

**Resolución 078-2016/CLC-INDECOPI**

12 de octubre de 2016

**VISTOS:**

La Resolución 014-2012/ST-CLC-INDECOPI del 20 de agosto de 2012 (en adelante, la Resolución de Inicio), mediante la cual la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, la Secretaría Técnica) inició de oficio un procedimiento administrativo sancionador contra las empresas Albis S.A. (en adelante, Albis o Arcángel), Boticas y Salud S.A.C. (en adelante, ByS), Botica Torres de Limatambo S.A.C. (en adelante, BTL), Farmacias Peruanas S.A. (en adelante, Fasa), Eckerd Perú S.A. (en adelante, Eckerd), Mifarma S.A.C. (en adelante, Mifarma) y Nortfarma S.A.C. (en adelante, Nortfarma) por la comisión de presuntas prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público en el mercado de productos farmacéuticos y afines a nivel nacional; los descargos presentados por las investigadas, el Informe Técnico 043-2015/ST-CLC-INDECOPI del 26 de agosto de 2015 (en adelante, el Informe Técnico), elaborado por la Secretaría Técnica; la audiencia de informe oral llevada a cabo el 13 de julio de 2016; las alegaciones presentadas por las investigadas y las demás actuaciones del procedimiento.

**CONSIDERANDO:**

**I. ANTECEDENTES**

**1.1. Empresas investigadas**

1. Arcángel es el nombre comercial de la Unidad de Negocio Retail (cadena de boticas) de Albis S.A.<sup>1</sup>, empresa productora, comercializadora y distribuidora a nivel nacional de productos farmacéuticos, equipos y accesorios médicos, inscrita en la Partida Electrónica 11065284 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20418140551. Cuando se haga referencia a otras unidades de negocio de Albis S.A., en particular las que producen o distribuyen productos a nivel mayorista, se utilizará la denominación Albis. Desde marzo de 2016, forma parte del grupo Quicorp.

---

<sup>1</sup> Ver: <http://www.albis.com.pe/negocio/albis-retail/presentacion-7/> (fecha de consulta: 19 de agosto de 2016).

2. ByS es una cadena de boticas dedicada a la venta de medicinas, artículos de cuidado personal, vitaminas o galénicos, inscrita en la Partida Electrónica 11019292 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20384891943. Forma parte del Grupo Deco<sup>2</sup>.
3. BTL es una cadena de farmacias cuya actividad principal es la venta minorista de productos farmacéuticos y artículos de tocador, inscrita en la Partida Electrónica 03014639 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20302629219. Desde 2011, forma parte del grupo Quicorp.
4. Fasa es una cadena de farmacias que comercializa medicamentos y productos de higiene de cuidado personal y belleza<sup>3</sup>, inscrita en la Partida Electrónica 02015579 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20305354563. Desde 2012, forma parte del grupo Quicorp.
5. Eckerd es una cadena de boticas que vende productos farmacéuticos y médicos, perfumería y cosméticos, y artículos de tocador bajo la marca comercial Inkafarma, inscrita en la Partida Electrónica 02008432 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20331066703. Eckerd opera como una subsidiaria de Intercorp Retail Inc<sup>4</sup>.
6. Mifarma es una cadena de farmacias comercializadora de medicamentos, higiene, cuidado personal y productos de belleza, inscrita en la Partida Electrónica 11820844 en los Registros Públicos de Lima, con R.U.C. 20512002090. Forma parte del grupo Quicorp<sup>5</sup>.
7. Nortfarma, con nombre comercial «Boticas Felicidad», es una empresa privada comercializadora de artículos de farmacia y cosméticos, inscrita en la Partida Electrónica 00111429 en los Registros Públicos de Piura, con R.U.C. 20399497257.

En adelante, cuando se haga referencia a todas las empresas antes mencionadas, se las denominará conjuntamente, las Investigadas.

## 1.2. Actuaciones realizadas

8. Mediante la Resolución de Inicio, la Secretaría Técnica decidió iniciar de oficio un procedimiento administrativo sancionador contra las Investigadas, por la presunta comisión de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público en el mercado de productos

---

<sup>2</sup> Ver: <http://www.boticasysalud.com/quienes-somos> (fecha de consulta: 19 de agosto de 2016).

<sup>3</sup> Ver: <http://www.fasa.com.pe/nosotros> (fecha de consulta: 19 de agosto de 2016).

<sup>4</sup> Ver: <http://www.intercorpetail.pe/> (fecha de consulta: 19 de agosto de 2016).

<sup>5</sup> Ver <http://www.mifarma.com.pe/nosotros/> (fecha de consulta: 19 de agosto de 2016).

farmacéuticos y afines a nivel nacional<sup>6</sup>, infracción tipificada e los artículos 1 y 11 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>7</sup>.

9. El 12 de setiembre de 2012, Mifarma solicitó tener acceso a la información utilizada para elaborar las series de precios contenidas en los Gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio<sup>8</sup>.
10. El 22 de octubre de 2012, ByS presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:
  - a) La Resolución de Inicio no sustenta documentariamente imputación alguna contra ByS, ya que: (i) ninguno de los correos electrónicos listados y transcritos fue encontrado en alguno de los locales de ByS, (ii) ninguno de dichos correos tiene a ByS como remitente o como destinatario, y (iii) no se ha presentado ninguna prueba concreta que evidencie que ByS estuviese económicamente interesado en fijar los precios de algunos de sus productos farmacéuticos o afines, de manera concertada con otras cadenas para aumentar, mantener o recuperar su rentabilidad.
  - b) Los gráficos contenidos en la Resolución de Inicio demuestran que los precios ofertados por ByS no variaron, manteniéndose constantes y diferentes de los ajustes que se advierte en el caso de las otras cadenas.
  - c) La Resolución de Inicio no ha tomado en consideración la dinámica existente en el mercado de comercialización de productos farmacéuticos y afines, en el cual los laboratorios ostentan el poder de mercado para fijar el precio en las cadenas de farmacias como puntos de distribución. Así, las cadenas negocian mejores condiciones comerciales, entre otras formas, planteando reclamos al laboratorio por mejores condiciones comerciales, sustentando sus reclamos en precios de los competidores y sus estimados de costos. Por lo tanto, los correos electrónicos no revelan la existencia de una concertación, sino la búsqueda de acceder a similares condiciones de venta (precios) en la relación proveedor - botica.
  - d) Los setenta y seis (76) productos contenidos en el Anexo 4 representaron únicamente el 3.4% de las ventas totales de ByS durante el período de

---

<sup>6</sup> Cabe recordar que el presente procedimiento tiene como antecedente la Resolución 017-2010/ST-CLC-INDECOPI, del 1 de diciembre de 2010, la cual fue declarada nula por la Sala de Defensa de la Competencia N° 1 del Tribunal del Indecopi mediante Resolución 1671-2012/SC1-INDECOPI del 7 de agosto de 2012. Para mayor información acerca de las actuaciones procedimentales llevadas a cabo entre el 1 de diciembre de 2010 y el 20 de agosto de 2012, ver los numerales 1 a 51 de la Resolución 017-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>7</sup> Aprobada mediante Decreto Legislativo 1034, publicado el 25 de junio de 2008, modificada mediante Decreto Legislativo 1205, publicado el 23 de setiembre de 2015.

<sup>8</sup> Esta información corresponde a facturas y boletas de venta requeridas mediante Cartas 232, 233, 234, 236, 249 y 250-2010/ST-CLC-INDECOPI del 1, 2, 14 y 15 de junio de 2010. Las empresas cumplieron con este requerimiento de la siguiente forma: Arcángel, mediante escritos del 22 de julio, 7 de setiembre y 5 de noviembre de 2010; BTL, mediante escritos del 14 de julio y 6 de setiembre de 2010; ByS, mediante escritos del 30 de junio y 7 de octubre de 2010; Eckerd, mediante escritos del 15 de junio y 15, 16 y 21 de setiembre de 2010; Fasa, mediante escritos del 2 de julio y 1 y 6 de octubre de 2010; y, Mifarma, mediante escrito del 25 de junio de 2010. Al respecto, ver numerales 10 a 51 de la Resolución 017-2010/ST-CLC-INDECOPI.

investigación y generaron una rentabilidad de 3.9%, siendo que, en algunos casos, la rentabilidad de algunos de estos productos fue negativa.

- e) ByS no ha sido incluida en la comparación de precios en veintiuno (21) de los setenta y seis (76) gráficos contenidos en la Resolución de Inicio, por lo que tales gráficos no representan indicio alguno. Asimismo, en veintiséis (26) de los cincuenta y cinco (55) gráficos restantes, se puede observar que el precio de venta de ByS respecto del producto analizado se mantuvo invariable.
- f) El análisis de los precios y la rentabilidad correspondiente de los productos comercializados por ByS en el período investigado resta verosimilitud a la conclusión a la que ha arribado la Secretaría Técnica.

11. El 22 de octubre de 2012, Nortfarma presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:

- a) Durante la etapa de investigación preliminar, la Secretaría Técnica efectuó una serie de acciones (visitas de inspección y requerimientos de información) que no fueron notificadas a Nortfarma. Ello implicó una vulneración del derecho de defensa de la empresa, ya que no pudo tener conocimiento de la investigación que se seguía en su contra, de manera que el procedimiento debe ser declarado nulo.
- b) El presente procedimiento ha sido iniciado sin más sustento que la mención a Nortfarma en contados correos electrónicos, lo cual resulta insuficiente para concluir su participación en una presunta concertación de precios. Tampoco se ha acreditado la existencia de correos enviados entre Nortfarma y las demás cadenas imputadas.
- c) La evidencia contra Nortfarma consiste en correos en los cuales habrían participado supuestos trabajadores, sin que se haya verificado la pertenencia del correo a dicha persona o su facultad para decidir sobre los precios, así como correos entre los representantes de Albis cuando dichas comunicaciones evidenciarían una práctica comercial común de los proveedores para establecer precios sugeridos.
- d) El análisis de la serie de precios de venta al público utilizado por la Secretaría Técnica corresponde solamente al departamento de Lima, siendo que Nortfarma no cuenta con establecimiento alguno en dicha ciudad. En provincias, Nortfarma tampoco tenía una participación importante.
- e) El seguimiento de la evolución de los precios de competidores, práctica descrita en algunos correos electrónicos, no constituye una práctica anticompetitiva, de manera que el correo 8 del Anexo 2 de la Resolución de Inicio no constituye un indicio razonable.
- f) Nortfarma no puede ser responsable por una práctica a nivel nacional dado que no cuenta con locales en todo el país, por lo que no puede competir con otras empresas en otros departamentos.

12. El 24 de octubre de 2012, Mifarma presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:
- a) La Resolución de Inicio no precisó respecto a la infracción: (i) si estaba sujeta a una prohibición absoluta o relativa, (ii) si es considerada intra marca o inter marca, (iii) los indicios razonables y los hechos que la sustentan, (iv) la existencia de un acuerdo respecto a todos los productos o varios acuerdos en función a cada producto; y (v) el periodo de la infracción. Además, no se otorgó a Mifarma acceso a la base de datos ni a las fórmulas utilizadas para elaborar los gráficos de la Resolución de Inicio. Lo mencionado supone una restricción al derecho de defensa de Mifarma, por tanto, la Resolución de Inicio debe ser declarada nula.
  - b) En la visita de inspección realizada al local de Mifarma, la Secretaría Técnica procedió a retirar la información contenida en correos electrónicos sin que una orden judicial autorice la obtención y retiro de tales documentos. En consecuencia, la Secretaría Técnica ha obtenido ilícitamente los correos electrónicos, violando lo expresamente regulado en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
  - c) El mercado de venta minorista de productos farmacéuticos y afines no presenta las condiciones requeridas para que una práctica colusoria sea sostenible, debido al elevado número de competidores, la inexistencia de significativas barreras de entrada y la asimetría de costos y participaciones que varían respecto de cada empresa de este mercado.
  - d) La existencia de correos electrónicos entre laboratorios/proveedores y cadenas, relacionados con los precios de venta minorista de productos farmacéuticos y afines, puede ser explicada en razón de la existencia de precios sugeridos con proveedores intentando imponer precios mínimos de reventa o a la existencia de negociaciones sobre condiciones de compra, exigiendo mejores condiciones a las observadas en el mercado en los competidores. Ello debe ser complementado con la conducta de Mifarma, pues mantuvo una estrategia independiente de precios, comunicada a los directivos de la empresa y defendida por el Gerente General.
  - e) Ninguno de los correos electrónicos identificados por la Secretaría Técnica involucra una comunicación, contacto o intercambio de información entre las cadenas acusadas de concertación. Las comunicaciones se dan entre laboratorio/proveedor - cadena y viceversa o correos internos, siendo el común denominador a todos ellos el precio sugerido por los laboratorios/proveedores y la dificultad para que dichos precios se apliquen en el mercado.
  - f) La Secretaría Técnica ha creído erróneamente que las cadenas han utilizado a los laboratorios/proveedores como medio de intercambio indirecto de información entre ellas, conducta conocida como acuerdos o concertaciones tipo «*hub and spoke*».

- g) La participación de Mifarma en una concertación en la modalidad «*hub and spoke*» no resiste el menor análisis en base a los supuestos indicios encontrados por la Secretaría Técnica. Así, a partir de los correos, Mifarma no impulso un mecanismo de intercambio de información indirecto sobre precios futuros, no existen actividades de supervisión de una supuesta concertación ni la participación de funcionarios que tengan la capacidad de determinar precios y la política comercial.
- h) Los precios que sigue cada empresa son distintos en función a los precios de compra y a los descuentos que aplica, especialmente en el caso de Mifarma, de manera que no puede haber paralelismo entre estos. El análisis de precios consideró un promedio simple diario o semanal, con lo cual se elimina un elemento clave de diferenciación competitiva que tiene Mifarma.
- i) La implicancia económica de la comercialización de los setenta y cuatro (74) productos investigados representó el 0.98% del total de unidades vendidas y el 3.9% del total de ingresos de Mifarma, de manera que no resulta coherente con una hipótesis de colusión. Dicha inconsistencia se hace más evidente si se consideran las explicaciones alternativas como reclamos por políticas de descuentos, negociaciones sobre precios sugeridos o conversaciones sobre compensaciones por pérdidas.
- j) No existe un acuerdo general del cual deriven fijaciones de precios para cada producto, pues lo que supuestamente ha identificado la Secretaría Técnica son distintas infracciones en el tiempo, cada una con su inicio y sus modalidades.

13. Con la finalidad de complementar sus descargos, Mifarma presentó dos informes<sup>9</sup>. El primero, elaborado por Apoyo Consultoría, contenía un análisis acerca de las probabilidades de que la conducta investigada efectivamente haya ocurrido, la posición de la Secretaría Técnica en la Resolución de Inicio y la estrategia de Mifarma en el mercado farmacéutico.

El segundo, elaborado por IMS Health del Perú S.A. (en adelante, IMS Health), contenía un análisis dirigido a determinar la existencia de condiciones que favorezcan la realización de una práctica colusoria horizontal sobre precios en el mercado farmacéutico privado.

14. El 25 de octubre de 2012, BTL presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:

- a) Las cadenas de farmacias representan un 27% del mercado total de comercialización de productos farmacéuticos, de manera que la hipótesis de

<sup>9</sup> Cabe indicar que el contenido de ambos informes fue declarado confidencial mediante Resolución 004-2013/CLC-INDECOP, del 8 de enero de 2013. Sin embargo, determinados datos de dichos informes han sido utilizados en el presente Informe Técnico, tal como fue previsto en el cuarto punto resolutivo de dicha Resolución, el cual estableció lo siguiente: «*la confidencialidad otorgada solo alcanza a la información materia de la solicitud de confidencialidad de Mifarma S.A.C. En ese sentido, las referencias generales, así como los datos agregados o las series estadísticas innominadas que, a partir de ella y en el cumplimiento de sus funciones, sean elaboradas por esta Comisión o su Secretaría Técnica no tendrán carácter confidencial, siempre que no revelen ni permitan deducir la información declarada confidencial*».

concertación sería débil pues existiría 73% del mercado que no sería controlado.

