

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“PRÁCTICAS DE COLUSIÓN EN EL MERCADO CHILENO:
CASOS DE FARMACIAS Y LECHERIAS”**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Profesor Guía: SEÑOR CARLOS VIDAL STUARDO

ARACELLI MACCARENA AHUMADA BARAHONA
JACQUELINE JESUS ASTUDILLO ALEGRIA

LOS ANDES, 2009

INDICE

PAGINA

CAPITULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Introducción.....	5
2. Justificación del Estudio.....	6
3. Limitaciones del Estudio.....	6
4. Objetivo General.....	7
5. Objetivos Específicos.....	7
6. Preguntas de la Investigación.....	8
7. Estructura de Análisis.....	8

CAPITULO 2: MARCO TEORICO

1. Introducción.....	10
2. Competencia Imperfecta.....	10
3. Causa de las Imperfecciones.....	11
4. Tipos de Estructuras de Mercado.....	12
5. El Monopolio.....	12
6. Precio e ingreso marginal en monopolio.....	13
7. Monopolio y Competencia Perfecta.....	14
8. Investigaciones Judiciales por prácticas colusivas.....	16

CAPITULO 3: DESARROLLO

1. INTRODUCCION.....	18
2. CASO ESTUDIO 1: COLUSIÓN DE PRECIOS POR PARTE DE FARMACIAS AHUMADA, CRUZ VERDE Y SALCOBRAND.....	19
2.1 Concentración de la Industria Farmacéutica.....	20
2.2 Barreras de Entrada.....	22
2.3 Colusión de Precios en la Industria Farmacéutica.....	23
2.4 Factores Coayudantes.....	26
2.4.1 Sustitutos de Productos Farmacéuticos.....	26
2.4.2 Restricción de venta de medicamentos fuera de farmacias.....	28
2.5 Afectados.....	30
2.6 Ética Empresarial.....	36
2.7 Sanciones.....	39
2.8 Indemnizaciones obtenidas por los consumidores.....	41
2.9 Cuadro de Evaluación.....	42
3. CASO ESTUDIO 2: OLIGOPSONIO DISCRIMINADOR DE PRECIOS EN EL MERCADO LECHERO DEL SUR DE CHILE.....	45
3.1 Estructura de la Industria Lechera.....	45
3.2 Demandantes.....	46
3.3 Oferentes.....	50
3.4 Problemática del Mercado Lechero.....	54
3.5 Análisis del Precio de la Leche.....	56
3.6 Situación Bovina Nacional.....	60

3.7 Exportaciones.....	62
3.8 Importaciones.....	66
3.9 Cuadro de Evaluación.....	68

CAPITULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones Caso Farmacias.....	70
2. Recomendaciones para Caso Farmacias.....	71
3. Conclusiones caso Lecherías.....	72
4. Recomendaciones para Caso Lecherías.....	73
5. Conclusión General.....	74

BIBLIOGRAFIA.....	76
--------------------------	-----------

ANEXOS

ANEXO 1: ATRIBUCIONES DE LOS MECANISMOS DE REGULACIÓN SEGÚN LEY ANTIMONOPOLIO.....	79
ANEXO 2: RECOPIACION DE INFORMACION SECUNDARIA.....	88
ANEXO 3: CUADROS DE TRABAJO CASO FARMACIAS.....	97
ANEXO 4: CUADROS DE TRABAJO CASO LECHERIAS.....	108

CAPITULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Introducción

Es de conocimiento público que las empresas privadas o los grupos económicos, por una parte aspiran a mayores utilidades o beneficios económicos, esta situación lleva a estos grupos económicos o empresariales a asociarse, fusionarse o coordinarse para obtener mayores beneficios, sean estos económicos o de participaciones del mercado, que los que percibirían si se mantuviesen separados o respetando las reglas del mercado. Estas prácticas no son éticamente aceptadas, porque van en desmedro de los consumidores, competidores no involucrados y la sociedad en general. También son ilegales puesto que afectan la libre competencia del mercado, violando las leyes antimonopólicas existentes en Chile.

La concentración económica es un fenómeno que está presente en Chile el que se da cuando unos pocos oferentes tienen altas participaciones del mercado. Algunos ejemplos de ello son: negocios de las multitiendas, malls, telecomunicaciones, aerolíneas, transporte, Administradoras de Fondos de Pensiones, farmacias, etc.

Es vital para este estudio comprender que el problema no es la concentración económica, sino el uso antiético e ilegal que se puede dar a este fenómeno, en otras palabras la concertación de acciones denominada colusión.

2. Justificación del estudio

La concertación de acciones entre las empresas genera consecuencias negativas, puesto que daña la libre competencia en los mercados, perjudica a los consumidores, el precio de venta no es competitivo, disminuye el bienestar de la población, contribuye a una mala distribución del ingreso; lo que implica que las empresas coludidas ganen con el acuerdo y que los afectados pierdan poder adquisitivo, pierdan confianza hacia las empresas y aumenten la sensación de impotencia e impunidad; al pagar por un bien o servicio un precio mayor al que realmente debiera ser pagado y con ello también disminuye el bienestar de los integrantes de las familias. Uno de los ejemplos representativos de esta situación es la colusión de las cadenas farmacéuticas en Chile, que con su engaño atacaron el punto más vulnerable de la población que es la salud, aprovechándose de los enfermos que dependen cada día de un medicamento que le puede salvar la vida o simplemente del sector más pobre que sacrifica el ingreso familiar.

Por estos perjuicios surge la necesidad de verificar la eficacia de los mecanismos de regulación antimonopolio existentes en Chile, puesto que la colusión provoca consecuencias negativas de gran impacto y su regulación permite reducir estas prácticas monopólicas.

3. Limitaciones del estudio

Para entender y estudiar de forma definitiva la regulación antimonopolio en Chile, es necesario establecer las limitaciones del estudio:

- Este estudio se enfoca en la estructura de los organismos encargados de regular las prácticas monopólicas de acuerdo a la legislación vigente en Chile.
- El tiempo de análisis comprende desde el año 2003 hasta mediados del 2009. Se pretende estudiar a partir del año 2003 porque es en este periodo en donde se creó el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia de acuerdo a la Ley N ° 19.911, pero la instalación de éste se concretó el 13 de mayo de 2004.
- El área de investigación se realiza a los organismos existentes en Chile, los cuales son: Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y la Fiscalía Nacional Económica, sin perjuicio de reconocer que existen otros mecanismos no oficiales que se rigen por otras normas como las éticas y las sociales que contribuyen a disminuir las prácticas colusivas y antiéticas, tales como: los consumidores, los colegios de profesionales y la sociedad en general.

4. Objetivo general

Evaluar la efectividad de los mecanismos de regulación antimonopolio existentes en Chile, mediante casos de estudios que describen prácticas colusivas.

5. Objetivos específicos

1. Identificar los mecanismos de regulación en Chile que permitan detectar y corregir las prácticas monopólicas existentes en el mercado.
2. Analizar el entorno de cada caso para comprender los factores que ayudan a las malas prácticas y aquellos que contribuyen a minimizarlas.
3. Evaluar la efectividad de las sanciones ante la colusión.
4. Identificar si las sanciones económicas dictadas por los organismos de regulación son superiores al margen de las ganancias obtenidas por los acuerdos colusivos.

6. Preguntas de la investigación

La investigación requiere de una serie de preguntas para el desarrollo del tema, las preguntas que adquieren más relevancia son las siguientes:

¿Cuáles son los mecanismos de regulación ante una posible colusión en Chile?

¿Son suficientes las sanciones legales ante una práctica colusiva?

¿Los afectados son capaces de organizarse para defender sus derechos?

7. Estructura de Análisis

El presente estudio corresponde a una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, ya que en ella se examinan los mecanismos de regulación ante una posible colusión y se analizan dos casos de estudio en los cuales se aplicó la ley de antimonopolio.

Para llevar a cabo la presente memoria se realizarán diversas etapas:

En primer lugar se obtuvo del **Tribunal de Defensa de la Libre Competencia** a través de su página web, dos casos de empresas nacionales que atentaron contra la libre competencia, los cuales son:

- Caso de colusión de precios por parte de Farmacias Ahumada S.A, Salcobrand S.A, Cruz Verde S.A.
- Caso oligopsonio discriminador de precios en el mercado lechero del sur de Chile, específicamente en las regiones del Bío Bío, la Araucanía, Los Ríos y Los Lagos.

En segundo lugar a partir de los casos expuestos se realizará una descripción de los distintos factores que influyeron en cada caso, los cuales son de tipo económico, legal, social y de mercado.

En tercer lugar se analizarán las acciones emprendidas por los mecanismos de regulación ante los casos estudiados, para así evaluar la efectividad de estos. Para complementar el estudio se considerarán otras normas fuera del marco legal, pero de igual importancia para regular las fallas en el mercado, las cuales son de tipo ético y social.

Finalmente se realizarán las conclusiones y recomendaciones pertinentes para cada caso.

CAPITULO 2: TEORÍA DEL MONOPOLIO

1. Introducción

Para entender y comprender la teoría del monopolio se debe considerar con anterioridad la competencia imperfecta de los mercados.

El mercado perfectamente competitivo es aquel en que ninguna empresa es suficientemente grande para influir en el precio de mercado. Al seguir estrictamente esta definición resulta que pocos mercados son perfectamente competitivos, o sea la mayoría de los mercados de la economía están dominados por grandes empresas, a menudo dos o tres, esta situación caracteriza a la competencia imperfecta. Los principales tipos de competencia imperfecta son el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística.

2. Competencia Imperfecta

Si una empresa puede influir significativamente en el precio de mercado de su producto, se clasifica como *competidor imperfecto*. Es por ello que existe competencia imperfecta en una industria siempre que los vendedores pueden controlar en alguna medida el precio de su producto.

3. Causa de las imperfecciones

La mayoría de los casos de competencia imperfecta pueden atribuirse a dos grandes causas. En primer lugar, las industrias tienden a tener menos vendedores cuando existen importantes economías en la producción en gran escala y costos decrecientes. En estas circunstancias, las grandes empresas pueden producir sencillamente a un precio más bajo que el de las pequeñas, las cuales no pueden sobrevivir. En segundo lugar, los mercados tienden a ser imperfectamente competitivos cuando hay barreras a la entrada que dificultan la entrada de nuevos competidores en una industria. En algunos casos, las barreras pueden deberse a leyes o a reglamentaciones que limitan el número de competidores. En otros, puede haber razones por la que sea excesivamente caro para un nuevo competidor entrar en un mercado.

4. Tipos de estructuras del mercado

TIPOS DE ESTRUCTURAS DEL MERCADO				
Estructura	Número de productores y grado de diferenciación del producto	Parte de la economía en la que predominan	Grado en que la empresa controla el precio	Métodos de comercialización
Competencia Perfecta	Muchos Productores; productos idénticos	Mercados financieros y productos agrícolas	Ninguno	Intercambio en el mercado o subasta
Competencia Imperfecta				
Competencia Monopolística	Muchos productores; muchas diferencias reales o percibidas entre los productos	Comercio al por menor (pizzas, cervezas...), computadoras personales	Alguno	Publicidad y rivalidad por la calidad; precios administrados
Oligopolio	Pocos productores; diferencias escasas o nulas entre los productos	Acero, productos químicos...		
	Pocos productores; productos diferenciados	Automóviles, programas informáticos de procesamiento de textos...		
Monopolio	Único productor; producto sin buenos sustitutos	Monopolios por licencia (electricidad, agua); Windows de Microsoft; Medicamentos patentados	Considerable	Publicidad

5. El Monopolio

El monopolio es el caso extremo en donde existe un único vendedor que tiene el control absoluto de una industria (el término monopolista viene de las palabras griegas *mono*, que significa uno, y *polista*, que significa vendedor) Es el único productor en su industria y no existen otras que produzcan buenos sustitutos.

Actualmente es raro encontrar un verdadero monopolio, los que existen son debido a que gozan de algún tipo de protección del Estado, como es el caso del suministro eléctrico. Uno de los pocos ejemplos de monopolio sin licencia del Estado es el programa de Windows de Microsoft.

6. Precio e Ingreso Marginal en Monopolio

El Monopolio es una estructura de Mercado del tipo de Competencia Imperfecta, que se caracteriza por la existencia de un solo oferente, el que constituye toda la Industria y enfrenta por tanto, la totalidad de la Demanda de los consumidores.

En este contexto, cada vez que el monopolista decide producir y vender una unidad adicional, aumenta la oferta del mercado, generando un exceso de oferta que hace disminuir el precio, vale decir, debe aceptar una disminución en el precio a la que ha de vender no sólo esta última unidad, sino que también las unidades anteriores a esta.

Es por lo anterior que a diferencia de lo que acontece bajo condiciones de competencia perfecta, vender una unidad adicional reportará un ingreso marginal inferior que el valor del precio, de modo tal que, para una demanda de tipo lineal, de la forma $p = (a - bq)$, la función de ingreso marginal tendrá el mismo intercepto, pero el doble de la pendiente, esto es $IMg = (a - 2mq)$, debido a que:

$$\text{Si } p = (a - mq)$$

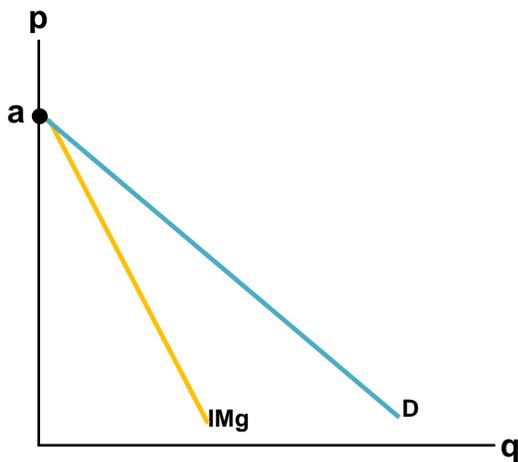
$$IT = pq = (a - mq)q$$

$$\text{o sea } IT = (aq - mq^2)$$

$$\text{y como } IMg = dIT / dq$$

$$IMg = (a - 2mq)$$

Gráficamente:



7. Monopolio y Competencia Perfecta

Asumiendo que el objetivo de una Firma es maximizar las utilidades

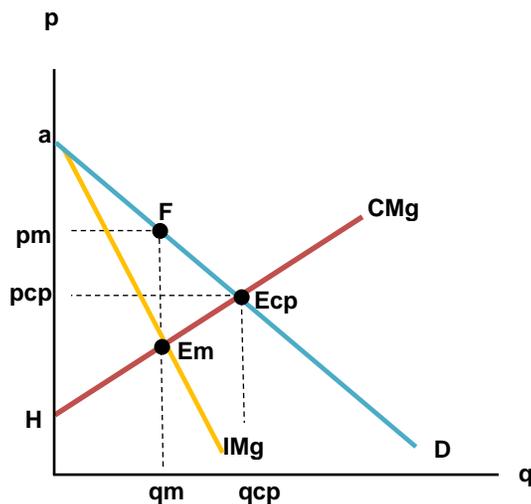
Siendo $U = IT - CT$, en donde tanto IT , como CT están en función de q

Maximizar U implica $(dU/dq) = 0$, vale decir $(dIT/dq - dCT/dq) = 0$

O sea $(IMg - CMg) = 0$ y despejando se concluye que la condición que maximiza el beneficio de una Firma es $CMg = IMg$

Cuando una Firma opera bajo condiciones de Competencia Perfecta, vale decir, cuando no tiene capacidad alguna de afectar el precio, éste lo asume constante, ya que le llega dado por el Mercado y por tanto $IMg = dI/dq$ resulta ser $IMg = d(pq)/dq$ y por la razón anterior $IMg = p(dq/dq)$ de donde se concluye que $IMg = p$. Por el contrario y como ya se expuso, cuando una Firma opera bajo condiciones Monopólicas, $IMg < p$.

Gráficamente:



Nótese que bajo condiciones de Competencia Perfecta, el equilibrio del Mercado se alcanza en el punto Ecp, para una cantidad q_{cp} ; en tanto que bajo condiciones Monopólicas la Firma maximizará su beneficio en el punto Em, vale decir para una cantidad $q_m < q_{cp}$, la que intentará vender al máximo precio que por ella estén dispuestos a pagar los consumidores, esto es p_m

Comparando ambas condiciones, se puede apreciar que, al generarse condiciones monopólicas:

1. Disminuyen los excedentes de los consumidores, desde el área (a-pcp-Ecp) al área (a-pm-F), pues adquieren una cantidad menor y a un precio más alto.
2. Aumentan los excedentes de la Firma que concentra la Industria convirtiéndose en Monopólica, del área (H-pcp-Ecp) al área (H-pm-F-Em)
3. Se pierden excedentes, toda el área (F-Em-Ecp), hecho que constituye una pérdida de bienestar en la Sociedad, explicada por la ineficiencia en el aprovechamiento de uso de los factores productivos, ya que con los mismos factores con los que antes se generaba qcp, ahora se genera tan sólo qm

8. Investigaciones judiciales por prácticas colusivas

Requerimiento en contra de Farmacias:

Farmacias Ahumada S.A., Cruz Verde S.A. y Salcobrand S.A., realizado por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, el requerimiento describe las conductas de acuerdo de precios en 222 medicamentos denominados notorios y éticos para los consumidores dependientes de estos fármacos.

Sentencia N°7/2004:

La sentencia contempla conductas atentatorias a la libre competencia por parte de industrias receptoras de leche bovina y aprovechamiento de posición dominante ante pequeños, medianos y grandes productores de leche fresca, las cuales son:

- Reparto de mercado.
- Negativa de compra.
- Disminución de precio.
- Discriminación de precios.
- Opacidad en el proceso de toma de muestras y resultados de calidad y contenido de la leche.

CAPITULO 3: DESARROLLO

1. INTRODUCCIÓN

En el presente Capítulo se realiza el análisis de dos casos que se caracterizan por cometer acuerdos de colusión, los cuales fueron investigados por la Fiscalía Nacional Económica y sancionados por el poder judicial, con este análisis se pretende determinar la efectividad de los mecanismos de regulación cuando se está en presencia de empresas que actúan como un monopolio.

Para lo anterior, se detallarán los aspectos económicos, legales y sociales presentes en los casos, para conocer el accionar de los mecanismos de regulación ante prácticas colusivas que atentan contra la libre competencia.

Por último, se evaluará la efectividad de los mecanismos de regulación a través de un cuadro evaluativo para cada caso que contiene factores que determinan la medición.

**2. CASO ESTUDIO 1: COLUSION DE PRECIOS POR PARTE DE FARMACIAS
AHUMADA S.A., FARMACIAS CRUZ VERDE S.A., FARMACIAS
SALCOBRAND S.A.**

“Las farmacias requeridas ejecutaron y celebraron hechos, actos y convenciones que tuvieron por objeto y efecto fijar al alza, concertadamente, el precio de venta al público de productos farmacéuticos, impidiendo, restringiendo o entorpeciendo la libre competencia y, por ende, infringiendo el artículo 3° del Decreto Ley N° 2111”

Las cadenas farmacéuticas Salcobrand, Ahumada y Cruz Verde, luego de una intensa guerra de precios anterior al año 2007, acordaron aumentar el precio de 222 medicamentos durante los meses de noviembre de 2007 hasta marzo de 2008. Este acuerdo es ilegal puesto que atenta contra la libre competencia, y es catalogada por ley como nociva para el funcionamiento de los mercados.

Estas cadenas al poner en práctica el acuerdo colusivo, actuaron como un monopolio, ya que los precios eran más elevados que los competitivos, aumentando sus excedentes y disminuyendo los del consumidor, provocando una pérdida de bienestar de la sociedad, producto de la falta de rivalidad entre los competidores dejando sin opción a los consumidores para elegir.

