamentos u otros productos sanitarios al usuario: tanto el Derecho como las buenas prácticas reconocidas incluyen dentro del acto de dispensación otros elementos complementarios pero esenciales, como es por ejemplo la obligación de suministrar al usuario aquella información necesaria para que haga un uso correcto del medicamento o producto sanitario del que se trate.

Pues bien, la venta online de medicamentos está armonizada a nivel Europeo, y en España está sujeta a lo establecido en el Real Decreto 870/2013, de 8 de noviembre, por el que se regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica. Los requisitos más destacables son:

- a) Solamente pueden distribuir medicamentos las oficinas de farmacia abiertas al público en el mercado físico, y previa notificación a la autoridad competente. Es decir, únicamente pueden dispensar medicamentos las oficinas de farmacia tradicionales, desde su establecimiento habitual, y tras informar a la Agencia Española del Medicamento de esta actividad complementaria.
- b) El farmacéutico debe operar desde su propia farmacia, es decir, no puede actuar desde un establecimiento de almacenamiento o similar.
- c) Solamente se pueden dispensar los medicamentos que no requieran receta médica.
- d) El farmacéutico ha de transmitir al usuario electrónico la misma información que habitualmente proporciona al ciudadano que acude a su farmacia, en especial, lo dispuesto en la normativa de uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.
- e) Las oficinas de farmacia deben identificarse *on line* con un logotipo que ha sido diseñado por la Comisión Europea. Es el mismo para toda la Unión y permite al usuario saber el Estado miembro en el que está ubicado el punto de venta. Además, el logotipo consta de un hipervínculo que enlaza directamente con la web del Estado miembro en el que se sitúa la farmacia física que dispensa *on line*. Este enlace permite al usuario verificar si la farmacia dispensa medicamentos de forma legal a través de Internet. En el caso de España, el hipervínculo enlaza con la página *Distafarma*, perteneciente a la Agencia Española del Medicamento.
- f) Si bien el establecimiento digital puede utilizar un nombre comercial, debe en todo caso hacer constar el número de identificación y la dirección de su establecimiento físico.

A pesar de la claridad y exigibilidad de estos requisitos, la realidad es que su puesta en marcha se está viendo dificultada por prácticas que están escapando, por ahora, al control de la Administración. Así algunas oficinas de farmacia no incorporan el logo de verificación de la UE, a pesar de su obligatoriedad. Además, a menudo la página web que canaliza la dispensación digital tiene un nombre determinado mediante estrategia de marketing que no corresponde al nombre de la oficina de farmacia física, y es difícil encontrar en la web la identificación del establecimiento físico autorizado que exige la ley. Esto impide al ciudadano saber si se trata de un portal autorizado o no.

Además, es posible encargar online medicamentos a través de aplicaciones digitales. Estas *apps* conectan a paciente-usuario con un repartidor dado de alta en la plataforma que se encarga de comprar el medicamento en la oficina de farmacia tradicional y de entregárselo a domicilio. Teniendo en cuenta que la legislación prohíbe que en la dispensación intervengan intermediarios, el conflicto está abierto respecto de la legalidad de estas iniciativas.

b. Automedicación y pseudoempoderamiento

La información existente en Internet permite a sus usuarios tratar de diagnosticar su enfermedad, situación que se retroalimenta con la existencia de foros donde se intercambian experiencias, opiniones y consejos de la más variada índole. La posibilidad de obtener medicamentos *on line* favorece este tipo de prácticas, ya que el usuario no solo se atreve sino que se le anima a autodiagnosticarse, sino también a automedicarse desde la aparente inocuidad y falso empoderamiento para gestionar su salud/enfermedad y su bienestar. Todo ello sin el más mínimo criterio científico ni apoyo de personal sanitario alguno, con el agravante de que las aplicaciones

se sirven de este tipo de propaganda de medicamentos y productos para financiar sus servicios “médicos” sin ningún control y sin ninguna fiabilidad; ello constituye un ejemplo de usos secundarios de datos que propicia el mercado digital y que en este ámbito puede ser nocivo para la salud y para los derechos de las personas (intimidación, confidencialidad, etc).

Los riesgos son fáciles de intuir, ya que los usuarios pueden fácilmente caer en el error de situar en el mismo plano páginas con información contrastada y otras que carecen del más mínimo rigor, como blogs, correos masivos o cualquier folleto que circule por la red, equiparando su valor y fiabilidad. Estos riesgos se incrementan cuando constatamos que, en ocasiones, la información que recibe el usuario es proporcionada por la misma fuente que suministra la medicación.