- b) Los productos investigados representan menos de 4% de las ventas totales y menos del 3% de los márgenes brutos, elementos que representan una escasa participación en los márgenes y que debieron ser analizados – en función a una pretendida ganancia potencial– para justificar el inicio del presente procedimiento sancionador.
- c) Los indicios razonables que sustentan la hipótesis de concertación no resisten el menor análisis pues se observa que los productos supuestamente concertados cuentan con múltiples sustitutos y los participantes cuentan con el 2/% de total de medicamentos comercializados. Asimismo, el monitoreo realizado por las cadenas se realiza con la finalidad de mantener un nivel competitivo en lugar de un acuerdo, el interés de los laboratorios consiste en mantener su posicionamiento y alcanzar metas de venta, y en la hipótesis del acuerdo no existen penalizaciones a los supuestos participantes del acuerdo.
- d) La Resolución de Inicio adolece de serios vicios: (i) cuestionable aplicación del Decreto Legislativo 1034 a hechos anteriores a su vigencia, (ii) la falta de precisión respecto a los hechos o su ejecución; y (iii) la determinación con pruebas fehacientes de la existencia de un acuerdo entre cadenas para concertar precios.
- e) El incremento de precios de BTL en muchos casos está sustentado en el incremento de precios de adquisición de productos como Sedotropina flat frasco de 15ml, Ensure Polvo Vainilla 1000gr., Pediasure Vainilla Lata 990 gr. En otros, las existencias de múltiples sustitutos harían económicamente inviable la concertación de un precio para «incrementar márgenes».
- f) Los correos electrónicos presentados por la Secretaría Técnica solamente contienen un correo en el cual BTL es remitente o destinatario (correo 31), y tres correos en los cuales es mencionado debido a que varió su precio o aceptó el pedido del laboratorio respecto al precio sugerido (1, 26 y 54).
- g) Finalmente, de los cincuenta y cinco (55) correos señalados, solo treinta y seis (36) correos podrían vincularse con los gráficos sobre evolución de precios (el resto de correos no especifican productos o mencionan algunos no comprendidos en la investigación). De estos treinta y seis (36) correos, en dieciocho (18) de ellos no hay correspondencia temporal entre los supuestos acuerdos y la supuesta ejecución de los mismos. En consecuencia, las pruebas presentadas no constituyen indicios suficientes de la existencia de una concertación de precios.

15. El 29 de octubre de 2012, Eckerd presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:

- a) Los laboratorios venden a través de sus distribuidores sus productos, indicando habitualmente un precio sugerido de venta al público para asegurar su posicionamiento en el mercado, el cual será constantemente monitoreado

por el laboratorio. La negociación entre laboratorios y cadenas se da también en el otorgamiento de descuentos por volúmenes en los precios. Las cadenas solicitan que los laboratorios les entreguen los mismos beneficios, de manera que, al detectar precios por debajo de sus costos, sospechan de mejores condiciones ofrecidas para la competencia. Por ello, el laboratorio acuerda de manera lícita los precios con sus distribuidores para evitar incurrir en mayores descuentos.

- b) A fin de garantizar a los consumidores que recibirán los precios más bajos del mercado, Eckerd obtiene información sobre los precios de sus competidores a través de por lo menos tres formas: (i) compras «ciegas» hechas directamente en los locales de la competencia, (ii) información proporcionada por los propios consumidores, y (iii) boletas de los precios que cotizan en otras cadenas, remitidas ocasionalmente por los laboratorios. En base a esta información, se determinan y ajustan los precios. En caso se detecte un menor precio, se procede al ajuste de los precios al público.
- c) Los laboratorios buscan asegurar una distribución eficiente garantizando a las cadenas un margen de ganancia. La alteración del margen afecta a distribuidores y laboratorios pues disminuye las posibilidades de distribución y disponibilidad de los productos. Entre las variables que podrían afectar el margen del distribuidor son los precios que establecen sus competidores, de manera que los laboratorios tienen un interés natural en promover esquemas destinados a estandarizar o regular los precios. No obstante, la información proporcionada por los laboratorios es poco confiable, por lo que las cadenas continúan compitiendo, lo cual se refleja en las evidencias que han dado lugar a la imputación.
- d) La Resolución de Inicio no ha sido clara respecto de la conducta imputada, pues la descripción de los hechos se ha realizado de manera amplia y ambigua. La Resolución de Inicio no hace precisión sobre el tipo legal que será aplicable a la conducta investigada (intra marca – inter marca), lo cual constituye una violación del debido proceso.
- e) La Secretaría Técnica no ha logrado identificar ningún patrón sospechoso. Por el contrario, se ha encontrado (i) fechas de alzas de precios con respuestas muy extensas, (ii) beneficios solamente para algunos de los integrantes del supuesto acuerdo; y, (iii) participación de los laboratorios en las comunicaciones.
- f) La imputación no ha considerado a distribuidores alternativos ni a sustitutos de los productos investigados, ni el hecho de que los productos investigados representan únicamente alrededor de 5.8% del total de productos comercializados en el mercado, lo cual reduce los incentivos de participar en una concertación.
- g) El comportamiento de precios no respalda la hipótesis de un «acuerdo» que se implementa por episodios. Si se amplían los breves periodos analizados por la Secretaría Técnica, se aprecia que, si bien hubo un alza, los precios luego se reducen ubicándose incluso en niveles inferiores a los que se

registran antes del supuesto acuerdo. Por otro lado, la actuación de Eckerd no resulta consistente con los supuestos acuerdos colusorios: o no modifica sus precios en los períodos en los que supuestamente debió hacerlo o coloca precios diferentes y más bajos a los supuestamente concertados.

- h) La Secretaría Técnica no ha demostrado de forma suficiente, precisa y coherente la existencia de un acuerdo o entendimiento entre los imputados. Esta sustenta su imputación en comunicaciones que: (i) no han sido remitidas por Eckerd a sus competidores; y, (ii) que tampoco han sido remitidas por sus competidores a Eckerd.
- i) Finalmente, la Secretaría Técnica no ha considerado y valorado la existencia de explicaciones alternativas a las conductas identificadas (vinculadas con la sugerencia de precios de reventa o *Retail Price Maintenance*) y que podrían describir mejor lo sucedido.

Como parte de sus descargos, Eckerd solicitó tener acceso a la información utilizada para elaborar las series de precios contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio.

16. El 30 de octubre de 2012, Fasa presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:
  - a) La Secretaría Técnica ha incurrido en diversas omisiones que han limitado el ejercicio de derecho de defensa de Fasa: (i) omitió precisar cuál es el tipo infractor específicamente imputado, (ii) no ha precisado cómo se llevó a cabo la conducta imputada, solamente señaló de manera genérica los indicios, y (iii) el periodo en el cual se habría desarrollado la conducta imputada.
  - b) Los correos electrónicos señalados en la Resolución de Inicio muestran, de un lado, legítimos intentos de parte de laboratorios y droguerías de llevar a cabo políticas de precios sugeridos con las cadenas que distribuyen sus productos. Así también, demuestran el interés de las empresas imputadas en seguir los precios de la competencia con la finalidad de solicitar mejores condiciones de compra a sus proveedores.
  - c) Los correos electrónicos aludidos en la Resolución de Inicio evidencian la dinámica de las relaciones verticales entre distintos laboratorios y droguerías proveedoras de los productos enunciados en el Anexo 4. En este tipo de relaciones, los laboratorios adoptan la decisión de llevar a cabo políticas de precios sugeridos y las cadenas permanentemente monitorean los precios de sus competidores para obtener mejores condiciones comerciales, lo cual no puede ser considerado como un indicio de coordinación y menos de supervisión de un acuerdo.
  - d) La Secretaría Técnica no puso a disposición de Fasa las series de precios contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio, ello no permite validar la exactitud ni la adecuación de tales gráficos.

- e) La Secretaría Técnica considera que el comportamiento observado en los precios de catorce (14) productos constituye un indicio de la existencia de los acuerdos de precios sobre los setenta y seis (76) productos listados en el Anexo 4. Por el contrario, los gráficos revelan de manera unívoca y constante la competencia agresiva y diferenciación en precios entre las cadenas denunciadas.
- f) La Secretaría Técnica ha sustentado el inicio del procedimiento en una serie de comunicaciones obtenidas sin mediar órdenes judiciales autoritativas ni las formalidades y autorizaciones señaladas en la Constitución Política del Perú (en adelante, la Constitución) y la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.

Como parte de sus descargos, Fasa solicitó tener acceso a la información utilizada para elaborar las series de precios contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio.

- 17. El 30 de octubre de 2012, Arcángel presentó un escrito en el cual se limitó a indicar que negaba y contradecía la Resolución de Inicio en todos sus extremos, solicitando que los cargos imputados sean declarados infundados.
- 18. El 29 de noviembre de 2012, Mifarma presentó una opinión técnica de Intelfin referida a las conductas imputadas mediante la Resolución de Inicio, en la cual se señala lo siguiente:
  - a) La Resolución de Inicio contiene serios errores metodológicos vinculados a: (i) un tratamiento erróneo de las pruebas utilizadas, (ii) la indeterminación acerca de la naturaleza del acuerdo, (iii) la duración del acuerdo, (iv) las empresas que participaron en él; y (v) la falta de análisis acerca de explicaciones alternativas a un comportamiento colusorio y de las circunstancias que debilitan dicha hipótesis.
  - b) El comportamiento de Mifarma durante los años 2008 y 2009 no es compatible con el de una empresa que participa en un acuerdo colusorio.
  - c) Diversos factores como las características del mercado de productos farmacéuticos (numerosos participantes, cuotas de mercado disímiles, reducidas barreras a la entrada, entre otros), la evolución de los precios y de la participación de los productos investigados y el análisis econométrico de la evidencia indican que la probabilidad de que Mifarma haya formado parte de un acuerdo colusorio es extremadamente baja.
- 19. Mediante Resolución 007-2013/CLC-INDECOPI del 15 de enero de 2013, la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (en adelante, la Comisión) denegó las solicitudes de levantamiento de confidencialidad planteadas por Mifarma, Eckerd y Fasa sobre la información utilizada para elaborar las series de precios contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio. Esta decisión fue apelada por las tres empresas el 28 de febrero, 1 y 6 de marzo de 2013.

20. Mediante Cartas 028, 029, 031 y 033-2013/ST-CLC-INDECOPI, del 19 de febrero de 2013, Cartas 064 y 065-2013/ST-CLC-INDECOPI, del 4 de marzo de 2013, y Carta 076-2013/ST-CLC-INDECOPI<sup>10</sup>, del 8 de marzo de 2013, la Secretaría Técnica requirió a Arcángel, BTL, ByS, Eckerd, Fasa y Mifarma la presentación de un listado de todas las facturas y boletas de venta de los productos farmacéuticos y afines investigados en el presente procedimiento, emitidas desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2009, a nivel nacional con excepción del departamento de Lima<sup>11</sup>.
21. Mediante Carta 034-2013/ST-CLC-INDECOPI del 21 de febrero de 2013, la Secretaría Técnica solicitó a Nortfarma la presentación de información relacionada con el detalle de la organización de su empresa, la clasificación de sus productos, sus proveedores, su política de precios, el listado de sus locales de venta, entre otros. Además, se le solicitó presentar un listado de todas las facturas y boletas de venta de los productos farmacéuticos y afines investigados en el presente procedimiento, desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2009, a nivel nacional.
22. Mediante Cartas 058 a 063-2013/ST-CLC-INDECOPI del 26 y 27 de febrero de 2013, la Secretaría Técnica citó a Arcángel, BTL, ByS, Eckerd, Fasa y Mifarma a una entrevista para despejar las dudas que tuvieran sobre los gráficos utilizados en la Resolución de Inicio. Estas reuniones se llevaron a cabo el 4, 7, 11, 13 y 14 de marzo de 2013.
23. Mediante escritos del 5, 21 y 26 de marzo, 3, 4 y 11 de abril y 17 de mayo de 2013, las empresas cumplieron con absolver los requerimientos de información efectuados mediante Cartas 028, 029, 031, 033, 034, 064, 065 y 076-2013/ST-CLC-INDECOPI. Como parte de sus respuestas, Mifarma, Arcángel, Fasa y Nortfarma solicitaron la confidencialidad de la información presentada.
24. El 21 de marzo de 2013, Nortfarma solicitó nuevamente la nulidad de la Resolución de Inicio, reiterando los argumentos que señaló sobre dicho aspecto en su escrito de descargos del 22 de octubre de 2012.
25. El 26 de marzo de 2013, Mifarma solicitó la nulidad de la Resolución de Inicio, señalando la Resolución de Inicio adolece de un vicio de nulidad al iniciar un procedimiento administrativo sancionador por concertación de precios a nivel nacional a pesar de contar solamente con información de Lima. Al proceder de esta manera, la Secretaría ha afectado gravemente la presunción de inocencia y el derecho de defensa de Mifarma
26. El 12 de abril de 2013, BTL solicitó la nulidad de la Resolución de Inicio, argumentando lo siguiente:

---

<sup>10</sup> Mediante Carta 076-2013/ST-CLC-INDECOPI se subsanó un defecto en la Notificación 064-2013/ST-CLC-INDECOPI remitida a Fasa.

<sup>11</sup> La información sobre Lima ya había sido requerida durante el desarrollo de la investigación preliminar. Ver nota a pie de página 2 del Informe Técnico.

- a) La Resolución de Inicio vulnera el principio de tipicidad debido a que no especifica si la conducta imputada se encuentra sujeta a una prohibición absoluta o relativa. Además, dicha omisión genera indefensión pues no se conoce cuál es el alcance o rigor probatorio que se utilizará para comprobar la infracción.
  - b) La Resolución de Inicio vulnera el principio de legalidad debido a que imputó una supuesta concertación de precios a nivel nacional pese a contar solo con información de precios promedio en el departamento de Lima.
  - c) La Secretaría Técnica vulneró el principio del debido procedimiento debido a que luego de seis meses de imputada la infracción requirió la información sobre precios de venta a nivel nacional. En el supuesto que se considere que existen indicios a nivel nacional, deberá emitir una nueva imputación de cargos.
  - d) La denegatoria del levantamiento de la confidencialidad de la información con la cual se elaboraron los gráficos contenidos en el Anexo 3 de la Resolución de Inicio impide a BTL ejercer adecuadamente su derecho de defensa. Es necesario contar con dicha información para poder replicar el análisis realizado por la Secretaría Técnica y poder validarlo o contradecirlo.
27. El 19 de abril de 2013, Eckerd se pronunció acerca de la metodología utilizada por la Secretaría Técnica para elaborar las series de precios promedio de venta contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio. Al respecto, señaló que la aplicación de ciertos filtros (que eliminaban registros con valores menores o iguales a cero) podía alterar el precio promedio simple de los productos investigados.
28. El 23 de abril de 2013, ByS presentó un informe económico referido a las conductas imputadas mediante la Resolución de Inicio, en el cual se concluía lo siguiente:
- a) No existe evidencia escrita de la participación de ByS en el acuerdo colusorio señalado en la Resolución de Inicio, debido a que ninguno de los correos identificados tuvo como emisor o destinatario a un empleado de la empresa.
  - b) En cuarenta y nueve (49) de los setenta y seis (76) productos investigados, la Secretaría Técnica no ha presentado indicios acerca de la participación de ByS en un supuesto incremento concertado de precios. En los restantes veintisiete (27) productos, el incremento de precios estuvo asociado a un incremento paralelo del costo de adquisición de los medicamentos, de manera que la empresa trasladó total o parcialmente este incremento al precio de venta al público.
  - c) La información que ByS pueda obtener de los precios de venta al público que manejan sus competidores se usa, exclusivamente, con fines de estrategia comercial interna.