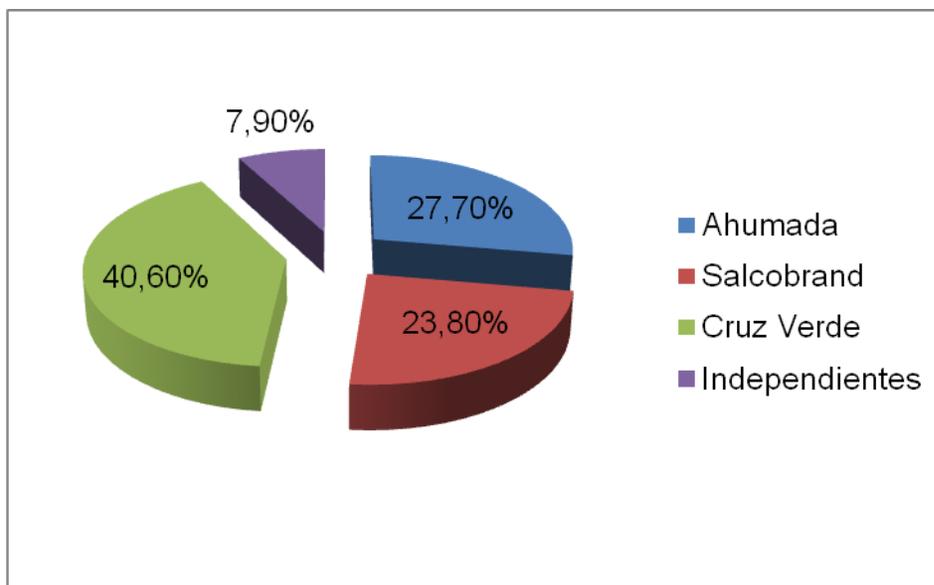
¹ Fiscalía Nacional Económica; requerimiento en contra de farmacias Ahumada, Salcrobrand y Cruz Verde.

2.1 Concentración de la Industria Farmacéutica

En Chile existen tres grandes cadenas farmacéuticas las cuales poseen un total de 1074 locales distribuidos a lo largo de todo el país, a estas se suman 500 farmacias independientes, de acuerdo a los datos de Unfach (Unión de dueños de farmacias de Chile). No obstante la cantidad de locales no demuestra existencia de concentración en el mercado, sino que el mejor índice para medirla esta dado por el nivel de ventas de las farmacias, las cuales determinan la participación en el mercado.

Las participaciones del mercado de las farmacias están representadas en los siguientes porcentajes:

Gráfico 1: **Participación del Mercado Farmacéutico**



Fuente: Elaboración propia en base a la investigación Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. 23 de marzo de 2009.

Este desglose de las participaciones muestra un mercado concentrado, las tres cadenas de farmacias ocupan un 92% del mercado, siendo Cruz Verde la que tiene la mayor cuota con un 40,6% de participación.

El índice que utilizan los mecanismos judiciales de regulación antimonopolio en Chile para medir la concentración económica de una industria es el Índice Herfindhal Hirschman (HHI), este medidor está en función del número de empresas del mercado y sus respectivas participaciones. El resultado del cálculo HHI entrega los siguientes umbrales para análisis de mercados concentrados:

- a. Si el índice HHI es menor a 1000 (se descarta un análisis de concentración del mercado).
- b. Si $1000 < \text{HHI} < 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado moderadamente concentrado) y $\Delta\text{HHI} < 100$.
- c. Si $\text{HHI} > 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado altamente concentrado) y $\Delta\text{HHI} < 50$.

Para analizar el mercado farmacéutico a partir del HHI, se obtiene:

$$H = \sum_{i=1}^N S_i^2$$

Donde:

S_i = es la participación porcentual de cada empresa dentro del mercado.

N = es el número total de empresas.

$$HH = 27,7^2 + 40,6^2 + 23,8^2 + 7,9^2 = 3044,5$$

El mercado farmacéutico supera los 3000 puntos, por lo tanto estamos en presencia de un mercado altamente concentrado, lo que facilita los acuerdos ilícitos y antiéticos entre farmacias para mantener su posición en el mercado.

2.2 Barreras de Entrada

Se entiende por barreras a la entrada el impedimento al ingreso de competidores o las ventajas de costos que posee una empresa establecida en el mercado frente a una firma que desea entrar.

En el mercado farmacéutico se pueden observar barreras de entrada en los costos hundidos y estos se clasifican a su vez en:

- Exógenos (dependen de la industria): en el estudio de la FNE se determinó que para entrar en esta industria es necesario una inversión mínima de \$150 millones, estimándose que cerca del 47% de los gastos totales corresponde a costos hundidos (irrecuperables) lo que equivale a \$70 millones, los cuales corresponden a infraestructura y obtención de permisos. También se determinó que una empresa es competitiva en el mercado farmacéutico cuando abre un mínimo de 30 locales.

Las cantidades de dinero a invertir son elevadas y limitan la entrada de nuevos competidores a la industria, además la cantidad de locales es crucial para entrar al mercado como una empresa competitiva, lo que se traduce en una mayor inversión restringiendo aún más la entrada de nuevos participantes.

- Endógenos: corresponden a gastos en publicidad, promoción e inversión en investigación y desarrollo, que dependen de decisiones estratégicas internas de

la empresa. Estos costos son vitales para las tres cadenas farmacéuticas un ejemplo de ello es la intensiva publicidad en televisión, ya que permite estar constantemente en la mente de los clientes, dando a conocer sus promociones y beneficios a los que pueden optar los consumidores. Este esfuerzo significa un costo para la empresa que desea entrar al mercado lo que implica una inversión más alta para hacer conocida su marca y obtener beneficios comerciales.

2.3 Colusión de Precios en la Industria Farmacéutica

El acuerdo horizontal de precios que se dio a conocer a la luz pública, teniendo como principales actores a las tres cadenas farmacéuticas, originó una investigación por parte de los mecanismos de regulación antimonopolio chilenos, también generó indignación en la opinión pública al sentirse estafados por pagar un precio más elevado por los productos coludidos. A consecuencia del acuerdo colusivo las farmacias obtuvieron mayores beneficios económicos, puesto que actuaron como un monopolio, contrario a lo que hubiese sucedido si hubieran actuado de forma individual, ya que las ganancias habrían sido menores.

Para analizar las ganancias obtenidas en el período de colusión se trabajó solo con farmacias Ahumada, por concepto de acceso a la información financiera. Se extrajo de los estados de resultados, expuestos en la SVS, información necesaria para verificar los datos entregados por la Fiscalía, los cuales expresan que el beneficio económico obtenido por el aumento de precios representa el 2,8% de las ventas de Fasa en el año 2007 correspondientes a \$7.616 millones, para el caso de

farmacias Cruz Verde y Salcobrand estos porcentajes son del 4% y 3,1% respectivamente.

FASA	2006	2007	2008
Ingresos	248.990.775	315.632.885	340.404.571
Costos	-182.889.292	-235.645.283	-248.146.843
Margen	66.101.483	79.987.602	92.257.728

Fuente: Elaboración propia en base a estados de resultado de FASA, publicados en Superintendencia de Valores y Seguros.

En primer lugar si se considera el 2,8% de las ventas obtenidas para el año 2007, estas corresponden a \$8.837 millones, esta cifra contradice lo señalado por la Fiscalía ya que su cálculo es de \$7.616 millones, existiendo una diferencia de \$1.221 millones, según el estado de resultado del año 2007, lo que es grave por la falta de transparencia de la información entregada por FASA a la Fiscalía en comparación con los datos publicados por la Superintendencia de Valores y Seguros, lo cual hace que la información sea ambigua por lo tanto no permite que las personas se informen correctamente.

Para continuar con la verificación de los datos aportados por la Fiscalía Nacional Económica se establece como supuesto que el margen de contribución como porcentaje de las ventas se mantiene sin una significativa variación entre un año y otro, por ejemplo en el año 2006 el porcentaje del margen de contribución es de un 26,5% de las ventas y para el año 2007 es de un 25,3%. Además se debe considerar que los ingresos son los precios por la cantidad ($p \cdot q$) por lo tanto debiera

verse reflejado un aumento en el ingreso por concepto de aumento de precios, en tal situación los costos no debieran aumentar considerablemente ya que todo aumento en el valor del producto, con un costo constante, equivale a ganancias por la venta del producto. El siguiente cuadro muestra los datos por año:

FASA	2006	2007	2008
% Costo	73,5	74,7	72,9
% Margen de Contribución	26,5	25,3	27,1
% de ventas	100	100	100

Fuente: Elaboración propia en base a estados de resultado de FASA, publicados en Superintendencia de Valores y Seguros.

El margen de contribución no muestra mayor variación de un año a otro, lo mismo sucede con los costos, estos datos no demuestran un aumento significativo en las ventas en el año 2007, por lo tanto no se puede verificar el aumento de precios por esta farmacia, ya que el margen de contribución disminuyó del 2006 al 2007 en vez de aumentar como se esperaría cuando se está en presencia de un aumento de precios de 222 medicamentos.

Para el caso de farmacias Cruz Verde y Salcobrand no fue posible realizar el mismo ejercicio debido a que la información de sus estados de resultado no se encuentra disponible para el público en general, por ser sociedades anónimas cerradas, puesto que no están obligadas a publicar dicha información ya que no se encuentran en el Registro de Valores.

2.4 Factores Coadyudantes

En la industria Farmacéutica existen factores que ayudan a que el poder monopólico permanezca, tales como: los sustitutos de los medicamentos y la existencia de barreras de entrada de nuevos competidores en la venta de medicamentos, como es el caso de los supermercados.

2.4.1 Sustitutos de productos farmacéuticos

En un mercado competitivo la presencia de productos sustitutos permite que los consumidores puedan tener la mayor cantidad de alternativas de compra posible, por lo tanto si el productor decide aumentar el precio del bien el consumidor puede cambiarlo por otro producto que cumpla igual rol que el que iba a ser comprado.

En el mercado de los productos farmacéuticos la sustitución resulta de gran importancia por la existencia de reales alternativas que cumplan con el mismo rol que el medicamento original y que contenga los mismos componentes. Para ello la Food and Drug Administration² de los Estados Unidos, más conocida como FDA traducida al español como Administración de Alimentos y Medicamentos, ha definido que los sustitutos de medicamentos son aquellos que se reconocen como bioequivalentes, o

² Agencia del gobierno responsable de proteger la salud pública garantizando la seguridad y la eficacia de los medicamentos humanos y veterinarios, productos biológicos, aparatos médicos, el abastecimiento de alimentos, productos de belleza y productos que emiten radiación. La FDA es uno de los 13 principales componentes operativos del Departamento de Salud y Servicios Humanos de EE.UU.

sea son equivalentes farmacéuticos o alternativas farmacéuticas cuya velocidad y magnitud de la absorción no muestran una diferencia significativa cuando se administran en la misma dosis molar de la porción terapéutica, bajo condiciones experimentales similares, ya sea por una administración simple o en dosis múltiples, en otras palabras dos productos farmacéuticos son terapéuticamente equivalentes o sustitutos cuando administrados en la misma dosis molar, sus efectos con respecto a eficacia y seguridad resultan esencialmente los mismos, sin embargo para determinar la bioequivalencia son necesarios estudios y análisis que lo certifiquen. El tema de la bioequivalencia de medicamentos fue expuesta por el vicepresidente de de la Cámara de la Industria Farmacéutica, José Cousiño, el cual expresa *que la norma chilena recoge la tendencia internacional pero el problema es que todavía no se ha implementado y se sabe que esto se va a hacer en forma lenta*, además se refirió en que no hay avances concretos, ni en equivalencia terapéutica ni en la legislación. Para que el mercado de los medicamentos tengan sustitutos hay que avanzar en la bioequivalencia, de acuerdo a la Organización Mundial de la Salud³, en términos de impacto a la salud, sólo es posible la intercambiabilidad de la receta médica, y con ello la sustitución de un medicamento, por un producto equivalente terapéutico.

En otro sentido, los consumidores no poseen conocimiento de sustitutos de medicamentos, así lo demuestra un estudio preparado por la FNE que da como resultado, luego de una encuesta realizada a más de 600 personas, que el 76% de

³ La OMS es la autoridad directiva y coordinadora de la acción sanitaria en el sistema de las Naciones Unidas. Es la responsable de desempeñar una función de liderazgo en los asuntos sanitarios mundiales, configurar la agenda de las investigaciones en salud, establecer normas, articular opciones de política basadas en la evidencia, prestar apoyo técnico a los países y vigilar las tendencias sanitarias mundiales.

los encuestados no conocen sustitutos para los medicamentos que compra, además cuando no encuentran el medicamento el 79% prefiere acudir a otra farmacia y no consultar si existe alguna alternativa del remedio buscado.

Ante la situación planteada lo esencial es avanzar en la bioequivalencia para que el mercado incremente la competitividad, al tener mayores alternativas de compra, por otro lado los consumidores no poseen conocimiento de la existencia de sustitutos, sin embargo se da el caso que los consumidores reemplacen su medicamento por genéricos o un medicamento de igual composición, lo que resulta perjudicial para la salud, puesto que la calidad de los medicamentos genéricos y similares no está garantizada en términos de seguridad, eficacia y bioequivalencia y la sustitución de medicamentos de una receta y la autoprescripción (uso indiscriminado de fármacos) son actos ilegales, así lo señala un comunicado de la Cámara de la Industria Farmacéutica, en este sentido se debe establecer un mecanismo que otorgue información a los consumidores sobre medicamentos, sus reales sustitutos y precios, lo que conlleva a eficiencia en el uso de información y a consumidores adquiriendo la mejor alternativa de compra entre varias.

2.4.2 Restricción de venta de medicamentos fuera de farmacias

En Chile la venta de medicamentos son de exclusiva comercialización de las farmacias, lo que se traduce en un negocio restringido a estos locales, impidiendo la liberación de aquellos medicamentos que pueden ser comprados sin receta, al estar acotada la venta no existe diversidad en el acceso a estos medicamentos, lo que

limita la competencia de los actores del mercado y por ende las opciones de los consumidores en lo que se refiere principalmente a mejores precios.

La venta de medicamentos genera grandes dividendos para las empresas y es por este motivo que los supermercados están interesados desde hace mucho tiempo en participar de este rubro de manera de ampliar sus productos y su margen de ganancias, según datos entregados por la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (Asach), una de sus asociadas D&S pretende vender medicamentos genéricos en las góndolas de sus locales. Este ítem equivale al 25% de las ventas totales del mercado farmacéutico, aproximadamente 250 millones de dólares al año, cifra que preocuparía a las cadenas farmacéuticas en caso de que se llegará a concretar la venta de medicamentos en los supermercados u otros locales, ya que estarían restringiendo su cuota de mercado a nivel nacional, pero para que esto llegue a ser una realidad es necesario aprobar el proyecto de ley que admite este tipo de venta de medicamentos fuera de las farmacias.

Después del ruidoso caso de colusión de las cadenas de farmacias, ha surgido con mayor énfasis la idea de la venta de fármacos en los supermercados u otros establecimientos cuyo objetivo es favorecer a los usuarios con acceso a mejores precios y esto ocurría por la presencia de un mayor número de participantes en el mercado, ya que haría aumentar el nivel de competencia en este sector en donde los beneficiados serían los consumidores. La venta de medicamentos tendría que efectuarse con responsabilidad y teniendo presente que el personal a cargo de las góndolas esté capacitado para este tipo de ventas, además de estar a cargo de un

químico farmacéutico el cual permita la orientación a los consumidores, claro que esta venta debe excluir y prohibir la venta de medicamentos a menores de edad.

La idea de venta de fármacos en lugares distintos a las farmacias tiene adeptos por la ampliación de la competencia, pero también existen quienes rechazan la idea, por la debida razón a que en Chile existe un excesivo abuso en la automedicación, ya que no se maneja con responsabilidad la suministración y dosificación de los fármacos, pero se debe entender que este abuso de automedicación está presente desde hace mucho tiempo ejemplo de ellos son las personas que se automedican, las que obtienen los medicamentos a través de las mismas farmacias que se encuentran habilitadas para la venta, por lo tanto no se trata de un problema de accesibilidad a los remedios sino a una falta de cultura que enseñe a las personas que la automedicación es dañina para la salud y mientras las personas no cambien su mentalidad en beneficio de su salud, seguirán cometiendo estos abusos.

2.5 Afectados

Son todas aquellas familias o personas que compraron productos en el período de colusión de las farmacias, existiendo casos de dependencia de ciertos medicamentos como lo son las personas diabéticas, con afecciones cardiacas entre otras. Las cuales se vieron obligadas a asumir una perdida mayor, puesto que su compra es periódica y de primera necesidad.

Otro grupo afectado son las farmacias independientes, que se vieron envueltos en un mercado sin competencia. Consecuencia del acuerdo fue mantener las participaciones del mercado para no competir y seguir manteniendo sus respectivas cuotas del mercado.

Las farmacias se coludieron para aumentar el precio de 222 productos fármacos, aumentaron un 48% promedio los precios de los medicamentos, 22 de ellos aumentaron más del 100% de su precio, en el período del acuerdo, de noviembre del año 2007 a abril del año 2008, los productos que tuvieron el alza superior al 100% son:

Nombre Medicamento	Precios		
	Nov-07	Abr-08	Var
Marvelon-20 Caja 21 Comp.	2.502	7.180	187%
Folisarin 5 Mg. Caja 30 Comp.	821	2.017	146%
Glucophage Forte 850 Mg. Caja 60 Comp.	3.442	8.327	142%
Feminol X 21 Comp. Recub	2.163	5.051	134%
Elcal-D Caja 30 Cap.	1.565	3.617	131%
Herolan Aerosol 10 MI 200 Dosis	2.993	6.892	130%
Tareg 80 Mg. Caja 28 Cap.	5.695	12.621	122%
Maltofer Gts. Frasco 30 MI	2.484	5.424	118%
Maltofer 100 Mg. Caja 30 Comp.	3.058	6.389	109%
Lerogin Caja 30 Grag	3.285	6.858	109%
Dilatrend 25 Mg. Caja 28 Comp.	5.517	11.511	109%
Enalten-D 10/25 Caja 30 Comp.	3.779	7.879	108%
Tobe 2,5 Mg X 30 Comp..	4.929	10.237	108%
Tildiem 60 Mg. Caja 20 Comp.	1.984	4.119	108%
Anulette-Cd Caja 28 Comp.	1.081	2.241	107%
Ciclomex -15 Caja 28 Comp.	2.465	5.112	107%
Elcal-D Forte Caja 60 Cap.	2.641	5.471	107%
Marvelon Caja 21 Comp.	3.503	7.193	105%

Glafornil 500 Mg. Caja 30 Comp.	1.604	3.291	105%
Zometic 7.5 Mg. Caja 30 Comp.	1.989	4.069	105%
Ciclidon-20 Caja 21 Comp. Rec.	2.514	5.105	103%
Ciclomex -20 Caja 21 Grag.	2.533	5.061	100%

Lo relevante de aumentar el precio de estos medicamentos es la obligación de compra o la dependencia que estos tienen para una persona que sufre alguna enfermedad que le obliga a comprar en forma periódica una dosis para vivir. Por ejemplo:

- Marvelon-20 Caja 21: Anticonceptivo
- Folisanin 5 Mg: Eritropoyético; lo que se explica cómo prevención del déficit de ácido fólico durante el embarazo y lactancia. También se emplea en pacientes con altos niveles de recambio celular (anemia hemolítica) o alimentación I.V. mantenida.
- Glucophage Forte: Antidiabético oral; para Diabetes no insulino dependiente.
- Elcal-D: Calcioterapia + vitamina D; Recalcificante útil en todos aquellos estados de carencia. Coadyuvante de reparación de fracturas óseas. Prevención de la desmineralización ósea pre y post-menopáusica. Osteoporosis de diversa etiología. Raquitismo y osteomalacia.
- Glafornil: Hipoglicemiantes Antidiabéticos; Tratamiento de diabetes mellitus tipo 2 en adultos, especialmente en pacientes con sobrepeso, cuando la dieta y el ejercicio por sí solos no logran alcanzar un control glicémico adecuado.
- Dilatrend: Tratamiento de la hipertensión.

