

C.P.C. N° 525/164 /  
MAT. DICTAMEN DE LA COMISION

SANTIAGO, **13 FEB. 1986**

1.- Don Leopoldo Drexler G., en su calidad de Gerente General y en representación de Laboratorios Silesia S.A., se ha dirigido a esta Comisión Preventiva Central, a objeto de solicitar autorización para realizar un estudio de mercado, a través de los dependientes de farmacia, de acuerdo al esquema que describe y que se reseña a continuación.

1.1. Laboratorio Silesia S.A. enviaría a todos los dependientes del país, un cuestionario de 21 preguntas relativas a aspectos de interés para esa firma, especialmente para el lanzamiento de algunas nuevas especialidades farmacéuticas al mercado. Con el objeto de garantizar una buena acogida y una correcta respuesta al cuestionario, se establecería un sistema de premiación por sorteo, en el cual participarían todas las cartas contestadas en forma completa y que conformarían el muestreo estadístico del estudio de mercado. Los premios consistentes en dinero, se otorgarían en virtud de un sorteo ante Notario.

1.2. Señalan los consultantes que la solicitud de pronunciamiento sobre la materia, tiene por objeto evitar una contravención a las normas sobre libre competencia, como sucedió con el dictamen N° 514/1424 referido a un anterior concurso de dicho laboratorio, estimando que la modalidad consultada no vulnera ni dichas normas, ni el dictamen referido, puesto que es un estudio de mercado que no contraviene disposición sanitaria alguna y que puede ser implementado por cualquier laboratorio de la competencia.

1.3. Finalmente, reiteran que el estudio no contraviene ninguna disposición del Decreto Ley N° 211, de 1973, ya que es un estudio de mercado transparente, a cuya premiación tienen

acceso todos los dependientes de farmacias, sin que aquella tenga carácter de remuneración. Asimismo, indican que no existe correlación alguna entre la venta de un producto Silesia por parte del dependiente y la recepción de los premios a que da derecho el estudio, y que no incentiva de modo alguno al dependiente para vender productos Silesia.

Agregan, además, que si bien el estudio de mercado podría ser hecho por una empresa especializada, el costo sería mucho más alto, y que permite conocer variables en la fuente más fidedigna, esto es el personal de las farmacias.

Finalmente, acompañan copia del estudio referido.

2.- Analizados los antecedentes remitidos, esta Comisión Preventiva Central estima que es inconveniente la ejecución de la encuesta referida, por las razones que a continuación se señalan.

2.1. El mercado de los productos farmacéuticos es, por el momento, un mercado distorsionado y de escasa transparencia, situación que se ve agudizada por la naturaleza propia del mismo, en que el consumidor no es absolutamente libre para decidir qué producto consumir, de entre las diferentes alternativas que existen.

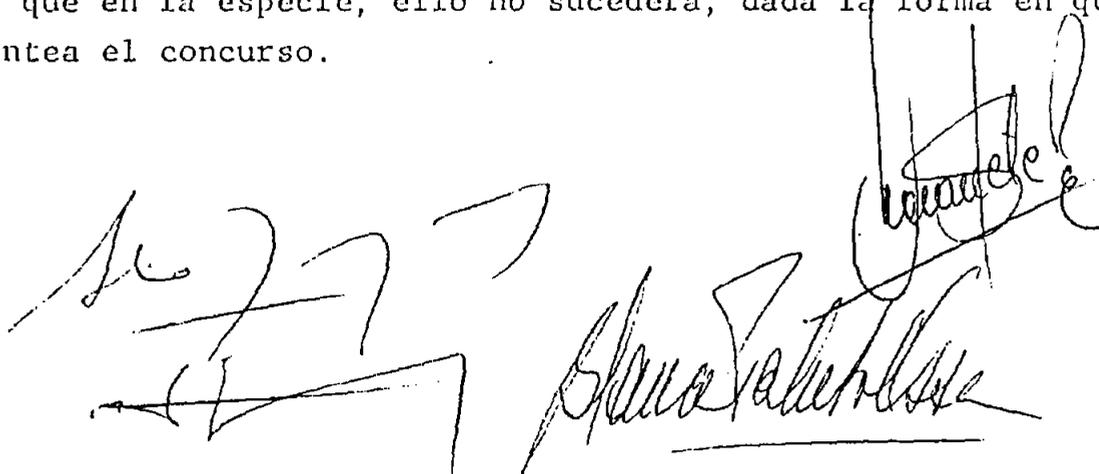
2.2. Por tal motivo, cualquier acción de los laboratorios de producción farmacéutica, dirigida a crear estímulos en favor de los dependientes de farmacias, cualquiera sea la forma que revistan dichos estímulos, puede redundar en que éstos influyan en el consumidor para la compra de un determinado medicamento, lo que constituye un elemento distorsionador del mercado.

2.3. La respuesta al estudio de mercado en cuestión, está premiada con un estímulo en dinero, que, aún cuando no constituya remuneración, tiende a crear lazos entre el dependiente de farmacia y el laboratorio consultante.

2.4. El análisis de las preguntas incluidas en el cuestionario, cuya eficiencia como estudio de mercado no compete calificar a esta Comisión, permite suponer que, indirectamente, se busca influir en el dependiente de farmacia para la recomendación de productos, o sustitución de recetas, y, además, permitirá al Laboratorio consultante, buscar fórmulas que lleven a crear dicha influencia. Así, por ejemplo, existen preguntas destinadas a averiguar cuántas personas solicitan recomendación de medicamentos o sustitución de recetas, y consultas relativas a las acciones que debiera efectuar un laboratorio por los dependientes de farmacias.

3.- En mérito de lo expuesto, y teniendo fundamentalmente en consideración la naturaleza del mercado farmacéutico, y en ejercicio de las funciones preventivas que el Decreto Ley N° 211, de 1973, encomienda a esta Comisión, es que se ha acordado señalar a Laboratorios Silesia S.A. que la realización de la encuesta consultada es inconveniente para la libre competencia.

Acordado en sesión de 16 de Enero de 1986, por los señores Octavio Navarrete Rojas, Presidente, Arturo Yrarrázaval Covarrubias y Hugo Becerra de la Torre, y con el voto en contra de don Iván Yáñez Pérez, quien estuvo por acoger la solicitud de Laboratorios Silesia S.A., señalando que si bien comparte el criterio de que debe evitarse la creación de cualquier incentivo para que los dependientes de farmacias despachen determinados productos, estima que en la especie, ello no sucederá, dada la forma en que se plantea el concurso.



Handwritten signatures of the committee members, including Octavio Navarrete Rojas, Arturo Yrarrázaval Covarrubias, and Hugo Becerra de la Torre.