- d) La existencia de un precio único o la convergencia hacia un precio único y el paralelismo en las trayectorias de precios son una consecuencia natural de la comercialización de un bien homogéneo donde las cadenas de farmacias tienen escasas oportunidades de diferenciación.
29. Mediante escrito del 17 de mayo de 2013, Fasa se pronunció acerca de la supuesta imposibilidad de utilizar la información proporcionada como respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 076-2013/ST-CLC-INDECOPI, en los siguientes términos:
- a) La Secretaría Técnica inició un procedimiento sancionador sin contar con medios probatorios que acrediten que las empresas investigadas habrían concertado los precios de determinados productos comercializados al interior del país, lo cual ha sido expresamente confirmado en la Carta 089-2013/ST-CLC-INDECOPI. En consecuencia, la Resolución de Inicio se encuentra viciada de una nulidad insubsanable, al contener una imputación de cargos que no se encuentra sustentada en medios probatorios.
- b) Cualquier intento de la Secretaría Técnica o de esta Comisión de utilizar la información entregada en respuesta a la Carta 076-2013/ST-CLC-INDECOPI para juzgar y -en un improbable caso- sancionar a Fasa resultará en un vicio de nulidad insubsanable por afectar el derecho a conocer plenamente desde un inicio las presuntas pruebas de cargo que sustentan las imputaciones efectuadas y poder ejercer nuestro derecho de contradicción sin restricciones.
30. Mediante Cartas 098, 099, 101, y 102-2013/ST-CLC-INDECOPI, del 27 y 28 de mayo de 2013, la Secretaría Técnica citó a determinados funcionarios de Grünenthal, Johnson & Johnson, Medifarma y Abbott a una entrevista. Estas entrevistas se llevaron a cabo los días 7 (Johnson & Johnson), 14 (Medifarma), 17 (Grünenthal) y 25 de junio de 2013 (Abbott)<sup>12</sup>.
31. Mediante Cartas 143, 144 y 164-2013/ST-CLC-INDECOPI del 26 de junio, 1 y 4 de julio de 2013, la Secretaría Técnica citó al señor Elvis Yglesias Lixano, ex funcionario de Boehringer (en adelante, el señor Yglesias), Mariella Linares Noriega del Valle, ex funcionaria de Grünenthal (en adelante, Mariella Linares) y Chandy Morales, representante de Medifarma, a una entrevista. Estas se llevaron a cabo los días 4, 10 y 15 de julio de 2013<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Cabe precisar que Medifarma, Grünenthal y Abbott solicitaron la reserva genérica de la información proporcionada en las entrevistas. En ese sentido, la solicitud de Medifarma fue declarada improcedente mediante Resolución 029-2013/CLC-INDECOPI, del 23 de agosto de 2013, mientras que las solicitudes de Grünenthal y Abbott fueron declaradas parcialmente fundadas mediante Resoluciones 031 y 033-2013/CLC-INDECOPI del 23 de agosto de 2013.

Finalmente, aunque ninguna de dichas empresas apeló las resoluciones indicadas, Medifarma interpuso sendos recursos de apelación contra las Resoluciones 031 y 033-2013/CLC-INDECOPI. Estas apelaciones fueron declaradas infundadas por la Sala mediante Resoluciones 0697 y 0698-2014/SDC-INDECOPI del 9 de setiembre de 2014.

<sup>13</sup> Cabe precisar que Medifarma, el señor Yglesias (Medifarma) y Mariella Linares (Grünenthal) solicitaron la reserva genérica de la información proporcionada en las entrevistas. En ese sentido, las solicitudes de Medifarma y del señor Yglesias fueron declaradas improcedentes mediante Resoluciones 030 y 032-2013/CLC-INDECOPI del 23 de agosto de 2013, mientras que la solicitud de Mariella Linares (Grünenthal) fue declarada parcialmente fundada mediante Resolución 043-2013/CLC-INDECOPI del 14 de noviembre de 2013.

32. Mediante Resolución 1625-2013/SDC-INDECOPI del 3 de octubre de 2013, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia del Tribunal del INDECOPI (en adelante, la Sala) revocó la Resolución 007-2013/CLC-INDECOPI del 25 de enero de 2013, determinó que los listados de facturas y boletas de venta con los cuales se elaboraron las series de precios contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio constituían parte de los medios de prueba que sostenían la imputación de cargos y dispuso el levantamiento de la confidencialidad de dicha información.
33. El 4 de noviembre de 2013, Fasa solicitó a la Secretaría Técnica dar cumplimiento a lo ordenado en la Resolución 1625-2013/SDC-INDECOPI y otorgar un nuevo plazo de descargos y un nuevo plazo probatorio.
34. Mediante Notificaciones 310 a 316-2013/ST-CLC-INDECOPI del 11 y 13 de noviembre de 2013, la Secretaría Técnica remitió a las partes la información utilizada para elaborar las series de precios promedio contenidas en los gráficos 7 a 82 de la Resolución de Inicio, otorgando un nuevo plazo de descargos y un nuevo plazo probatorio.
35. Mediante Resoluciones 040, 041 y 042-2013/CLC-INDECOPI del 14 de noviembre de 2013 y 047-2013/CLC-INDECOPI del 28 de noviembre de 2013, esta Comisión declaró infundadas las solicitudes de confidencialidad presentadas por Arcángel, Fasa, Mifarma y Nortfarma respecto de la información requerida mediante Cartas 028, 033, 034, 064 y 076-2013/ST-CLC-INDECOPI. Arcángel y Nortfarma interpusieron recursos de apelación, los cuales fueron concedidos por esta Comisión mediante Resoluciones 002 y 003-2014/CLC-INDECOPI del 16 de enero de 2014 y elevados a la Sala.
36. Mediante Notificaciones 337 a 343-2013/ST-CLC-INDECOPI, del 3, 4 y 6 de diciembre de 2013, se remitió nuevamente a las empresas investigadas los cuadros en formato Excel que contenían los listados de facturas y boletas de venta entregados por ByS<sup>14</sup>.
37. El 4 de diciembre de 2013, Fasa solicitó que se le notificaran los criterios y la metodología mediante los cuales se calcularon los precios promedio de los productos farmacéuticos y afines que fueron reflejados en los gráficos contenidos en la Resolución de Inicio.
38. En atención a la información remitida mediante Notificación 340 y 341-2013/ST-CLC-INDECOPI, por un lado, el 12 de diciembre de 2013 Fasa solicitó que se le indique la fecha a partir de la cual se contarían los plazos para la presentación de sus descargos y medios probatorios y, por otro lado, el 13 de diciembre de 2013

---

Finalmente, aunque ninguna de las resoluciones indicadas fue apelada por los solicitantes, Mifarma interpuso un recurso de apelación contra la Resolución 043-2013/CLC-INDECOPI. Esta apelación fue declarada infundada por la Sala mediante Resolución 0699-2014/SDC-INDECOPI del 9 de setiembre de 2014.

<sup>14</sup> Dichos cuadros habían sido entregados a las empresas con claves de acceso, ya que originalmente habían sido remitidos por ByS de esta forma.

Eckerd solicitó que se reiniciara el plazo de descargos y que este se contara desde la entrega de la información de ByS.

39. El 23 de diciembre de 2013, Arcángel presentó un escrito en el que se limitó a indicar que negaba y contradecía todos los extremos de la Resolución de Inicio. En ese sentido, solicitó que los cargos imputados contra ella sean declarados infundados.
40. El 23 de diciembre de 2013, Mifarma presentó descargos complementarios acerca de los datos utilizados en las series de precios mostradas en la Resolución de Inicio, sobre la base de los siguientes argumentos:
  - a) La Secretaría Técnica no entregó la metodología y base de datos utilizadas para elaborar los gráficos del 7 al 82, contenidos en Resolución de Inicio. Asimismo, la información de los precios fue entregada en forma tal que ha sido imposible un adecuado ejercicio de nuestro derecho de defensa. Mifarma presentó un recurso de apelación el 2 de diciembre de 2013 contra la Resolución de Inicio y la Notificación 315-2013/ST-CLC-INDECOPI, debido a que la actuación de la Secretaría la ha puesto en una situación de indefensión.
  - b) El análisis de Mifarma respecto a la información remitida por la Secretaría Técnica ha dado como resultado que: (i) la metodología empleada redujo las importantes diferencias de precios entre las cadenas, (ii) la Secretaría Técnica se equivoca al asumir que los clientes de las cadenas enfrentan precios promedio, y (iii) la información que se desprende del procesamiento de datos no coincide con la contenida en la Resolución de Inicio.
  - c) La metodología empleada por la Secretaría Técnica ha sido diseñada con el objeto de respaldar la hipótesis de infracción, mas no con la finalidad de verificar si existen elementos de juicio para iniciar una investigación. El análisis de la información ha evidenciado una dispersión de precios significativa. Ante la ausencia del paralelismo alegado por la Secretaría Técnica, es claro que no existe el nexo o vínculo causal entre la conducta de Mifarma y la ilegal concertación que se le pretende imputar.
  - d) La Secretaría Técnica ha analizado el comportamiento de precios considerando un promedio simple semanal, con lo cual se elimina un elemento clave de diferenciación competitiva que tiene Mifarma, así como la real dispersión de precios que se presentaba en el mercado y que resulta evidente incluso considerando los precios promedio diarios.
41. Como parte de sus descargos complementarios, Mifarma presentó un Informe Económico elaborado por la consultora Intelfin, en el cual, además de reiterar argumentos planteados por Mifarma, se señalaba que el resultado del procesamiento de la información no coincide con lo señalado en la Resolución de Inicio. El comportamiento de precios refleja que las diferencias con la Resolución de Inicio en la mayoría de casos son menores, pero existen diferencias sustanciales.

42. Mediante Cartas 717 a 723-2013/ST-CLC-INDECOPI del 23 y 26 de diciembre de 2013, la Secretaría Técnica indicó a las empresas investigadas la fecha en la que culminaría el plazo de descargos otorgado mediante Notificaciones 310 a 316-2013/ST-CLC-INDECOPI y puso a su disposición los archivos en formato Stata 11.1.
43. El 26 de diciembre de 2013, Nortfarma presentó descargos complementarios acerca de los datos utilizados en las series de precios mostradas en la Resolución de Inicio. Al respecto, señaló que la Secretaría Técnica imputó una supuesta infracción a nivel nacional basándose en un análisis de la evolución de precios de las imputadas correspondiente exclusivamente a información de precios del departamento de Lima. La imputación es nula de pleno derecho pues no es posible establecer indicios razonables de una concertación de precios a nivel nacional solo con información del departamento de Lima.
44. El 17 y 21, 22 y 23 de enero de 2014, la Secretaría Técnica entregó a los representantes de Eckerd, Fasa y Mifarma la información ofrecida mediante Cartas 720, 721 y 722-2013/ST-CLC-INDECOPI, respectivamente.
45. Mediante escrito del 20 de enero de 2014, ByS ratificó los descargos ofrecidos en su escrito del 22 de octubre de 2012 y en su informe económico del 23 de abril de 2013.
46. El 20 de enero de 2014, Fasa ratificó sus descargos y presentó descargos complementarios acerca de los datos utilizados en las series de precios mostradas en la Resolución de Inicio, argumentando lo siguiente:
  - a) Fasa ha enfrentado diferentes dificultades para analizar la información entregada mediante Notificaciones 314 y 341-2013/ST-CLC-INDECOPI debido a la cantidad de datos presentes en ella, los distintos formatos en los que ha sido remitida y el corto plazo otorgado para su revisión. Todo ello ha impedido un correcto ejercicio de su derecho de defensa en el presente procedimiento.
  - b) La Secretaría Técnica proporcionó a Fasa la información utilizada para elaborar las series de precios promedio contenidas en los gráficos 7 a 82 en distintos formatos e indicando que los criterios para elaborar dichos gráficos se encuentran en la nota al pie 89 de la página 40 de la Resolución de Inicio. Los criterios señalados por la Secretaría Técnica no proporcionan información mínima e indispensable para replicar los datos estadísticos contenidos en los gráficos y, por ende, corroborar su exactitud. Ello no permite el adecuado ejercicio del derecho de defensa.
  - c) Existen múltiples discrepancias entre la información contenida en la Resolución de Inicio y aquella resultante de las investigaciones de Fasa, específicamente, en los siguientes productos: Zaldiar, Pediasure sabor vainilla por lata de 900 gramos, Electrol NF anís frasco de 1 litro y Flogodisten.

- d) Es un error, al momento de analizar la información de los gráficos, no considerar las diferencias de precios dentro de los días de cada semana por proveedor, así como no realizar un análisis de precios por zonas geográficas o zonas de influencia.
47. El 20 de enero de 2014, BTL presentó descargos complementarios acerca de los datos utilizados en las series de precios mostradas en la Resolución de Inicio, en los siguientes términos:
- a) No se ha verificado la existencia de productos sustitutos y, por tanto, la racionalidad económica de establecer un acuerdo de precios en productos específicos que cuentan con múltiples opciones alternativas y donde la migración de los consumidores de un medicamento a otro es inmediata.
  - b) No se ha analizado la existencia de propósito viable o algún incentivo de concertar en cada producto en cuestión, ni cómo opera el mercado del producto en específico o el mercado de los productos farmacéuticos y afines en general, ni qué ocurrió antes o después del episodio en cuestión.
48. El 21 de enero de 2014, Eckerd presentó descargos complementarios acerca de los datos utilizados en las series de precios mostradas en la Resolución de Inicio, señalando lo siguiente:
- a) La información de precios entregada ha permitido corroborar que la evolución de precios presentada por la Secretaría Técnica no resulta consistente con la hipótesis de colusión.
  - b) El análisis a través del uso de promedios simples en lugar de promedios ponderados no permite capturar la importancia que podrían tener determinadas operaciones (gran volumen) frente a otras (poco volumen). Dicha diferencia resulta importante debido a que no todos los locales de una misma cadena presentan precios iguales para un mismo producto y, en un mismo día, pueden darse operaciones por volúmenes diversos.
  - c) El empleo de filtros (exclusión de datos) no es correcta pues los valores excluidos reflejan promociones, ofertas y descuentos, cuya eliminación hace que las series de precios no reflejen las verdaderas condiciones en las que se comercializaron los productos materia de investigación.
  - d) La imputación ha sido formulada considerando exclusivamente lo acontecido durante el período seleccionado, ignorando por completo todo lo sucedido antes y después de este. Si tal análisis habría sido hecho, se habría podido constatar la existencia de condiciones de una abierta competencia entre las empresas.
49. El 4 de abril de 2014, la Secretaría Técnica requirió a la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas - DIGEMID determinada información acerca de los criterios de clasificación y sustituibilidad de determinados productos farmacéuticos mediante Oficio 043-2014/ST-CLC-INDECOPI.