Aquí se han expuesto entonces medicamentos que generan dependencia, cuando se deben controlar las enfermedades y sus síntomas, como lo es la diabetes,

también la obligación de compra en el caso de anticonceptivos. Por lo tanto se incluyeron en el acuerdo productos que generan percepción de precios entre los clientes y que éstos cotizan regularmente en atención a su alta dependencia. La situación comprende que un alza unilateral de una cadena la expondría a perder cuota de mercado frente a sus competidores y el acuerdo, en cambio, les permitiría extraer el excedente del consumidor, es por ello que el consumidor al cotizar el precio en las cadenas no encontró grandes diferencias, lo cual lo llevó a comprar, en este momento el cliente se convirtió en víctima de la falta de ética empresarial de estas farmacias.

En el período del acuerdo los consumidores pagaron un precio más alto por los medicamentos, por ello era de esperar que cambiaran de farmacia o compararan los precios en locales de farmacias independientes. Sin embargo las ventas de las farmacias coludidas entre los meses del acuerdo no bajaron, esto quiere decir que el precio no influyó en los consumidores para que cambiaran su preferencia de compra. No obstante luego que saliera a la luz pública la investigación de colusión entre las farmacias, los consumidores dieron cuenta de su rechazo a tal situación, con protestas menores y demandas colectivas. Ante esta situación se espera que los consumidores de las cadenas farmacéuticas cambien su preferencia de compra, para que en algún grado castiguen con bajas ventas a las coludidas.

La prensa ha informado la opinión de los consumidores, recabada mediante encuestas, que han dado como resultado: aumento en las ventas de las farmacias independientes y que las personas sí seguirán comprando en las farmacias coludidas.

La primera información obtenida en el diario La Nación dice que las farmacias independientes han aumentado hasta en un 30% sus ventas, datos confirmados por el presidente de la Unión de Dueños de Farmacias de Chile (Unfach), Raúl Álvarez. Si bien esta noticia es buena para las farmacias independientes no es un porcentaje que muestre un real cambio en los consumidores hacia estas farmacias, puesto que las cadenas farmacéuticas que se coludieron ocupan el 92% del mercado y las independientes ocupan sólo un 8%. Esto demuestra que las ventas de las farmacias independientes en comparación con las grandes cadenas es una cantidad muy pequeña. Lo que condice que los consumidores no han castigado a las coludidas, dejando de comprar en ellas para comprar en las farmacias independientes, por lo menos no una cantidad importante. La segunda noticia, obtenida en el diario El Mercurio, al realizar una encuesta sobre la decisión de la gente de seguir comprando en las cadenas de farmacias, el 60,7% respondió que sí, de un total de 400 encuestados, este porcentaje demuestra que 6 de cada 10 personas seguirán comprando en las coludidas, un porcentaje no menor puesto que más de la mitad seguirá siendo cliente. Al generalizar estos datos, más de la mitad de los consumidores de farmacias seguirán comprando en Ahumada, Salcobrand y Cruz Verde. Lo que implica un factor de fidelidad del cliente hacia estas cadenas, o sea algún factor de motivación influye a que los consumidores no cambien sus preferencias de compra. Para entender este comportamiento se deben contemplar factores como: modalidad de pago, calidad de atención al cliente, precio, valor agregado (por ejemplo: puntos en tarjetas de crédito) u otros servicios.

Comparación entre Farmacias Independientes y Cadenas Farmacéuticas	
Farmacias Independientes	Cadenas Farmacéuticas
La modalidad de pago es variado, asemejándose al de las cadenas, como tarjetas de crédito de casas comerciales y bancos, debito bancaria y efectivo.	La modalidad de pago en las cadenas de farmacias es variado, con tarjetas de crédito de casas comerciales y bancos, debito bancaria y efectivo. Además Cruz verde y Salcobrand tienen tarjeta de crédito propia.
La infraestructura de los distintos locales de farmacias independientes, es algo similar, puesto que depende de la decisión del dueño del local. Los locales están organizados con mesones para atención al público, detrás de estos mesones están los productos para la vista del cliente.	La infraestructura de los locales de las cadenas farmacéuticas es muy parecida, con góndolas de productos que hacen de pasillos, y están ubicados antes del mesón de atención al cliente. Los productos farmacéuticos por lo general se ubican al fondo del local, detrás del mesón.
En cuanto a la venta, las farmacias independientes han agregado a la venta de medicamentos, productos para belleza y comestibles como helados y bebidas.	La venta en las cadenas se considera de retail (comercialización masiva de productos), junto con los medicamentos se encuentra una gran variedad de productos, como: leche, confites, recargas de celular, entre otros. La gran diferencia es la variedad de productos que muestran en sus estantes, de distintas marcas y promociones.
Las farmacias independientes son parte del mercado con un porcentaje del 8%. Según la Unión de Dueños de farmacias de Chile (Unfach) para el año 2008 existían 500 farmacias independientes, de las cuales un total de 300 estaban casi quebradas.	Las cadenas de farmacias ocupan un porcentaje del mercado de 92%. La cantidad de locales que tienen distribuidos por todo el país es de 1074 aproximadamente, según información de páginas web de cada cadena farmacéutica.

La mayoría de los consumidores en Chile cree que ponerse de acuerdo para subir los precios es una práctica muy frecuente entre las empresas en Chile, así lo demuestra la encuesta Cerc (Centro de estudios de realidad contemporánea) de abril

del 2009. El porcentaje que cree esto es un 61% de 1200 encuestados. Los consumidores tienen una imagen de desconfianza de las empresas chilenas, puesto que consideran que la colusión es frecuente entre ellas, no obstante la posición para defender los derechos de libre competencia es pasiva, dejando la mayor parte de regulación a los mecanismos de la justicia, como la FNE y TDLC, sin embargo los consumidores también son un mecanismo de regulación, que no está funcionando de manera efectiva, puesto que ellos son los que deben enfocar sus energías para castigar las prácticas que atenten a la libre competencia, con la decisión de compra, que es la herramienta más importante que tienen y de la cual dependen las empresas.

2.6 Ética Empresarial

A partir del escándalo de colusión de las principales cadenas farmacéuticas en Chile, queda en evidencia que existe una desventaja en lo que se refiere a ética empresarial de estas farmacias, porque atentaron contra principios básicos que son fundamentales como la confianza y la lealtad entre otros, que trajo como consecuencia el entorpecimiento de la libre competencia.

Se entiende por ética: “Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana⁴”, que deben estar presente en toda organización y en la conciencia de los seres humanos, ya que son ellos los que trabajan en las empresas y por lo tanto son

⁴ www.rae.cl; definición.

los responsables de poner en práctica este tipo de conductas. El buen actuar empresarial genera confianza en el entorno tanto interno como externo de una empresa, ya que crea valor y prestigio.

En el caso de Farmacias Ahumada incurre en una falta grave que atenta contra su propia misión que es la siguiente: *“En Farmacias Ahumada, orientamos nuestros esfuerzos en ser la mejor alternativa de Farmacia, superando siempre las expectativas del cliente, a través de un servicio inigualable entregado por un equipo humano comprometido e innovador⁵”*. Queda de manifiesto que al aumentar los precios de 222 de medicamentos en conjunto con las otras dos cadenas de farmacias, no está superando las expectativas del cliente por el contrario, esta conducta irreprochable los está perjudicando directamente, ya que no se están satisfaciendo las necesidades de forma óptima y además es importante destacar que están vulnerando la confianza que los clientes depositan en sus empresas al momento de adquirir un producto.

La misión de farmacias Salcobrand se define *“Como una empresa dedicada principalmente a la salud, belleza y bienestar de las personas, ofreciendo a la comunidad productos y servicios con procesos de alta eficiencia operacional y excelencia en la calidad, con una permanente innovación tecnológica, prudentes políticas de administración de riesgos y excelentes estándares éticos, los que deben ser respetados por todas las personas que se desempeñan en la empresa⁶”*. Esta

⁵ www.fasa.cl; nuestra empresa.

⁶ www.salcobrand.cl; nuestra empresa.

farmacia tampoco practica lo que en un comienzo estableció como misión, porque las personas que dirigían la empresa en el período de colusión faltaron a valores como el respeto y la honestidad hacia los consumidores y competidores más pequeños, dejándolos vulnerables a estas dañinas prácticas. Cabe mencionar que son los ejecutivos los encargados de dirigir y enseñar con el ejemplo las buenas prácticas empresariales al resto de las personas que componen la institución, pero en este caso las personas a cargo de esta farmacia fueron incapaces de no concertarse con sus pares para no afectar la libre competencia y más aún cuando fueron descubiertas no reconocieron el acuerdo ilícito del aumento de precios de un gran número de medicamentos, quedando la interrogante ¿Qué tan éticos son los administradores?

En el caso de farmacias Cruz Verde su principal propósito ha sido siempre la salud de las personas por lo que la excelencia en la atención ha sido una tarea permanente, este propósito no refleja la importancia de la salud de sus clientes al aumentar considerablemente los medicamentos.

Las tres principales cadenas de farmacias en Chile, fueron dirigidas en el período de colusión por personas en donde su único objetivo fue aumentar ilícitamente las ganancias comerciales de las empresas donde trabajaban, dejando de lado los derechos de los consumidores, la legalidad de una libre competencia y la existencia de una competencia leal con las farmacias independientes que existen a lo largo del país.

2.7 Sanciones

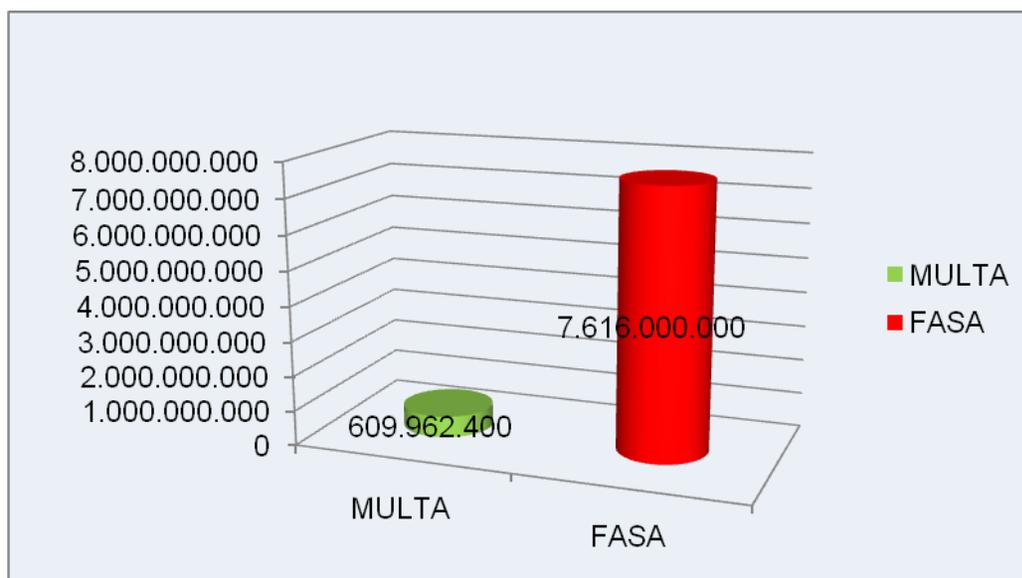
La FNE el día 13 de marzo de 2009 junto con farmacias Ahumada S.A, alcanzaron un acuerdo de conciliación el cual notifica lo siguiente⁷:

- *FASA se obliga a pagar para beneficio social la cantidad 1350 UTA⁸ en su equivalente en pesos al día del pago (el cálculo en pesos corresponde a \$609.962.400.-), al Fisco de Chile en su calidad de administrador de los fondos de la nación.*
- *FASA se obliga a elaborar un código interno, de acuerdo a las mejores prácticas internacionales por medio del cual buscara desincentivar toda conducta que pueda considerarse contraria a las normas de libre competencia.*
- FASA se obliga a establecer la prohibición absoluta a sus ejecutivos de mantener propiedad o participación alguna directa o indirecta en las otras farmacias, así como en la administración de sus negocios sea presente o futura.

⁷ Acuerdo de Conciliación Fiscalía Nacional Económica y Farmacias Ahumada S.A.

⁸ Valor UTA Año 2008: 451.824; Fuente Servicios Impuestos Internos Chile.

Gráfico 2: **Ganancias FASA v/s Multa en pesos**



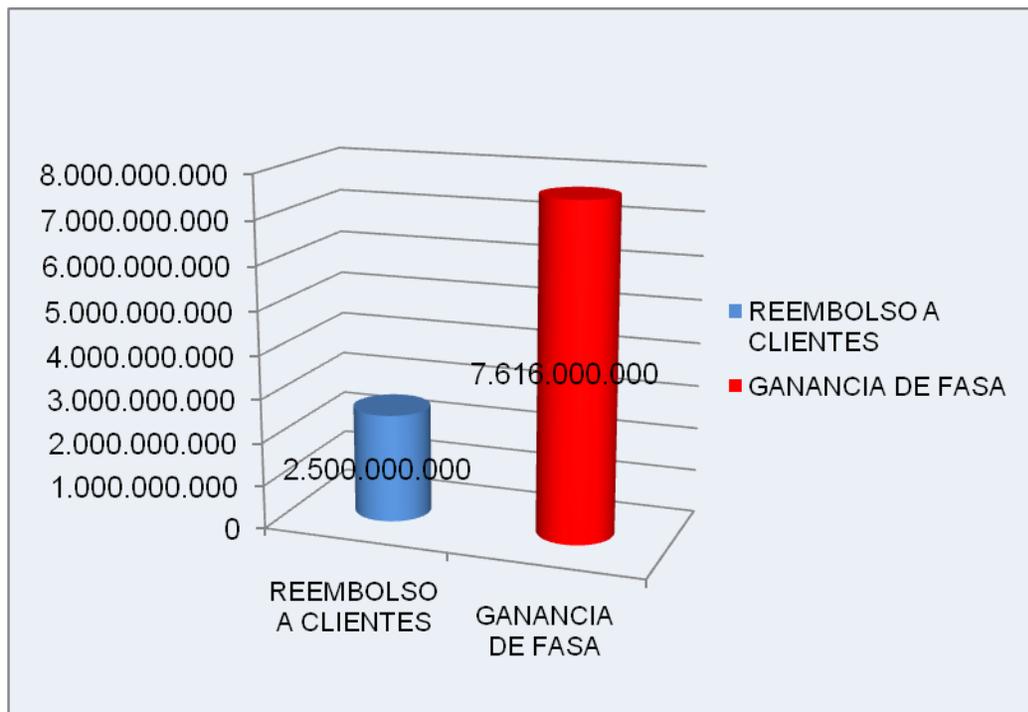
Fuente elaboración propia en base al Acuerdo de conciliación entre Farmacias Ahumada y la FNE y su requerimiento en contra de Farmacias Ahumada S.A., Cruz Verde S.A. y Salcobrand S.A. 23 de marzo de 2009.

En el gráfico se refleja que la multa aplicada es baja en comparación a las ganancias obtenidas, lo que implica que la multa no es ejemplificadora para que no se sigan cometiendo este tipo de delitos. Se debe recordar que a la fecha del requerimiento entre Fasa y la Fiscalía, las farmacias Cruz Verde y Salcobrand no reconocieron su participación en dicho acto, por lo que no fueron sancionadas.

2.8 Indemnizaciones obtenidas por los consumidores

Farmacias Ahumada se comprometió a reembolsar el dinero a sus clientes tras la confesión de colusión de precios con las otras dos cadenas de farmacias. De esta forma Farmacias Ahumada pretende devolver a sus clientes cerca de \$2.500 millones de pesos.

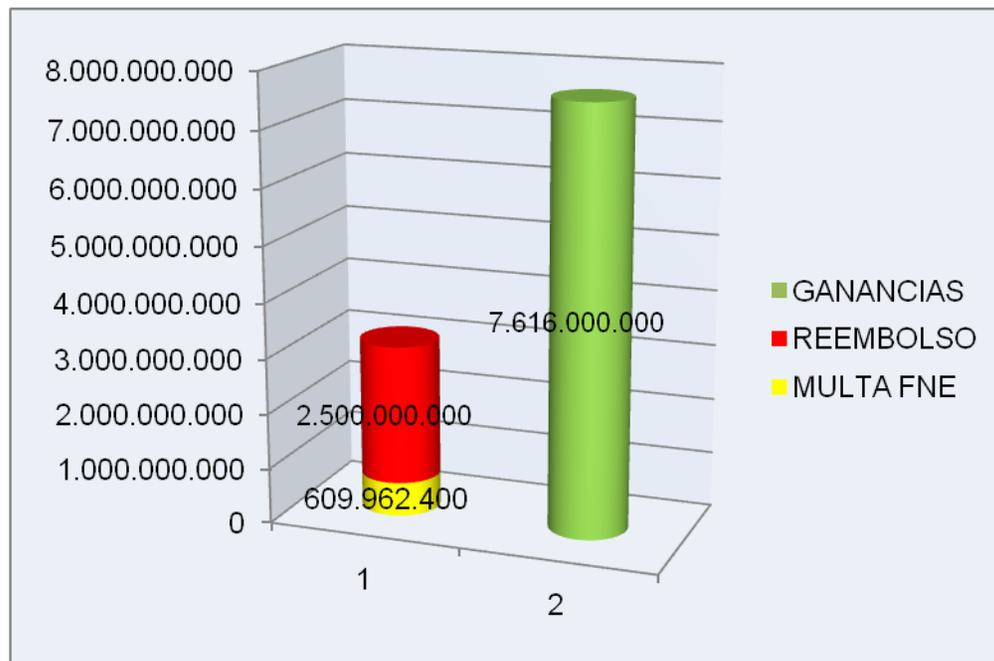
Gráfico 3: **Ganancias FASA v/s Reembolso a Clientes**



Fuente elaboración propia en base al Acuerdo de conciliación entre Farmacias Ahumada y la FNE y su requerimiento en contra de Farmacias Ahumada S.A., Cruz Verde S.A. y Salcobrand S.A. 23 de marzo 2009.

El gráfico muestra lo que la empresa se comprometió a reembolsar a sus clientes afectados en el periodo colusivo, correspondiendo al 33% de las ganancias obtenidas por esta.

Gráfico 4: **Comparación de ganancias v/s multa y reembolso**



Fuente elaboración propia en base al Acuerdo de conciliación entre Farmacias Ahumada y la FNE y su requerimiento en contra de Farmacias Ahumada S.A., Cruz Verde S.A. y Salcobrand S.A. 23 de marzo de 2009.

Del gráfico se desprende que la suma de la multa más el reembolso a los clientes no alcanza a igualar las ganancias obtenidas por FASA, obteniendo solamente el 41% de dichas ganancias durante el período de colusión, o sea, el 59% restante queda en los fondos de la empresa, demostrando que a pesar de la multa y la devolución a los clientes afectadas, el resultado sigue siendo favorable para FASA.

2.9 Cuadro de Evaluación

En resumen, el caso de colusión de las farmacias es un hecho que atentó contra la libre competencia infringiendo normas legales, sociales y éticas, que fue

investigado por la Fiscalía Nacional Económica en donde se dictó un requerimiento para aquella farmacia que reconoció el acuerdo, FASA, y que mantiene una investigación para las otras dos farmacias que no han reconocido la colusión.