Por último, el acceso a Internet de determinados colectivos, que no estén familiarizados con los sistemas en línea -como pueden ser las personas de capacidad cognitiva disminuida- incrementa su vulnerabilidad, ya que pueden ser objeto de estafas o de sus propias limitaciones funcionales.

c. Medicina vs. Paramedicina

Diversas formas de medicina alternativa, que son en sí mismas un problema de salud pública, encuentran un terreno fértil en la distribución online.

En efecto, asistimos al fenómeno de que, en ocasiones, se mezcla la oferta de medicamentos legales con complementos alimenticios o productos homeopáticos, lo que transmite al usuario la creencia de que todos estos productos son igualmente curativos y están científicamente probados. Los recientes cambios normativos, que han otorgado la calificación de medicamento a estos productos, desdibujan aún más las fronteras entre la medicina (basada en la evidencia científica) y las pseudoterapias. Este hecho repercute en la salud del ciudadano e incrementa innecesariamente el gasto en la sanidad pública, ya que en ocasiones los pacientes acuden de forma tardía a su ambulatorio u hospital debido a que han perdido un tiempo precioso de efectivo tratamiento para sus patologías.

d. Intimidación y datos personales al descubierto

El nivel de exposición de los datos de los usuarios que adquieren medicamentos *online* es desproporcionado. Existe escasa protección de los datos personales de los usuarios que adquieren medicamentos a través de Internet.

Por un lado, existen técnicas, conocidas como *phishing*, para suplantar webs oficiales y hacer un uso fraudulento de ellas. Estas técnicas, que copian el estilo de la página web, así como sus logos, se emplean para robar datos personales y/o bancarios de los usuarios, por lo que pueden afectar con una especial intensidad al mercado digital de fármacos puesto que la legislación obliga al usuario a facilitar determinados datos personales (la dispensación no puede ser anónima).

Pero esta situación afecta también a los circuitos legales de suministro de medicamentos online, ya que en ocasiones no se han establecido medidas de protección de datos acordes con la información personal que se maneja. Sin duda, la información personal que se puede

extraer de la dispensación *on line* tiene el potencial de afectar a la intimidad en mayor grado que el consumo de cualquier otro bien o servicio a través de la red.

La normativa aplicable exige que compra *on line* no sea anónima, lo que obliga a pedir y recopilar los datos personales de los usuarios. Sin embargo eso no justifica en ninguna medida la recopilación indiscriminada y no autorizada de información personal. Por ejemplo, algunos sitios web incluyen un cuestionario de salud para vender el medicamento, creando una base de datos sin control legal alguno que puede ser vendida a terceros o empleada para la comisión de delitos.

También las personas afectadas por determinadas enfermedades o condiciones que liberan información de manera indiscriminada en plataformas que no garantizan el tratamiento de datos confidencial. El afectado contribuye a generar perfiles (perfilados) que luego servirán de base para otras campañas de oferta de productos, generando así modelos de negocio exponenciales. Así se consigue fomentar determinados consumos y detección de comportamiento vulnerable y susceptible de comprar lo que quieren vender en función de la información que el consumidor libera en Internet.

Puesto que a través de las webs se procede al registro y almacenamiento de datos de una persona física identificada o identificable, la normativa en materia de protección de datos es aplicable desde el momento en que la página web genera tráfico de datos personales y los datos son accedidos o tratados por cualquier persona o entidad distinta al titular de los mismo. Por ello, es menester que se trate de una web segura, con medidas de seguridad adecuadas, con cifrado o encriptamiento de los datos y empleando técnicas de anonimización o seudomización, como medidas de seguridad efectivas para ulteriores tratamientos y conservación de los datos personales. De esta manera, se debe aplicar el nuevo Reglamento General de Protección de Datos incluso aunque el responsable del tratamiento no estuviera establecido en el territorio de la Unión Europea.

Por último, y a modo de ejemplo, un problema que podría surgir a raíz de la compra de medicamentos es que -en aquellos países donde se encuentra liberalizada y si hubiera un control estricto de la obtención de medicamentos *on line*, se puede detectar si hay una enfermedad en un área geográfica determinada. En efecto, la demanda masiva de determinados medicamentos permite inferir qué tipo de patología afecta a la población en un determinado lugar y época, y esta información puede ser utilizada con fines lucrativos (v. gr., vendiendo placebos, medicamentos adulterados, o alterando los precios controlando la cantidad de medicación disponible).