50. El 14 de mayo de 2014, Arcángel presentó sus descargos a la Resolución de Inicio sobre la base de los siguientes argumentos:
- a) Se adhiere a los cuestionamientos de las demás empresas investigadas que determinan la nulidad de la Resolución de Inicio.
  - b) La Secretaría Técnica ha incurrido en un error insubsanable al calificar la práctica investigada como una presunta práctica colusoria de naturaleza horizontal en lugar de naturaleza vertical sujeta a la regla de la razón, debido a que los correos electrónicos recabados son cursados entre agentes económicos que participan de distintos niveles de la cadena de distribución y comercialización de productos farmacéuticos.
  - c) En algunos casos, la hipótesis de la Secretaría Técnica incluye a Arcángel como parte de la presunta conducta colusoria, a pesar de que no existe referencia alguna a la empresa en los gráficos sobre series de precios contenidos en la Resolución de Inicio, mientras que en otros casos, la Secretaría Técnica no ha proporcionado explicación alguna que sustente que el paralelismo contenido en dichos gráficos corresponda a una infracción, violando el principio de debida motivación.
  - d) Los cuadros consolidados de la Secretaría Técnica tienen una limitación intrínseca, pues recogen los precios por día, a pesar que el dinamismo del mercado farmacéutico es tan intenso que los precios pueden variar más de una vez en un mismo día.
51. Con la finalidad de complementar sus descargos, Arcángel presentó un informe técnico elaborado por IMS Health<sup>15</sup>, en el cual señaló lo siguiente:
- a) En el mercado farmacéutico, se observa una intensa competencia entre cadenas, la cual, aunada a la escasez de ubicaciones para abrir puntos de venta rentables, ha determinado que se inicie un proceso de adquisición de otras cadenas.
  - b) La hipótesis colusoria esgrimida por la Secretaría Técnica no encuentra sustento ya que un eventual intento de concertar precios entre algunas farmacias hubiera resultado ilógico, debido a que solo hubiera originado oportunidades de diferenciación por precio a favor de otros segmentos de farmacias en un mercado de alta competencia.
  - c) La participación de los laboratorios farmacéuticos en este mercado resulta relevante ya que ellos definen el costo del producto para las cadenas de farmacias y sugieren un precio de venta al público, lo cual incide en el margen de ganancias obtenido por las cadenas, aunque estas son libres de fijar finalmente el precio de venta a los consumidores.

---

<sup>15</sup> Denominado «Informe sobre el análisis del comportamiento de precios de las cadenas de farmacias realizado por la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre competencia en el procedimiento seguido en el Expediente 008-2010/CLC».

- d) Se aprecia una diferenciación en el trato de los proveedores (laboratorios) a las cadenas de farmacias en cuanto a los precios de venta, lo cual, a su vez, impediría que las cadenas de farmacias acuerden el precio de venta al público, ya que la que tiene el mayor costo estaría aceptando ganar menos dinero que la que tiene el menor costo, lo que no sería sostenible a largo plazo. De ello se deduce que, cuando los costos son diferentes, es improbable una concertación de precios.
- e) Se observan grandes variaciones de las participaciones de mercado de las cadenas de farmacias de un mes a otro, que no pueden explicarse en un escenario de colusión de precios. Por otro lado, se evidencia una alta dispersión de precios entre cadenas, entre ciudades y entre períodos, las que no se condicen con un comportamiento de paralelismo de precios que correspondería a un escenario de colusión de precios entre cadenas.
- f) IMS Health concluye que en el período investigado por el INDECOPI no se observan condiciones ni indicios de una posible colusión horizontal de las cadenas de farmacias. La mayoría de productos observados no tiene relevancia económica ni una participación de mercado significativa para las empresas de origen, para la categoría y menos para el mercado total. Por tanto, no tendría sentido ni racionalidad una colusión de precios en estas condiciones.

52. Mediante escrito del 15 de mayo de 2014, Mifarma reiteró los argumentos señalados en sus escritos anteriores acerca de los presuntos vicios incurridos en el presente procedimiento y solicitó a esta Comisión ponerle fin debido a que consideró que el período de prueba había transcurrido en exceso.

El 8 de agosto de 2014, BTL remitió a la Secretaría Técnica evidencia que, a su consideración, comprobaría la existencia de productos sustitutos de los setenta y seis (76) productos investigados en el presente procedimiento, además de los medicamentos genéricos ofrecidos a través de diversas políticas de Estado.

53. Mediante escrito del 8 de agosto de 2014, Eckerd se pronunció acerca de las entrevistas realizadas por la Secretaría Técnica a diversos laboratorios y a sus ex trabajadores. Al respecto, señaló que las declaraciones realizadas en dichas entrevistas confirmarían las afirmaciones sostenidas en sus descargos, pues demostrarían que tanto los laboratorios como las empresas competidoras saben que Eckerd es un competidor agresivo en el mercado, cuya política de precios es definida de forma independiente y que consiste siempre en estar por debajo del precio de la competencia.

54. Mediante escrito del 8 de agosto de 2014, Fasa remitió información electrónica relacionada con los productos farmacéuticos que poseerían similares principios activos y/o acción farmacológica a los setenta y seis (76) productos investigados en el presente procedimiento.

55. Mediante escrito del 8 de agosto de 2014, Mifarma solicitó nuevamente a esta Comisión dar por concluido el presente procedimiento, ya que consideró que se

había atentado contra su derecho de defensa debido al transcurso excesivo del período de prueba.

56. Mediante Memorando 160-2014/ST-CLC-INDECOPI del 18 de agosto de 2014, la Secretaría Técnica solicitó a la Dirección de Invenções y Nuevas Tecnologías del INDECOPI información relacionada con las patentes de determinados productos.
57. Mediante Oficio 087-2014/ST-CLC-INDECOPI del 20 de agosto de 2014, la Secretaría Técnica solicitó a la Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA determinada información acerca de productos suplementarios y fórmulas infantiles.
58. Mediante escrito del 22 de agosto de 2014, Fasa reiteró y ratificó los argumentos de forma y fondo señalados en sus escritos anteriores.
59. Mediante Oficio 1753-2014-DIGEMID-DG-DAUM-EOPPF/MINSA del 26 de agosto de 2014, DIGEMID cumplió con absolver el requerimiento de información formulado mediante Oficio 043-2014/ST-CLC-INDECOPI.
60. Mediante Oficio 509-2014/DG/DIGESA del 12 de setiembre de 2014, DIGESA cumplió con absolver el requerimiento de información formulado mediante Oficio 087-2014/ST-CLC-INDECOPI.
61. Mediante Memorándum 0386-2014/DIN del 16 de setiembre de 2014, la Dirección de Invenções y Nuevas Tecnologías cumplió con absolver el requerimiento de información formulado mediante Memorando 160-2014/ST-CLC-INDECOPI.
62. Mediante Resolución 0651-2014/SDC-INDECOPI del 15 de agosto de 2014, la Sala determinó la confidencialidad de la información proporcionada por Nortfarma referida al listado de facturas y boletas de venta de setenta y seis (76) productos farmacéuticos y afines, emitidas por dicha empresa en el periodo comprendido entre el 2008 y 2009 a nivel nacional, precisando detalles de dicha información que estarían sujetos a confidencialidad<sup>16</sup>.
63. Mediante Resolución 0650-2014/SDC-INDECOPI del 15 de agosto de 2014, la Sala determinó la confidencialidad de la información proporcionada por Arcángel referida al listado de facturas y boletas de venta de setenta y seis (76) productos farmacéuticos y afines, emitidas desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2009 a nivel nacional (con excepción del departamento de Lima), precisando detalles de dicha información que estarían sujetos a confidencialidad<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> La Sala declaró la confidencialidad de los siguientes datos: (i) monto total pagado por cada transacción, (ii) valor de venta de los productos por cada transacción, (iii) cantidad vendida, (iv) monto cobrado por concepto de IGV por cada transacción, (v) nombre del cliente, (vi) local de venta, (vii) nombre del producto vendido y concentración; y (viii) presentación del producto vendido.

<sup>17</sup> La Sala declaró la confidencialidad de los siguientes datos: (i) monto total pagado por cada transacción, (ii) valor de venta de los productos por cada transacción, (iii) monto cobrado por concepto de IGV por cada transacción, (iv) monto cobrado por concepto de descuento por cada transacción, (v) cantidad vendida, (vi) local de venta, (vii) nombre del producto vendido; y, (viii) presentación del producto vendido.

64. Mediante Informe Técnico 043-2015/ST-CLC-INDECOPI del 26 de agosto de 2015, la Secretaría Técnica recomendó a esta Comisión:
- a) Declarar improcedentes las nulidades y argumentos de defensa formales planteados por Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma.
  - b) Sancionar a Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma por ser responsables de haber incurrido en una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de los precios de venta al público de cuarenta y tres (43) productos farmacéuticos y quince (15) productos destinados al cuidado nutricional (preparados para lactantes, preparados complementarios para niños y complementos alimentarios), entre enero de 2008 y marzo de 2009, a nivel nacional; conducta tipificada en los artículos 1 y 11.2, literal a), de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, y sancionable por esta Comisión, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 14 de la referida norma.
  - c) Calificar la conducta anticompetitiva como muy grave y aplicar a la multa calculada como agravantes, la importancia de los productos investigados en la vida y salud de los consumidores, así como los posibles efectos sobre el resto de productos que comercializan las empresas.
  - d) Imponer, como medida correctiva, un programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia que permita evitar, detectar y corregir conductas anticompetitivas como aquellas verificadas en el presente caso. Dicho programa deberá ser financiado por cada una de las empresas investigadas y aplicado durante tres (3) años. El contenido del programa deberá ser aprobado previamente por la Secretaría Técnica.
65. Mediante Resoluciones 035-2015/CLC-INDECOPI y 036-2015/CLC-INDECOPI del 7 de setiembre de 2015, esta Comisión resolvió declarar fundada la solicitud de confidencialidad presentada por Arcángel e infundada la solicitud de confidencialidad presentada por BTL, respectivamente.
66. Mediante Resoluciones 037-2015/CLC-INDECOPI y 038-2015/CLC-INDECOPI del 7 de setiembre de 2015, esta Comisión resolvió declarar fundadas la solicitudes de levantamiento de confidencialidad formuladas por la Secretaría Técnica respecto de los listados de facturas y boletas de venta emitidas desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2009 de los setenta y seis (76) productos farmacéuticos y afines, con excepción del departamento de Lima<sup>18</sup>, información entregada por Arcángel y Nortfarma en respuesta a los requerimientos de información formulados mediante Cartas 028 y 034-2013/ST-CLC-INDECOPI, respectivamente<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> En el caso de Nortfarma se ordena la remisión de la información a nivel nacional (incluido Lima).

<sup>19</sup> Información que obra en fojas 4025 y 3985 del expediente.

67. Mediante Notificaciones 298 a 304-2015/ST-CLC-INDECOPI del 29 de octubre de 2015, la Secretaría Técnica notificó copia del Informe Técnico 043-2015/ST-CLC-INDECOPI y de sus anexos a las Investigadas.
68. Mediante Notificación 305-2015/ST-CLC-INDECOPI del 29 de octubre de 2015, la Secretaría Técnica notificó a Mifarma copia de la Resolución 017-2015/CLC-INDECOPI del 4 de setiembre de 2015 que declaró improcedentes los recursos de apelación interpuestos contra la Resolución 014-2012/ST-CLC-INDECOPI y la Notificación 315-2013/ST-CLC-INDECOPI.
69. Mediante Resoluciones 0126 a 0128-2016/SDC-INDECOPI del 8 de marzo de 2016, la Sala resolvió confirmar la Resoluciones 036 a 038-2015/CLC-INDECOPI, en materia de confidencialidad de la información de ventas a nivel nacional.
70. Mediante Notificaciones 203 a 209-2016/ST-CLC-INDECOPI del 28 de marzo de 2016, la Secretaría Técnica cumplió con informar a las Investigadas que la Sala había confirmado las decisiones de esta Comisión sobre no confidencialidad de la información de ventas a nivel nacional. Asimismo, la Secretaría Técnica otorgó un plazo inicial de treinta (30) días hábiles para que las partes investigadas presenten sus alegatos al Informe Técnico.
71. Mediante Cartas 237 a 243-2016/ST-CLC-INDECOPI del 25 de abril de 2016, el plazo inicial otorgado a las partes para la presentación de sus alegatos al Informe Técnico fue extendido por un plazo de veinte (20) días hábiles adicionales.
72. Mediante escrito del 2 de junio de 2016, Nortfarma complementó los alegatos introducidos mediante escrito del 15 de diciembre de 2015, reiterando los argumentos de sus descargos e incorporando los siguientes:
  - a) Se ha vulnerado el principio de tipicidad debido a que ni la Resolución de Inicio ni el Informe Técnico han señalado o comprobado que la competencia ha sido afectada, impedida o falseada, según lo dispuesto en el artículo 11.1 literal a) de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
  - b) Se ha vulnerado el derecho de defensa debido a que no se precisó si la conducta es una infracción sujeta a la prohibición absoluta o relativa, ni el periodo exacto ni la forma en que cada empresa imputada participó en la presunta infracción.
  - c) Los correos electrónicos han sido obtenidos sin autorización judicial pues no se siguió el procedimiento establecido en el artículo 15.3. de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, de manera que se vulneró el secreto de las comunicaciones reconocido en la Constitución.
  - d) La Secretaría Técnica no cuenta con base legal para señalar que las comunicaciones privadas son únicamente de los trabajadores y no también de la empresa.

- e) La infracción ha prescrito pues han pasado más de 5 años desde la realización de la presunta conducta infractora. La conducta investigada fue materializada durante el periodo 2008 y 2009.
- f) La Secretaría Técnica ha omitido determinar si respecto de los productos investigados, no existen efectivamente productos sustitutos o equivalentes, supuesto que haría inviable una práctica colusoria.
- g) El mercado de venta de productos farmacéuticos no era concentrado debido a que los locales de las cadenas representaban solamente 15% del total de locales de venta de productos farmacéuticos, sin incluir farmacias públicas, hospitales del Estado y clínicas.
- h) No se ha sustentado que Nortfarma haya realizado importantes inversiones en publicidad, no adjuntándose el medio probatorio que acredite lo manifestado por la Secretaría Técnica.
- i) La Secretaría Técnica, a partir de una serie de correos electrónicos que fueron hallados en las visitas de inspección, sostiene que existieron coordinaciones entre las cadenas de farmacias entre enero de 2008 y marzo de 2009, con la finalidad de incrementar los precios en determinados productos. En el caso de Nortfarma, su participación ha sido derivada debido a que en ocasiones se hace mención a frases como «a nivel nacional». Ello no es suficiente para acreditar su participación en una supuesta conducta anticompetitiva.
- j) La Secretaría Técnica no ha acreditado que las empresas investigadas hayan utilizado el precio mediana diario como valor de tendencia central idónea para monitorear el cumplimiento de los acuerdos, ni como llevaban a cabo dicho cálculo.
- k) Las fechas de incrementos han sido establecidas de manera arbitraria por la Secretaría Técnica pues no cuenta con fechas precisas de los supuestos incrementos, recurriendo a suposiciones o aproximaciones. Tampoco ha justificado de manera adecuada los periodos de ajuste para los incrementos.
- l) Según la Secretaría Técnica, el 60% de los incrementos se produjeron en una fecha distinta a la de referencia, por lo que no es posible asumir un patrón.
- m) Se utiliza la explicación de «empresa eficiente» a favor de Eckerd para justificar que su conducta sea incompatible con un supuesto de precios coordinados.
- n) No se observa cuál ha sido el razonamiento que ha efectuado la Secretaría para concluir que las cadenas se enfrentan a la inelasticidad de la demanda residual, y no a la inelasticidad de la demanda de la totalidad del mercado. Cabe resaltar que la Secretaría Técnica señaló que no sería posible encontrar sustitutos para los productos farmacéuticos investigados, concluyendo injustificadamente que el mercado farmacéutico es inelástico.

