

ORD. N° 767

ANT: Denuncia del señor Raúl Alvarez Vásquez sobre el mercado farmacéutico. Rol 272 00-FNE.

MAT: Complementa informe contenido en Oficio N° 1047, de 25 de octubre de 2000.

SANTIAGO, 31 JUL 2001

A : H. COMISION RESOLUTIVA
DE : FISCAL NACIONAL ECONOMICO

1. ANTECEDENTES DE LA DENUNCIA Y DILIGENCIAS DE LA FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA.

Con fecha 27 de marzo de 2000, don Raúl Alvarez Vásquez, presidente de la Unión de Dueños de Farmacias de Chile, UNFACH, denunció ante esta Fiscalía numerosas situaciones y conductas de la industria farmacéutica que perjudican a las pequeñas y medianas farmacias, las que se pueden sintetizar en que las condiciones de comercialización por parte de los laboratorios no resultan razonables, transparentes ni equitativas para las mencionadas farmacias.

En efecto, las farmacias, que hasta hace una o dos décadas constituían una industria protegida por barreras a la entrada y márgenes de comercialización asegurados, han debido aceptar, además del término de esas condiciones, un hecho estructural de las economías modernas, como son las economías de escala. En virtud de éstas, y dados unos márgenes razonables de comercialización, las farmacias medianas y pequeñas no pueden ofrecer al público los descuentos que hacen los consorcios y van perdiendo competitividad ante los mismos.

En atención a la denuncia recibida, esta Fiscalía Nacional Económica efectuó una serie de solicitudes de información, entre ellas a los laboratorios farmacéuticos que operan en Chile. A éstos, como se recordará, se les consultó sobre las condiciones de sus créditos y descuentos y la periodicidad y medios en que esa información se actualiza y se mantiene a disposición del público interesado.

Del análisis efectuado, la Fiscalía Nacional Económica concluyó que una manera esencial de atenuar, por un lado, el abuso de poder por parte de los laboratorios y de los consorcios farmacéuticos y, por otro, la pérdida de competitividad de las farmacias autónomas, es reforzar y cautelar la transparencia, suficiencia, veracidad, oportunidad y disponibilidad de la información sobre las condiciones de comercialización de los laboratorios e intermediarios hacia las farmacias, así como de éstas al público en general, y el respeto a dichas condiciones. Esto es tanto más importante y urgente por

ES COPIA DEL ORIGINAL

(8, 14/06)

cuanto los derechos de las farmacias independientes no son resguardados por el Servicio Nacional del Consumidor, ya que no se trata de consumidores finales de bienes y servicios. En complemento de la autorregulación que la propia UNFACH y otras entidades gremiales pueden poner en práctica en esta materia, esta Fiscalía elaboró una proposición de instrucciones generales cuyo fundamento radica en que, más que establecer prohibiciones la autoridad propenda a la transparencia de los mercados.

Dicha proposición de lineamientos regulatorios de la información comercial básica en este mercado fue presentada a esa H. Comisión para su consideración, mediante el informe contenido en mi Oficio N° 1047, de 25 de octubre de 2000. Con ocasión de ello, como se recordará, la H. Comisión solicitó al director del Servicio Nacional del Consumidor y miembro de ella la elaboración de una encuesta que proporcionara elementos de juicio respecto a la posibilidad de que los precios cobrados por las pequeñas y medianas farmacias fueran más altos que los cobrados por los consorcios farmacéuticos y sobre la magnitud porcentual de las diferencias entre unos y otros.

2. LA ENCUESTA DEL SERNAC.

Con fecha 24 de julio de 2001 el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) hizo llegar a esta Fiscalía los resultados de la encuesta encargada por esa H. Comisión. El SERNAC efectuó un seguimiento de precios al público de un grupo de 98 productos farmacéuticos comercializados por las cadenas de farmacias que operan en Santiago, a fin de precisar su variación respecto de los precios promedio aplicados por 27 farmacias independientes de los cinco sectores en que habitualmente se divide la ciudad para estos estudios, a saber: Centro (6 farmacias), Oriente (4), Poniente (6), Norte (5) y Sur (6). Por su parte, los 98 productos farmacéuticos de la muestra fueron escogidos de acuerdo con el volumen de su venta y nivel de consumo, según lo informado por entidades públicas y privadas relacionadas con la atención de salud.

En un minucioso análisis, el estudio del SERNAC expone las consideraciones y conclusiones que a continuación se resumen:

En relación a las cadenas farmacéuticas.

A junio del 2001, el valor promedio de los 98 productos expendidos por las cadenas farmacéuticas presentó un alza de 4,0 % respecto del de enero del presente año, variación que contrasta notoriamente con el 1,1% de variación del IPC en el mismo período. El alza de los precios promedio se observó en las cinco cadenas encuestadas: Conosur tuvo un incremento de 4%, en tanto que en Salco y Brand (que el SERNAC considera por separado visto que así tienden a operar, a pesar de tener controladores comunes) la variación superó levemente esa cifra, y en Ahumada y Cruz Verde fue ligeramente inferior.