3.2 Específicas de los alimentos

El comercio electrónico de alimentos, incluido el que se realiza mediante operadores legítimos, presenta características muy diferentes a los canales tradicionales. Podemos destacar las siguientes:

a. El mercado digital de alimentos es significativamente menos seguro que el mercado tradicional físico

A diferencia de los medicamentos, los alimentos pueden ser distribuidos a través de la red por cualquier empresa o individuo que haya registrado su actividad y establecimientos ante

la autoridad competente. Tanto los operadores con tienda física como los digitales tienen las mismas responsabilidades y obligaciones, en concreto, cumplir con la legislación alimentaria y garantizar la seguridad, integridad y calidad de los alimentos que ponen en circulación.

Sin embargo, se ha constatado que aquellas iniciativas que operan en el mercado digital incumplen sus obligaciones en materia de seguridad y calidad alimentaria en mucha mayor medida que los operadores con tienda física. Los datos recabados en los últimos años por las autoridades europeas y por varios Estados miembros, como Alemania (Schreiber et al., 2015) y el Reino Unido (Food Standards Agency, 2016) son significativos: el incumplimiento es masivo.

En concreto, Alemania identificó, entre 2011 y 2013, más de 3.000 establecimientos de alimentos en línea que no estaban registrados ante las autoridades competentes, a pesar de estar obligados a ello. En este contexto, enumeró hasta 1.200 ofertas en línea que no cumplían las normas alimentarias. En el Reino Unido se analizó, en 2015, el mercado digital de alimentos dulces, productos cárnicos y complementos alimenticios, identificando una tasa de incumplimiento de hasta el 90%, tasa inconcebible en el mercado físico. Por último, en febrero de 2018 se publicaron los resultados de la primera acción coordinada de control en la Unión Europea sobre comercio electrónico de alimentos, conocida como *CCP e food*. El objetivo de esta iniciativa era obtener información sobre el mercado digital de complementos alimenticios con información sobre determinadas propiedades medicinales y nuevos alimentos no autorizados, evaluar la capacidad de control de las autoridades competentes en este mercado, y valorar la posibilidad de utilizar canales de cooperación internacional que podrían facilitar las tareas de control. El resultado de esta acción fue que se identificaron 1.100 páginas web que distribuyen actualmente estos productos en Europa, entre las que se constató la existencia de 779 ofertas de productos irregulares (Comisión Europea, 2018).

Los productos que presentan mayores tasas de incumplimiento cuando son distribuidos a través de Internet por operadores legítimos son los alimentos frescos y/o altamente perecederos (que a menudo se manipulan y transportan sin cumplir con la normativa de higiene y seguridad alimentaria y, por lo tanto, sin las debidas medidas que garanticen la seguridad, integridad y calidad del alimento), y los complementos alimenticios (que frecuentemente se comercializan con declaraciones de propiedades saludables prohibidas para estos productos, o que contienen sustancias no autorizadas).

b. Economía colaborativa, alimentos e Internet: riesgos

Las iniciativas de los “prosumidores” (ciudadanos que, sin dedicarse profesionalmente a ello, ponen a disposición de sus pares productos alimenticios) están ganando popularidad (Vaughan, Daverio, 2016). Existen abundantes plataformas digitales que facilitan que los particulares compartan platos y alimentos. En estas plataformas se ofrece desde pan casero a menús completos, pasando por ofertas de productos frescos adquiridos en establecimientos tradicionales, que se sabe que no se va a consumir a tiempo, o productos obtenidos de la caza y la pesca. Registrarse en esas plataformas es fácil, ya que en la mayoría de ellos no hay un proceso de selección para posibles ofertantes, con lo que cualquiera puede ofrecer alimentos.

Algunos de los objetivos de quienes colaboran en este tipo de canales son participar en la “economía colaborativa”, reducir el desperdicio alimentario y facilitar la creación de sistemas

alimentarios locales y sostenibles. Sin embargo, pocos conocen que la legislación alimentaria europea se aplica también a los alimentos “caseros”, tanto en lo que respecta a su manipulación como a las reglas de transporte, incluso si los alimentos se entregan a título gratuito. La legislación alimentaria tiene como objetivo primordial evitar que sean puestos a disposición de los ciudadanos alimentos “no seguros” (expresión del Reglamento 178/2002), y este sistema de reglas se aplica de forma universal, con independencia de si hay ánimo de lucro, o de la frecuencia con la que se participa en estos intercambios.