- o) En los casos *hub and spoke* el agente intermediario debe tener un poder de mercado significativo, de manera que le permita modificar los precios de los *spokes*. Sin embargo, la Secretaría Técnica no ha determinado si los laboratorios tenían tal poder de mercado.

73. Mediante escrito del 7 de junio de 2016, Fasa presentó sus alegatos al Informe Técnico, reiterando los argumentos presentados anteriormente e incorporando los siguientes:

- a) La Secretaría Técnica ha atribuido un nuevo significado a los correos utilizados en relación a lo señalado en la imputación de cargos, al sostener que los correos no solo revelarían actividades posteriores de coordinación y supervisión de los presuntos acuerdos adoptados, sino que constituirían propiamente el medio a través de los cuales tales acuerdos se habrían llevado a cabo.
- b) Desde la fecha de notificación de la Resolución de Inicio hasta la entrega de la información, es decir, desde el 20 de agosto de 2012 hasta el 29 de marzo de 2016, pasaron alrededor de tres (3) años y medio sin tener acceso a la información de precios a nivel nacional. Los cincuenta (50) días hábiles que se concedió a la empresa para presentar sus descargos no pueden sustituir los siete (7) meses del período de prueba.
- c) Las entrevistas a funcionarios de los laboratorios se mantuvieron confidenciales, proporcionando únicamente transcripciones parciales en las que se omiten extensos pasajes cubiertos por dicha reserva. Ello ha impedido un adecuado ejercicio del derecho de defensa.
- d) La Secretaría Técnica reformuló los cargos inicialmente imputados al señalar que la conducta denunciada calificaría como una colusión atípica en la modalidad *hub and spoke*. No verificó la existencia de un contacto entre competidores («*rim*»), el cual es el factor preponderante para determinar si se trata de un cartel en dicha modalidad o de múltiples acuerdos verticales.
- e) En todo caso, no existió un *hub and spoke* sino una pluralidad de *hub and spokes* debido a que la conducta: (i) se habría llevado a cabo en momentos distintos, (ii) tendrían agentes intermediarios distintos, (iii) se habría coordinado sobre productos distintos, y (iv) se habría coordinado con agentes distintos a nivel horizontal.
- f) No se ha verificado la existencia de un dolo unitario para la configuración de una infracción continuada. La Secretaría Técnica califica como infracción continuada a la conducta investigada debido a la cercanía temporal entre episodios y debido a los efectos prolongados en el tiempo, obviando de esta manera la distinción entre infracciones con efectos instantáneos y permanentes.
- g) El precio mediana representa el precio al que tenderían las ventas de las cadenas y es de esperar que tiendan al precio sugerido. Esto se observaría en

un mercado competitivo donde el proveedor establece políticas de precios de reventa.

Como parte de sus alegatos, Fasa incorporó un informe elaborado por Apoyo Consultoría.

74. Mediante escrito del 8 de junio de 2016, Eckerd presentó sus alegatos al Informe Técnico sobre la base de los siguientes argumentos:

- a) Desde la fecha de la Resolución de Inicio hasta la efectiva entrega de la información, es decir, desde el 20 de agosto de 2012 hasta el 30 de marzo de 2016, pasaron alrededor de tres (3) años y medio sin tener acceso a la información de precios a nivel nacional. En consecuencia, los cincuenta (50) días hábiles que se concedieron a la empresa para presentar sus descargos no son comparables con los siete (7) meses del período de prueba establecido en el artículo 27 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
- b) Los correos analizados contenían comunicaciones en un contexto vertical. Por ello, Eckerd asumió que la imputación se trataba de una prohibición relativa. De acuerdo con los medios probatorios, se trataba de productos que formaban parte de una misma marca, es decir, productos que no competían entre sí. En base a ello, Eckerd expuso sus descargos. Sin embargo, tres (3) años después se califica a la conducta como inter-marca y, por tanto, sujeta a una prohibición absoluta.
- c) No hay provisión alguna en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas que autorice a definir la naturaleza intra marca o inter marca en base a los efectos que la conducta genera. Lo que determina la naturaleza de un acuerdo intra marca o inter marca son sus características, siendo irrelevante los efectos que dichos acuerdos pudieran generar en el mercado. La interpretación de la Secretaría Técnica desnaturaliza los conceptos inter marca e intra marca. La Secretaría Técnica estaría aplicando un estándar legal distinto al que corresponde aplicar, dada la naturaleza de la conducta que ha sido investigada.
- d) En la mayoría de episodios de incrementos analizados (81%)<sup>20</sup> no todas las empresas incrementaron sus precios. Esto quiere decir que no todas las imputadas habrían participado de todos los incrementos, a pesar de que en todos estos casos comercializaban los productos involucrados en la supuesta concertación. Asimismo, las empresas que incrementan sus precios en el «producto A» no son las mismas que participan en el incremento del «producto B», por lo que no es posible identificar un patrón en estas conductas.
- e) En las tablas del Anexo 4 del Informe Técnico, se demuestra que la mayoría de los casos analizados (66.7%), los incrementos vinculados al acuerdo

---

<sup>20</sup> Entiéndase «casos o episodios de incremento analizados» a todos aquellos casos en los que la Secretaría Técnica sostiene que Eckerd realizó un incremento concertado, independientemente de la fecha en la que se produjo el incremento. En ese sentido, si la Secretaría analizó el incremento concertado en el que supuestamente participó Eckerd de un producto en la fecha 1 y en la fecha 2, se contabilizarán dos episodios o casos de supuestos incrementos concertados.

imputado no sucedieron en el mismo día. En 65% de los casos los incrementos tienen una diferencia entre tres (3) y quince (15) días. Esta circunstancia contradice la hipótesis sobre la existencia de una práctica concertada.

- f) Del grupo de correos, únicamente cuarenta y siete (47) han sido considerados como evidencia de la hipótesis de colusión. Dentro de este grupo de supuesta evidencia no se encuentran los únicos dos (2) correos donde Eckerd participa, pues el Informe Técnico vio necesario excluirlos precisamente por no presentar evidencia de coordinación entre Eckerd y las demás cadenas.
- g) A pesar de excluir determinados productos (Kiddi Pharmanton) se mantienen los correos vinculados a dichos productos como evidencia de la conducta colusoria. La conclusión de la Secretaría Técnica sería errada. No puede concluirse que dichos correos serían evidencia de una coordinación entre cadenas cuando han sido excluidos de la imputación por el propio Informe Técnico por no presentar evidencia de incrementos concertados.
- h) El elemento clave para el *hub and spoke* es la confianza en el agente que servirá de intermediario. Los correos evaluados en el Informe Técnico contradicen que pueda existir algún nivel de confianza en la información remitida por el laboratorio. No puede afirmarse en este caso que, a través de las comunicaciones identificadas, se haya reducido la incertidumbre propia de las relaciones entre los competidores involucrados.
- i) Cada fecha de incremento está relacionada con un laboratorio particular. El Informe Técnico omite mencionar que cada una de estas fechas de incremento está vinculada a comunicaciones efectuadas por un laboratorio particular con sus cadenas/distribuidores, cubriendo exclusivamente productos comercializados por dicho laboratorio/proveedor (es decir, una restricción intra marca).

75. Mediante escrito del 8 de junio de 2016, Arcángel presentó sus alegatos al Informe Técnico, reiterando los argumentos antes planteados y añadiendo lo siguiente:

- a) La conducta de *hub and spoke* no estaba prevista en el Decreto Legislativo 1034 al momento de realizarse los hechos denunciados, recién el Decreto Legislativo 1205 incorpora la figura de planificadores, intermediarios y facilitadores. No existe una norma legal que tipifique la conducta *hub and spoke* al momento de la supuesta infracción. Considerar lo contrario configura una vulneración al Principio de Tipicidad, previsto en el artículo 230, numeral 4, de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobada mediante Ley N° 27444.
- b) No debió haberse recurrido a la figura del *hub and spoke*. Las tendencias jurisprudenciales de países con sistemas jurídicos diferentes no pueden ser impuestas por encima de nuestro sistema jurídico.
- c) No se ha incorporado a los supuestos intermediarios, ni siquiera como terceros legitimados. No es posible emitir un pronunciamiento de fondo sin el

litisconsorte necesario. No incorporar a los intermediarios es una vulneración al artículo 93 del Código Procesal Civil.

- d) Se ha acusado de manera indiscriminada a todas las empresas por el total de las comunicaciones sin delimitar qué correos vinculan a Arcángel. En la Resolución de Inicio no se ha diferenciado qué correos vincularían a Arcángel como participante en el acuerdo. Recién en el Informe Técnico se realiza un análisis e identificación de los correos que vincularían a cada empresa.
  - e) En todo caso, la supuesta infracción debió haberse analizado como una práctica colusoria vertical. Los correos que fueron utilizados como indicios solamente muestran comunicaciones entre agentes económicos que desarrollan sus actividades en distintos niveles de la cadena.
  - f) El nexo causal de la infracción se quebró (ruptura del nexo) en la medida que la imputación efectuada por la Secretaría Técnica tiene sustento en presuntas coordinaciones con facilitadores, al no existir una disposición legal aplicable para incorporarlos al procedimiento y además por no haber estado vigente este tipo legal de infracción a la fecha de inicio del caso.
  - g) La asimilación de una concertación intra marca a una concertación inter marca es errada. Carece de lógica económica intentar esta asimilación mediante un supuesto efecto en la percepción de los consumidores.
  - h) El hecho que la Secretaría Técnica impute presuntas colusiones sobre cincuenta y ocho (58) productos como una sola conducta colusoria es ilegal porque no todas las cadenas habrían participado en todas las supuestas coordinaciones y/o incrementos de precios, por lo que se advierte una clara violación al principio de causalidad. Independientemente de la inexistencia del nexo causal, la conducta imputada en realidad es una práctica legítima conocida como fijación de precios de reventa.
76. Mediante escrito del 9 de junio de 2016, Mifarma reiteró los argumentos planteados en sus descargos y presentó sus alegatos al Informe Técnico señalando principalmente lo siguiente:
- a) Existe una clara falta de motivación adecuada en la Resolución de Inicio, debido a que no se entregó toda la información que sustentaba la imputación de cargos. Recién cuando entregó la información a nivel nacional, la Secretaría Técnica debió emitir una nueva imputación de cargos.
  - b) El plazo del procedimiento se ha excedido notoriamente, por más de cuatro (4) años. Es necesario analizar elementos subjetivos y objetivos, en particular, la diligencia del instructor y la complejidad del plazo. La Secretaría Técnica amplió de manera discrecional el periodo de prueba con el único propósito de obtener recién en dicha etapa los supuestos indicios en contra de Mifarma. La Notificación 315-2013/ST-CLC-INDECOPI de manera velada está iniciando nuevamente el procedimiento.

- c) Los correos electrónicos no son prueba indiciaria, ni prueba suficiente para determinar que existió una concertación. En ninguno de los correos se ha verificado una relación de causalidad entre el supuesto comportamiento anticompetitivo de Mifarma y los correos electrónicos considerados por la Secretaría Técnica.
- d) Existen elementos de juicio que enervan de manera contundente el valor de los indicios identificados por la Secretaría Técnica y que esta no toma en cuenta, como el correo 36 y el correo de fecha 26 de marzo de 2009<sup>21</sup>.
- e) El análisis de precios contenido en el Informe Técnico es inconsistente. A efectos de determinar el periodo de duración de la presunta concertación, la Secretaría Técnica utilizó la prueba de Andrews. No obstante, el Informe Técnico solamente presentó tablas que intentaban mostrar cómo se determinó la fecha inicial del incremento sin comprobar fácticamente que durante todo el periodo la supuesta concertación existió.
- f) El Informe Técnico considera a la mediana como medida de tendencia central para verificar que los precios aumentaron al mismo nivel que los valores mencionados en las comunicaciones, debido a que dicha metodología no permite perder datos y obtiene menores resultados de dispersión. Ello es incoherente porque la colusión estaría orientada a fijar precios mínimos, porque el monitoreo evidencia precios por transacción y porque los precios mínimos permiten identificar cuándo se habría incumplido con el presunto acuerdo.
- g) Existen otras razones, ajenas a la concertación, que explican el comportamiento de precios. Existen distintos aspectos que determinan la política de precios de las cadenas, entre los cuales se encuentran: (i) los costos de abastecimiento, (ii) los ajustes tendenciales, (iii) los precios sugeridos por los laboratorios, y (iv) el comportamiento de la competencia. Estos no habrían sido analizados por la Secretaría Técnica.
- h) No se ha tomado en cuenta todos los elementos que obran en el Expediente. La Secretaría Técnica ha obviado: (i) analizar y ponderar su hipótesis con las declaraciones de los laboratorios, (ii) evaluar las pruebas que ha otorgado Mifarma sobre su comportamiento competitivo antes, durante y después del periodo investigado, (iii) considerar la gran cantidad de sustitutos que tienen los supuestos productos de venta frecuente tal como señala el informe de Digemid que obra en el expediente como Oficio N° 1753-2014-DIGEMID-DG-DAUM-EOPPF/MINSA.
- i) La presunta infracción no es de ejecución continuada. La Secretaría Técnica no considera que toda infracción continuada necesariamente requiere apreciar la existencia de una sola resolución infractora, común y permanente. La supuesta infracción se da en un esquema trilateral, de manera que la resolución infractora común solo podría verificarse si se encontrara una identidad entre las partes de cada uno de los acuerdos.

---

<sup>21</sup> Correo citado por Mifarma en sus alegatos al Informe Técnico.

- j) Los hechos pueden corresponder a una política de precios sugeridos establecida por los laboratorios. Es lógico que el laboratorio coordine de forma estrecha y continua, con cada cadena por separado o independientemente para identificar sus necesidades y luego encontrar el precio sugerido más propicio para todas las cadenas.

77. Mediante escrito del 16 de junio de 2016, BTL presentó sus alegatos al Informe Técnico, señalando principalmente lo siguiente:

- a) Se ha iniciado el procedimiento sobre la base de comunicaciones «sospechosas» sin realizar un análisis que revele la supuesta racionalidad económica del supuesto acuerdo como parte de los *plus factors*.
- b) La teoría del arrastre formulada por la Secretaría Técnica carece de evidencia empírica que la respalde (no se ha acreditado que los productos sean «jaladores» y tampoco que los consumidores se guíen en los precios de los productos «jaladores» para comprar otros productos en un solo establecimiento). Asumir una hipótesis teórica sin contar con este sustento es ilegal. Más aún si se considera que la venta de los productos investigados es marginal (4% de ventas y 3% de utilidad) que no viabiliza un acuerdo horizontal o una colusión rentable.
- c) Las cadenas de farmacias se caracterizan por estar ubicadas unas cerca de otras, facilitando la búsqueda de información de precios y disponibilidad de productos, lo cual permite al consumidor efectuar decisiones de consumo producto por producto y no por todos los productos. Existe una aplicación virtual que permite conocer el precio de los medicamentos de cada uno de los establecimientos y las alternativas genéricas.
- d) La Secretaría Técnica ha vulnerado el principio de tipicidad y el derecho a la defensa, en tanto la imputación de cargos es ambigua y confusa, toda vez que: (i) no se ha señalado si se trataba de una prohibición absoluta o relativa, y (ii) recién en el Informe Técnico se ha explicado que se trata de un acuerdo horizontal inter marca.
- e) La Secretaría Técnica ha vulnerado el principio de presunción de licitud, debido a que las pruebas no generan convicción sobre la comisión de la infracción, y no se ha demostrado que la «teoría del arrastre» sea cierta y mucho menos que sea aplicable al mercado de farmacias peruano. Sobre esta teoría improbable se basa la acusación de la Secretaría Técnica.