Ley	Descripción	Evaluación a los mecanismos de regulación	Justificación
Legal	Alza concertada de precios. Infringídose el Decreto Ley 211, artículo 3°. Sancionándose con una multa a 1 de las 3 empresas participantes.	No es efectiva	Porque las ganancias obtenidas por FASA, son superiores a la multa aplicada por la Fiscalía. Siendo esta sanción del 8% en comparación con las ganancias obtenidos por los 222 medicamentos involucrados en el acuerdo
Social	Los consumidores se vieron afectados por colusión al pagar por precios muchos más altos, además de sentirse vulnerados y engañados por esta práctica. Sancionando a las farmacias con protestas menores y demandas colectivas. Sin embargo la empresa realizó un reembolso de \$2500 millones de pesos.	No es efectiva	Porque los consumidores no están castigando de manera efectiva, ya que se esperaría una acción proactiva que es dejar de comprar en estos recintos, ya que afectaría las ventas de estas farmacias siendo una medida ejemplificadora para aquellas empresas que vulneren los derechos de los consumidores. En cuanto al reembolso es una acción que permite limpiar la imagen de FASA para conquistar la confianza de los clientes.

Ley	Descripción	Evaluación a los mecanismos de regulación	Justificación
Ética	El acuerdo de colusión infringió las conductas éticas que se esperarían de un administrador, puesto que afectó a los consumidores, al mercado, competidores y por lo tanto la libre competencia en el mercado. No existió sanción a las personas que acordaron el aumento de precios.	No es efectiva	Porque carece de sanciones. Se considera que la norma legal es la que impera por sobre las otras normas en la sociedad chilena. Faltan atribuciones para los colegios de profesionales para sancionar prácticas antiéticas ya que son organismos colegiados en materias específicas como por ejemplo el Colegio de Químico Farmacéutico de Chile.

3. CASO ESTUDIO 2: OLIGOPSONIO DISCRIMINADOR DE PRECIOS EN EL MERCADO LECHERO DEL SUR DE CHILE, ESPECÍFICAMENTE EN LAS REGIONES DEL BÍO – BÍO, LA ARAUCANÍA, LOS RÍOS Y LOS LAGOS.

La industria lechera bovina en el sur de Chile es desarrollada por pequeños, medianos y grandes productores de leche, estos se encargan de obtener leche fresca de sus vacas mediante procesos de ordeña manuales o mecanizados, una vez obtenida la leche fresca es entregada a las grandes empresas receptoras de leche como Soprole, Colún, Nestlé, Loncoleche entre otras, estas empresas abarcan la totalidad del mercado en las regiones VIII, IX, X, XIV. Dándose en este mercado una estructura llamada oligopsonio, en donde hay en un mercado unos pocos compradores o demandantes que determinan las condiciones de precio y de equilibrio del producto frente a muchos oferentes.

3.1 Estructura de la industria lechera

Esta estructura de mercado presenta características de un oligopsonio discriminador de precios, porque presenta dos factores esenciales para que se de dicha situación, en primer lugar existe un carácter concentrado de la demanda de leche, por parte de las principales receptoras del sur del país y en segundo lugar la multiplicidad y diversidad de los oferentes productores de leche.

A continuación se presentan los actores del mercado lácteo, en principio se muestra un cuadro en donde figuran las industrias lácteas a nivel nacional, demandantes de leche y posteriormente se dan a conocer los productores de leche a nivel nacional, oferentes del producto.

3.2 Demandantes

Cuadro: Demandantes de Leche a nivel nacional

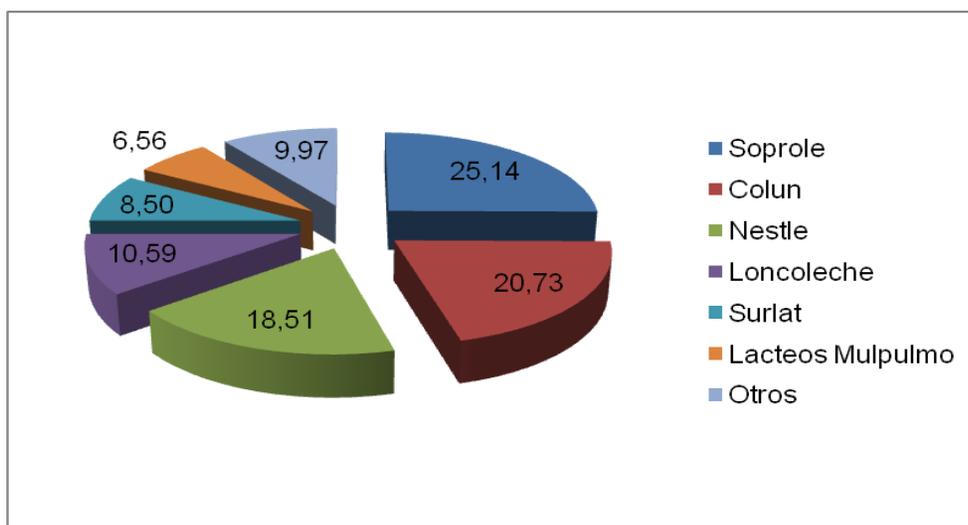
Región	Nombre de la planta	Localidad
VIII	Danone Chile S.A (Ex Vialat)	Chillán
VIII	Nestle Chile S.A	Los Ángeles
VIII	Soprole	Los Angeles
IX	Vialata S.A. (Ex Parmalat)	Victoria
IX	Vialata S.A. (Ex Parmalat)	Angol
IX	Soprole	Temuco
IX	Surlat (Ex Loncoleche)	Loncoche
IX	Surlat S.A.	Pitrufquén
IX	LB industrias de alimentos S.A.	Temuco
X	Soprole	Los Lagos
X	Soprole	Osorno
X	Nestlé Chile S.A.	Osorno
X	Loncoleche	Osorno
X	Lacteos Frutillar	Frutillar
X	Nestlé Chile S.A.	Llanquihue
X	Chilolac	Ancud
X	Alimentos Puerto Varas S.A.	Puerto Varas
X	Agrolacteos Cuinco Ltda.	Osorno
X	Campo Lindo	Rio Negro
X	Cumelen, Mulpulmo	Osorno
XIV	Loncoleche	Valdivia
XIV	Universidad Austral	Valdivia
XIV	Quillayes – Peteroa	Futrono
XIV	Colun	La Unión

Fuente: Boletín de la leche año 2008, Odepa.

El cuadro muestra las plantas receptoras de leche por localidad a lo largo de Chile. Se observa que Soprole posee la mayor presencia en regiones con 5 plantas receptoras, le sigue Nestlé y Loncoleche con 4 y 3 plantas respectivamente. En las otras empresas tienen una presencia inferior a las anteriores.

El gráfico de participación de receptoras muestra el porcentaje de participación de las empresas de leche a nivel nacional, en relación a la recepción de leche de cada una de ellas, siendo las tres empresas con mayor participación Soprole con 25,14%, Colún con 20,73% y Nestlé con 18,51%, concentrándose en estas empresas el 64,39% de la recepción nacional de leche. Considerando que la recepción de leche corresponde a 1.971.626.539⁹ litros para el año 2008.

Gráfico 5: Participación de Receptoras a nivel nacional año 2008



Fuente: Elaboración propia en base a datos del boletín de la leche año 2008. Odepa.

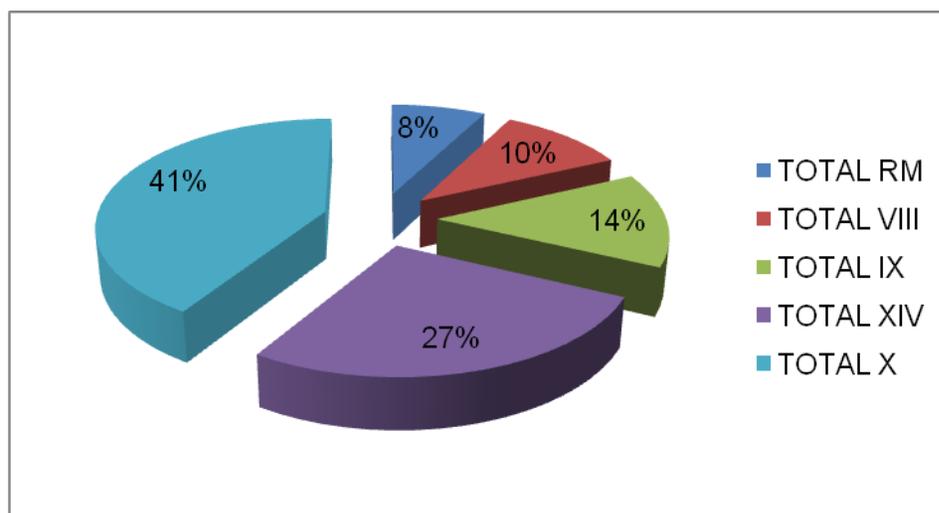
⁹ Boletín de la Leche, año 2008. ODEPA, Ministerio de Agricultura de Chile.

Se concluye que Soprole tiene la mayor cantidad de plantas a nivel nacional y que también posee la mayor participación de recepción de leche en Chile. Misma situación sucede con Nestlé con presencia en regiones y una participación importante en la recepción del alimento. Por su parte la empresa Colún no posee una gran presencia en el número de plantas, pero su participación en la recepción es significativa puesto que ocupa el segundo lugar en participación.

Estas tres empresas se convierten en las principales demandantes de leche del país, lo que les otorga un poder de mercado para poder fijar o modificar el precio. De acuerdo al Índice Herfindhal Hirschman la concentración de este mercado es moderada, puesto que el cálculo arroja 1648 como resultado, siendo mayor a 1000 y menor a 1800.

Luego de haber analizado las empresas demandantes de leche a nivel nacional es necesario conocer que sucede en regiones, lo cual queda expresado en el siguiente gráfico:

Gráfico 6: **Recepción de leche por regiones año 2008**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Boletín de la Leche año 2008, Odepa.

La recepción de leche muestra una desproporción en regiones, siendo la X la que lidera la recepción con un 41%, seguida de la región IX y XIV. En consecuencia a estos datos el presente estudio se limita a las regiones VIII, IX, X y XIV.

Para saber el grado de concentración por regiones se implementa el HHI por cada región, dando como resultado lo siguiente:

Región	HHI	Nivel de concentración
Bío – Bío	3.669,57	Altamente
Araucanía	4.289,39	Altamente
Los Lagos	1.592,31	Moderadamente
Los Ríos	6.174,96	Altamente

El HHI deja en evidencia una alta concentración del mercado lácteo en cuanto a la demanda, en las regiones en estudio.

3.3 Oferentes

Para la industria láctea existen alrededor de 13 mil¹⁰ productores de leche en el país, que son los encargados de abastecer a las empresas receptoras. Esta cantidad de productores se distribuyen por regiones de la siguiente manera:

Región	N° de productores	%
Zona Central (Metropolitana, Sexta, Séptima)	1.170	9%
Octava	1.430	11%
Novena	1.560	12%
Décima	3.380	26%
Decimocuarta	5.460	42%
Total productores	13.000	100%

Fuente: elaboración propia en base a datos aportados por José Delgado Morales, Asuntos Públicos Fedeleche.

Las regiones en estudio son la VIII, IX, X y XIV, en las cuales se concentra el 91% de productores que equivalen a un total de 11.830 oferentes del mercado lácteo.

La concentración de la industria lechera se debe analizar desde dos ópticas, en términos absolutos y relativos, el primero fue medido por el HHI y el segundo se realizará a continuación, el cual tiene por objetivo la comparación de los dos actores del mercado lácteo para medir su relación de concentración.

¹⁰ Fuente: José Delgado Morales, Asuntos Públicos, Federación Nacional de Productores de Leche.

Región	Demandantes	Oferentes	Promedio	Explicación
VIII	3	1.430	477	En esta región existe un poder de concentración de la industria, ya que existen solo 3 demandantes para un total de 1430 oferentes.
IX	6	1.560	260	El promedio da como resultado que los demandantes de leche tienen a su disposición 260 oferentes cada uno.
X	11	3.380	307	Para la región de Los Lagos aumenta la cantidad de plantas receptoras a 11 en comparación con las otras regiones y cada planta de recepción en promedio posee 307 proveedores.
XIV	4	5.460	1365	En esta región resalta una mayor presencia de oferentes en comparación con las regiones anteriores, sin embargo una reducida cantidad de demandantes, en donde cada uno posee en promedio 1365 proveedores.

La medición anterior permite comparar las regiones en estudio, obteniendo que la región de Los Ríos es la que presenta la mayor concentración de demandantes en relación a los oferentes de esa región, seguida por la VIII región que presenta solo 3 demandantes para un total de 1430 productores de leche, las otras dos regiones restantes tienen un mercado concentrado en demandantes pero en relación a los oferentes se muestran menos concentradas en comparación con las regiones XIV y VIII, ejerciéndose en estas últimas un mayor poder de mercado por parte de los demandantes.

La producción de leche para las regiones del estudio es la misma cantidad que reciben las empresas lácteas. Lo que se entiende, es que la producción generada por los pequeños, medianos y grandes productores de leche es entregada en su totalidad a las industrias receptoras demandantes de dicho alimento. El siguiente cuadro muestra la producción de los oferentes por región:

Región	Producción Láctea
Octava	205.196.190
Novena	275.232.973
Decima	810.311.300
Decimocuarta	529.701.462
Total	1.820.441.925

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Odepa.

Ante la situación de producir solo para las industrias receptoras, los productores de leche se encuentran en estado de dependencia con sus demandantes, puesto que son los únicos compradores de su producto y además estos compradores concentran en tres empresas la mayor recepción de leche, la cual equivale al 64,39% del total producido en las regiones en estudio.

Frente a dicha problemática los productores se han visto en la necesidad de formar agrupaciones que velen por sus intereses. Las cuales se mencionan a continuación:

A nivel Nacional:

- *Fedeleche*: Federación Gremial Nacional de Productores de Leche, tiene como objetivo “desarrollar, fomentar y proteger en Chile la producción de leche, mediante la promoción y el desarrollo de acciones destinadas a mejorar la eficiencia y rentabilidad de los productores y a lograr su participación organizada en la definición de las políticas que regulen sus actividad”¹¹.

A nivel regional:

Estas asociaciones son participantes activas de Fedeleche

- *Asociación de Productores de Leche (Aproleche-Bío Bío)*
- *Asociación de Productores de Leche (Aproleche-Osorno)*
- *Asociación de agricultores de la provincia de Llanquihue (Agrollanquihue)*
- *Asociación gremial de productores de leche de la provincia de Valdivia (Aproval)*

Las acciones que ha llevado a cabo Fedeleche durante el transcurso del año 2009 son:

- a. Ejercer presión ante el gobierno al presentar una petición de sobrearancel frente a las importaciones desde Uruguay y Argentina de productos lácteos, la cual fue acogida por la Comisión de Distorsiones del Banco Central, implementando una salvaguardia provisional de un 15% a tales importaciones, para aumentar los precios de los productos importados y mantener protegido el mercado interno, puesto que las importaciones de estos países ingresan al mercado nacional con un precio inferior al de los productores internos, debido al subsidio que se otorga en esos países a la industria láctea.

¹¹ www.Fedeleche.cl

- b. Reclamar ante las industrias receptoras por pagar un precio a productor inferior al precio internacional.

3.4 Problemática del mercado lechero

En el año 1996 la Comisión Resolutiva (existente en ese período), presentó un requerimiento en contra de las principales receptoras de leche: Nestlé, Parmalat, Soprole, Loncoleche, Colún y Dos Álamos, por conductas que han tenido por objeto y efecto eliminar, distorsionar y entorpecer la competencia en el mercado nacional de adquisición y procesamiento de leche bovina. El proceso culminó en el año 2004, cuando el Tribunal de la Libre Competencia dictaminó que el mercado de adquisición y procesamiento de leche bovina de las regiones VIII, IX y X, adolece de imperfecciones, observándose fallas de transparencia en el mismo, además no quedó comprobado que las empresas demandadas acordaran los precios y se repartieran el mercado de proveedores.

Con respecto a la falta de transparencia el Tribunal de Defensa de la Libre competencia estableció una serie de medidas para corregir estas irregularidades, las cuales se presentan a continuación¹²:

1. Las empresas procesadoras de leche deberán mantener un listado de precios de compra, el que deberá detallar los diferentes parámetros que lo componen, con la debida información a los interesados.
2. Las empresas procesadoras de leche deberán anunciar, a lo menos con un mes de anticipación, cualquier cambio en las condiciones de compra de leche fresca.

¹² Sentencia N° 7/2004; Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

3. Las plantas procesadoras de leche deberán fundar su negativa de compra a los agricultores que les hayan realizado ofertas por escrito.
4. Estas mismas plantas deberán llevar un registro de las ofertas que rechacen, e informar a la Fiscalía Nacional Económica, semestralmente, los cambios significativos de compra a clientes antiguos así como la incorporación de nuevos.
5. Las plantas deberán abstenerse de usar en la determinación del precio el cociente histórico entre entregas de invierno y entregas de verano;
6. Las empresas procesadoras de leche deberán, dentro de un plazo de seis meses, diseñar un sistema de toma de muestras que dé garantías a todas las partes involucradas, el que deberá ser aprobado por la Fiscalía Nacional Económica. Si transcurrido ese plazo la industria no hubiese presentado una propuesta, la Fiscalía requerirá al Ministerio de Agricultura el diseño del sistema.

Esta serie de medidas establecidas en el fallo del año 2004, no se han cumplido en su totalidad hasta el año 2009, lo que se ejemplifica con el accionar de Fedeleche al realizar una petición al Tribunal de Defensa de la libre competencia para precisar las obligaciones de los agentes del mercado en el fallo descrito. Queda en evidencia que la actitud de la federación es una acción tardía puesto que al no estar claro dicho fallo, debiera haber solicitado una aclaración de inmediato y no cinco años después, período en el cual podría haber mejorado las relaciones entre oferentes y demandantes del mercado lechero.

3.5 Análisis del precio de la leche

Este tema es de conflicto entre los demandantes y oferentes del mercado lechero, debido al poder de los demandantes para fijar los precios de la leche fresca, dejando en desventaja en el proceso de negociación a los productores de leche, ya que son sus únicos compradores y ante la posibilidad de perder la producción de leche prefieren vender a precios determinados por las empresas receptoras.

La siguiente tabla muestra los precios pagados a los productores en el año 2008.

Precio pagado mensual de leche por regiones. 2008				
	Octaba	Novena	Décima	Decimocuarta
Mes	Precio Pagado¹³ \$/lt	Precio Pagado \$/lt	Precio Pagado \$/lt	Precio Pagado \$/lt
Enero	196 ,23	201,25	195,26	191,71
Febrero	195,86	201,77	194,70	194,05
Marzo	200,57	200,81	199,13	199,29
Abril	206,14	205,38	203,13	203,41
Mayo	207,47	205,20	206,40	206,66
Junio	207,90	204,89	206,23	206,46
Julio	206,12	204,44	204,43	204,58
Agosto	206,42	203,52	203,13	203,84
Septiembre	205,72	201,90	202,96	201,51
Octubre	195,21	190,73	191,62	185,73
Noviembre	190,11	186,14	186,98	184,34
Diciembre	175,63	172,16	169,96	167,56

Fuente: Elaboración propia en base a datos del boletín de la leche de Odepa.

¹³ Precio pagado sin iva, nominal.

Los precios que se presentan en el cuadro refleja que no existe una variación importante entre las regiones, aumentan y disminuyen en los mismos períodos. Otro punto que se desprende del cuadro es la estacionalidad invierno/verano de los precios, ya que en invierno existe una baja de la producción lo que implica una disminución en la cantidad ofertada en el mercado provocándose un exceso de demanda de leche lo que impulsa una disminución de la curva de oferta hasta llegar a un nuevo punto de equilibrio a un precio más alto. La escasez del producto lácteo hace que los demandantes estén dispuestos a pagar un precio más alto por el producto en los meses de otoño e invierno. Caso contrario lo que sucede en verano que al existir una mayor cantidad ofertada se produce un exceso de oferta en el mercado provocando que la curva de oferta aumente hasta llegar a igualar la demanda a un precio menor.

