

C.P.C. N° 1035 /

ANT. Denuncia de Luis Farah Said en
contra de Laboratorios farma-
céuticos.

Rol N° 32-95 F.N.E.

MAT: Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, 29 MAY 1998

1.- Don Luis Farah Said, en representación de la Farmacia Farah, domiciliada en calle O'Higgins N° 801, ciudad de Copiapó, presentó una denuncia dirigida al Sr. Fiscal Nacional Económico en contra de los Laboratorios de productos farmacéuticos por discriminación de éstos en la entrega de los descuentos que otorgan a las grandes cadenas de farmacias en desmedro de los otorgados a las pequeñas y medianas farmacias.

Según el denunciante, el precio de lista de los laboratorios no constituye más que una mera referencia, si a éstos se aplican todos los descuentos ocultos son: Notas de Crédito por publicidad en vitrina, volumen, pronto pago, ofertas, publicidad compartida, descuentos por distribución, etc., se lleva a la conclusión de que el precio de venta de las cadenas a público es menor que aquel al cual tiene acceso las farmacias independientes originándose una abierta discriminación.

Para normalizar el mercado, el denunciante propone las siguientes medidas:

- 1.1.- Precio origen transparente y real de los medicamentos.
- 1.2.- Eliminación de todo tipo de descuento.

- 1.3.- Descuentos por economías de escala no discriminatorios.
- 1.4.- Propender a la atomización de los mercados.
- 1.5.- Obligación de publicitar las listas de precios de los medicamentos y sus condiciones de venta.
- 1.6.- Eliminación de la integración vertical entre Laboratorios y cadenas de farmacias.

A la denuncia en referencia se acompaña una lista de precios de 10 productos de alta rotación donde se demuestra que el precio a público de las cadenas es menor que el precio del distribuidor Farmacentral (único distribuidor independiente de los laboratorios).

Adicional a la denuncia descrita anteriormente, con fecha 26 de abril de 1996, el mismo denunciante acompañó las condiciones de venta de los laboratorios Schering Chile S.A., Labomed S.A., y Bayer Chile S.A., donde se demuestra el incumplimiento de los referidos laboratorios al dictamen N° 862/532 de esta Comisión Preventiva Central.

En efecto, en relación con el laboratorio Schering S.A. las escalas de descuento por volumen favorecen a las cadenas de farmacias y se apartan de aquellas especificadas como no discriminatorias por esta Comisión en el referido dictamen. Con respecto al laboratorio Labomed S.A., se establece un descuento preferencial a las cadenas de un 5%, y el total de descuentos ofrecidos en sus condiciones de venta alcanza hasta un 50%. Por último, Bayer Chile S.A. comienza su escala de volumen en un mínimo de 20000 cajas, lo cual deja fuera de escala a todas las farmacias medianas y pequeñas.

2.- Por Oficio N° 058, de fecha 19 de marzo de 1998, el señor Fiscal Nacional Económico emitió un informe a esta Comisión, previa investigación de los antecedentes aportados por el denunciante y de los estudios relativos al mercado de los distribuidores mayoristas. Las principales conclusiones de dicho informe se resumen como sigue:

a) En relación con la discriminación de los laboratorios en contra de las pequeñas y medianas farmacias al otorgarles descuentos arbitrarios por diversos conceptos a las cadenas de farmacias, los antecedentes aportados por la denunciante no demuestran la existencia de actos contrarios a la libre competencia. En efecto, los datos de precio a público de la lista de medicamentos aportados por el denunciante, demuestran que la diferencia de precio entre el distribuidor independiente Farmacentral posee precios menores que farmacias Salco. De este modo, las farmacias pequeñas y medianas pueden acceder a precios competitivos si adquieren sus productos a Farmacentral.

b) Con respecto a la denuncia, en contra de los laboratorios Bayer de Chile S.A., Labomed S.A., y Schering de Chile S.A., si bien es cierto, los dos primeros poseen en la actualidad condiciones de venta que se apartan de las estipuladas como razonables, objetivas y no discriminatorias por la II. Comisión Preventiva Central, en dictamen N° 877, de septiembre de 1993, la existencia de cadenas de farmacias formadas por pequeños y medianos propietarios de éstas, como lo son RedFarma y Bigfarma, permite a éstos últimos adquirir medicamentos de los laboratorios a precios similares a los que acceden las grandes cadenas (Salco, Ahumada, Brand, etc.) Lo anterior demuestra una modificación de la estructura del mercado en los últimos años,

incrementándose el porcentaje de participación de los distribuidores (sean estas cadenas, asociaciones de farmacias, o independientes) en la venta de medicamentos por parte de los laboratorios, generándose un mayor equilibrio entre el número de oferentes y demandantes.

c) En relación al mercado de las droguerías, los antecedentes demuestran que los laboratorios han constituido droguerías solo para efectos de importar y/o almacenar productos farmacéuticos y no representan canales de distribución a farmacias. Con respecto a las droguerías formadas por cadenas de farmacias, éstas solo comercializan con las farmacias pertenecientes a la cadena (caso de Salco, Ahumada, y Brand) a diferencia de las droguerías Socofar S.A., Difarma S.A., Müninch S.A., Farmacentral, Bigfarma S.A., y Redfarma S.A. las cuales venden sus productos ya sea a terceros o bien a farmacias relacionadas (Cruz Verde, en el caso de las tres primeras).

3.- Como resultado del estudio realizado durante el año 1984, esta Comisión, en dictámenes N° 436/811 y N° 458/009 definió las condiciones generales de comercialización que debían operar en el mercado de los productos farmacéuticos para producir una sana y libre competencia. Estas condiciones se pueden resumir en pautas de precios y descuentos objetivos, públicos, razonables, y no discriminatorios.

En el año 1990, después de un nuevo estudio del mercado, se emitió el dictamen N° 745/608, en el cual se expresa que en el mercado no existen grandes distorsiones que hagan necesario redefinir las pautas o criterios aceptados en dictámenes anteriores, salvo la que se refiere al 12% de

descuento máximo por volumen especificado en el dictamen N° 458, el cuál se creyó necesario no mantener esta exigencia, reiterando que la estructura de las escalas de descuento por volumen sean objetivas, públicas, y no discriminatorias.

Posterior al dictamen N° 745, se emitieron más de 15 nuevos dictámenes entre los cuales se destaca el dictamen N° 877/750, de 30 de septiembre de 1993, ante una denuncia precisamente de la farmacia Farah ubicada en la ciudad de Copiapó en contra del Laboratorio Schering Chile S.A.. En dicho dictamen, la Comisión precisó que los descuentos por volumen y distribución en conjunto no pueden sumar un porcentaje superior al 15% sin una justificación previa con antecedentes concretos de costos que lo justifiquen.

Por dictámenes N° 862, 872 y 877, todos de agosto de 1993, esta Comisión acordó desestimar una denuncia presentada por don Luis Farah Said, cuyo tenor es muy similar a la denuncia de antecedentes, por cuanto las discriminaciones y demás conductas denunciadas no habían sido probadas con antecedentes concretos.

Por último, en dictamen N° 959, de diciembre de 1995, ante una consulta del laboratorio Labomed S.A., se señala que el descuento a droguerías se justifica en razón del servicio a distribución y almacenamiento que ellas proporcionan, y debe cumplir con las condiciones de objetividad, publicidad y no discriminación.

4.- Teniendo en consideración los antecedentes expuestos, esta Comisión formula las siguientes conclusiones generales:

4.1. En relación con la acusación sobre discriminación de los laboratorios en contra de las pequeñas y medianas farmacias, al otorgarles descuentos arbitrarios por diversos conceptos a las grandes cadenas de farmacias, de los que no se favorecerían aquellas, los antecedentes reunidos no demuestran la existencia de actos contrarios a la libre competencia. En efecto, los datos de precios a público de la lista de medicamentos aportadas por el denunciante demuestran que la diferencia de precios entre el distribuidor independiente Farmacentral y las cadenas Ahumada y Salco son mínimas; incluso Farmacentral posee precios menores que farmacias Salco. De este modo, las farmacias pequeñas y medianas pueden acceder a precios competitivos si adquieren sus productos a Farmacentral.

4.2. Con respecto a la denuncia en contra de los laboratorios Bayer de Chile S.A., Labomed S.A., y Schering de Chile S.A., si bien es cierto, los dos primeros poseen en la actualidad condiciones de venta que se apartan de las estipuladas como razonables, objetivas y no discriminatorias por la H. Comisión Preventiva Central, en dictamen N° 877, de 1993, la existencia de cadenas de farmacias formadas por pequeños y medianos propietarios de éstas, como lo son RedFarma y Bigmarca, permite a éstos últimos adquirir medicamentos de los laboratorios a precios similares a los que acceden las grandes cadenas (Salco, Ahumada, Brand, etc.) Lo anterior demuestra una modificación de la estructura del mercado en los últimos años, incrementándose el porcentaje de participación de los distribuidores (sean estas cadenas, asociaciones de farmacias, o independientes) en la venta de medicamentos por parte de los laboratorios, generándose un mayor equilibrio entre el número de oferentes y demandantes.

4.3. Sin embargo, con el propósito de obtener un mejor ordenamiento del mercado, es recomendable que las indicaciones contenidas en el dictamen N° 877 de 1993, referente a los montos máximos de descuento por volumen y distribución sujetos a revisión por esta Comisión Preventiva Central, se hagan extensivas no sólo a los laboratorios Bayer de Chile S.A. y Labomed S.A., sino que se apliquen también al resto de los laboratorios existentes en el país.

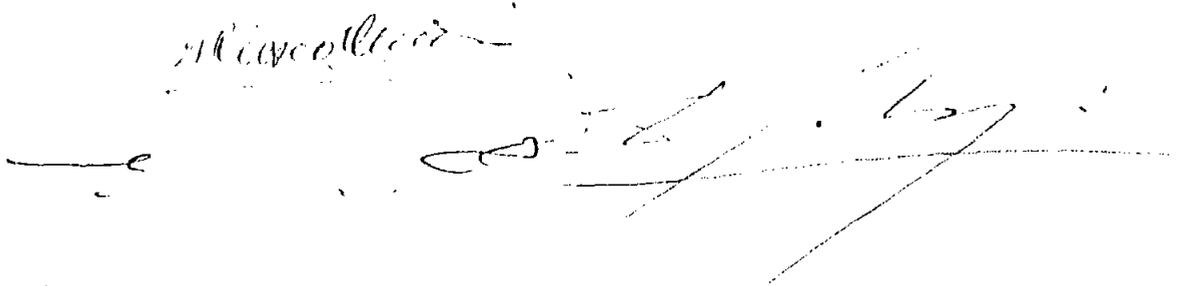
En efecto, en lo que respecta a las condiciones generales de comercialización de los productos farmacéuticos, tanto en el ámbito de los laboratorios como de droguerías, esta Comisión estima necesario mantener lo señalado en dictamen N° 877, de 1993, en el sentido que ningún laboratorio o droguería podrá establecer descuentos por volumen y por distribución, que sumados arrojen un porcentaje superior a un 15%, sin haberlos justificado previamente ante esta Comisión con antecedentes concretos de costos que lo respalden.

4.4. En lo que se refiere a los descuentos por promoción, vitrinaje, publicidad, etc. esta Comisión reitera lo expresado en dictámenes anteriores en el sentido que dicho descuento debe incluirse en una factura separada de pago por servicios publicitarios, y no simularse a través de descuentos en el precio del o de los productos en promoción.

Notifíquese al señor Fiscal Nacional Económico, al recurrente, a Asilfa, a la Cámara Industria Farmacéutica y a las droguerías que se individualizan en nómina que rola a fs. 106.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 29 de mayo de 1998, de esta Comisión Preventiva Central, por la unanimidad de sus miembros presentes; señora Silvia Riesco Nervi, Presidente Subrogante; y los señores Rodemil Morales Avendaño y Carlos Castro Zoloaga.

Recibido



PAOLA HERRERA FUENZALIDA
Secretaria - Abogado
Comisión Preventiva Central