78. Mediante escrito del 17 de junio de 2016, ByS presentó sus alegatos al Informe Técnico señalando principalmente lo siguiente:

- a) La Secretaría Técnica no ha meritado los medios de prueba ofrecidos por ByS que demuestran la evolución de los precios de venta. No se han meritado dos escritos presentados acerca de la estructura de costos de cada producto, así como los márgenes de ganancia obtenidos por ByS durante, antes y después del periodo de investigación.

- b) Los indicios acopiados no son convergentes para concluir que ByS participó en la práctica colusoria. Ninguno de los correos pone en evidencia que ByS compartió información con sus competidores o con los laboratorios facilitadores de la práctica. Ninguno de los correos fue enviado o recibido por ByS y las veces que es aludida por terceros, es de manera genérica, cuando se hace mención a «cadenas».
- c) Sobre el paralelismo, la amplitud del periodo de ajuste ha generado que el precio fijado individualmente por ByS coincida con los precios acordados por el grupo de cadenas que participó en la conducta investigada.
- d) El método de estandarización aplica redondeos a dos decimales que eliminan sus diferencias, sin considerar que los productos investigados son homogéneos, por lo que es usual que su precio de venta al consumidor final presente sutiles diferencias al centavo.
- e) La Secretaría Técnica no ha meritado un informe económico presentado el 23 de abril de 2013, donde demuestra que, durante el periodo de investigación, ByS incrementó los precios de 27 productos debido al incremento de sus costos de adquisición. Tampoco se ha considerado que en ese periodo hubo un incremento de la demanda de productos de salud.
- f) En el resto de los periodos de ajuste, ByS levantó información de los precios de sus competidores como parte de una estrategia comercial interna que es frecuente en este mercado y decidió aproximarse a dichos precios asumiendo un comportamiento de «seguidor», ignorando que sus competidoras venían incrementando sus precios de manera concertada.

79. Mediante Cartas 355 a 362-2016/ST-CLC-INDECOPI del 27 de junio de 2016, la Secretaría Técnica, por encargo de esta Comisión, citó a las Investigadas para una audiencia de informe oral que se llevó a cabo el 13 de julio de 2016, a las 9:30 horas, en el local del Indecopi. En la audiencia participaron los representantes de todas las Invetigadas, quienes expusieron sus argumentos y respondieron las preguntas formuladas por los miembros de esta Comisión.

80. Mediante escrito del 27 de julio del 2016, Mifarma presentó sus alegatos finales, respondiendo a determinadas consultas efectuadas por esta Comisión en la audiencia de informe oral, en particular: (i) los criterios económicos en que Apoyo Consultoría sustenta la detección y monitoreo de precios mínimos en sus informes económicos, (ii) el análisis para determinar si los productos investigados son o no estratégicos o relevantes, (iii) la existencia de un RPM en el canal de cadenas de farmacias y sus relaciones comerciales con los laboratorios<sup>22</sup>, y (iv) la forma en que Mifarma fijaba sus precios de venta al público.

Asimismo, Mifarma reiteró sus argumentos sobre la supuesta afectación a su derecho de defensa. Finalmente, cumplió con adjuntar copia de las

---

<sup>22</sup> De acuerdo con Mifarma, las comunicaciones entre los laboratorios y las cadenas se explicarían en un escenario en el cual el proveedor intentaba establecer una política de precios mínimos de reventa.

presentaciones efectuadas durante la audiencia del informe oral y un informe complementario de Apoyo Consultoría.

81. Mediante escrito del 27 de julio del 2016, Arcángel presentó sus alegatos finales, respondiendo a determinadas consultas formuladas por esta Comisión en la audiencia de informe oral, en particular: (i) sobre la existencia de acuerdos RPM entre las cadenas de farmacias y los laboratorios durante el periodo que fue materia de investigación, y (ii) la forma en que Arcángel fijaba y monitoreaba sus precios.

Asimismo, Arcángel reiteró sus argumentos sobre los supuestos vicios insubsanables del procedimiento, en particular sobre la afectación a su derecho de defensa, la no existencia de un presunto *hub and spoke*, la no inclusión de los presuntos facilitadores y la interpretación que se ha realizado con los correos electrónicos. Finalmente, Arcángel cumplió con adjuntar copia de las presentaciones efectuadas durante la audiencia del informe oral.

82. Mediante escrito del 27 de julio del 2016, BTL presentó sus alegatos finales a esta Comisión, reiterando sus planteamientos en relación con la inexistencia de un acuerdo horizontal, la existencia errores procesales y supuestos errores estructurales de la investigación de la Secretaría Técnica, como la aplicación de la «teoría de arrastre del minorista multiproducto» para convertir la competencia intra marca en inter marca.

Finalmente, BTL respondió a determinadas consultas efectuadas por esta Comisión en la audiencia de informe oral sobre la estrategia comercial de la imputada, así como sus objetivos estratégicos.

83. Mediante escrito del 1 de agosto del 2016, Fasa presentó sus alegatos finales a esta Comisión, respondiendo a determinadas consultas formuladas en la audiencia de informe oral, en particular: (i) sobre las relaciones comerciales con los laboratorios y droguerías proveedores de productos farmacéuticos y afines, y (ii) las políticas de precios de la imputada durante los años 2008 y 2009.

Como parte de sus alegatos finales, Fasa solicitó a esta Comisión considerar en el análisis la información proporcionada a la Secretaría Técnica durante la investigación preliminar.

84. Mediante escrito del 5 de agosto del 2016, Nortfarma presentó sus alegatos finales a esta Comisión, compartiendo los argumentos esbozados por las otras Investigadas sobre los supuestos errores y vicios en el que ha caído el procedimiento administrativo sancionador iniciado por la Secretaría Técnica, y que conllevarían a declarar su nulidad.

85. Mediante escrito del 9 de agosto del 2016, Eckerd presentó sus alegatos finales, respondiendo a determinadas consultas formuladas por esta Comisión en la audiencia de informe oral, en particular: (i) sobre la importancia de los productos investigados respecto al total de las ventas de las empresas investigadas, y (ii) la forma en que Eckerd fijaba y monitoreaba sus precios. Finalmente, Eckerd cumplió

con adjuntar copia de las presentaciones efectuadas durante la audiencia del informe oral.

## II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

86. El presente pronunciamiento tiene por objeto determinar si las Investigadas incurrieron en la comisión de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público, en el mercado de productos farmacéuticos y afines, a nivel nacional, entre enero de 2008 y marzo de 2009.

## III. MARCO CONCEPTUAL

### 3.1. Norma aplicable

87. En virtud de lo dispuesto por el artículo 103 de la Constitución Política<sup>23</sup>, la ley se aplica a las consecuencias de las relaciones y situaciones jurídicas existentes desde su entrada en vigencia y no tiene fuerza ni efectos retroactivos, salvo en materia penal cuando favorece al reo.
88. En lo que se refiere a la potestad sancionadora administrativa, el numeral 5 del artículo 230 de la Ley del Procedimiento Administrativo General<sup>24</sup>, establece que son aplicables las disposiciones sancionadoras vigentes al momento en que el administrado incurrió en la conducta objeto de sanción.
89. El 23 de setiembre de 2015 fue publicado el Decreto Legislativo 1205, que modificó el Decreto Legislativo 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en diversas disposiciones, tanto sustanciales como procedimentales.
90. Al respecto, la conducta materia del presente procedimiento se habría cometido antes de la emisión del Decreto Legislativo 1205. En tal sentido, de acuerdo con lo establecido en el numeral 5 del artículo 230 de la Ley del Procedimiento Administrativo General y, considerando la necesidad de garantizar a los administrados a que se respeten las reglas existentes al momento en que se desarrolló la conducta materia de imputación, la calificación de la conducta se sujeta a las disposiciones establecidas por el Decreto Legislativo 1034 existentes antes de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo 1205.

---

<sup>23</sup> **Constitución Política del Perú**

**Artículo 103.- Leyes especiales, irretroactividad, derogación y abuso del derecho**

Pueden expedirse leyes especiales porque así lo exige la naturaleza de las cosas, pero no por razón de las diferencias de las personas. La ley, desde su entrada en vigencia, se aplica a las consecuencias de las relaciones y situaciones jurídicas existentes y no tiene fuerza ni efectos retroactivos; salvo, en ambos supuestos, en materia penal cuando favorece al reo. La ley se deroga sólo por otra ley. También queda sin efecto por sentencia que declara su inconstitucionalidad. La Constitución no ampara el abuso del derecho.

<sup>24</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobada mediante Ley 27444**

**Artículo 230.- Principios de la potestad sancionadora administrativa**

5. Irretroactividad. - Son aplicables las disposiciones sancionadoras vigentes en el momento de incurrir el administrado en la conducta a sancionar, salvo que las posteriores le sean más favorables.

91. Sin perjuicio de lo señalado, conforme a la Única Disposición Complementaria Transitoria del Decreto Legislativo 1205<sup>25</sup>, las normas procedimentales introducidas por dicho dispositivo son aplicables al precedente procedimiento administrativo sancionador, en atención al principio de aplicación inmediata de las normas procesales en el tiempo<sup>26</sup>.

### 3.2. Prácticas colusorias horizontales: acuerdos y prácticas concertadas

92. Las prácticas colusorias horizontales se encuentran tipificadas como conductas anticompetitivas en los artículos 1 y 11 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>27</sup>.
93. Estas prácticas colusorias son aquellas realizadas entre agentes económicos que participan en el mismo nivel de una cadena de producción, distribución o comercialización y que normalmente compiten entre sí respecto de precios,

---

<sup>25</sup> **Decreto Legislativo 1205, que modifica la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas Única. - Aplicación inmediata**

Las normas procedimentales dispuestas en el presente Decreto Legislativo son aplicables a los procedimientos administrativos sancionadores en trámite en el estado en que se encuentren, de conformidad con el principio de aplicación inmediata de las normas procesales en el tiempo.

<sup>26</sup> Ello es coherente con lo establecido por el Tribunal Constitucional respecto a las normas materiales y procesales en el ámbito penal, criterio aplicable también para el derecho administrativo:

*«7. Precisada esta regla general, debe aclararse que, tratándose de normas de derecho penal material, rige para ellas el principio tempus delicti commissi, que establece que la ley aplicable es aquella vigente al momento de cometerse el delito, lo que es acorde con el artículo 2° de la Constitución, literal “d” del numeral 24, que prescribe que nadie será procesado ni condenado por acto u omisión que al tiempo de cometerse no esté previamente calificado en la ley, de manera expresa e inequívoca, como infracción punible, ni sancionado con pena no prevista en la ley. Se instituye así un razonable tratamiento de la libertad y de la autonomía personal, fijando límites de aplicación a las normas punitivas.*

*8. En el caso de las normas procesales penales rige el principio tempus regit actum, cuyo enunciado es que la ley procesal aplicable en el tiempo es la que se encuentra vigente al momento de resolverse el acto. Esto supone la aplicación inmediata de la ley procesal, mas no que a través de ella se regulen actos procesales ya cumplidos con la legislación anterior».*

<sup>27</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**  
**Artículo 1.- Finalidad de la presente Ley.-**

La presente Ley prohíbe y sanciona las conductas anticompetitivas con la finalidad de promover la eficiencia económica en los mercados para el bienestar de los consumidores.

**Artículo 11.- Prácticas colusorias horizontales.-**

11.1 Se entiende por prácticas colusorias horizontales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos competidores entre sí que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:

(a) La fijación concertada, de forma directa o indirecta, de precios o de otras condiciones comerciales o de servicio;  
(...)

11.2. Constituyen prohibiciones absolutas los acuerdos horizontales inter marca que no sean complementarios o accesorios a otros acuerdos lícitos, que tengan por objeto:

- a) Fijar precios u otras condiciones comerciales o de servicio;
- b) Limitar la producción o las ventas, en particular por medio de cuotas;
- c) El reparto de clientes, proveedores o zonas geográficas; o,
- d) Establecer posturas o abstenciones en licitaciones, concursos u otra forma de contratación o adquisición pública prevista en la legislación pertinente, así como en subastas públicas y remates.

11.3. Las prácticas colusorias horizontales distintas a las señaladas en el numeral 11.2 precedente constituyen prohibiciones relativas.

producción, mercados y clientes<sup>28</sup>, con el objeto de eliminar, restringir o limitar la competencia en detrimento de los consumidores, de otros competidores, de los clientes o de los proveedores.

94. Como resultado de ello, podría producirse un incremento de precios o una reducción de la producción, de manera artificial, al margen de los mecanismos del mercado, lo que trae como consecuencia una limitación de las opciones del consumidor, una asignación ineficiente de recursos o incluso una combinación de las anteriores.
95. En toda práctica colusoria horizontal existe un elemento esencial, a saber, una conducta coordinada con el objeto o efecto de eliminar, restringir o limitar la competencia. Sin embargo, la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas distingue diversas formas de materializar estas conductas, entre las que se aprecian los acuerdos y las prácticas concertadas.
96. Se entiende por acuerdo que restringe la competencia, todo concierto de voluntades mediante el cual varios agentes económicos independientes se comprometen a realizar una conducta que tiene por objeto o efecto restringir la competencia.
97. Por su parte, las prácticas concertadas comprenden el sentido más amplio de «acuerdo», para incluir a toda conducta voluntariamente coordinadas con la finalidad de restringir la competencia, aunque no pueda demostrarse a través de pruebas directas, pero que, a partir del uso de indicios y presunciones, pueden inferirse como única explicación razonable<sup>29</sup>.
98. Así, por ejemplo, el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas<sup>30</sup> definió a las prácticas concertadas como:

---

<sup>28</sup> A diferencia de las prácticas colusorias verticales, realizadas por agentes que operan en planos distintos de la cadena de producción, distribución o comercialización.

<sup>29</sup> Ver: Resolución 019-2016/CLC-INDECOPI del 10 de febrero de 2016, sobre una práctica colusoria horizontal en la modalidad de acuerdo de fijación de precios en el mercado de servicios de hemodiálisis. Resolución 031-2014/CLC-INDECOPI del 18 de julio de 2014, sobre una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios en el mercado de transporte público de pasajeros en la ruta Tarica-Huaraz-Bedoya. Resolución 009-2008-INDECOPI/CLC del 25 de febrero de 2008, sobre prácticas concertadas para la fijación de primas y deducibles mínimos de los seguros básico y completo de vehículos particulares y otras.

Asimismo, cabe precisar que la voluntad común de restringir la competencia puede inferirse a partir de «(...) evidencia que tiende a excluir la posibilidad de acción independiente de las [partes]. Esto es, debe haber evidencia directa o circunstancial que lleve razonablemente a probar que [las partes] tienen un compromiso consciente con un esquema común diseñado para conseguir un objetivo ilícito». Traducción libre de: «(...) evidence that tends to exclude the possibility of independent action by the [parties]. That is, there must be direct or circumstantial evidence that reasonably tends to prove that [the parties] had a conscious commitment to a common scheme designed to achieve an unlawful objective». Monsanto Co. v. Spray-Rite Svc. Corp., 465 U.S. 752 (1984), citado por KOVACIC, William. The Identification and Proof of Horizontal Agreements Under the Antitrust Laws, 38 Antitrust Bulletin 5, 1993, reproducido en GAVIL, Andrew (Ed.) An Antitrust Anthology. Ohio: Anderson Publishing Co., 1996, p. 84.

<sup>30</sup> Denominado desde el 2009 como «Tribunal de Justicia de la Unión Europea», a raíz de la reforma introducida por el Tratado de Lisboa (que modificó varios aspectos del Tratado de la Unión Europea y del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea) del 2007.

«[U]na forma de coordinación entre agentes económicos en el cual, sin que un acuerdo formal haya sido necesariamente concluido entre ellos, existe un nivel de cooperación práctica entre ellos que sustituye conscientemente los riesgos inherentes al proceso competitivo»<sup>31</sup>.

99. En este tipo de conductas, en particular, el uso de indicios y presunciones resulta relevante para demostrar la existencia de una «voluntad común» entre competidores destinada a restringir o afectar el proceso competitivo, ante la ausencia de una prueba directa. Al respecto, la Corte Suprema de los Estados Unidos ha establecido que esta «voluntad común» puede inferirse a partir de:

«[E]videncia que tienda a excluir la posibilidad de que [las partes] hayan actuado cada una de manera independiente. Esto es, debe existir evidencia directa o indirecta que lleve razonablemente a probar que [las partes] estuvieron comprometidas de manera consciente con un esquema común diseñado para conseguir un objetivo ilícito»<sup>32</sup>.

100. El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas también ha establecido que, en casos particularmente complejos sobre infracciones a la libre competencia, no es necesario caracterizar a las conductas investigadas como acuerdos o prácticas concertadas<sup>33</sup>, debido a que ambos conceptos «comprenden formas de colusión que tienen la misma naturaleza y solo pueden distinguirse entre sí por su intensidad y por las formas en que estos se manifiestan en la realidad»<sup>34</sup>. En la misma línea, la Comisión ha definido las prácticas concertadas en los siguientes términos:

«Las prácticas concertadas consisten en aquellas conductas voluntariamente coordinadas que no pueden ser acreditadas por prueba directa de la celebración de un acuerdo entre agentes económicos, con la finalidad de restringir o eliminar la competencia. Sin embargo, a partir de la actuación de dichos agentes en el mercado y de otras pruebas indirectas, se puede inferir como única explicación lógica la adopción de una estrategia concertada. Estas conductas se prueban mediante indicios y presunciones.»

[Resolución 051-2010/CLC del 13 de agosto de 2010, considerando 26]

---

<sup>31</sup> Traducción libre de: «(...) a form of co-ordination between undertakings which, without having reached the stage where an agreement properly so called has been concluded, knowingly substitutes practical co-operation between them for the risks of competition.» En: Caso 48/69, *ICI v Commission* (también conocido como «Dyestuffs») [1972] ECR 619, párrafo 64.

<sup>32</sup> Traducción libre de: «(...) evidence that tends to exclude the possibility of independent action by the [parties]. That is, there must be direct or circumstantial evidence that reasonably tends to prove that [the parties] had a conscious commitment to a common scheme designed to achieve an unlawful objective». En: *Monsanto Co. v. Spray-Rite Svc. Corp.*, 465 U.S. 752 (1984), sentencia de la Corte Suprema de los Estados Unidos del 20 de marzo de 1984.

<sup>33</sup> Ver: Casos acumulados T-305/94 y otros, *NV Limburgse Vinyl Maatschappij v Commission* [1999] ECR II-931, párrafos 695 a 699; y, Caso C-49/92 P, *Commission v Anic Partecipazioni SpA* [1999] ECR I-4125, párrafos 132 y 133.

<sup>34</sup> Traducción libre de: «A comparison between that definition of agreement and the definition of a concerted practice (...) shows that, from the subjective point of view, they are intended to catch forms of collusion having the same nature and are only distinguishable from each other by their intensity and the forms in which they manifest themselves». En: Caso C-49/92 P, *Commission v Anic Partecipazioni SpA* [1999] ECR I-4125, párrafo 131.

### 3.3. La fijación concertada de precios: cárteles

101. El artículo 11.1. inciso a) de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas señala que, sea directa o indirecta, toda fijación concertada de precios realizada por dos o más competidores constituye una práctica colusoria horizontal:

*11.1. Se entiende por prácticas colusorias horizontales los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas realizadas por agentes económicos competidores entre sí que tengan por objeto o efecto restringir, impedir o falsear la libre competencia, tales como:*

*(a) La fijación concertada, de forma directa o indirecta, de precios o de otras condiciones comerciales o de servicio.*

102. Como se puede desprender de la referida disposición, el hecho que dos o más agentes económicos competidores fijen conjuntamente una variable competitiva esencial, como son sus precios en el mercado, denota el objeto o efecto de restringir, impedir o falsear la libre competencia. Tales conductas resultarán sancionables independientemente del mecanismo o la forma cómo se materialice la coordinación.
103. Conforme al artículo 11.2 de la Ley, la Comisión sancionará bajo una prohibición absoluta los acuerdos horizontales inter marca y no complementarios que restrinjan la competencia en precios, sin distinción del esquema o mecanismo utilizado. Ello, por cuanto la fijación concertada de precios entre competidores independientes, que constituye una de las prácticas anticompetitivas más nocivas para el bienestar de los consumidores, puede ser alcanzada por diversas vías, todas ellas igualmente reprochables<sup>35</sup>. A estas conductas, se denomina cárteles de núcleo duro (*hard-core cartels*) o, simplemente, cárteles.
104. Al respecto, es posible que, para evitar su detección, los cárteles adopten distintos mecanismos o formas que permitan mantener en «secreto» las coordinaciones efectuadas por sus integrantes. En estos casos, se busca que estos mecanismos eliminen la evidencia del contacto que existe entre los agentes económicos competidores, lo cual facilita que fijen sus precios de manera concertada.

Así, la jurisprudencia de diversas jurisdicciones<sup>36</sup> permite observar que uno de los mecanismos cada vez más utilizados por los participantes de un cártel es la

---

<sup>35</sup> Así, por ejemplo, la Comisión ha sancionado acuerdos que restringen la competencia bajo la hipótesis de fijación de precios mínimos (véase la Resolución 009-2008/CLC, sobre concertación de primas y deducibles mínimos del SOAT, confirmada mediante Resolución 0857-2014/SDC-INDECOPI) y precios finales (véase la Resolución 276-97-TDC del 19 de noviembre de 1997, sobre concertación de precios y otras conductas en el mercado de comercialización de pollo y la Resolución 031-2014/CLC-INDECOPI, sobre concertación del pasaje del servicio de transporte urbano en la provincia de Huaraz).

<sup>36</sup> Al respecto, véase, por ejemplo:

- **Estados Unidos:** *Interstate Circuit, Inc. v. United States*, caso 306 U.S. 208, 59 S.Ct. 467, 83 L.Ed. 610, resuelto por la Corte Suprema de los Estados Unidos el 13 de febrero de 1939. *Toys «R» Us, Inc. v. Federal Trade Commission* caso 221 F.3d 928, resuelto por la Corte de Apelaciones del Séptimo Circuito judicial de los Estados Unidos el 1 de agosto de 2000.
- **Unión Europea:** Asunto T- 99/2004, resuelto por la Tercera Sala Ampliada de 8 de julio de 2008.
- **Reino Unido:** Caso CP/0871/01, *Replica Football Kit* [2003], resuelto mediante Decisión CA98/06/2003 del 1 de agosto de 2003. Caso CP/0480-01, *Argos Ltd and Littlewoods Ltd Fixing the Price of Hasbro Toys and Games* [2003], resuelto mediante Decisión CA98/08/2003, del 21 de noviembre de 2003 y Sentencia del 14

realización de coordinaciones a través de un tercer agente que colabora en la planificación, ejecución o administración de un cártel. No obstante, indistintamente de la forma o los mecanismos utilizados por los participantes de un cártel para efectuar sus coordinaciones, lo sancionable es la conducta de concertar, en la medida que tiene por objeto o efecto restringir la competencia a nivel horizontal.

105. En efecto, en atención al mandato contenido en la Ley, la Comisión tiene el deber de reprimir toda forma de concertación de precios, analizando las posibles características o mecanismos utilizados por los presuntos integrantes de un cártel. Para ello, la Comisión podrá considerar tanto la coordinación directa de precios entre competidores, como todas aquellas otras formas de coordinación indirecta que influyen o puedan influir de manera decisiva sobre el precio al que los bienes o servicios son ofrecidos en el mercado.

Lo esencial en el análisis de la conducta investigada consistirá, por tanto, en determinar si existió independencia en la formación y determinación de precios por parte de los agentes investigados o si, por el contrario, tal determinación es producto de un actuar directa o indirectamente coordinado por dichos agentes.

106. En tal sentido, la Comisión no solo podrá determinar la existencia de un acuerdo sancionable acreditando la existencia de una confabulación expresa de los integrantes de un presunto cártel, sino también demostrando las coordinaciones, a través de un tercer agente, dirigidas a uniformizar sus decisiones en el mercado. Ambos casos califican como prácticas colusorias horizontales bajo el ámbito del artículo 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, al ser actos o conductas que expresan una concurrencia de voluntades de dos o más competidores independientes con un propósito común: fijar sus precios en el mercado de manera coordinada.
107. Ahora bien, cabe precisar que de acuerdo con el Decreto Legislativo 1034, si una práctica colusoria horizontal se realizaba con la colaboración activa de un tercero, únicamente se podía sancionar a los agentes económicos competidores mas no a los terceros agentes, quienes recién han sido sujetos pasibles de sanción desde la entrada en vigencia del Decreto Legislativo 1205. No obstante, ello no significa que las prácticas colusorias horizontales efectuadas con la colaboración de un tercero no estuvieran prohibidas o que la participación de un tercer agente exonerase a los miembros de un cártel de su responsabilidad por la conducta infractora, sino únicamente lo que ha cambiado es que con el Decreto Legislativo 1205 se ha ampliado el ámbito de aplicación subjetiva o, dicho en otras palabras, el número de personas responsables, incluyendo también a los terceros por su participación activa en la planificación, ejecución o administración de un cártel.

---

de diciembre de 2004. Caso CE/3094-03, *Dairy retail price initiatives* [2011], resuelto mediante Decisión CA98/03/2011, emitida por la OFT el 26 de julio de 2011.

- **Chile:** Sentencia 119/2012, emitida por el Tribunal de Defensa de la Competencia de Chile el 31 de enero de 2012 y confirmada por la Corte Suprema mediante Decisión del 7 de setiembre de 2012.

Asimismo, en un caso reciente, la Comisión mediante Resolución 019-2016/CLC-INDECOPI del 10 de febrero de 2016 resolvió un procedimiento contra varios centros de hemodiálisis cuyas coordinaciones tuvieron a un tercero (asesor jurídico) con un rol preponderante en la planificación y desarrollo de la conducta materia de imputación.

108. En síntesis, una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios, independientemente de los mecanismos utilizados por los participantes para la materialización de dicha conducta anticompetitiva –ya sea coordinada de forma directa o con la colaboración de un tercer agente– constituye una infracción que se encuentra prohibida de acuerdo con lo establecido en el artículo 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas y, por tanto, es deber de la Comisión reprimir este tipo de conductas que tienen por objeto o efecto restringir la competencia a nivel horizontal.

### 3.4. Estándar de prueba aplicable a las prácticas colusorias horizontales

109. El artículo 11 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas también distingue a las prácticas colusorias horizontales a partir del tipo de prohibición aplicable, diferenciando entre aquellas sujetas a una prohibición absoluta y aquellas sujetas a una prohibición relativa.

110. Los artículos 8 y 9 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas establecen las reglas de la carga de la prueba aplicables a la prohibición absoluta y a la prohibición relativa<sup>37</sup>. Así, los casos sometidos a una prohibición absoluta se caracterizan porque, para declarar la existencia de una infracción administrativa, basta que se demuestre la existencia de la conducta investigada. Por su parte, los casos sometidos a una prohibición relativa se caracterizan porque, además de probar la existencia de la conducta investigada, se debe verificar que esta tiene o podría tener efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores<sup>38</sup>.

111. Esta distinción normativa responde a la existencia de amplia experiencia jurisprudencial, nacional y extranjera, que ha permitido identificar determinadas prácticas colusorias horizontales que, en sí mismas, son restrictivas de la competencia y no generan mayor eficiencia en el mercado<sup>39</sup>, lo que ha motivado que se encuentren sometidas a una prohibición absoluta. A este tipo de prácticas o acuerdos se les denomina *hard core cartels* o, simplemente, cárteles<sup>40</sup>.

---

<sup>37</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 8.- Prohibición absoluta. -**

En los casos de prohibición absoluta, para verificar la existencia de la infracción administrativa, es suficiente que la autoridad de competencia pruebe la existencia de la conducta.

**Artículo 9.- Prohibición relativa. -**

En los casos de prohibición relativa, para verificar la existencia de la infracción administrativa, la autoridad de competencia deberá probar la existencia de la conducta y que ésta tiene, o podría tener, efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores.

<sup>38</sup> Cabe precisar que, en los casos sometidos a una prohibición relativa, los investigados pueden demostrar que, a pesar de haber cometido la conducta investigada, esta genera o podría generar efectos positivos o eficiencias en el mercado. En este escenario, la autoridad de competencia deberá hacer un balance entre los efectos negativos o anticompetitivos que ha identificado y los efectos positivos o procompetitivos que han demostrado los investigados. Si el balance es positivo, no se habrá configurado una infracción.

<sup>39</sup> *OECD Competition Committee. Fighting Hard Core Cartels: Harm, Effective Sanctions and Leniency*, 2002, páginas 75 y 76. Disponible en: <<http://www.oecd.org/competition/cartels/1841891.pdf>>

<sup>40</sup> Internacionalmente son consideradas bajo la categoría de *hard core cartels* las conductas de concertación de precios, restricción de oferta, asignación de territorios o clientes y las licitaciones colusorias. *International Competition Network. Defining Hard Core Cartels Conduct. Effective Institutions. Effective Penalties*. Reporte

112. A nivel nacional, el reconocimiento del carácter inherentemente anticompetitivo de este tipo de acuerdos ha sido explicado en la Exposición de Motivos de la Ley de Represión de conductas Anticompetitivas, documento en el que se han recogido las apreciaciones desarrolladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos<sup>41</sup> (OECD, por sus siglas en inglés) y la *International Competition Network* (ICN)<sup>42</sup>. En estos foros se ha afirmado en reiteradas oportunidades el grave perjuicio que estas conductas causan en el mercado.
113. Específicamente, se encuentran sometidas a una prohibición absoluta las prácticas colusorias horizontales, *inter marca*, que no son complementarias o accesorias a otros acuerdos lícitos (es decir, los denominados acuerdos desnudos), y que tienen por objeto: a) la fijación de precios u otras condiciones comerciales o de servicio; b) la limitación de la producción o de las ventas; c) el reparto de clientes, proveedores o zonas geográficas; o, d) las licitaciones colusorias o *bid rigging*, según lo establecido taxativamente en el artículo 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
114. En cambio, las prácticas colusorias horizontales desarrolladas en el marco de competencia *intra marca* no se ven sujetas en nuestro ordenamiento a una prohibición absoluta, conforme lo establecido en el artículo 11 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, sino a una prohibición relativa, resultando indistinto el objeto que pueda poseer la práctica analizada.

### 3.5. Acuerdos inter marca y acuerdos intra marca

115. Como se ha señalado anteriormente, el artículo 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas dispone que estarán sujetos a una prohibición absoluta los acuerdos horizontales, es decir, entre competidores en el mismo nivel de la cadena de producción y comercialización, siempre que tengan una naturaleza inter marca. En la medida que la discusión sobre la naturaleza inter e intra marca constituye uno de los aspectos a analizarse en el presente procedimiento, corresponde explicar el alcance de la Ley sobre este punto.
116. Al respecto, cabe observar que, de manera uniforme, la doctrina y la jurisprudencia han utilizado la diferencia entre las restricciones a la competencia inter e intra marca para determinar si un acuerdo debe ser analizado bajo la perspectiva de la prohibición absoluta o si, por el contrario, debe someterse a una prohibición relativa. Esta diferenciación permite que tanto la razonabilidad como el impacto de la conducta investigada sean adecuadamente evaluados.