Aunque el intercambio de alimentos entre pares no es un fenómeno nuevo, la red cambia la escala y la forma en que se realiza (Zurek, 2016). Así, las personas no solo no se conocen, sino que incluso no se identifican. Esta falta de relaciones de confianza previas genera evidentes problemas. Además, el hecho de que sus participantes de estos intercambios ignoren (aun cuando sea sin mala fe) las reglas del juego, ha llevado a que una parte significativa de las ofertas “prosumidoras” incumplan manifiestamente la legislación que se les aplica: no satisfacen los requisitos de información alimentaria, utilizan reclamos de salud indebidos, o son entregados “a cuenta y riesgo” del comprador sin respetar la cadena del frío.

Como ocurre con las empresas de menor tamaño en el mercado físico, los motivos de que se den estos incumplimientos son variados (Yapp, Fairman, 2006) y no suelen estar vinculados a una voluntad de quebranto de la ley sino a factores como el desconocimiento de las obligaciones legales o la falta de capacidad técnica o económica. Por este motivo, urgen actuaciones que eduquen a los prosumidores en el cumplimiento de la ley y en la garantía de la seguridad alimentaria. Para ello, resulta necesario concienciar e involucrar a las plataformas, a los poderes públicos y a los ciudadanos, con el objetivo de que este nuevo canal de “intercambio” sea seguro.

c. El mercado digital de alimentos: ¿Catalizador de la sostenibilidad del sistema alimentario?

El comercio por Internet es una herramienta valiosa para complementar el sistema alimentario actual. Tiene el potencial de facilitar la integración de los pequeños productores en un sistema alimentario cada vez más dependiente de grandes corporaciones, facilitando la creación de cadenas cortas de comercialización y la compra de proximidad, así como mejorando el rendimiento de su actividad económica. Además, repercute de forma positiva en el ciudadano-consumidor, ya que la comodidad de comprar desde casa en cualquier momento posibilita la conciliación y la participación de las personas con dificultades de movilidad, así como el acceso a los alimentos desde y de zonas remotas.

Sin embargo, el mercado digital de alimentos tiene, y los hechos son contundentes, una enorme capacidad para generar efectos perversos, como, entre otros, la retroalimentación de los monopolios que se aprovechan de su situación de dominancia para expulsar del mercado al comercio minorista (la compra de *Whole Foods* por Amazon, en EEUU, es un buen ejemplo); la precarización de las condiciones laborales de los trabajadores, o el aumento exponencial de los desplazamientos para distribuir alimentos, lo que conlleva consecuencias medioambientales. Por último, señalar que recientes investigaciones indican que la comodidad de la compra de alimentación online podría favorecer el desperdicio de alimentos, puesto que puede conllevar un efecto negativo en la sensación psicológica de posesión. (Ilyuk, 2018).

4. A modo de conclusión

El acceso a través de Internet a medicamentos y alimentos conlleva riesgos para la salud y la intimidad de los ciudadanos. Por un lado, existe un mercado ilegal que no se esconde, sino que a menudo es más fácil acceder a ofertas ilegales que a productos conformes a Derecho y sujetos al control público. Es por ello que los recursos públicos no deben únicamente destinarse a efectuar un control oficial y a sancionar a los responsables de productos no conformes, sino también a educar a los operadores económicos en sus obligaciones legales, y a orientar a los potenciales consumidores con recomendaciones y consejos.

Asimismo, en cuanto a los medicamentos expedidos *on line*, es preciso velar por la protección del paciente-usuario, promoviendo una aplicación de las reglas y buenas prácticas existentes y reconocidas en el ámbito de la información y publicidad de medicamentos sin receta. Es preciso establecer estrategias específicas para asegurar que las oficinas de farmacia que operan a través de Internet hagan correcto uso del logo identificativo Europeo, ya que de ello depende que el usuario pueda distinguir entre distribuidor legal e ilegal. Además, Internet borra la distinción entre medicina y paramedicina, ya que productos de uno y otro conviven en la misma web (a menudo sin distinción alguna). Ello contribuye a difuminar las diferencias entre dispensación y venta. Por ello, es necesario separar la venta de medicamentos y de productos sanitarios de la venta de productos de parafarmacia y de medicina alternativa.

Pero no solamente es necesario igualmente establecer políticas públicas dirigidas a educar al consumidor-usuario sobre los riesgos que pueden ir aparejados con el acceso a medicamentos o productos alimenticios a través de Internet. También es preciso poner en marcha estrategias que permitan a los ciudadanos tomar conciencia de las consecuencias que sus elecciones online tienen sobre el sistema alimentario global.