Además de los factores de la estacionalidad las empresas receptoras para determinar el precio final a pagar por litro de leche toman en consideración parámetros y criterios que son establecidos por ellas, los cuales son:

- Precio base
- Bonificación por calidad
- Bonificación por materia grasa
- Bonificación por estacionalidad
- Bonificación por entrega en estanques de enfriamientos

Esta forma de determinar el precio de la leche a productores ha sido materia de discusión entre productores y plantas receptoras debido a las acusaciones de

colusión de precios entre demandantes, reparto de cuotas del mercado de proveedores, discriminación de precios y opacidad en el proceso de toma de muestra y resultado de calidad.

La falta de competencia en el sector lácteo está caracterizada por las conductas de los compradores de leche, las cuales se originan por la falta de transparencia al acordar acciones en desmedro de los productores de leche, debido al fuerte poder de mercado que poseen por ser industrias altamente concentradas. Las conductas que detectó la investigación de la Fiscalía son parte de una cadena de acuerdos que se llevó a cabo luego de la conocida “Guerra de la Leche” en el año 1994, la cual se caracterizó por una fuerte competencia por captar y retener productores para sus plantas, esta disputa por proveedores generó un aumento en el precio del alimento por la competencia generada entre ellas, tras este hecho las empresas lecheras pactaron un acuerdo de no agresión en el cual quedó plasmado el reparto de cuotas de mercado teniendo como consecuencia la inmovilidad de los productores de leche de una planta a otra, dando lugar a la falta de competencia por atraer a los proveedores de otras plantas. Ante el reparto del mercado se desencadena la negativa de compra por parte de las receptoras ante los productores como medida para cumplir el pacto de no agresión, con esta medida se logra que los productores no puedan cambiarse de una planta a otra que tenga mejores condiciones de compra, puesto que existe una negativa de compra de su producto sin entregar un argumento de peso que justifique dicha decisión. Debido a la posición dominante de las empresas receptoras pueden fijar los precios a su conveniencia, ya que no existe riesgo por el retiro de sus productores a otras plantas, o sea no hay

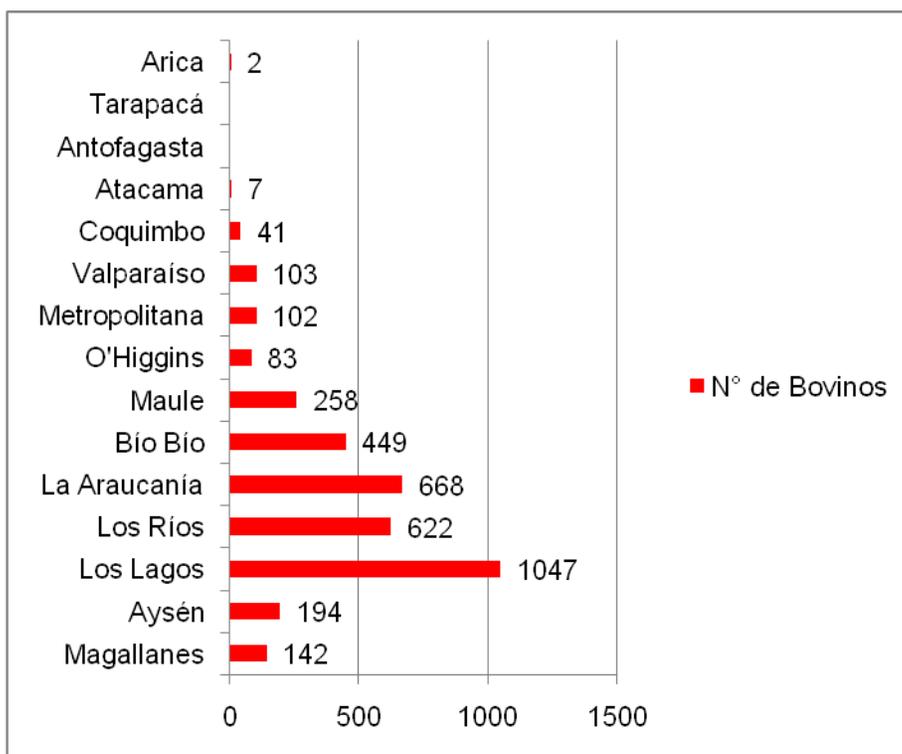
movilidad de sus proveedores, lo que los deja en absoluta libertad para acordar una disminución de precios, dejando sin poder de negociación a los productores de leche, lo mismo ocurre en la discriminación de precios que se produce por pagar un precio distinto por el mismo producto sin tener justificación alguna de acuerdo a las condiciones de compra que están reflejadas en las bonificaciones del producto. A todas estas conductas anticompetitivas se le debe sumar la opacidad en el proceso de toma de muestras y resultados de calidad y contenido de la leche, la cual se puede describir como la falta de transparencia y profesionalismo en la toma de muestras, ya que el proceso de análisis de calidad, desde la recolección hasta el resultado mismo, es hecho por personal no calificado lo que genera una distorsión de los resultados, ya que la muestra de leche analizada es de menor calidad que el total de la leche que llega a las plantas receptoras, debido a las pocas condiciones de higiene en que se realiza.

Todas estas conductas que afectan la libre la libre competencia son materia de análisis, sin embargo los principales afectados que son los productores de leche no han llevado a cabo acciones decisivas que permitan disminuir las acciones nocivas y perjudiciales para su permanencia en el mercado, quedando claro que su reacción ante el problema es pasiva, ya que durante el tiempo de la investigación se limitaron a esperar la sentencia, incluso después de la sentencia que poco les favoreció, puesto que no se comprobó que estas acciones fueran llevadas a cabo por las empresas receptoras, se limitaron a aceptar el fallo sin comenzar nuevas acciones para enfrentar el problema y encontrar una real solución.

3.6 Situación Bovina Nacional

La mayor masa ganadera en Chile se sitúa en las regiones: BíoBío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos (mismas regiones que contempla el presente estudio), la masa bovina está destinada al sector lácteo y al mercado de la carne. Como es de esperar el sustento de estas industrias es necesario para la economía regional del sur de Chile, es por ello que variados estudios han manifestado estrategias para consolidar éstos rubros a nivel nacional e internacional.

Gráfico 7: **Número de bovinos por región**



Fuente: INE, Censo Agropecuario año 2007.

Las estrategias para el sector lácteo apuntan a la consolidación de los estándares productivos, un ejemplo de estrategia regional es la que elaboró el Instituto de Desarrollo Agropecuario para el año 2007, el cual anunció como grandes temas los siguientes:

- Reforzar y afianzar la vinculación más directa con la Industria, que se expresa en el uso de instrumentos en la línea de los programas de desarrollo de productores (PDP) de CORFO, orientados a resolver carencias en materias de gestión, productividad, estacionalidad, calidad y composición de la leche y aspectos medio ambientales.
- Los productores pequeños deberán necesariamente transitar hacia estándares de mayor calidad de leche, mejorar los indicadores de productividad, la sostenibilidad de sus explotaciones, incremento de sus capacidades y competencias, mejor gestión empresarial.
- El mejoramiento en el manejo de información técnico - comercial y productiva por parte de los productores.

La estrategia expuesta considera importante que los productores de leche conozcan los programas de CORFO, aumenten la calidad del producto y que mejoren sus capacidades y conocimientos, en otras palabras que sean más eficientes en su producción. Sin embargo los productores de leche han manifestado, en comunicados de su federación, que entienden que están en un mercado que necesita de competencia y saben que deben ser eficientes, no obstante exigen que a las industrias procesadoras también se les exija lo mismo. Esta actitud de parte de los oferentes los aleja del tema central que es la eficiencia del sector, puesto que Chile

es un país exportador y por eso hay que tener precios competitivos a nivel internacional, además existe la posibilidad de exportar sin necesidad de pasar por industrias procesadoras, ejemplo de ello son los programas Profo de Corfo, los cuales apuntan a la asociatividad de las empresas, un caso de éxito son los helados artesanales de Puerto Varas, compuesto por ocho integrantes, todos productores de leche, se dedican a la extracción, enfriamiento y almacenaje de la leche, ellos apostaron a un escalamiento productivo instalando una planta elaboradora de helados a la entrada de Puerto Varas, con la sociedad se han ahorrado costos y la ayuda de Corfo se ha traducido en un 50 por ciento de cofinanciamiento en la elaboración de los helados, el perfeccionamiento, marketing, y encontrar asesores, para lo cual los empresarios han viajado a conocer experiencias en Argentina, Brasil e Italia. La comercialización a nivel global permite oportunidades de crecimiento y expansión de las distintas áreas en las cuales se tenga ventaja competitiva, propio es el caso del sector lácteo que es considerado clúster por su potencial exportador, así lo demuestran estudios de Odepa (Oficina de estudios y políticas agrarias) que visualizan para el año 2020 una exportación cercana al 40% de la leche recibida en planta, la cual es del 20% actualmente.

3.7 Exportaciones Lácteas

Las exportaciones lácteas en Chile han aumentado desde el año 2004, ejemplo de ello son los años más recientes que muestran un aumento del 28% para el año 2008 en comparación con el año 2007, estas cifras demuestran un incremento importante para considerar al mercado internacional como alternativa de expansión.

Chile exporta productos lácteos como: leche en polvo, leche condensada, queso gouda, entre otros.

Los principales exportadores de productos lácteos a nivel internacional son: Nueva Zelanda, Unión Europea, Australia, Estados Unidos y en menor medida Uruguay y Argentina. Chile también es un país exportador de productos lácteos pero lo hace en menor medida, siendo sus principales países de destinos México y Venezuela, en los siguientes cuadros se mostrarán los países de destino de los principales productos exportados:

Leche en polvo entera		
Principales países de destino	Exportaciones en dólares	Participación en %
Venezuela	49.592.009	74%
Cuba	6.077.451	9%
Perú	2.945.176	4%
Estados Unidos	2.845.478	4%
Otros	5.340.022	8%
Total	66.750.276	100%

Fuente: www.odepa.gob.cl (exportaciones año 2008)

Leche condensada		
Principales países de destino	Exportaciones en dólares	Participación en %
México	26.129.543	41%
Venezuela	13.751.704	21%
Estados Unidos	8.792.562	14%
Costa Rica	6.177.278	10%
Perú	5.876.336	9%
Otros	3.200.745	5%
Total	64.014.918	100%

Fuente: www.odepa.gob.cl (exportaciones año 2008)

Queso gouda		
Principales países de destino	Exportaciones en dólares	Participación en %
México	49.155.937	97%
Estados Unidos	651.593	1%
Guatemala	363.381	1%
Otros	507111,93	1%
Total	50.711.193	100%

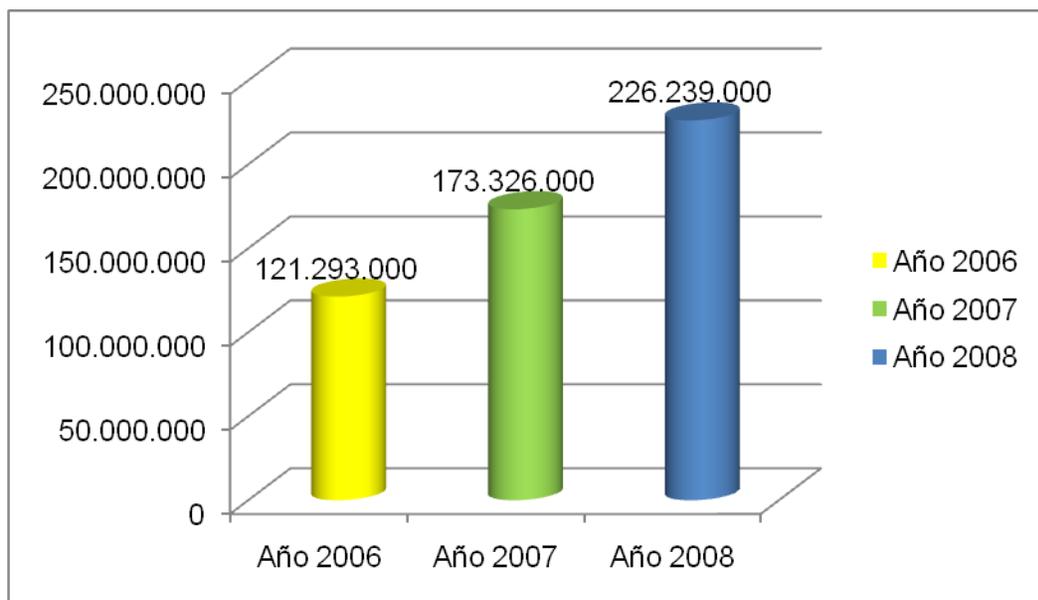
Fuente: www.odepa.gob.cl (exportaciones año 2008)

Es necesario mencionar que Chile también exporta otros tipos de productos como: yogurt, manjar, suero, mantequilla, pero sus principales productos exportados son los que se mencionan en las tablas anteriores. Para el caso de la leche en polvo entera Venezuela es el que recibe un 74% de las exportaciones nacionales de este producto. Para la leche condensada el país con un porcentaje mayor de recepción es México con un 41% seguido de Venezuela con un 21% y el queso gouda es recibido por México.

Las exportaciones de Chile han aumentado considerablemente, tal como lo muestra el gráfico “Exportaciones Lácteas en Dólares”, que refleja un aumento progresivo en las exportaciones de lácteos en dólares, es preciso considerar que estas transacciones son realizadas en mayor medida por empresas receptoras como Soprole, Colún, Nestlé, Watt’s entre otras, las cuales son parte de la Asociación de Exportadores de Productos Lácteos (Exporlac), organización que les permite trabajar en conjunto para ingresar a los mercados internacionales y así expandir sus horizontes de negocios, esta situación se contrapone con la realidad de los productores de leche que no poseen una organización que les permita crear una

alianza para entrar en los mercados internacionales, y esto se debe a la desidia por parte de los productores y a la falta de comunicación e información entre ellos, ya que sería una buena estrategia unir fuerzas para potenciarse en el mercado nacional e internacional de manera de adquirir un papel protagónico en el sector lácteo y de esta forma aumentar el número de empresas exportadoras de lácteos, que actualmente son alrededor de 11 empresas.

Gráfico 8: Exportaciones lácteas en dólares



Fuente: Elaboración propia en base a datos del informe anual 2002 – 2008 de la producción pecuaria del INE, Chile.

Las exportaciones son parte de la Política Nacional de clúster que intenta aumentar las ventajas competitivas de sectores tan importantes como la minería, la industria alimentaria, servicios globales, y el turismo de intereses especiales. Esta iniciativa busca además, encontrar las fortalezas de estos sectores y fomentarlos, Andrés González, gerente corporativo de Corfo, institución que coordina el Programa

Nacional de Clúster, afirma que el objetivo de esta política es aumentar la competitividad de un conjunto de empresas que son parte de una misma cadena de valor, es decir, asociaciones cuyos negocios están relacionados por ser unas proveedoras de otras y/o por tener negocios complementarios.

3.8 Importaciones Lácteas

Los líderes en importación de productos lácteos son los países asiáticos, con alto crecimiento de sus economías, los países africanos (Argelia, Libia, Egipto, Nigeria, Emiratos Árabes, etc) y los países latinoamericanos (México, Centroamérica), los cuales permiten oportunidades de mercado para exportar los productos nacionales a otros países, a los cuales ellos no han llegado, por supuesto que no sólo Chile se ve beneficiado, también los demás países que desean sobresalir en el mercado lácteo internacional, como es el caso de Uruguay y Argentina, ejemplo de ello son las importaciones de queso gouda que recibe Chile, que han aumentado en un 69% en comparación a enero-agosto del año 2008 y en 177% en comparación al año 2007; por origen, en el caso de Uruguay, para igual período, las importaciones aumentan en un 146% y en el caso de Argentina en un 55%.

A continuación se analizan las estadísticas de las importaciones por producto y país de origen, para contextualizar el mercado actual de importaciones de lácteos:

- Leche en polvo descremada: este es el principal producto importado en la línea de los lácteos, el 55% de las importaciones de este alimento proviene en su mayoría de Estados Unidos, un 31% tiene su origen en Nueva Zelanda.

- Queso Gouda: la mayoría de las importaciones provienen de Argentina y Uruguay con un 78% y 20% respectivamente del total de importaciones.
- Leche en polvo entera: del total de las importaciones un 51% viene desde Argentina y 25% desde Brasil.

Estos son los principales productos importados por Chile, los cuales provienen en su mayoría de importantes exportadores de lácteos como lo son: Nueva Zelanda, Estados Unidos, Uruguay y Argentina. Para el año 2008 las importaciones de los productos lácteos aumentaron en un 243% en comparación con el año 2007, esto se debe a que los productos importados ingresan al país con bajos precios y en altos volúmenes, lo que se traduce en un aumento de la demanda interna por estos productos que poseen un valor inferior al valor del producto nacional, lo que provoca una baja importante en el precio pagado al productor de leche fresca, bajo este escenario los productores exigieron un arancel de 32% a las importaciones provenientes de Argentina y Uruguay (países que presentaron los mayores índices de crecimiento de las importaciones), pero solo se logró que este arancel quedara en un 15%, el impacto de este arancel es para aumentar el precio de los productos importados y que los productores nacionales puedan competir con esos niveles de precios. Esta medida es provisoria por lo tanto no se está dando solución a los problemas de fondo como la eficiencia y la competitividad de los productores lecheros, factores importantes para competir en los mercados tanto nacionales como internacionales.

2.9 Cuadro de Evaluación

El mercado lácteo del sur de Chile presenta una estructura de oligopsonio, puesto que existen muchos productos y pocos compradores de leche. En el año 2005, la Fiscalía comenzó una investigación de posibles conductas monopólicas por parte de los compradores de leche.

Ley	Descripción	Evaluación a los mecanismos de regulación	Justificación
Legal	Reparto de cuotas del mercado, negativa de compra, disminución arbitraria del precio de compra, discriminación de precios y opacidad en el proceso de muestras, estas conductas fueron investigadas no pudiéndose comprobar dichos actos, sin embargo, se dictaminó la falta de transparencia y por ello se implementaron medidas de mejoramiento.	No es efectiva	Porque se constató que estas practicas se siguen manteniendo, reflejandose en la disminución de precios por las empresas receptoras de leche causando la molestia a los productores de leche, los cuales dependen por completo de la compra de estas empresas, no existiendo una negociación entre los demandantes y oferentes.

Ley	Descripción	Evaluación a los mecanismos de regulación	Justificación
Social	Los productores de leche se vieron afectados por estas conductas nocivas y en respuesta a estas no aplicaron ningún tipo de presión como por ejemplo ampliar su mercado al ámbito internacional con las exportaciones de queso.	No es efectivo	Debido a la falta de organización y comunicación de los pequeños, medianos y grandes productores, lo que les ayudaría a optar a nuevas oportunidades de mercado y a obtener ayudas estatales ya sea en capacitación, sistema de gestión y tecnología, financiamiento, asociatividad etc.
Ético	El comportamiento antiético está dado por la falta de transparencia y la nula competencia para estar en el mercado por parte de receptoras de leche, que actúan como un monopolio ante sus proveedores. Este comportamiento no ha tenido sanción por parte de los principales afectados, los productores.	No es efectivo	Porque los productores de leche han actuado con pasividad en la resolución de sus problemas y han permitido que se sigan cometiendo los mismos abusos que atentan contra la ética mencionadas anteriormente.

CAPITULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Conclusiones caso farmacias

- La sanción aplicada por la Fiscalía a FASA no es disuasiva para aquellas empresas que quieran realizar acuerdos de colusión, puesto que la sanción correspondió solo al 8% del total de las ganancias, lo que promueve la facilidad de cometer un ilícito que atente contra la libre competencia al recibir una sanción muy baja.

- En la investigación de la Fiscalía Nacional Económica no se consideraron datos oficiales a la hora de determinar las ganancias obtenidas en el acuerdo colusivo, verificación de ello son las comparaciones que se realizaron entre la documentación de la Fiscalía y la Superintendencia de Valores y Seguros, lo que dio como resultado que el 2,8% de las ventas del año 2007 fueran mayores a las declaradas en la investigación de la Fiscalía, recordando que este porcentaje representa los beneficios económicos por colusión, existiendo una diferencia de mas \$1.000 millones.