A mayor abundamiento, durante el período comprendido entre mayo de 2000 y junio de 2001 el valor promedio de los productos farmacéuticos experimentó en las cadenas un alza de 12,6 %, siendo que en el mismo período la variación del IPC fue de 3,7%; las cadenas, por consiguiente, han aumentado sus precios promedio, con diferencias muy estrechas entre sí y por productos, en casi tres veces la variación del IPC durante los últimos doce meses.

18 JUN 2001

09 (1367)

Respecto de farmacias independientes.

a. En éstas, la oferta de los 98 medicamentos de la muestra es incompleta en un tercio de ellas se ofrece sólo la mitad de los citados medicamentos; en 14 de las 27 farmacias encuestadas se ofrecen entre 50 y 79 de tales productos, y en apenas cuatro se venden al menos 90 de éstos. Lo anterior no permite la comparación de precios de la canasta de productos y limita la comparación por comuna y por tipo de agente (cadenas o farmacias independientes).

b. En vista de lo anterior, el SERNAC optó por comparar la cantidad de precios mínimos observados por tipo de agente. En las cadenas se registró la mayor cantidad de precios mínimos (para 72 de los 98 productos de la muestra), si bien en las farmacias independientes se comprobaron precios promedio menores para el 26,5% de los referidos productos. Este porcentaje permite **dudar de la hipótesis de que el mayor volumen de compra que efectúan las cadenas respecto del de las farmacias independientes se traduciría en menores precios** en las primeras. Al margen de los descuentos que las cadenas pueden obtener de los laboratorios, la hipótesis indica que las cadenas maximizan beneficios en la venta por volumen en vez del margen unitario por producto, lo que también debería reflejarse en un menor precio a público respecto del de las farmacias independientes, que tienen un volumen de ventas mucho más bajo y un poder de negociación sustancialmente menor.

c. La varianza o dispersión de los precios en las farmacias independientes es considerablemente más alta que en las cadenas, es decir, en aquéllas los precios mínimos son menores, y los máximos, mayores, que en éstas. Esto se describe diciendo que las cadenas exhiben precios más concentrados, de lo cual no se sigue que los precios promedio de las farmacias independientes sean más bajos que los fijados por las cadenas, sino sólo lo siguiente:

- Si los precios mínimos de las farmacias independientes incluyen un margen normal de utilidad, la diferencia entre totales mínimos de farmacias independientes y de cadenas, favorable a estas últimas constituye una ganancia extraordinaria, o renta monopólica, por parte de las farmacias de cadena.
- Se refuerza la presunción de concertación de precios por parte de las cadenas, la cual deriva de la escasa diferenciación de precios que muestra buena parte de los productos comercializados por ellas.

Conclusiones.

a. No es posible afirmar de manera concluyente que los medicamentos expendidos en las farmacias de cadena resulten más baratos que en las farmacias independientes, en virtud de las economías de escala que se generan por mayores volúmenes de transacción. Si bien se observaron precios mínimos de numerosos medicamentos en las farmacias independientes, las farmacias de cadena exhiben una mayor cantidad de precios promedio menores, y con un menor rango de variación.

b. Los antecedentes recogidos fundamentan la presunción de conductas anticompetitivas por parte de las farmacias de cadena, que se expresa en variaciones sistemáticas de sus precios por sobre las del IPC y la escasa diferenciación de precios entre las distintas cadenas.

ES COPIA DEL ORIGINAL

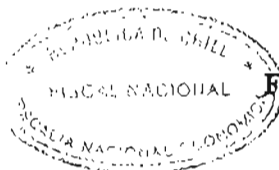
3. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

(1368)

Atendido todo lo expuesto, esta Fiscalía Nacional Económica viene a reiterar ante esa H. Comisión la medida propuesta en nuestro anterior informe sobre la materia, a saber, la dictación de instrucciones generales tendientes a atenuar el abuso de poder por parte de los laboratorios consorcios farmacéuticos y la pérdida de competitividad de las farmacia autónomas.

En consecuencia, el Fiscal que suscribe estima que esa H. Comisión en ejercicio de la atribución que le confiere la letra b) del artículo 17 del Decreto Ley N° 211, de 1973, podría dictar el instructivo que en documento anexo se propone. La vigencia actualizada del mismo tendría la ventaja adicional de que las denuncias que se presenten al Servicio en esta materia sean fundamentadas y relativadas a casos precisos y comprobables.

Saluda atentamente a esa Honorable Comisión



C. Fredes

FRANCISCO FERNANDEZ FREDES
Fiscal Nacional Económico

mvc

RECIBIDO 10/02/77

RECIBIDO 10/02/77

1.569

ANEXO A INFORME DEL FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

INSTRUCCIONES DE CARÁCTER GENERAL SOBRE DIFUSIÓN DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN.

PARA LABORATORIOS DE PRODUCCIÓN FARMACÉUTICA, DROGUERÍAS,
DEPÓSITOS, CENTRALES DE DISTRIBUCIÓN E IMPORTADORES
DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.