Bibliografía

- Casado, M., Vilà, A. (Coords.) (2016) *Documento sobre envejecimiento y vulnerabilidad*, Edicions Universitat de Barcelona
- Comisión Europea (2017) *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Lucha contra el contenido ilícito en línea: Hacia una mayor responsabilización de las plataformas en línea*. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017DC0555&from=ES> (última consulta: 19.11.2018)
- Comisión Europea (2018) *Analysis of the main outcome of the implementation of the Commission Recommendation on a coordinated control plan on the official control of certain foods marketed through the Internet*. Recuperado de https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/oc_oof_analysis_main_outcome_en.pdf (última consulta: 19.11.2018)
- Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (2012) *Circular 69/21, sobre punto farmacológico nº 61, Medicamentos e Internet*. Recuperado de https://www.cofpo.org/tl_files/Docus/Puntos%20Farmacologicos%20CGCOG/20120131%20INFORME%20CONSEJO%20MEDICAMENTOS%20E%20INTERNET.pdf (última consulta: 19.11.2018)

- Edwards, L. (2010) *Role and responsibility of Internet intermediaries in the field of copyright and related rights*. Recuperado de <http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4142&plang=EN> (última consulta: 19.11.2018)
- EUROPOL (2017) *2017 Situation Report on counterfeiting and piracy in the European Union*. Recuperado de <https://www.europol.europa.eu/publications-documents/2017-situation-report-counterfeiting-and-piracy-in-european-union> (última consulta: 19.11.2018)
- Food Standards Agency (2016). *Food Sold Online. Guidance for local authorities*. Recuperado de <https://www.food.gov.uk/sites/default/files/foodsoldonline-guidance-for-local-authorities.pdf> (última consulta: 19.11.2018)
- Ilyuk, V. (2018) "Like throwing a piece of me away: How online and in-store grocery purchase channels affect consumers' food waste", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 20-30.
- Martínez Mata, Y. (2017) "Bolkestein revisited in the era of the sharing economy", *Revista Electrónica de Estudios Internacionales (REEL)* 33:1-19. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6062577> (última consulta: 19.11.2018)
- OCDE (2016) *Online Product Safety: Trends and Challenges*. OECD Digital Economy Papers 261, OECD Publishing, Paris
- Sartor, G. (2017) *Providers Liability: From the eCommerce Directive to the future*, European Parliament Research Services. Recuperado de [[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_IDA\(2017\)614179](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_IDA(2017)614179)]
- Schreiber, G.A., Liebscher, B., Kranz, P. (2015). *Der online-handel mit Lebensmitteln – herausforderung für die Überwachung*, ZLR 3/2015.
- Vaughan, R., Daverio, R. (2016). *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. PwC, United Kingdom, Recuperado de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjmuDO3sTaAhWfURQKHxgCA8IQFggoMAA&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2FdocsRoom%2Fdocuments%2F16952%2Fattachments%2F1%2Ftranslations%2Fen%2Ftranslations%2Fnative&usq=AOVvaw3mGJ-2pMjjmaDm1MKzzFNz> (última consulta: 19.11.2018)
- Wróbel-Harmas, M., Krysińska, M., Postupolski, J., & Wysocki, M.J. (2014) "Food supplement-related risks in the light of Internet and RASFF data", *Przegląd epidemiologiczny*, 68(4), 613-619. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/25848779> (última consulta: 19.11.2018)
- Yapp, C., & Fairman, R. (2006) "Factors affecting food safety compliance within small and medium-sized enterprises: implications for regulatory and enforcement strategies", *Food Control* 71(1):42-51. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2004.08.007> (última consulta: 19.11.2018)
- Zurek, K. (2016) "Food Sharing in Europe: Between Regulating Risks and the Risks of Regulating", *European Journal of Risk Regulation* 7(4):675-687. Retrieved from <https://doi.org/10.1017/S1867299X00010114> (última consulta: 19.11.2018)

Legislación referenciada

- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2000-81295> (última consulta: 19.11.2018)
- Reglamento (CE) n.º 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002R0178&from=ES> (última consulta: 19.11.2018)

Real Decreto 870/2013, de 8 de noviembre, por el que se regula la venta a distancia al público, a través de sitios web, de medicamentos de uso humano no sujetos a prescripción médica. Recuperado de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-11728> (última consulta: 19.11.2018)

Agradecimientos

Los autores agradecen al Dr. Fernando García Lopez (Instituto de Salud Carlos III) y al Dr. Joaquim Martínez Montauti (Observatorio de Bioética y Derecho U. de Barcelona) por sus valiosas aportaciones durante la elaboración del artículo.

Notas

1. Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior.