

COMISION PREVENTIVA CENTRAL  
LEY N° 211, de 1973  
ANTIMONOPOLIOS  
CALLE LAS CASAS N° 853, PISO 12°

ORD. N°

436/811

ANT.: Estudio del mercado de  
los productos farmacéu-  
ticos,

Santiago, 31 OCT. 1984

DICTAMEN DE LA COMISION PREVENTIVA CENTRAL

- 1.- Mediante oficio N° 572, de 7 de Agosto de 1984, el señor Fiscal Nacional Económico puso en conocimiento de esta Comisión las conclusiones a que ha llegado ese Servicio después de haber efectuado un estudio sobre el mercado de los productos farmacéuticos con el objeto de revisar el comportamiento de los agentes económicos que en él participan, en relación con el cumplimiento de las normas que cautelan la libre competencia.
- 2.- El referido estudio ha comprendido el análisis de la forma en que opera el mercado, especialmente en lo relativo a las condiciones de venta de los laboratorios que fabrican productos farmacéuticos o medicamentos y al efecto que ellas generan en el mercado minorista.

Para efectuar tal análisis, la Fiscalía pidió antecedentes a todos los laboratorios sobre sus respectivos sistemas de comercialización. Después de examinar tal información, revisó en algunos laboratorios representativos de distintos niveles de ventas, con el carácter de muestreo, la forma práctica en que operaban tales condiciones de venta. Finalmente, realizó una encuesta, también con igual carácter, en ciertas farmacias de San-

tiago, con el objeto de establecer los efectos que tales sistemas de comercialización provocan en la competencia en el mercado minorista y en relación con el consumidor.

Los antecedentes recopilados permitieron a esa Fiscalía concluir que las condiciones de venta de los laboratorios presentan características que limitan la libre competencia, apartándose de las condiciones que la jurisprudencia de los organismos antimonopólicos ha estimado necesarias para que opere aquélla, motivo por el cual solicitó de esta Comisión que ejerciera las facultades que le confiere el artículo 8º, letras a) y c) del Decreto Ley N° 211, de 1973, adoptando las medidas conducentes a remediar las anomalías observadas en dicho mercado.

3.- La Fiscalía Nacional Económica comprobó las siguientes anomalías en el mercado de los productos farmacéuticos.

3.1. En relación con las condiciones de venta por plazo de pago.

a) Por regla general, no existe objetividad en la escala de descuentos por concepto de plazo.

En efecto, se ha comprobado que existen escalas de descuentos por este concepto de 10% por pago contra entrega, de 2% por pago a 30 días y neto por pago a 60 días. En un caso como el descrito, la escala intermedia no guarda relación con el tramo superior, ni con el inferior, ni con el valor financiero del crédito. Desproporciones de este tipo son habituales y, además, considerando que el vendedor puede decidir a quien otorgar crédito y a qué plazo, se producen discriminaciones entre diversos adquirentes de un mismo producto, en condiciones similares.

b) Muchos laboratorios carecen de pautas generales sobre descuentos por plazo de pago.

En efecto, lo usual es que, solicitado un crédito por un cliente o propuesta una forma de pago por éste, el laboratorio analiza la proposición y decide el otorga -

miento del crédito y las condiciones del mismo, en forma absolutamente individual o especial.

Esta situación también facilita discriminaciones difíciles de comprobar, pues no existen reglas objetivas para actuar en relación con clientes de similares condiciones. Asimismo, la inexistencia de criterios generales a este respecto, y la necesidad de someterse a una decisión subjetiva, dificulta la del comprador, en cuanto a oportunidad, monto y condiciones de su compra, y sobre la conveniencia del producto, en relación con otros similares.

- c) Incumplimiento de las pautas de descuentos establecidas.

Se pudo observar que, con frecuencia los laboratorios que tienen pautas de descuentos por plazo de pago, no las cumplen respecto de algunos clientes, viéndose éstos favorecidos con mejores condiciones que otros competidores.

- d) Discriminación, según el volumen de la compra, en el descuento por plazo.

Existen, también, discriminaciones en el otorgamiento de descuentos diferentes por iguales plazos, o iguales descuentos con diferentes plazos, de acuerdo con el volumen de la venta, a la vez que, paralelamente, existe un descuento por volumen que se aplica a la misma operación. Esto significa establecer un descuento que considera dos veces el volumen de la compra.

### 3.2. En relación con los descuentos por volumen de las compras.

- a) Existen escalas de descuentos por volumen, discriminatorias y no objetivas.

En la mayoría de las escalas se advierte que los volúmenes de compra exigidos para tener acceso a los tramos superiores, sólo pueden ser alcanzados por un pequeño número

de compradores, dos o tres clientes y, existen tramos intermedios de descuentos que no son alcanzados por ninguno.

Como en los muchos laboratorios, los tramos altos de descuentos sólo pueden ser alcanzados por unos pocos grandes clientes, se produce discriminación en contra de los pequeños compradores, si dichos descuentos no obedecen a una efectiva economía de escala.

- b) Incumplimiento de las pautas que se dan, a sí mismos, algunos laboratorios.

La Fiscalía comprobó también el incumplimiento de las pautas de descuentos por volumen, que origina, también, una discriminación en favor de algunos adquirentes.

### 3.3. Condiciones de venta de productos en oferta.

- a) Sistema de ofertas combinadas en cuya virtud los descuentos correspondientes a productos en oferta, se efectúan mediante la venta de otros productos que no lo están a un precio inferior al de lista; la compra independiente de estos últimos no da acceso a descuento alguno.

- b) También, en el caso de la venta de productos en oferta, se comprobó que no siempre se cumplen las pautas prefijadas por el productor, con la consiguiente discriminación respecto de clientes de iguales condiciones.

### 3.4. Otras anomalías observadas.

- a) Diferencia excesiva entre todo tipo de descuentos máximos y mínimos, que impide o entorpece la competencia entre los revendedores del producto.

Estas diferencias excesivas provocan diferencias de precios irracionales que no son propias de un mercado en competencia puesto que las farmacias que obtienen los mínimos descuentos, deben vender a precios excesivamente altos para obtener alguna rentabilidad.

b) Discriminación explícita entre mayoristas y minoristas. En algunos laboratorios existen condiciones escritas distintas para mayoristas y minoristas, cualesquiera que sean las condiciones de pago y el volumen de las compras.

c) Ausencia de información adecuada a los clientes. Algunos laboratorios informan de las condiciones de venta de sus productos sólo a través de sus vendedores, sin entregarlas al cliente en forma escrita y con anticipación. Incluso, se califica como confidencial la información sobre la materia. Todo ello posibilita la discriminación entre clientes, por el incumplimiento de las condiciones, lo que difícilmente puede ser detectado por el comprador. Además, como ya se ha señalado, el desconocimiento de esta información imposibilita a los compradores para decidir entre las distintas alternativas que les ofrece el mercado.

d) Los laboratorios discriminan, también, en los precios a los que venden a sus revendedores manteniendo para algunos el precio antiguo de sus productos con posterioridad al cambio de las listas de precios.

4.- De las condiciones de ventas antes descritas, la Fiscalía Nacional Económica concluye que la competencia entre los laboratorios se realiza, principalmente, a través de sus condiciones de venta (descuentos por plazo, volumen, ofertas, monto y plazo de los créditos) y no a través del precio del producto. Asimismo, la Fiscalía considera que estas condiciones que son discriminatorias, generan los siguientes efectos en el mercado minorista.

a) Una competencia que se desarrolla, a través de la promoción o publicidad de descuentos desvirtuándose el elemento primordial de la competencia, que es el precio. Esta forma de competencia perjudica gravemente al consumidor que, frente a los productos como los farmacéuticos, no tiene la misma posibilidad de elección que frente a otros productos.

b) Los descuentos otorgados discriminatoriamente impiden que las farmacias no beneficiadas con ellos, compitan en condiciones razonables.

c) La gran diversidad de los precios al consumidor, como consecuencia de las distorsiones antes señaladas, con lo que el precio pierde su rol primordial de información.

5.- Esta Comisión Preventiva Central al tomar conocimiento del informe de la Fiscalía Nacional Económica pidió a todos los laboratorios sus observaciones sobre él y solicitó expresaran la justificación económica de los sistemas de comercialización por ellos adoptados.

El análisis de las respuestas de los laboratorios permite a esta Comisión, coincidiendo con el parecer de la Fiscalía Nacional Económica, concluir que éstas no justifican las prácticas imperantes en el mercado.

En efecto, la mayoría de los laboratorios requeridos sólo se limitó a señalar posibles explicaciones generales para la existencia de descuentos por plazos, volúmenes y ofertas, pero ninguno de ellos justificó sus propias escalas o sistemas de descuentos con antecedentes concretos. Más aún, algunos laboratorios expresaron que, en la práctica, no existen economías de escala significativas que justifiquen los descuentos que otorgan, los que serían el resultado del actual sistema de comercialización.

6.- También esta Comisión pidió opinión sobre el informe del señor Fiscal Nacional Económico tanto a la Cámara de la Industria Farmacéutica de Chile como a la Unión de Farmacias de Chile.

La primera de ellas contestó por escrito; luego fue recibida en audiencia especial por esta Comisión en sesión de 17 de Octubre en curso y, además, también por escrito ratificó y adicionó sus dichos de la audiencia indicada. En síntesis, la Cámara ha hecho presente lo siguiente:

a) La necesidad de tomar en cuenta las características especiales del mercado de productos farmacéuticos;

b) Que el sistema imperante en materia de comercialización de productos farmacéuticos es irracional, confuso y anárquico en terminos que entorpece la libre competencia.

c) Que el mencionado sistema tiene como única justificación la modalidad de comercialización que tiene y ha tenido el Laboratorio Chile S.A. desde la fecha en que se estableció el régimen de libertad de precios de los medicamentos.

d) Que la competencia basada en el porcentaje de descuento que se otorga a las farmacias provoca un alza artificial en el precio neto de los productos farmacéuticos.

e) Que los sistemas de comercialización vigentes perjudican a las farmacias pequeñas y a los consumidores a los que no se trasladan los descuentos que obtienen algunos establecimientos.

f) Que, atendidas las características del mercado de los productos farmacéuticos en cuanto a la inelasticidad de su demanda, no se justifican los descuentos por volumen o bien puede prescindirse de ellos para lograr una mayor transparencia en el mismo.

g) Que con la misma finalidad expresada en la letra anterior, y como una forma de colaborar con las autoridades correspondientes, le han sugerido a éstas que establezcan, con el carácter de obligatorios, la supresión de los descuentos por volumen y otros diferentes de los de tipo financiero que se indican más adelante y la fijación de un margen de comercialización de las farmacias, medidas que producirían una rebaja inmediata en los precios al consumidor.

h) Que asimismo, los laboratorios deberían fijar precios netos que registrarían para los pagos de hasta 60 días, transcurridos los cuales se cobraría un interés no inferior al máximo permitido por la ley. Los pagos contra entrega se beneficiarían con un descuento, igual a la tasa de interés que se cobra por recargo financiero en el crédito.

i) Que deben cumplirse las normas vigentes de respeto a la receta médica como requisito para que puedan llevarse a efecto las medidas propuestas por la Cámara.

j) Que debe derogarse al artículo 92 del Reglamento de Farmacias que obliga a éstas a mantener en existencia los productos farmacéuticos incluidos en el Formulario Nacional, porque se trataría de un privilegio otorgado a un determinado grupo de productos.

7.- La Unión de Dueños de Farmacias de Chile, por su parte, formuló, resumidamente, las siguientes observaciones:

a) Son efectivas las discriminaciones observadas por la Fiscalía Nacional Económica tanto en lo relativo a los descuentos por volumen como al plazo de pago y otros de los medicamentos, todo lo cual ha conducido a increíbles distorsiones en los precios finales al público.

b) Las autoridades del Ministerio de Salud han reconocido que las farmacias más discriminadas por los proveedores son las medianas y las pequeñas que, a su vez, son las que atienden los sectores de menores ingresos y cuyos precios, sin embargo, son los más altos.

c) Es urgente adoptar medidas que pongan fin a la anarquía existente, de modo que los laboratorios de producción farmacéutica pongan en práctica adecuadas políticas de comercialización en cumplimiento de las normas que regulan la libre competencia.

8.- A juicio de esta Comisión resta muy poco por decir en cuanto a la existencia de anomalías en el mercado de los productos farmacéuticos, irregularidades que adquieren mayor gravedad atendida la vinculación de este mercado con la salud de la población.

En efecto, es un hecho comprobado y aceptado por los laboratorios y por las farmacias, la existencia de discriminaciones injustificadas en la comercialización de los medicamentos a las que es preciso poner fin cuanto antes en beneficio de la libre competencia y de todos los agentes económicos que concurren a este mercado, fundamentalmente el consumidor.



9.- Para adoptar su resolución, esta Comisión ha tenido en cuenta, principalmente, las especiales características del mercado de que se trata y su vinculación con la salud de los habitantes, materia esta última cuya protección no es competencia de esta Comisión sino que corresponde a las autoridades del Ministerio del ramo.

El estudio que se ha practicado del mercado de los productos farmacéuticos, permite destacar las siguientes características:

a) La oferta de los medicamentos está restringida ya que éstos solo se expenden en los establecimientos que cuentan con autorización para ello y algunos sólo cuando se exhibe prescripción o receta de los profesionales legalmente habilitados.

b) La opción de compra de los consumidores está limitada ya que adquieren medicamentos movidos por una necesidad cuya satisfacción no es fácil diferir, lo que dificulta la indagación sobre cuál es el precio menor al que efectivamente pueden comprar, sobre todo si se les ofrece una gama confusa de descuentos.

c) La adquisición de medicamentos, aún la de aquellos que no requieren receta médica para su expendio, se ve limitada por el desconocimiento de los consumidores sobre la existencia de productos sustitutos o por la inexistencia de éstos.

d) En general no existen precios definidos para los medicamentos ni de parte de los Laboratorios ni de las farmacias. La desfiguración de este factor primordial no permite a los demandantes elegir la mejor opción de compra.

e) Existe libre entrada en todos los niveles del mercado de productos farmacéuticos y un número suficiente de oferentes que garantizan el desarrollo de una sana competencia.