- Los consumidores al conocer el acuerdo de las farmacias reaccionaron con indignación lo que se vio manifestado con protestas en los locales de venta de las cadenas y también en las demandas colectivas presentadas en la Fiscalía, no obstante siguen comprando en las coludidas, reacción que no es efectiva para

castigar y dañar de igual forma a las que en un momento se aprovecharon de la fidelización del cliente.

- Solo se sancionó a FASA por colusión, porque reconoció haber participado en el hecho, Cruz Verde y Salcrobrand no han reconocido el acuerdo por lo tanto se encuentran en una investigación de la Fiscalía, éstas se encuentran operando en el mercado como si nada hubiera sucedido dando a entender que estos acuerdos monopólicos se pueden realizar sin obtener ningún tipo de castigo, mientras no se compruebe legalmente la participación en él.

2. Recomendaciones para caso farmacias

- Los mecanismos de regulación exijan el cumplimiento de la Ley en cuanto a presentar lista de precios al público por parte de las farmacias.
- Otorgar a la bioequivalencia la importancia para que el mercado de medicamentos tenga sustitutos.
- Creación de un mecanismo de información que permite el conocimiento de medicamentos sustitutos, de precios, importancia de la automedicación etc. A través de campaña publicitaria que promulgue la educación a los consumidores al momento de la compra.
- Todas las normas (legal, ética, social) deben complementarias entre sí y no sobreponerse la norma legal por sobre las otras.
- Mayor participación de los consumidores, colegio de profesionales y sociedad para defender y reclamar derechos y regular el mercado.

- La Superintendencia de Valores y Seguros debiera exhibir los estados financieros de aquellas empresas que tienen alto impacto por su giro en la sociedad, para que estén expuesta al escrutinio público y de esta forma aumentar la transparencia en el mercado, puesto que actualmente solo las sociedades anónimas abiertas se encuentran registradas en la SVS y no las sociedades anónimas cerradas, ya que en el transcurso de la investigación de esta memoria no se pudo tener acceso a los estados financieros de las farmacias Cruz Verde y Salcobrand.

3. Conclusiones caso lecherías

- Los productores de leche no poseen poder de negociación ante las receptoras de leche por encontrarse en una estructura de mercado monopsónica, lo que implica una dependencia de los productores ante las grandes empresas receptoras ya que ellas compran la totalidad de su producción a un precio inferior que al que obtendrían en un mercado competitivo.
- El mercado lácteo posee características de clúster ya que se desarrolla bajo factores favorables como: clima, buenas condiciones fitosanitarias además de encontrarse en una economía estable como es el caso chileno, lo que significa que tiene oportunidades de expansión en el mercado internacional y así queda demostrado por el aumento de las exportaciones lácteas en los últimos años.
- Si bien existe una organización que defiende los derechos de los productores de leche (fedeleche), ante amenazas del mercado como el aumento de las

importaciones lácteas, ésta no se preocupa de la productividad ni de la eficiencia de los productores, lo cual permitiría un crecimiento constante que permita que el sector lácteo sea más competitivo a estándares internacionales.

- La competencia en el sector lácteo debe ser considerada en relación a lo que sucede a nivel internacional, vale decir, debe competir con estándares internacionales en cuanto a precio, calidad y producción así lo demuestra la medición del precio de la leche pagado a productor ya que se calcula en relación al precio internacional de la leche entera en polvo.
- Los productores de leche denotan desinterés por mejorar sus condiciones en el negocio, puesto que toda su producción es comprada por las empresas receptoras, lo que les da una seguridad en cuanto a vender todo lo que producen.

4. Recomendaciones para caso lecherías

- Ampliar los conocimientos, la iniciativa, la capacitación de los productores de leche, para que puedan desarrollarse en el mercado nacional e internacional de una manera más eficiente y productiva.
- Los productores de leche deben hacer uso de los programas Profos de Corfo, ya que existen pero no están en conocimiento de su existencia, lo que limita sus posibilidades de optar a mejoras en sus negocios, mejorar la asociatividad, optar a aumentar la escala productiva y la expansión al mercado internacional entre otros.
- Se recomienda que exista una mayor organización por sectores en cada región puesto que les permitiría negociar mejores condiciones de compra, por ejemplo: un

sólo productor le es más difícil negociar que a 300 productores con su planta receptora de leche.

- El principal mecanismos de regulación que debiese existir en el mercado lácteo son los productores, ya que son los principales afectados ante prácticas colusivas y además porque superan en número a las empresas demandantes de leche lo que les permite ejercer una mayor presión sobre ellas.

5. CONCLUSIÓN GENERAL

En ambos casos estudiados existe un factor en común, que es la concentración económica, deduciendo que esta estructura facilitó la concertación de acciones ilícitas en desmedro de la libre competencia, sin embargo, son casos específicos los que se estudiaron, es por ello que no se puede generalizar que una concentración económica es sinónimo de colusión.

Las farmacias y las lecherías realizaron acuerdos monopólicos los cuales afectaron directamente la competencia del mercado, lo que se tradujo en una restricción en la toma de decisiones de los consumidores y productores al no existir información suficiente para elegir con libertad un producto o servicio en comparación con otro y sobre las condiciones del mercado, además la falta de competencia no permite que las empresas sean eficientes, ya que no tienen incentivo para realizar mejoras en sus procesos productivos, puesto que el mercado está asignado, entregando un nivel de seguridad para no competir y mantenerse en él.

La falta de información y comunicación son dos factores que ayudaron y facilitaron el desarrollo de las irregularidades en estos mercados, en el caso de las farmacias los consumidores no están informados correctamente y los productores de leche están desorganizados por la falta de comunicación entre ellos.

En conclusión los mecanismos de regulación no son efectivos cuando se aplica una sanción, sin importar la norma de la que se hable, sea ésta legal, social o ética. Por otro lado es preciso destacar que la norma legal es la que impera por sobre las otras normas porque fue la única que aplicó sanción a las acciones ilícitas, lo que permite plantear el concepto de judicialización, esto quiere decir que el sistema judicial pasa a ser el centro de resolución de las problemáticas que afectan a una sociedad en el ámbito que fuese.

BIBLIOGRAFIA

1. CARLOS VIDAL STUARDO. Clases de Microeconomía, Universidad de Valparaíso. 2009
2. FARMACIAS AHUMADA. [en línea]
<<http://www.fasa.cl/fasacorp/fasacorp/index.html>> [consulta: 23 septiembre 2009]
3. FARMACIAS CRUZ VERDE. [en línea] <<http://www.cruzverde.cl/>>
[consulta: 23 septiembre 2009]
4. FARMACIAS SALCOBRAND. [en línea] <<http://www.salcobrand.cl/>>
[consulta: 23 septiembre 2009]
5. FEDELECHE. [en línea]
<<http://www.fedeleche.cl/pub/>>
[consulta: 13 octubre 2009]
6. FISCALÍA NACIONAL ECONÓMICA. Guía interna para el análisis de operaciones de concentración horizontales
<<http://www.fne.cl/descargas/boletin/boletin5.html>>
[Octubre 2006].
7. ODEPA. Importaciones y exportaciones de lácteos años 2007 y 2008
<http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/jsp/lacteos/industria_lactea.jsp;jsessionid=25E2983B23B5E545B307AA39E678CF68>
8. ODEPA. Boletín de la leche año 2008
<<http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/servicios-informacion/Lacteos/Leche-2008.pdf>>
9. PAUL A. SAMUELSON. 2002. Selección múltiple. En: Economía. Decimoséptima Edición. España, Grupo Editorial McGraw- Hill. pp. 141-144.
10. REQUERIMIENTO EN CONTRA DE FARMACIAS AHUMADA S.A; CRUZ VERDE S.A; SALCOBRAND S.A. Hechos, industria, mercado relevante, concentración, condiciones de entrada. 23 de Marzo de 2009.
<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Requerimiento_FNE..pdf>

11. SENTENCIA N° 7/2004. Resolución del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, 5 agosto de 2004
<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Sentencia_07_2004.pdf>
12. SUPERINTENDENCIA DE VALORES Y SEGUROS. Fecus 2006, 2007 y 2008
<http://www.svs.cl/sitio/mercados/novedades_enviofecu2.php>
13. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA. Decreto ley N° 211
<<http://www.tdlc.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=&ID=940>>

ANEXOS

**ANEXO 1: ATRIBUCIONES DE LOS MECANISMOS DE REGULACIÓN SEGÚN
LEY ANTIMONOPOLIO CHLENA**

Del Decreto Ley Nº 211 se desprenden las siguientes atribuciones y deberes del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y de la Fiscalía Nacional Económica:

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a) Conocer, a solicitud de parte o del Fiscal Nacional Económico, las situaciones que pudieren constituir infracciones a la presente ley;
- b) Conocer, a solicitud de quien tenga interés legítimo, o del Fiscal Nacional Económico, los asuntos de carácter no contencioso que puedan infringir las disposiciones de la presente ley, sobre hechos, actos o contratos existentes, así como aquellos que le presenten quienes se propongan ejecutarlos o celebrarlos, para lo cual, en ambos casos, podrá fijar las condiciones que deberán ser cumplidas en dichos hechos, actos o contratos;
- c) Dictar instrucciones de carácter general de conformidad a la ley, las cuales deberán considerarse por los particulares en los actos o contratos que ejecuten o celebren y que tuvieren relación con la libre competencia o pudieren atentar contra ella;
- d) Proponer al Presidente de la República, a través del Ministro de Estado que corresponda, la modificación o derogación de los preceptos legales y

reglamentarios que estime contrarios a la libre competencia, como también la dictación de preceptos legales o reglamentarios cuando sean necesarios para fomentar la competencia o regular el ejercicio de determinadas actividades económicas que se presten en condiciones no competitivas; y

e) Las demás que le señalen las leyes.

Serán atribuciones y deberes del Fiscal Nacional Económico:

a) Instruir las investigaciones que estime procedentes para comprobar las infracciones a esta ley, dando noticia de su inicio al afectado. Con conocimiento del Presidente del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, la Dirección General de la Policía de Investigaciones de Chile deberá poner a disposición del Fiscal Nacional Económico el personal que éste requiera para el cumplimiento del cometido indicado en esta letra o ejecutar las diligencias específicas que le solicite con el mismo objeto.

El Fiscal Nacional Económico, con conocimiento del Presidente del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, podrá disponer que las investigaciones que se instruyan de oficio o en virtud de denuncias tengan el carácter de reservadas.

Asimismo, el Fiscal Nacional Económico podrá disponer de oficio o a petición del interesado, que ciertas piezas del expediente sean reservadas o confidenciales, siempre que tengan por objeto proteger la identidad de quienes hayan efectuado declaraciones o aportado antecedentes en conformidad al artículo 39 bis, o que contengan fórmulas, estrategias o secretos comerciales o cualquier otro elemento

cuya revelación pueda afectar significativamente el desenvolvimiento competitivo de su titular, o resguardar la eficacia de investigaciones de la Fiscalía.

Lo anterior es sin perjuicio que en un proceso en curso y previo traslado, se aplique lo dispuesto en el inciso octavo del artículo 22, o que se ordene por el tribunal otorgar copias de piezas del expediente que no se hayan agregado al proceso, suprimiendo en ellas todas las referencias que pudieren revelar las identidades u objeto de protección aludidos precedentemente.

El Fiscal Nacional Económico podrá disponer que no se dé noticia del inicio de una investigación al afectado, con autorización del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia;

Actuar como parte, representando el interés general de la colectividad en el orden económico, ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y los tribunales de justicia, con todos los deberes y atribuciones que le correspondan en esa calidad. Exceptúanse las investigaciones criminales y causas de esa naturaleza. que se rigen por lo dispuesto en la letra i) de este artículo¹⁴

b) por lo dispuesto en la letra i) de este artículo

¹⁴ Esta excepción, introducida por el Artículo 6° de la ley N°19.806, de 31 de mayo de 2002, y que no fue derogada por la ley N°19.911, de 14 de noviembre de 2003, carece de aplicación en la actualidad. Ello, como consecuencia de la referencia que hace a la letra i) del mismo artículo, que fue derogada expresamente por el Artículo Primero, N°11, letra f), de la ley N°19.911, al igual que lo fueron todos los artículos relativos a asuntos de carácter penal que contemplaba el D.L. 211, de 1973.

Por otra parte, la actual letra i) del artículo 39 se refiere a una materia distinta.

Ante la Corte Suprema, el Fiscal Nacional Económico, por sí o por delegado, podrá defender o impugnar los fallos del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

Respecto de las investigaciones practicadas por los Fiscales Adjuntos y de los cargos formulados por éstos, el Fiscal Nacional Económico podrá hacerlos suyos, ejerciendo sus funciones acusadoras ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia o desestimarlos, con informe fundado a esta misma;

- c) Requerir del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia el ejercicio de cualquiera de sus atribuciones y la adopción de medidas preventivas con ocasión de las investigaciones que la Fiscalía se encuentre ejecutando;
- d) Velar por el cumplimiento de los fallos, decisiones, dictámenes e instrucciones que dicten el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia o los tribunales de justicia en las materias a que se refiere esta ley;
- e) Emitir los informes que solicite el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, en los casos en que el Fiscal Nacional Económico no tenga la calidad de parte;
- f) Solicitar la colaboración de cualquier funcionario de los organismos y servicios públicos, de las municipalidades o de las empresas, entidades o sociedades en que el Estado o sus empresas, entidades o sociedades, o las municipalidades, tengan aporte, representación o participación, quienes estarán obligados a prestarla, como asimismo, a proporcionar los antecedentes que obren en sus archivos y que el Fiscal Nacional Económico les requiera, aun cuando dichos antecedentes se encuentren calificados como secretos o reservados, de conformidad a la legislación vigente, caso este último en que se requerirá la autorización previa del Tribunal;

- g) Requerir de cualquier oficina, servicio o entidad referida en la letra anterior, que ponga a su disposición los antecedentes que estime necesarios para las investigaciones, denuncias o querellas que se encuentre practicando o en que le corresponda intervenir. El Fiscal Nacional Económico también podrá recabar y ejecutar por medio de los funcionarios que corresponda, el examen de toda documentación, elementos contables y otros que estime necesarios;
- h) Solicitar a los particulares las informaciones y los antecedentes que estime necesarios con motivo de las investigaciones que practique. Las personas naturales y los representantes de personas jurídicas a los que el Fiscal Nacional Económico requiera antecedentes o informaciones cuya entrega pudiere irrogar perjuicio a sus intereses o a los de terceros, podrán solicitar al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia que deje sin efecto total o parcialmente el requerimiento. Esta solicitud deberá ser fundada y se presentará a la Fiscalía Nacional Económica dentro de los cinco días siguientes a la comunicación del requerimiento, cuyos efectos se suspenderán desde el momento en que se efectúa la respectiva presentación. El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia conocerá y resolverá dicha solicitud en su sesión más próxima, con informe verbal o escrito del Fiscal Nacional Económico, y su pronunciamiento no será susceptible de recurso alguno;
- i) Ejecutar y celebrar toda clase de actos y contratos sobre bienes muebles e inmuebles y sobre cosas corporales o incorpóreas que integren el patrimonio del Servicio, incluso aquellos que permitan enajenar y transferir el dominio y transigir respecto de derechos, acciones y obligaciones, sean contractuales o extracontractuales. Las transacciones a que se refiere el inciso anterior deberán

ser aprobadas por resolución del Ministerio de Hacienda, cuando se trate de sumas superiores a dos mil unidades de fomento;

- j) Llamar a declarar, o pedir declaración por escrito, a los representantes, administradores, asesores y dependientes de las entidades o personas que pudieren tener conocimiento de hechos, actos o convenciones objeto de investigaciones y a toda otra persona que hubiere ejecutado y celebrado con ellas actos y convenciones de cualquier naturaleza, respecto de algún hecho cuyo conocimiento estime necesario para el cumplimiento de sus funciones;
- k) Requerir de los organismos técnicos del Estado los informes que estime necesarios y contratar los servicios de peritos o técnicos;
- l) Celebrar convenios o memorándum de entendimiento con otros servicios públicos y universidades, en materias de cooperación recíproca. Asimismo, celebrar convenios con agencias u otros organismos extranjeros que tengan por objeto promover o defender la libre competencia en las actividades económicas;
- m) Convenir con otros servicios públicos y organismos del Estado la transferencia electrónica de información, que no tenga el carácter de secreta o reservada de acuerdo a la ley, para facilitar el cumplimiento de sus funciones. Asimismo y previa resolución fundada del Fiscal Nacional Económico, podrá convenir la interconexión electrónica con organismos o instituciones privadas. Del mismo modo, podrá convenir esta interconexión con organismos públicos extranjeros u organizaciones internacionales, con los cuales haya celebrado convenios o memorándum de entendimiento;
- n) En casos graves y calificados de investigaciones destinadas a acreditar conductas de las descritas en la letra a) del artículo 3°, solicitar, mediante petición fundada y

con la previa aprobación del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, autorización al Ministro de la Corte de Apelaciones que corresponda de acuerdo al turno, para que Carabineros o la Policía de Investigaciones, bajo la dirección del funcionario de la Fiscalía Nacional Económica que indique la solicitud, proceda a:

- n.1) Entrar a recintos públicos o privados y, si fuere necesario, a allanar y descerrajar;
- n.2) Registrar e incautar toda clase de objetos y documentos que permitan acreditar la existencia de la infracción;
- n.3) Autorizar la interceptación de toda clase de comunicaciones, y
- n.4) Ordenar a cualquier empresa que preste servicios de comunicaciones, que facilite copias y registros de las comunicaciones transmitidas o recibidas por ella.

El haber concurrido a la aprobación referida precedentemente, no será causal de inhabilidad de los ministros del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia para conocer del proceso.

Para otorgar la autorización a que se refiere el inciso anterior, el Ministro de Corte de Apelaciones deberá verificar la existencia de antecedentes precisos y graves acerca de la existencia de prácticas colusivas, reunidos por la Fiscalía con anterioridad a la solicitud de autorización para hacer uso de las facultades de esta letra. En la autorización, se deberá especificar con precisión, la singularización de las medidas, el término de tiempo por el cual podrán ejercerse y las personas a las que dichas medidas pueden afectar.

El ejercicio de las facultades conferidas en el inciso anterior, deberá sujetarse a los requisitos y formalidades establecidos en los artículos 205, 207, 208, 209 incisos primero, segundo y tercero pero eliminando de éste último la frase “remitirá los antecedentes al fiscal regional, quien si compartiere esa apreciación”, 210, 212 a 214, 216 a 225, salvo el inciso tercero del artículo 222, del Código Procesal Penal. Sin perjuicio de lo anterior, la Fiscalía no podrá interceptar las comunicaciones entre el sujeto investigado y aquellas personas que, por su estado, profesión o función legal, como el abogado, médico o confesor, tuvieren el deber de guardar el secreto que se les hubiere confiado.

Las expresiones “fiscal” y/o “Ministerio Público” a que hacen referencia las disposiciones del Código Procesal Penal se entenderán, para los efectos de la presente ley, como “Fiscal Nacional Económico”. Asimismo, las referencias realizadas a “juez” o “juez de garantía” se entenderán efectuadas al “Ministro de la Corte de Apelaciones señalado en el inciso primero de este artículo”; las referencias a “juicio oral” se entenderán efectuadas al “procedimiento” y finalmente las referencias efectuadas a “imputado” se entenderán realizadas al “afectado”.

En caso que la Fiscalía no cumpliera con alguno de los requisitos o formalidades indicados en el inciso segundo, los afectados podrán reclamar ante el Ministro de Corte de Apelaciones a que se refiere el inciso primero de este artículo, el que resolverá de forma inmediata, en una sola audiencia, sin forma de juicio y oyendo a las partes.

