

C.P.C. N° _____

ANT.: Recursos de reposición y de reclamación de UNFACH en contra de dictamen N° 574/867, de la H. Comisión Preventiva Central

MAT.: DICTAMEN DE LA COMISION.

Santiago, **17 FEB. 1987**

1.- Don Enrique Vivanco Edding, Presidente de la Unión de Farmacias de Chile A.G. UNFACH y don Raúl Alvarez, Secretario General de la misma, solicitan la reposición del dictamen mencionado en los antecedentes, que desestima una denuncia de UNFACH en contra de una campaña publicitaria de Laboratorios RECALCINE. Esta consiste en un Informativo, que envía a los médicos, que contiene una encuesta de precios practicada en distintas farmacias, de las que sólo se indica su dirección, pero no su nombre. La encuesta señala el precio que se cobra en un día determinado por ciertos medicamentos que produce RECALCINE. El objeto que perseguiría el Laboratorio, según lo expresa el propio Informativo, es demostrar a los médicos que los productos de RECALCINE son baratos.

2.- Los motivos del recurso de reposición son los siguientes:

2.1. El hecho denunciado, que consiste en que los Informativos del Laboratorio ya citado, indican el precio de venta al público de sus productos en ciertas farmacias y no en todas, fue desestimado por esta Comisión Preventiva Central por cuanto dicho informativo no constituye un perjuicio para el consumidor pues cualquiera información adicional de que disponga éste para efectuar sus comparaciones, será beneficiosa si es verídica y no induce a engaño.

Sobre este punto, alega la reclamante que si la información fuese entregada al consumidor sería beneficiosa, siempre que incluyera a todas las farmacias que expenden productos de Laboratorios RECALCINE, pero ocurre que la Información cuestionada está

destinada al cuerpo médico, a través del cual el paciente recibiría la recomendación del médico de comprar el medicamento que prescribe en determinadas farmacias.

Además, no se indica la dirección de todas las farmacias que expenden los productos RECALCINE, sino sólo de las farmacias que pertenecen a las grandes cadenas de este rubro, salvo contadísimas excepciones que confirmarían la regla. Así, analizando las farmacias, se advierte que, de las que aparecen en el Informativo de que se trata, 12 pertenecen a la cadena BRAND, 12 a la cadena SALCO, 15 a la cadena de Farmacias ANDRADE, 7 a la cadena de AHUMADA, 11 a la cadena de SANTOS y sólo 6 son farmacias independientes, tales como Húerfanos, Baquedano e Imperio.

A juicio de UNFACH, ella como representante de las pequeñas farmacias de la Región Metropolitana, no puede aceptar ni estar de acuerdo en que Laboratorios RECALCINE discrimine en la publicidad entre las Farmacias que venden sus productos, en favor de los grandes consorcios farmacéuticos y que esa discriminación se efectúe ante el cuerpo médico que se transforma así en un intermediario comercial.

Si dicha propaganda se efectúa a título gratuito, sería discriminatoria desde el punto de vista publicitario y si a título oneroso importaría un descuento adicional en favor de esas farmacias que constituiría, también, una discriminación financiera.

En suma, a juicio de UNFACH la conducta de RECALCINE no facilita la labor del consumidor pues no está orientada a él y no es íntegra, y como no dá a los médicos un panorama completo de las farmacias clientes de RECALCINE, crearía, en la práctica, una especie de dependencia y consorcio entre el Laboratorio, los médicos y las cadenas de Farmacias a quienes publicitan, produciéndose una especie de monopolio vertical.

2.2. En relación con la denuncia de que RECALCINE otorga condiciones de venta más favorables y discriminatorias a determinadas farmacias, la Comisión Preventiva Central no la acogió porque la mayoría de los precios de venta que aparecen en los informativos serían superiores al costo de reposición en las fechas que se indican, sin reparar que esa afirmación importa reconocer que una parte de ellos son inferiores a dicho costo.

Lo anterior, a juicio de UNFACH, indica que hay discriminación en la venta a favor de ciertas farmacias o cadenas de farmacias que son las que venden sus productos bajo el costo de reposición. Siendo así, se pregunta UNFACH por qué no se toman medidas adecuadas cuando al tenor de los artículos 1º y 2º del Decreto Ley N° 211, de 1973 basta sólo un acto o hecho infraccional para incurrir en sus sanciones, ya que en parte alguna la ley establece que se relevará de pena a quien, ocasionalmente y en forma proporcionalmente minoritaria, incurra en actos contrarios a la libre competencia.

Sobre este particular la reclamante expresa que, ateniéndose al informe de la Fiscalía Nacional que rola en autos, 17 productos de 50 se venden a precios inferiores a su costo de reposición, según el Informativo de 17 de Abril de 1986; 4 productos están en la misma condición de acuerdo con el Informativo de 5 de Mayo y 1, según la encuesta de 26 de Junio de 1986, y hay que tener presente que la Fiscalía Nacional Económica considera como costo de reposición el precio más bajo al que vende un laboratorio, esto es, con los mayores descuentos, que sólo pueden alcanzar los consorcios indicados y no la mayoría de las Farmacias de la Región Metropolitana y que no se han considerado los costos operacionales y la legítima utilidad que corresponde al comerciante.

Lo anterior hace surgir, según la UNFACH, la pregunta de ¿qué descuento adicional especial se hace a las farmacias que aparecen en el Informativo cuestionado y a qué título?