438/437

10.- Esta Comisión, analizados todos los antecedentes hace presente, que la proposición de la Cámara mencionada, en orden a que se fije por la autoridad un margen de comercialización a las farmacias, podría atentar contra las normas que protegen la libre competencia pues, en el hecho, importa una autorización para que los laboratorios fijen el precio máximo de venta al público y además porque es injustificada, atendidas las razones dadas en la letra e) del número anterior.

La petición de la misma Cámara en orden a que se derogue el artículo 92 del Reglamento de Farmacias correspondería resolverla al Ministerio de Salud Pública. No obstante ello, esta Comisión la estima improcedente desde el punto de vista de la libre competencia, tanto porque los productos del Formulario Nacional pueden ser fabricados actualmente por cualquier Laboratorio, cuanto porque, esa norma se refiere también a los productos de marca similares a los del Formulario Nacional. Luego, la obligación de las farmacias de mantener en stock a lo menos algunos medicamentos se cumple tanto con los del Formulario Nacional como con los de marca.

11.- Por lo expuesto, esta Comisión, ejerciendo las atribuciones que le encomiendan las letras a) y c) del artículo 8º del Decreto Ley Nº 211, de 1973, estima que en el mercado en estudio deben observarse como condiciones necesarias e indispensables para el ejercicio de la libre competencia, las siguientes:

a) Los laboratorios deben determinar clara y precisamente su precio base o neto de contado para cada uno de los productos farmacéuticos que produzcan o comercialicen, precio que debe ser público para todos los interesados en comprarlos.

b) Los laboratorios deben establecer condiciones de ventas precisas, generales, razonables, no discriminatorias y públicas, eliminando desde luego todos los descuentos que no reúnan, copulativamente, estas características.

c) Los laboratorios deben eliminar toda oferta combinada y venta atada de productos.

d) Las farmacias y cualquier otro establecimiento comercial facultado para vender productos farmacéuticos al público deben colocar un único precio de venta al público en cada uno de los envases de los productos, precio que debe ser real, esto es, el precio al que se ofrece la mercadería y que verdaderamente se cobra al consumidor. Cuando se trate de productos que por su tamaño u

otra razón no permitan la exhibición individual del precio, los establecimientos deberán confeccionar la información necesaria de un modo razonable para el conocimiento del público.

Para los efectos del cumplimiento de este dictamen los laboratorios deberán dejar de aplicar de inmediato todos los descuentos, bonificaciones u otros recursos comerciales que beneficien directa o indirectamente a las farmacias, si no reúnen las condiciones fijadas en el número 11 precedente. Además, y dentro del plazo de 15 días, contado desde la notificación de este acuerdo, los laboratorios deberán comunicar a esta Comisión las condiciones de venta de sus productos.

La resolución N° 38 de 19 de Octubre de 1984, de la Dirección de Industria y Comercio hace innecesario por ahora, que esta Comisión solicite del Ministerio de Economía, el ejercicio de sus facultades en relación con la obligación de las farmacias de exhibir sus precios finales al público.

Finalmente, la Comisión exige a los laboratorios y farmacias que denuncien a la Fiscalía Nacional Económica o a esta Comisión cualquiera conducta que juzguen atentatoria de la libre competencia o que transgreda las instrucciones que se dan en este dictamen. La Fiscalía, por su parte, deberá vigilar el cumplimiento de este dictamen y, de oficio o por denuncia, formular a la II. Comisión Resolutiva los requerimientos que procedan.

Transcribese a los señores Ministros de Economía, Fomento y Reconstrucción y de Salud Pública y al señor Fiscal Nacional Económico.

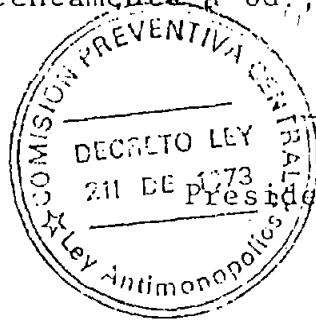
Notifíquese a los representantes legales de los laboratorios de producción farmacéutica y a la denunciante.

Transcribese a la A.G. Cámara de la Industria Farmacéutica de Chile.

438/437

El presente dictamen fue acordado en sesión de 24 de Octubre de 1984, por la unanimidad de sus miembros presentes, señores Gonzalo Sepúlveda Campos, Arturo Yrarrázaval Covarrubias, Iván Yáñez Pérez, Mario Guzmán Ossa y el presidente que suscribe.

Saluda atentamente a Ud.,



CRISTIAN LARROULET VIGNAU  
Presidente Comisión Preventiva Central

438137  
438137