Los resultados de las actuaciones establecidas en el inciso primero, no podrán ser utilizados como medios de prueba en el procedimiento ante el Tribunal, cuando el

desempeño o ejercicio de ellas hubiere tenido lugar fuera de los supuestos establecidos en la ley o cuando no se hubieren cumplido los requisitos previstos para su procedencia y hubiere sido declarado así, en la forma señalada en el inciso precedente, por el Ministro de Corte de Apelaciones allí referido.

Los antecedentes que se obtengan en virtud del ejercicio de las facultades contenidas en esta letra, no podrán ser utilizados por la Fiscalía en ninguna otra investigación, salvo que medie una nueva autorización judicial.

ñ) Suscribir acuerdos extrajudiciales con los agentes económicos involucrados en sus investigaciones, con el objeto de cautelar la libre competencia en los mercados.

El Tribunal tomará conocimiento del acuerdo en una sola audiencia, sin forma de juicio, convocada especialmente al efecto, dentro del quinto día hábil de recibidos los antecedentes, durante la cual podrá escuchar alegatos de las partes comparecientes al acuerdo. El Tribunal deberá aprobar o rechazar el acuerdo en un plazo máximo de quince días hábiles, contados desde la fecha de la audiencia.

Estas resoluciones una vez ejecutoriadas serán vinculantes para las partes que comparecieron al acuerdo y en su contra sólo procederá el recurso de reposición;

o) Las demás que señalen las leyes;

ANEXO 2: RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

En el ámbito noticioso se identificaron distintos tipos de documentos que fueron de base para el estudio, a continuación se presentan las fuentes y los fragmentos de prensa más relevantes en el estudio:

1. CASO FARMACIAS

Fuente:

<http://www.kilometrozero.cl/2009/06/remedios-disfrazados-de-remedios/>

Noticia1:

“Remedios disfrazados de remedios

Lo cierto es que los “genéricos” que se comercializan en las Farmacias del Dr. Simi y en otras cadenas farmacéuticas del país no son “lo mismo” que el medicamento “original”. Son copias o “similares”, que no tienen análisis de su eficacia y que funcionan como sustitutos. Sólo serían genéricos si contaran con estudios de laboratorios que demostraran su bioequivalencia, es decir, que tengan la misma eficacia que el original. Esa es la garantía que exige la Organización Mundial de la Salud (OMS)”.

Fuente: http://latercera.com/contenido/655_113906_9.shtml

Noticia2:

“¿Por qué confesó Fasa?”

A fines de octubre, el fiscal nacional económico puso a su equipo de cabeza a investigar el tema. Así, llegaron a confeccionar una lista de 222 fármacos y luego procedieron a contactar a los laboratorios correspondientes. Incluso, fuentes del mercado cuentan que tan delimitada estaba dicha lista para las farmacias que éstas no dejaron ingresar nuevos productos promovidos por los laboratorios pues podían "desarmarles el naipe". Así, dieron a conocer todas las reuniones formales o informales que hubiesen tenido con ejecutivos de Fasa, Cruz Verde o Salcobrand”.

Fuente:

http://www.ercilla.cl/web/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1536

Noticia3:

“Sanciones con gusto a poco

Se cerró un capítulo de la historia de la polémica colusión entre farmacias. El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) ratificó la multa de un millón de dólares a Farmacias Ahumada S.A. (Fasa), aprobando la conciliación acordada por la compañía con la Fiscalía Nacional Económica. Poco después, Fasa anunció que se restituirá a los consumidores el ciento por ciento del diferencial de precios registrados, para lo cual destinará unos 2.500 millones de pesos. Sin embargo, la percepción generalizada es que la sanción de la autoridad y el gesto de la empresa son más bien paupérrimos frente a las ganancias que habría obtenido por la colusión con Cruz

Verde y Salcobrand para elevar en forma concertada los precios de 222 medicamentos en 36 categorías, entre noviembre del 2007 y marzo del año siguiente”.

Fuente:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo8887DocumentNo7374.PDF>

Fragmento:

“Perfil mercado de farmacias en Chile

Oficina Comercial de Colombia en Chile

Existe un alto grado de concentración del mercado de distribución de productos farmacéuticos. Farmacias Ahumada, Farmacias Cruz Verde y Salcobrand poseen alrededor del 90% del mercado. Las farmacias independientes tienden a desaparecer. Según la Unión de Dueños de Farmacias en Chile, desde el gobierno militar (1973) a 2006 sólo subsiste una cuarta parte de las Farmacias, de las cuales la mayoría están en mala situación económica. Además de la estrategia de precios bajos, las principales cadenas de la industria han creado estrategias para fidelizar a los clientes, tales como el establecimiento de asociaciones con diversas tiendas por departamentos para el uso de tarjetas de crédito propias, entre otras”.

Encuesta realizada por la Fiscalía Nacional Económica para estudiar el mercado de los medicamentos:

Fuente:

<http://www.tdlc.cl/DocumentosMultiples/Informe%20de%20Gemines%20presentado%20por%20FNE.pdf>

Resumen de la Encuesta

- La respuesta modal al lugar de compra habitual de medicamentos es “cerca de mi casa”. El trayecto entre el trabajo y la casa recibe, también, una alta frecuencia de respuestas.
- La mayoría (56%) de los encuestados declara cotizar en más de una farmacia cuando compra un medicamento prescrito. Esta respuesta es dada con mayor frecuencia por las mujeres encuestadas (63%) y en el estrato medio-bajo (C3).
- La mayor parte de los encuestados declara “haber encontrado diferencias importantes de precios” al realizar estas cotizaciones.
- Claramente el factor “más importante” al decidir donde comprar un medicamento es el precio.
- De acuerdo a los entrevistados, el factor menos importante a este respecto, sería el nombre o marca de la farmacia donde hacen la compra.
- En el caso hipotético de que un medicamento recetado no esté disponible donde se dispone a comprarlo, 8 de cada 10 encuestados “iría a otra farmacia a comprarlo”
- Dos tercios de los encuestados dice actuar en el mismo sentido si el medicamento recetado ha tenido “un alza de 10% o más” en la farmacia donde lo compró con anterioridad.

- En general el conocimiento de sustitutos para medicamentos recetados es bajo, no alcanzando porcentajes mayores al 25% entre los usuarios de dichos medicamentos. En general, el 76% de los encuestados declara “no saber de sustitutos para los medicamentos que usa/compra”.
- Hay una alta percepción de “aumentos importantes de precio durante el último año” en los usuarios de, prácticamente, todos los medicamentos considerados.

2. CASO LECHERIAS

Fuente: <http://www.australtemuco.cl/site/apg/campo/pags/20031115235221.html>

Noticia1:

“Lanzaron el nuevo sabor de Puerto Varas

En un concurrido encuentro desarrollado en el Hotel Alerce, se realizó el lanzamiento de los "Helados Artesanales Puerto Varas". Es el segundo proyecto específico, junto con el de cerveza, que se concreta a poco andar en la provincia de Llanquihue, con el apoyo de la Corfo. Actualmente los agricultores están comenzando el segundo año de proyecto específico, y la ayuda de la Corfo se ha traducido en un 50 por ciento de cofinanciamiento en la elaboración de los helados, el perfeccionamiento, marketing, y encontrar asesores

El profo, compuesto inicialmente por 13 integrantes, todos productores de leche, derivó finalmente en ocho, grupo que logró concretar una inversión cercana a los 120 millones de pesos en infraestructura para la extracción, enfriado y almacenaje de

leche, con el fin de responder a los requisitos exigidos por las plantas procesadoras. A través de esta sociedad, se lograron ahorros en la adquisición de insumos y servicios requeridos para el financiamiento de los predios (combustible, lubricantes, sustituto lácteo, concentrado, fertilizantes y medicamentos).

Los agricultores del Profo Los Riscos apostaron a un escalamiento productivo, instalando una pequeña planta elaboradora de helados a la entrada de Puerto Varas, con una inversión de 65 millones de pesos”.

Fuente:

<http://www.elranco.cl/2009/04/nuevas-oportunidades-para-exportadores-lecheros/>

Noticia2:

“Nuevas oportunidades para exportadores lecheros

Pensando en el potencial exportador del sector y las oportunidades que se le pueden presentar en este ámbito, como parte de las tareas que realiza el Cluster Lácteo, hace algunos días se reunieron representantes de las industrias lecheras, entidades exportadoras, PROCHILE y el (SAG) Servicio Agrícola y Ganadero, para conocer sobre el proyecto “Inteligencia de Mercado”. Sandra Silva, Directora Regional de ProChile explicó que “se trata de un Proyecto que consiste básicamente en desarrollar, implementar y transferir a las Pymes de los sectores productivos cárnicos y Lácteos de la Región de los Lagos un sistema de Antenas de Mercado integrado y coordinado entre los distintos actores para la detección de oportunidades y

potencialidades de desarrollo de mercados”. Manuel Zamora, Presidente de la Asociación de Exportadores de Productos Lácteos (ExporLact), por su parte, explicó que es importante también para su asociación, formar parte de grupos colaborativos en los que participen los distintos estamentos que conforman la cadena láctea chilena y poder aportar trabajo e ideas que permitan acercar a ellos los desafíos (presentes y futuros) que el mercado mundial de productos lácteos impone al sector lechero de nuestro país. Zamora, explicó que desde su creación en el año 2003, ExporLact Chile A.G. ha trabajado intensamente en proyectar internacionalmente los lácteos de Chile y ha podido también recoger bastantes experiencias y conocer más de cerca los modelos de desarrollo que están implantando los países que lideran el mercado mundial de productos lácteos (Nueva Zelandia, Estados Unidos, Argentina y Australia, por mencionar algunos). El sector lechero chileno desde el año 2003 es eminentemente exportador, es por eso que cualquier apoyo que pueda existir para potenciar los envíos del rubro al exterior, son un aporte al desarrollo de esta actividad económica. Aproximadamente un 20% de la recepción de leche fresca de cada año es exportada a través de los diferentes productos lácteos comercializados, siendo los más importantes el queso y la leche en polvo”.

Fuente: <http://www.aproleche.cl/noticias.php>

Noticia3:

“Lecheros salen a presionar a industria

El precio de la leche pagada a productor ha caído un 25% durante 2009, pese a que este año la recepción en planta ha bajado en cerca de un 11% y los precios

internacionales han subido en un 26%, llegando a los 3 mil 200 dólares por tonelada. El objetivo es presionar a la industria para una nivelación de precios de acuerdo a los valores internacionales. Claudio Sarah, gerente de Estrategia y Políticas Lecheras de Nestlé, aseguró que los precios internacionales reales de la leche aún no reflejan los valores de tendencia de 3 mil 200 dólares”.

Fuente: Estrategia Regional por competitividad por rubro “Bovinos leche IX Región”
Julio 2007 Instituto de Desarrollo Agropecuario.

Fragmento:

“Con respecto a las orientaciones estratégicas de la región, esta debe centrarse en afianzar y consolidar los estándares productivos alcanzados por tanto los énfasis de esta estrategia regional debe centrarse en 6 grandes temas:

- *Asesoría técnica adecuada, oportuna y en base a competencias profesionales idóneas, sumada a la profesionalización del productor lechero.*
- *Mejorar y aumentar aquellos estándares de productividad que inciden directamente en la rentabilidad del rubro (producción leche por unidad de superficie producción, producción de leche por vaca, carga animal).*
- *Gestión de la unidad de negocios con un enfoque centrado en el control de los costos, la eficiencia de la producción y la permanente información llevada en registros prediales.*
- *Mecanización de principales labores productivas y acceso al riego.*

Los 4 temas anteriores tienen carácter prioritario, no obstante existen dos temas estratégicos adicionales, ellos son:

- *Calidad de la materia prima (sanitaria, composicional, higiénica), cumplimiento de normativas como el Decreto Supremo 90, Norma de emisión para la regulación de contaminantes asociados a las descargas de residuos líquidos a aguas marinas y continentales superficiales.*
- *Estacionalidad de la producción*

ANEXO 3: CUADROS DE TRABAJO CASO FARMACIAS



De manera de organizar la información se trabajó en cuadros, los cuales se presentan a continuación:

Para analizar las ganancias de las farmacias coludidas se trabajó con los estados de resultados expuestos en la SVS, sólo farmacias Ahumadas se encuentra en el registro por lo cual es la única estudiada en este ítem.

Estados de Resultados FASA Miles de pesos	2006	2007	2008
Ingresos de explotación	248.990.775	315.632.885	340.404.571
Costos de explotación	-182.889.292	-235.645.283	-248.146.843
Margen de Contribución	66.101.483	79.987.602	92.257.728

El análisis se realizó a través de un supuesto, éste es que los costos de explotación y el margen de contribución son porcentajes del ingreso de explotación, tales porcentajes deben mantener su proporción de un año a otro.

Estados de Resultados	2006	2007	2008
Ingresos de explotación	100%	100%	100%
Costos de explotación	73,5%	74,7%	72,9%
Margen de contribución	26,5%	25,3%	27,1%

Además se calculó el 2,8% de los ingresos de explotación para verificar lo investigado por la Fiscalía Nacional Económica, la cual determinó lo siguiente: *“El beneficio económico obtenido por el aumento de precios representa el 2,8% de las ventas de Fasa en el año 2007, el 4% de las ventas de Cruz Verde en este mismo año y el 3,1% de las ventas registradas por Salcobrand”.*

Beneficios Económicos Obtenido por Cadena		
Farmacias	Beneficios Millones de Pesos	% Representativo
Ahumada	7.616	2,8%
Cruz Verde	13.107	4%
Salcobrand	6.539	3,1%

Verificación Miles de pesos	
Ingresos 2007	315.632.885
2,8%	8.837.721

Por otro lado, el alza de precios fue extraído del listado publicado en el Requerimiento de la Fiscalía Nacional Económica, el cual se utilizó para determinar las mayores alzas y el promedio total de ellas.

Nº	Nombre Medicamento	Precios en pesos		
		Nov-07	Abr-08	Variación en %
1	Marvelon-20 Caja 21 Comp.	2.502	7.180	187%
2	Folisanin 5 Mg. Caja 30 Comp.	821	2.017	146%
3	Glucophage Forte 850 Mg. Caja 60 Comp.	3.442	8.327	142%
4	Feminol X 21 Comp. Recub	2.163	5.051	134%
5	Elcal-D Caja 30 Cap.	1.565	3.617	131%
6	Herolan Aerosol 10 MI 200 Dosis	2.993	6.892	130%
7	Tareg 80 Mg. Caja 28 Cap.	5.695	12.621	122%
8	Maltofer Gts. Frasco 30 MI	2.484	5.424	118%
9	Maltofer 100 Mg. Caja 30 Comp.	3.058	6.389	109%
10	Lerogin Caja 30 Grag	3.285	6.858	109%
11	Dilatrend 25 Mg. Caja 28 Comp.	5.517	11.511	109%
12	Enalten-D 10/25 Caja 30 Comp.	3.779	7.879	108%
13	Tobe 2,5 Mg X 30 Comp..	4.929	10.237	108%
14	Tildiem 60 Mg. Caja 20 Comp.	1.984	4.119	108%
15	Anulette-Cd Caja 28 Comp.	1.081	2.241	107%
16	Ciclomex -15 Caja 28 Comp.	2.465	5.112	107%
17	Elcal-D Forte Caja 60 Cap.	2.641	5.471	107%
18	Marvelon Caja 21 Comp.	3.503	7.193	105%
19	Glaformil 500 Mg. Caja 30 Comp.	1.604	3.291	105%
20	Zometic 7.5 Mg. Caja 30 Comp.	1.989	4.069	105%
21	Ciclidon-20 Caja 21 Comp. Rec.	2.514	5.105	103%
22	Ciclomex -20 Caja 21 Grag.	2.533	5.061	100%
23	Elcal-D Caja 60 Cap.	2.781	5.481	97%
24	Dilatrend 12.5 Mg. Caja 28 Comp.	4.341	8.527	96%
25	Ciclomex Caja 21 Comp. Rec.	2.728	5.358	96%

26	Confer Caja 30 Cap.	3.138	6.122	95%
27	Folisanin 1 Mg. Caja 30 Comp.	832	1.599	92%
28	Aero-Itan Caja 20 Cap.	2.000	3.791	90%
29	Tensoliv X 30 Comp Recub	2.788	5.190	86%
30	Nexium 40 Mg 28 Comp	10.844	19.972	84%
31	Fesema Lf 100 Mcg. Inh. Buc. 200 Dosis	2.557	4.687	83%
32	Anulette Caja 21 Comp.	2.214	4.046	83%
33	Lady-Ten X 21 Comp Rec Uf	4.544	8.302	83%
34	Conpremin Gra.0,300Mg.28	4.726	8.628	83%
35	Nexium 20 Mg 28 Comp.	5.650	10.293	82%
36	Dal Caja 28 Comp.	3.259	5.931	82%
37	Sinasmal 100 Mcg/Dosis Aerosol 10 MI	2.043	3.718	82%
38	Eutirox 100 Mcg. Caja 100 Comp.	3.170	5.741	81%
39	Lomex 20 Mg. Caja Fco. 35 Cap.	7.562	13.452	78%
40	Recamicina 500 Mg. Caja 10 Comp.	6.007	10.656	77%
41	Atemperator 500 Mg. Caja 20 Comp.	5.903	10.408	76%
42	Gynostat 20 21Comp	3.071	5.397	76%
43	Cipramil 20 Mg. Caja 28 Comp.	10.686	18.116	70%
44	Aratan 50 Mg. Caja 30 Comp.	6.658	11.279	69%
45	Trittico 100 Mg X 20 Comp.	5.921	10.012	69%
46	Ipran 10 Mg. Caja 30 Comp. Rec.	8.822	14.896	69%
47	Hipolixan 10 Mg. Caja 30Comp.	6.368	10.669	68%
48	Aerolin Lf 100 Mcg. Inh. Buc. 200 Dosis	3.312	5.547	67%
49	Efexor Xr 75 Mg. Caja 30 Cap.	17.705	29.440	66%
50	Belara Caja 21 Comp.	5.454	8.998	65%
51	Eutirox 75 Mcg. Caja 50 Comp.	2.015	3.286	63%
52	Tareg D 160/12.5 Caja 28 Comp.	6.377	10.398	63%
53	Nasonex 50 Mcg. Susp. Nas. 140 Dosis	7.640	12.448	63%
54	Dinaflex Duo Forte Caja 30 Sobr.	11.724	19.035	62%
55	Hidrium Caja 20 Comp.	2.107	3.400	61%
56	Degraler 5 Mg. Caja 30 Comp. Rec.	3.837	6.143	60%
57	Eutirox 50 Mcg. Caja 50 Comp.	1.977	3.164	60%
58	Flemex J.A.T. Forte Jbe. Fco.120 MI.	4.242	6.768	60%
59	Simperten 50 Mg X 30 Comp.	5.576	8.877	59%