Expresa también la reclamante que un caso típico es el del medicamento ATUSIL que, en la encuesta del 17 de Abril de 1986, según el Informativo de RECALCINE, se vendía a \$ 196 y tenía, a la misma fecha, un costo de reposición de \$ 376.

Por todo lo anterior, la reclamante pide a esta Comisión que reponga su dictamen N° 574/967 para que se acoja su denuncia y se sancione a Laboratorios RECALCINE por la infracción a los artículos 1º y 2º del Decreto Ley N° 211, de 1973 y, en subsidio, se tenga por interpuesto recurso de reclamación para ante la H. Comisión Resolutiva.

En el primer otrosí del mismo informe, acompañan un documento y en el segundo piden a esta Comisión la realización de diversas diligencias, esto es:

- a) Que la Fiscalía Nacional Económica establezca claramente los porcentajes diferenciales bajo el costo de reposición de los productos que se expenden según las encuestas y se establezca a qué farmacias o cadenas de farmacias corresponden.
- b) Que se establezca el porcentaje de incidencia del costo operacional y legítima utilidad de las farmacias encuestadas;
- c) Que se investigue si esas Farmacias han emitido facturas a nombre de Laboratorios RECALCINE y a qué título, y
- d) Que se investiguen las notas de crédito de Laboratorios RECALCINE a las Farmacias encuestadas y a qué título se han otorgado.

3.- En cuanto al argumento consignado en el número 2.1., cumple a esta Comisión señalar que ella reitera que la información adicional que obtenga el consumidor sobre los productos que desea comprar es siempre beneficiosa, cualquiera sea el canal que se emplee para ello, siempre que sea verídica y no induzca a engaño, tal como lo expresara en el dictamen cuestionado.

4.- Respecto al punto 2.2., esta Comisión reitera lo expuesto en el dictamen recurrido en el sentido que no se ha comprobado la afirmación de la denunciante de que el Laboratorio RECALCINE estaría beneficiando a algunas farmacias en sus compras, puesto que los precios citados en las encuestas pueden ser cobrados al público sin que la farmacia respectiva incurra en pérdidas y ello puede deberse a que las farmacias incluidas en dichas encuestas pueden acceder a los máximos de los descuentos, por lo que sus costos son menores.

Por otra parte, la circunstancia de que algunos de los precios que aparecen en los informativos sean inferiores al costo de reposición de los productos, no implica necesariamente que el comerciante esté recibiendo descuentos especiales de su proveedor, ya que existen diversas razones comerciales para que ello suceda y, de hecho, ocurre habitualmente en diversos mercados.

Como ejemplos de estas razones podemos señalar las siguientes:

a) Dado que la fecha de compra del producto por la farmacia al laboratorio es necesariamente anterior a la fecha en que aquélla vende dicho producto al público, el costo de reposición a la fecha de esta última venta no tiene por qué ser relevante para determinar el precio de dicha venta.

En cuanto a la referencia a los "costos de reposición" que hace el dictamen recurrido en su argumentación, se debe básicamente a que es la única información disponible ya que es imposible determinar el precio efectivo de compra al laboratorio por parte de una farmacia de una unidad específica de determinado producto.

En el hecho, la mayoría de los productos que presentan precios de venta inferiores al costo de reposición de los mismos al momento de la encuesta, pudieron ser adquiridos al laboratorio a los precios que figuran en la lista de precios de éste anterior a la vigente a la fecha de la encuesta.

b) Puede tratarse de productos de temporada que la farmacia procura liquidar cuando dicha temporada está por terminar o ya ha pasado, en cuyo caso es razonable que la farmacia los venda aun bajo el costo de reposición, pues de lo contrario debería mantenerlos en stock hasta la próxima temporada o durante un período prolongado de tiempo, lo que podría resultarle antieconómico, siéndole más conveniente liquidar la mercadería para "hacer caja".

c) Es frecuente que, con el propósito de hacer promoción, un comerciante que vende gran variedad de productos, venda algunos a pérdida durante algún tiempo, pérdida que constituye su "costo de promoción".

En el caso específico del mercado farmacéutico, la existencia de mayoristas que obtienen las mejores condiciones de los laboratorios, permite que éstos mantengan precios de venta por un tiempo superior a la vigencia de los precios del propio laboratorio, y hace posible que las farmacias que hayan comprado a alguno de ellos, presenten precios de venta menores al costo de reposición a la fecha de la encuesta, sin incurrir en pérdidas.

5.- Por lo anteriormente expuesto, esta Comisión desestima el recurso de reposición interpuesto por Unión de Farmacias de Chile A.G., UNFACH, en contra del dictamen N° 574/867, de esta Comisión.

6.- En cuanto a la reclamación interpuesta en subsidio, ella no puede ser concedida por haber sido presentada fuera de plazo.

Notifíquese al señor Fiscal Nacional, a la reclamante y al representante legal de Laboratorios Recalcine S.A.

El presente dictamen fue acordado por los señores Octavio Navarrete Rojas, Presidente, Gonzalo Sepúlveda Campos, Arturo Yrarrázaval Covarrubias, Iván Yáñez Pérez y Hugo Becerra de la Torre.

Handwritten signatures of the commission members: Octavio Navarrete Rojas, Gonzalo Sepúlveda Campos, Arturo Yrarrázaval Covarrubias, Iván Yáñez Pérez, and Hugo Becerra de la Torre.