Con el fin de propender a la necesaria información y transparencia e el funcionamiento del mercado de productos farmacéuticos, la Comisión Resolutiva dicta el siguiente instructivo, que los laboratorios, importadores, centrales de distribución de productos en dicho mercado deberán poner en práctica dentro de los treinta días siguientes a su publicación en el Diario Oficial:

1°. Los laboratorios de producción farmacéutica, droguerías, depósitos, centrales de distribución e importadores de productos farmacéuticos, ya sean éstos medicamentos u otros artículos del rubro, en adelante, los proveedores deberán mantener permanentemente actualizados y difundir mediante una página web, o portal electrónico accesible en Internet, si los tuvieren, toda la información y antecedentes que en el presente instructivo se detallan respecto de sus políticas y condiciones de comercialización. Respecto de quienes carezcan de tales medios, dicha obligación se cumplirá mediante la publicación mensual, en un diario de circulación nacional, de la referida información.

Las citadas políticas y condiciones deberán ser cuidadosamente observadas y respetadas por los proveedores respecto de cada cliente, así como por cada uno de éstos a su vez.

2°. El hecho de publicar precios y condiciones de comercialización en un medio de prensa o de darlos a conocer por correo u otros medios informativos a sus clientes o, aun el mantenerlos a disposición del público en sus establecimientos comerciales, no exime a los proveedores de difundirlos en la forma dispuesta en el numeral anterior. En ninguno de esos medios, ni de ninguna otra forma, podrán los proveedores sugerir a las farmacias clientes un precio a cobrar al público consumidor.

3°. Los proveedores mantendrán, en sus respectivas páginas web, si las tuvieren, una lista permanentemente actualizada de los productos que producen o importan y comercializan en Chile. Dicha lista deberá incluir columnas que indiquen al menos lo siguiente, claramente especificado:

- a. Denominación genérica del producto, si correspondiere;
- b. Marca comercial o de fantasía del producto;
- c. Las equivalencias farmacéuticas del producto, si las tuviere;
- d. Precio por la unidad, envase o presentación que corresponda (caja, frasco, estuche, lata, otros debidamente especificados). El precio podrá establecerse con o sin IVA, siempre que ello se indique expresamente. Si se indica "precio neto", será preciso especificar "precio neto de IVA" o del concepto que fuera del caso, y
- e. Precios y duración de las ofertas temporales por tipo de producto, si las hubiere.

COPIA DEL ORIGINAL

12-195701

4°. La lista de precios a que se refiere el numeral anterior podrá incluir otras especificaciones que se estimen convenientes, tales como glosas, líneas de productos, contenido de determinados componentes químicos: concentración de la solución, presentación (ampollas, grageas, jarabes, etc) u otras pertinentes, o el precio en alguna divisa extranjera a alguna fecha siempre que se indiquen la divisa, la fecha y el valor del tipo de cambio usado.

5°. Junto con la lista de precios, los proveedores farmacéuticos darán a conocer las condiciones de crédito y descuentos que concedan a sus clientes especificando al menos lo siguiente:

- a. Tasa de interés aplicada en el crédito, por plazo;
- b. La eventual inclusión de otros cobros permitidos, si correspondiere (correo, entrega, otros);
- c. Tabla con las condiciones de crédito y descuentos por plazo, pronto pago, volumen de compra y otros criterios de general aplicación (tipo de producto, periodicidad de la compra, localización geográfica de comprador), si correspondieren;
- d. Los descuentos no se indicarán en forma genérica, sino estableciendo una escala de volúmenes con sus correspondientes porcentajes de descuento en relación directa; esta escala tendrá tramos razonables, en base a economías de escala demostrables. Del mismo modo, se especificará qué período se entenderá por pronto pago y qué se entenderá por cualquier otro criterio que dé lugar a descuentos, si fuere el caso.

6°. Los proveedores darán a conocer también, junto con los antecedentes detallados en los numerales anteriores, las condiciones y políticas de canje, devolución y recepción de mercaderías. Dichas condiciones y políticas se ceñirán, en cuanto fuere pertinente, a los criterios establecidos en este instructivo para la difusión de información sobre precios y condiciones de comercialización.

7°. Cada vez que los proveedores actualicen alguna información de su lista de precios, de sus condiciones de comercialización o de sus políticas de canje, u otros criterios reglamentados en el Decreto N° 1.876 del Ministerio de Salud, deberán hacerlo en el mismo medio y forma en que difundieron públicamente dicha lista y sus condiciones de descuento y créditos, si las tuvieren.

8°. En su página web, si la tuvieren, o en su publicación mensual, los proveedores deberán dar a conocer, como hecho esencial, las relaciones comerciales y acuerdos de marketing conjunto que hubieren iniciado o mantengan con farmacias pertenecientes a cadenas o consorcios farmacéuticos.

9°. Los proveedores deberán facturar en forma específica, y separada de otros pagos, los que efectúen a las farmacias por concepto de comercialización (vitrinaje, promociones u otros). Esos pagos guardarán una relación efectiva con precios de mercado, esto es, lo que habitualmente pagan oferentes similares por una prestación de esa misma naturaleza, y en ningún caso o forma deberán estar ligados a bonificaciones en el precio o en la cantidad de productos vendidos.

mvc

ES COPIA DEL ORIGINAL