60	Atemperator 250 Mg. Caja 20 Comp.	4.050	6.359	57%
61	Spiron 1 Mg. Caja 30 Comp.	4.969	7.740	56%
62	Carboron 300 Mg. Caja 50 Comp.	3.406	5.303	56%
63	Uniclax 50 Mcg. Inh. Nas. 140 Dosis	7.974	12.394	55%
64	Drina Caja 21 Comp.	5.839	9.055	55%
65	Spiron 3 Mg. Caja 30 Comp.	9.687	15.004	55%
66	Aerogastrol Caja 20 Cap.	2.202	3.403	55%
67	Zyprexa 5 Mg. Caja 14 Comp.	16.889	26.054	54%
68	Flemex J.A.T. Jbe. Fco.120 Ml.	4.431	6.829	54%
69	Celebra 200 Mg. Caja 10 Cap.	3.586	5.519	54%
70	Grifoparkin X 30 Comp.	5.510	8.476	54%
71	Dinaflex Duo Caja 60 Cap.	7.194	11.033	53%
72	Imecol Caja 20 Comp. Ad.	2.170	3.323	53%
73	Glucophage Forte 850 Mg. Caja 30 Comp	3.823	5.841	53%
74	Aerius 5 Mg. Caja 30 Comp.	4.941	7.521	52%
75	Eranz Com.10Mg.28	68.518	104.281	52%
76	Aratan-D Caja 30 Comp.	7.348	11.172	52%
77	Yasmin Caja 21 Comp. Rec.	5.307	8.068	52%
78	Morelin X 30 Comp Recub	2.932	4.442	51%
79	Livial Com.2,5Mg.28	9.147	13.767	51%
80	Dorsof T Col. Fco. 5Ml	8.446	12.695	50%
81	Lifter 100 Mg. Caja 5 Comp.	8.855	13.269	50%
82	Frenaler-D Jarabe 100 Ml	2.020	3.024	50%
83	Neoclaritine 5 Mg. Caja 30 Comp.	5.021	7.512	50%
84	Emezol 40 Mg 30 Caps.	10.960	16.346	49%
85	Marathon X 30 Capsulas Blandas	2.805	4.169	49%
86	Elcal 320 Mg. Caja 60 Cap.	4.528	6.710	48%
87	Simperten D 100 Mg Caja 30 Comp.	6.023	8.911	48%
88	Valcote 500 Mg. Caja 50 Comp.	15.760	23.119	47%
89	Lyrice 75Mg Caja 28 Caps.	8.397	12.314	47%
90	Lifter 50 Mg. Caja 5 Comp.	5.678	8.266	46%
91	Ravotril 1 Mg Caja 28 Comp.	3.224	4.685	45%
92	Combivent Inh. Buc. 200 Dosis	3.461	5.026	45%
93	Ebixa 10 Mg. Caja 56 Comp. Rec.	23.205	33.609	45%

94	Amoval 500Mg/5MI Susp. Fco. 100 MI.	3.887	5.624	45%
95	Reflexan 5 Mg. Caja 20 Comp. Rec.	1.670	2.408	44%
96	Atemperator 200 Mg. Caja 30 Comp.	4.618	6.648	44%
97	Lipitor 10 Mg. Caja 60 Comp.	14.411	20.734	44%
98	Xalatan 0.005% Col. Fco. 2.5 MI.	7.029	10.102	44%
99	Femelle 20 Caja 28 Comp.Recubierto	6.130	8.781	43%
100	Femelle Caja 28 Comp. Rec.	5.985	8.523	42%
101	Aldrox 70 Mg. Caja 10 Comp. Rec.	6.353	8.980	41%
102	Trex 500 Mg. Caja 3 Comp.	5.972	8.376	40%
103	Valcote Er 500 Mg. Caja 50 Comp.	16.993	23.778	40%
104	Dacam RI X 1 Fco.Amp.	7.471	10.432	40%
105	Hipolixan 20 Mg. Caja 30Comp.	11.837	16.517	40%
106	Corodin 50 Mg. Caja 30 Comp.	7.679	10.700	39%
107	Alfin 50 Mg. Caja 1 Comp.	1.250	1.741	39%
108	Valcote 250 Mg. Caja 50 Comp.	10.206	14.197	39%
109	Posivyl 20Mg X 30Comp.	10.418	14.461	39%
110	Trex 500 Mg. Caja 6 Comp.	9.274	12.863	39%
111	Inflammide 200 Mcg Inh. Buc/Nas 300Dosis	6.010	8.311	38%
112	Citoneuron Caja 30 Cap.	4.239	5.858	38%
113	Talflex 100 Mg. Caja 20 Comp.	3.796	5.243	38%
114	Ipran 20 Mg. Caja 30 Comp. Rec.	17.995	24.792	38%
115	Venastat 290 Mg. Caja 30 Cap.	4.732	6.518	38%
116	Cortiprex 20 Mg X 20 Comp.	3.365	4.628	38%
117	Enalten 5 Mg. Caja 30 Comp.	4.185	5.737	37%
118	Lexapro 10 Mg. Caja 28 Comp.	13.691	18.765	37%
119	Findaler 10 Mg. Caja 30 Comp.	4.102	5.590	36%
120	Lipitor 10 Mg. Caja 30 Comp.	10.415	14.167	36%
121	Iskimil 75 Mg. Caja 30 Comp. Rec.	12.353	16.754	36%
122	Flixotide Lf 125 Mcg. Inh. Buc. 120Dosis	13.392	18.094	35%
123	Gynera 75/20 Caja 21 Grag.	4.246	5.731	35%
124	Elcal 320 Mg. Caja 30 Cap.	3.063	4.129	35%
125	Mobex 15 Mg. Caja 10 Comp.	3.689	4.972	35%
126	Eutirox 125 Mcg. Caja 50 Comp.	3.186	4.288	35%
127	Dagotil 1 Mg. Caja 30 Comp.	4.983	6.691	34%

128	Microgynon-Cd Caja 28 Grag.	1.400	1.876	34%
129	Depakene 250Mg/5Ml. Jbe. Fco.120 Ml.	6.249	8.337	33%
130	Losopil 7.5 Mg. Caja 30 Comp. Rec.	2.803	3.729	33%
131	Spiroon 1Mg/Ml. Sol. Fco. 30 Ml.	9.828	13.067	33%
132	Tareg D 80/12,5 Caja 28 Comp.	7.020	9.305	33%
133	Prodel 4 Mg. Caja 20 Comp.	1.341	1.775	32%
134	Carboron Retard 400 Mg. Caja 30 Comp.	6.570	8.689	32%
135	Corodin-D Caja 30 Comp.	5.099	6.742	32%
136	Valcote 250 Mg. Caja 20 Comp.	5.682	7.508	32%
137	Maltofer Jbe. Fco. 100 Ml.	5.008	6.607	32%
138	Conti-Marvelon 20 Caja 28 Comp.Rec	6.618	8.700	31%
139	Norvasc 5 Mg. Caja 30 Comp.	9.638	12.667	31%
140	Plexus Jbe. Fco. 120 Ml.	3.665	4.811	31%
141	Altruline 50 Mg Caja 30 Comp.	13.179	17.285	31%
142	Remitex 10 Mg. Caja 30 Comp.	6.248	8.182	31%
143	Medrol 16 Mg. Caja 14 Comp.	11.042	14.419	31%
144	Ravotril 0.5 Mg. Caja 28 Comp	2.480	3.236	30%
145	Ravotril 2 Mg Caja 28Comp	4.952	6.453	30%
146	Migranol Caja 10 Comp.	759	987	30%
147	Cardura XI 4 Mg. Caja 30 Comp.	8.913	11.563	30%
148	Traviata Com.20Mg.30	11.158	14.460	30%
149	Prozac 20 Mg. Caja 28 Comp. Dispersables	14.564	18.862	30%
150	Zyprexa 10 Mg. Caja 28 Comp.	72.086	93.013	29%
151	Spiriva 18 Mcg. Caja 30 Cap.	18.059	23.296	29%
152	Lipitor 20 Mg. Caja 60 Comp.Rec	22.952	29.600	29%
153	Tareg D 160/25 Caja 28 Comp.	9.196	11.859	29%
154	Daflon-500 Caja 60 Comp.	19.901	25.632	29%
155	D-Histaplus 5 Mg. 30 Comp.	4.891	6.297	29%
156	Arava 20 Mg. Caja 30 Comp.	30.308	39.012	29%
157	Actonel 35 Mg. Caja 4 Comp.	14.800	19.036	29%
158	Gynera Caja 21 Grag.	4.329	5.560	28%
159	Luvox 100 Mg Caja 15 Comp.	12.244	15.719	28%
160	Normatol 300 Mg. Caja 30 Cap.	14.044	18.024	28%
161	Seler Up 50 Mg. 6 Comp.	6.559	8.413	28%

162	Condrosulf 800 Mg. Caja 30 Comp.	10.143	12.994	28%
163	Plavix 75 Mg. Caja 28 Comp.	24.937	31.884	28%
164	Clarimax 500 Mg. Caja 14 Comp.	8.957	11.397	27%
165	Tareg 160 Mg. Caja 28 Cap.	7.663	9.741	27%
166	Flixonase 0.05% Susp. Aer. 120 Dos.Nas.	10.902	13.828	27%
167	Micardis Plus 80/12,5 Mg.Caja 28 Comp.	7.075	8.968	27%
168	Anisimol 20 Mg. Caja 20 Comp.	1.997	2.524	26%
169	Lipitor 20 Mg. Caja 30 Comp.	21.932	27.708	26%
170	Dilatrend 6.25 Mg. Caja 28 Comp.	5.198	6.561	26%
171	Lamictal 100 Mg. Caja 30 Comp.	21.036	26.510	26%
172	Tradox 100 Mg. Caja 30 Comp.	16.361	20.587	26%
173	Lipitor 40 Mg. Caja 30 Comp.	19.209	24.081	25%
174	Clarimax 250 Mg/5Ml. Susp. Fco. 80 Ml.	7.004	8.766	25%
175	Norvasc 5 Mg. Caja 60 Comp.	18.462	23.099	25%
176	Neo Sintrom 4 Mg. Caja 20 Comp.	6.786	8.439	24%
177	Maltofer Fol Caja 30 Comp.	5.419	6.733	24%
178	Libraxin Caja 30 Comp.	5.763	7.159	24%
179	Cronus Caja 20 Comp.	5.793	7.134	23%
180	Amoval 1 Gr. Caja 14 Comp.	4.215	5.190	23%
181	Zyprexa Zydis 5 Mg. 7 Comp.	10.852	13.308	23%
182	Norvasc 10 Mg. Caja 30 Comp.	14.146	17.341	23%
183	Rinoven Caja 28 Comp.	5.271	6.458	23%
184	Caduet 10Mg/10Mg Caja 30 Comp. Rec	18.873	23.056	22%
185	Dixi-35 Caja 21 Comp. Rec.	6.704	8.189	22%
186	Caduet 5Mg/10Mg Caja 30 Comp. Rec.	16.281	19.884	22%
187	Hipolixan 40 Mg. Caja 30 Comp.	15.633	19.040	22%
188	Berodual Sol.Nebu.20Ml.	6.813	8.294	22%
189	Valcote 500 Mg. Caja 20 Comp.	9.705	11.807	22%
190	Somno 10 Mg. Caja 30 Comp.	10.351	12.466	20%
191	Sulpilan 50 Mg. Caja 30 Cap.	4.721	5.677	20%
192	Betacar 50 Mg. Caja 20 Comp.	3.533	4.222	19%
193	Gamalate B6 Caja 60 Grag.	18.332	21.890	19%
194	Altruline 100 Mg. Caja 30 Comp.	23.566	28.083	19%
195	Dinaflex Duo Caja 40 Cap.	7.144	8.503	19%

196	Dormonid 15 Mg. Caja 30 Comp.	8.822	10.465	19%
197	Depurol Retard 75 Mg. Caja 30 Cap.	13.701	16.215	18%
198	Micardis 80 Mg. Caja 28 Comp.	8.297	9.819	18%
199	Minulet Caja 21 Grag.	7.535	8.866	18%
200	Dagotil 1Mg/ML. Sol. Fco. 30 ML.	9.102	10.705	18%
201	Lamictal 50 Mg. Caja 30 Comp.	13.657	15.979	17%
202	Efexor Xr 37.5 Mg. Caja 30 Cap.	20.568	23.798	16%
203	Neuractin Sr 500 Mg. Caja 50 Comp.	20.585	23.456	14%
204	Neuractin 500 Mg. Caja 20 Comp.	6.199	7.007	13%
205	Dinaflex 400 Mg. Caja 6 Amp. 1 ML	3.267	3.678	13%
206	Zyprexa Zydis 10 Mg. 7 Comp.	22.446	25.202	12%
207	Amoval-21 500 Mg. Caja 21 Comp.	4.838	5.391	11%
208	Celebra 200 Mg. Caja 30 Cap	16.215	18.066	11%
209	Cosopt Col. Fco. 5 ML.	10.383	11.511	11%
210	Dagotil 3 Mg. Caja 30 Comp.	11.215	12.422	11%
211	Numosol 50Mg/5ML. Jbe. 100 ML.	2.596	2.866	10%
212	Dipemina 500 Mg. Caja 60 Comp	22.023	24.170	10%
213	Frenaler-D X 20 Grageas	4.534	4.937	9%
214	Gynostat X 21 Comprimidos	4.484	4.827	8%
215	Dolofar T.U. 200 Mg. Caja 10 Comp.	3.897	4.186	7%
216	Progyluton Caja 21 Grag.	11.859	12.654	7%
217	Neuryl 2 Mg. Caja 30 Comp	4.300	4.526	5%
218	Clarínase Jbe. Fco. 100 ML.	5.699	5.828	2%
219	Ursofalk 250 Mg. Caja 100 Cap.	38.942	38.854	0%
220	Salofalk com.500mg.100	41.397	36.561	-12%
			Promedio del Alza	48%

Luego de analizar el listado se visitó las farmacias independientes de la ciudad de los Andes para realizar una comparación entre éstas farmacias y las cadenas, también se consultó si tenían los medicamentos coludidos o alguna alternativa de compra (sustitutos). Los resultados son los siguientes:

- Las farmacias consultadas sí tenían sustitutos de compra en algunos de los medicamentos coludidos, la farmacia del Doctor Simi trabaja sólo con genéricos (sustitutos).
- Manifiestan que los proveedores (laboratorios) tienen privilegios con las cadenas, puesto que les presentan promociones de productos a precios más bajos.
- Argumentan que la fidelización del cliente lo han obtenido por compromisos, por ejemplo: si algún cliente necesita un medicamento que ellas no tienen se comprometen a traérselo.
- Las farmacias independientes consultadas en la Ciudad de los Andes fueron tres: Doctor Simi, Botica Santa Rosa y Farmacias Cóndor.

ANEXO 4: CUADROS DE TRABAJO CASO LECHERIAS



Para obtener la participación de las empresas receptoras de leche se elaboró un cuadro por año (2007 y 2008) con base en la información registrada en el Boletín de la Leche, específicamente plantas receptoras en el país y la cantidad recepcionada por cada una.

Período 2007 a nivel Nacional			Período 2008 a nivel Nacional		
Plantas	Recepción	%	Plantas	Recepción	%
Soprole	492.376.964	26,27%	Soprole	495.758.848	25,14%
Colun	387.277.943	20,66%	Colun	408.731.821	20,73%
Nestle	345.708.852	18,44%	Nestle	364.974.924	18,51%
Loncoleche	210.452.108	11,23%	Loncoleche	208.791.941	10,59%
Surlat	121.765.695	6,50%	Surlat	167.562.296	8,50%
Lacteos Mulpulmo	114.359.151	6,10%	Lacteos Mulpulmo	129.312.188	6,56%
Vialat	42.110.668	2,25%	Danone Chile	38.555.547	1,96%
Lacteos Frutillar	40.158.246	2,14%	Lacteos Frutillar	37.269.385	1,89%
Quillayes	34.399.848	1,84%	Quillayes	36.894.967	1,87%
Danone Chile	31.029.735	1,66%	A. Pto. Varas	33.548.530	1,70%
A. Cuinco	26.787.753	1,43%	A. Cuinco	24.382.012	1,24%
Alimentos Pto. Varas	20.418.215	1,09%	Vialat	17.690.231	0,90%
Chilolac	7.805.099	0,42%	Chilolac	8.153.849	0,41%
Total	1.874.650.277	100%	Total	1.971.626.539	100%

También es importante conocer los litros de leche que recibe cada región, para esto se obtuvieron datos de los boletines de la leche de los años 2005 al 2008, de forma de establecer el total de la leche recibida de las regiones a nivel nacional.

		Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008
Región	Plantas	Recepción de leche lt.			
RM	Soprole	123.992.049	118.079.540	125.779.861	130.074.023
RM	Quillayes – peteroa	22.111.747	19.904.379	19.031.154	21.110.591
RM	Vitalac s.a.	8.888.297	4.524.450	0	0
	TOTAL RM	154.992.093	142.508.369	144.811.015	151.184.614
VIII	Vialat s.a.	27.508.053	33.017.027	31.029.735	38.555.547
VIII	Nestlé chile s.a.	55.016.030	56.468.415	68.309.248	77.003.739
VIII	Soprole	53.228.160	66.074.765	88.690.125	89.636.904
	TOTAL VIII	135.752.243	155.560.207	188.029.108	205.196.190
IX	Vialat s.a.	66.475.757	60.418.949	42.110.668	17.690.231
IX	Soprole	41.865.779	42.145.639	36.171.943	39.738.679
IX	Loncoleche	42.349.960	41.016.927	39.646.763	50.241.767
IX	Surlat s.a.	89.603.725	100.923.905	121.765.695	167.562.296
	TOTAL IX	240.295.221	244.505.420	239.695.069	275.232.973
XIV	Colun	331.539.891	365.055.391	387.277.943	408.731.821
XIV	Soprole	68.371.480	70.034.355	71.669.540	67.023.048
XIV	Loncoleche	40.829.921	39.642.248	38.330.638	38.162.217
XIV	Quillayes - peteroa	15.626.026	15.638.248	15.368.694	15.784.376
	TOTAL XIV	456.367.318	490.370.242	512.646.815	529.701.462

Región	Plantas	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008
		Recepción de leche lt.			
X	Soprole	124.810.240	140.540.149	170.065.495	169.286.194
X	Nestlé chile s.a.	127.207.348	137.586.365	123.345.313	139.528.363
X	Loncoleche	127.892.431	143.903.070	132.474.707	120.387.957
X	Lácteos frutillar	29.434.536	43.638.615	40.158.246	37.269.385
X	Nestlé chile s.a.	155.445.265	166.377.190	154.054.291	148.442.822
X	Chilolac	25.331.153	13.583.751	7.805.099	8.153.849
X	Alimentos Puerto Varas	20.038.761	0	20.418.215	33.548.530
X	Agrolacteos Cuinco Ltda.	27.394.978	29.125.045	26.787.753	24.382.012
X	Cumelen . Mulpulmo	98.291.905	110.416.782	114.359.151	129.312.188
	TOTAL X	735.846.617	785.170.967	789.468.270	810.311.300
	TOTAL	1.723.253.492	1.818.115.205	1.874.650.277	1.971.626.539

Del cuadro anterior se obtienen los porcentajes de aumento de un año a otro, determinándose que el crecimiento de recepción de leche corresponde a un 4,1% promedio en estos cuatro años (2005-2008).

Año	Porcentaje
2005	2,8%
2006	5,5%
2007	3,1%
2008	5,2%
Promedio	4,1%

Recepción de leche por regiones en porcentajes

A través de la recepción de leche se obtienen los porcentajes de participación por regiones de los años 2005 al 2008, reflejándose claramente que la industria lechera no ha experimentado cambios en el ámbito de recepción láctea, liderando la X región con un 43% promedio.

	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008
TOTAL RM	9%	8%	8%	8%
TOTAL VIII	8%	9%	10%	10%
TOTAL IX	14%	13%	13%	13%
TOTAL XIV	26%	27%	27%	27%
TOTAL X	43%	43%	42%	42%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Concentración del mercado

La concentración del mercado fue medida con el índice HHI, utilizándose los porcentajes de participación en la recepción de leche en la industria a nivel nacional con base a los datos del Boletín de la Leche Año 2008.

Plantas	% Participación	Indice HHI
Soprole	25,14	632,254075
Colun	20,73	429,761582
Nestle	18,51	342,670519
Loncoleche	10,59	112,144545
Surlat	8,50	72,2276183
Lacteos Mulpulmo	6,56	43,015959
Danone Chile	1,96	3,82405762
Lacteos Frutillar	1,89	3,57318204
Quillayes	1,87	3,50174842
Alimentos Pto Varas	1,70	2,8953274
A. Cuinco	1,24	1,52928973
Vialat	0,90	0,80504044
Chilolac	0,41	0,17103147
Total	100	1648,37398