No obstante, como se aprecia a continuación, esta diferencia ha cobrado relevancia exclusivamente en el contexto de restricciones verticales, supuestos donde puede tener lugar una controversia sobre las posibles justificaciones y el

---

elaborado por el ICN Working Group on Cartels. Cuarta Conferencia Anual, Bonn - Alemania, 6-8 de junio de 2005, página 10.

<sup>41</sup> OECD Competition Committee, *Loc. Cit.*

<sup>42</sup> International Competition Network. *Op. Cit.*, páginas 14 a 15.

balance de los efectos de tales prácticas en los distintos niveles de la cadena comercial. Sin embargo, la relevancia de esta distinción desaparece cuando se analizan, estrictamente, restricciones entre competidores de un mismo nivel que son independientes entre sí e independientes frente a terceros en niveles distintos de la cadena de producción y comercialización.

117. En primer lugar, cabe señalar que de manera general la jurisprudencia del Indecopi<sup>43</sup> ha definido a la competencia intra marca como aquella que se desarrolla entre distribuidores o retailers, en sus esfuerzos por comercializar un producto de la misma marca. Por su parte, ha identificado la competencia inter marca como aquella rivalidad que se desarrolla entre distribuidores de marcas de productos provistos por distintos agentes económicos:

*«La competencia intermarca hace referencia a la competencia entre las marcas de productos provistos por distintos agentes económicos. En contraste, la competencia intramarca se refiere a la competencia de los distribuidores mayoristas y minoristas con relación a una marca específica de un producto de un determinado fabricante.»*

(Resoluciones 068-2009/SC1-INDECOPI, nota al pie de página 20, y 0589-2015/SDC-INDECOPI, considerando 24.)

Aunque la definición citada incide en la correspondencia de los productos investigados con las marcas de uno o más agentes proveedores, cabe resaltar que no se reducen a dicha circunstancia. Por el contrario, la aludida diferencia entre competencia inter e intra marca en estos pronunciamientos se ha circunscrito a un ámbito específico: el de la competencia entre los distribuidores que comercializan productos de una única marca en forma exclusiva, sea por tener una relación contractual con el proveedor o porque la exclusión de otros proveedores es precisamente el objeto de la restricción cuestionada.

118. Los proveedores de productos de consumo masivo generalmente requieren de un sistema de distribución que canalice la venta de dichos productos al consumidor final. El canal de distribución puede ser un agente que se encuentra integrado al proveedor (es decir, pertenecer a un único grupo económico) o puede tratarse de un agente económico distinto. Ahora bien, en este último caso, un distribuidor puede tener grados de independencia frente al proveedor al materializar su actividad económica.
119. En efecto, un distribuidor o un grupo de distribuidores puede desempeñarse en el mercado de consumo final como agentes del proveedor, de tal manera que su estrategia comercial consistirá en posicionar la marca del proveedor frente a los productos de marcas rivales. En este caso, los distribuidores y el proveedor comparten en un grado apreciable los riesgos de la comercialización, pues el éxito o el fracaso de posicionar la marca del proveedor impactará a toda la cadena. La marca propia de los agentes económicos que operan como distribuidores frente a otros agentes económicos que desempeñan esa actividad pasa a un segundo plano en relación con la marca del proveedor que intentan posicionar.

---

<sup>43</sup> Al respecto, véanse las Resoluciones 068-2009/SC1-INDECOPI (procedimiento iniciado contra Quimpac S.A. y Clorox S.A.), 857-2014/SDC-INDECOPI (procedimiento iniciado contra Unión Andina de Cementos S.A.A. y otros) y 589-2015/SDC-INDECOPI (procedimiento iniciado contra Distribuidora Feria Pucallpa S.A.C. y otros).

De ahí que sean permisibles en estos casos determinadas restricciones introducidas a nivel vertical (por el proveedor titular de la marca) pero con impacto en la competencia horizontal entre los distribuidores (que enfrentan competencia intra marca), pues tales restricciones están generalmente asociadas a ganancias de eficiencia y el estímulo a la competencia inter marca, esto es, la competencia con sistemas de distribución de marcas rivales:

*«A modo ejemplo, la existencia de un acuerdo de fijación de un precio mínimo de reventa podría tener la finalidad de evitar que los productos minoristas que establecen descuentos por la compra del producto, se aprovechen del esfuerzo desplegado por otros minoristas que invierten en un mejor servicio (...). Si bien con tal restricción se disminuye la competencia intramarca (aquella en donde diversos minoristas compiten por la venta de un producto de la misma marca), dicha conducta determina que los minoristas deban invertir en mejorar su servicio posicionando la marca del productor frente a la competencia, incrementando de esta forma la competencia intermarca (la competencia entre comercializadores de marcas rivales)».*

(Resolución 857-2014/SDC-INDECOPI, considerando 42)

120. Por otra parte, existen diversos mercados en que los distribuidores actúan con la mayor independencia frente a sus proveedores y, en particular, frente a otros distribuidores de los productos de las mismas marcas. En estos mercados, el desarrollo de agentes económicos en el nivel de distribución cuya variable competitiva constituye en generar una oferta atractiva alrededor de un producto – o de una multiplicidad de ellos– impacta significativamente en la concepción de la venta al por menor.

En estos casos, la competencia entre distribuidores no se determina en función a la marca de un producto de un mismo proveedor sino en función a su posicionamiento en el mercado como el minorista con las mejores condiciones de oferta de todos sus productos frente a otros minoristas. A diferencia del primer escenario, los agentes económicos no tienen como prioridad el posicionamiento de la marca de un producto de un proveedor frente a marcas de proveedores rivales, sino en posicionar su marca o identidad comercial como retailers frente a competidores en el mercado de distribución. Por ello, en este escenario, la marca del proveedor prácticamente desaparece, siendo desplazada por la marca del distribuidor.

Así, por ejemplo, un proveedor de gas de consumo doméstico cuya marca es «Kimi Gas» distribuye a una empresa minorista denominada «D&F» que intenta posicionarse en el mercado ofreciendo los precios más bajos, y a otra empresa «O&S» que se caracteriza por ofrecer descuentos a sus clientes fidelizados. De tal manera, a pesar de que ambos distribuidores ofrecen el producto del mismo proveedor, cada uno tiene por objetivo posicionar su propia marca en el mercado –«D&F» u «O&S»– y no la marca de su proveedor «Kimi Gas».

Por lo general, cuando los distribuidores de un mismo proveedor buscan posicionar su propia marca, no se observan exclusividades u otro tipo de restricciones originadas a nivel vertical que desplacen la marca propia del

distribuidor para promover la del proveedor, siendo más frecuentes aquellas dirigidas a estimular la marca del distribuidor frente a sus rivales en este nivel de la cadena. En razón de la independencia con que operan los distribuidores, entre ellos no serán permisibles los arreglos o acuerdos que se encuentren dirigidos a restringir la competencia en este nivel, sujetándose a las reglas aplicables a cualquier otro entendimiento entre competidores independientes.

121. Como se puede observar, que dos o más distribuidores comercialicen productos de una marca no necesariamente significará que la competencia entre ellos tenga características intra marca o que los acuerdos que tengan lugar entre ellos deban sujetarse a reglas igualmente rígidas. Identificar de manera automática un escenario de venta de un mismo producto por parte de distintos agentes económicos con una competencia intra marca no es admisible sin atender a las características y relación que se presentan en cada mercado.

En atención a ello, la distinción entre competencia inter marca e intra marca merece un análisis detenido que aborde las características que diferencian ambos supuestos, pues las consecuencias de uno u otro impactarán en el análisis de los casos en que se presente tal discusión.

122. Una adecuada distinción entre competencia inter e intra marca debe partir por determinar si la restricción a la competencia entre distribuidores analizada (la presunta práctica colusoria horizontal) se encuentra intrínsecamente vinculada a una relación o restricción vertical con un proveedor común que impone una política marcaria uniforme en el mercado de consumo final y que, como tal, pudiese impactar en el desempeño competitivo entre dichos distribuidores.
123. De encontrarse vinculadas con una política marcaria de un proveedor, en el contexto de restricciones verticales<sup>44</sup> que generan un comportamiento uniforme en sus distribuidores para hacer frente a la competencia que enfrenta el proveedor con otras marcas, este tipo de restricciones se encontrarán sujetas a una prohibición relativa, pues la autoridad deberá realizar una ponderación entre sus efectos restrictivos y las eventuales eficiencias que razonablemente puedan justificar su existencia<sup>45</sup>:

---

<sup>44</sup> Tanto la Comisión con la Sala ha sido consistentes al señalar que las restricciones verticales con frecuencia se encuentran dirigidas a contrarrestar los efectos de las externalidades verticales básicas generadas por la independencia de los distribuidores (*aguas abajo*) y que pueden impactar negativamente sobre los productores (*aguas arriba*): doble marginalización, riesgo moral y sustitución de insumos. En otras palabras, si bien pueden limitar o reducir la competencia entre distribuidores, las restricciones verticales suelen tener efectos procompetitivos a nivel entre proveedores, quienes tendrán incentivos para establecer sistemas de distribución cada vez más eficientes, en beneficio de los consumidores. Además de los pronunciamientos antes señalados, véase la Resolución 045-2009/CLC-INDECOPI y la Resolución 016-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>45</sup> Como ha señalado la Sala, «*las restricciones verticales se definen como aquellos acuerdos o convenios entre empresas que operan en diferentes niveles de la cadena de producción, que restringen las condiciones bajo las cuales los contratantes pueden comprar, vender o revender un bien o servicio. En esa medida, las restricciones verticales son capaces de generar efectos intramarca, producto de la competencia dentro de la misma marca, o intermarca, es decir, como consecuencia de la competencia entre marcas distintas*». Resolución 0589-2015/SDC-INDECOPI, considerando 26.

Restricciones frecuentes en esta categoría son los contratos de distribución exclusiva o selectiva, acuerdos de marca única, acuerdos de franquicia o mantenimiento de precios de reventa<sup>46</sup>.

124. Por el contrario, si las restricciones analizadas corresponden a arreglos o entendimientos entre distribuidores independientes, que no se encuentran vinculados con la política marcaria del proveedor común, sino a una política marcaria propia que los enfrenta entre sí, no corresponderá darle un tratamiento distinto al de otras restricciones a nivel horizontal, incluso cuando el proveedor pueda tener alguna participación en la conducta infractora (por ejemplo, un facilitador).

En estos casos, corresponderá a la autoridad acreditar la independencia en las políticas marcarias de los supuestos partícipes de la restricción y si se determina que la competencia entre ellos es inter marca (la marca de cada uno se contrapone a la de los demás), dicha conducta será analizada como un acuerdo bajo los alcances del artículo 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en tanto se cumplan los demás requisitos establecidos en dicha norma.

### 3.6. Medios probatorios reconocidos por la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas

125. En los procedimientos sobre prácticas colusorias horizontales sujetas a la prohibición absoluta (cárteles), la autoridad se encuentra en la necesidad de acreditar la ocurrencia de actos que suelen ser ocultados por sus participantes, toda vez que al ser conscientes de la ilegalidad de estos actos, las empresas involucradas suelen desenvolverse de tal manera que dificultan la detección de la conducta investigada, reduciendo la cantidad de documentación que puede ser recabada por la autoridad de competencia para acreditar la existencia de una práctica colusoria. Es así que muchas estrategias anticompetitivas y coordinaciones relacionadas con ellas no son realizadas o plasmadas en medios

---

<sup>46</sup> Respecto a las restricciones verticales sobre precios, es notoria la sentencia de la Corte Suprema de los Estados Unidos en el caso *Leegin Creative Leather Products, Inc vs PSKS Inc.* que, revirtiendo casi un siglo de jurisprudencia en contrario, determinó que: «*la literatura económica está repleta de información sobre los efectos pro-competitivos respecto al uso de precios mínimos de reventa por parte del productor, y además algunos estudios en la materia han planteado dudas sobre si dicha práctica es acorde con la aplicación de la regla per se. Las justificaciones para restricciones verticales sobre precios son similares a aquellas otras sobre restricciones verticales. El mantenimiento de precios mínimos de reventa puede estimular la competencia intermarca entre productores que venden distintas marcas del mismo tipo de producto reduciendo la competencia intramarca entre distribuidores que venden la misma marca. (...) El empleo de restricciones verticales sobre precios por parte del productor tiende a eliminar la competencia de precios intramarca, esto a su vez estimula a los distribuidores a invertir en servicios o promociones que favorecen la posición del productor frente otros productos rivales*». [Énfasis agregado]

Traducción libre de: «*Economics literature is replete with procompetitive justifications for a manufacturer's use of resale price maintenance, and the few recent studies on the subject also cast doubt on the conclusion that the practice meets the criteria for a per se rule. The justifications for vertical price restraints are similar to those for other vertical restraints. Minimum resale price maintenance can stimulate interbrand competition among manufacturers selling different brands of the same type of product by reducing intrabrand competition among retailers selling the same brand. (...) A single manufacturer's use of vertical price restraints tends to eliminate intrabrand price competition; this in turn encourages retailers to invest in services or promotional efforts that aid the manufacturer's position as against rival manufacturers*».

escritos, o en general registradas, evitando con ello la generación de documentos inculpatorios.

126. Por dichas razones, el artículo 28 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas reconoce a la Secretaría Técnica la utilización de distintos medios probatorios para probar este tipo de conductas, tales como documentos, declaraciones de parte, testimonios, inspecciones y pericias, habilitando a la Secretaría Técnica a utilizar cualquier otro medio probatorio que a criterio de ella sea necesario para el esclarecimiento de los hechos investigados.
127. En el mismo sentido, el artículo 166 de la Ley del Procedimiento Administrativo General establece que los hechos invocados o que fueren conducentes para decidir el resultado de un procedimiento podrán ser objeto de todos los medios de prueba necesarios, salvo aquellos prohibidos por disposición expresa<sup>47</sup>. Como puede advertirse, considerando que no existen pruebas tasadas, cualquier tipo de medio probatorio servirá para acreditar la comisión de una práctica colusoria, incluidos los sucedáneos de los medios probatorios constituidos por los indicios y presunciones.
128. Los sucedáneos de los medios probatorios son auxilios establecidos por la ley o asumidos por la autoridad para lograr la finalidad de los medios probatorios, corroborando, complementando o sustituyendo el valor o alcance de estos. Dentro de los sucedáneos de los medios probatorios se encuentran los indicios, entendidos como aquellos actos, circunstancias o signos, suficientemente acreditados, que adquieren significación en su conjunto cuando conducen a la autoridad a la certeza en torno a un hecho desconocido relacionado con la controversia. Por su parte, las presunciones constituyen el razonamiento lógico-crítico que, a partir de uno o más indicios, lleva a la autoridad a la certeza del hecho investigado. Cabe señalar que el uso de los sucedáneos de los medios probatorios está reconocido por el Código Procesal Civil<sup>48</sup>, norma de aplicación supletoria al presente procedimiento<sup>49</sup>.
129. La interrelación entre el indicio y la presunción consiste en que, a partir de uno o más indicios, se puede presumir como cierta la ocurrencia de un hecho. Del conjunto de indicios que aparecen probados en el expediente, se puede obtener

---

<sup>47</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General**

**Artículo 166.-** Los hechos invocados o que fueren conducentes para decidir un procedimiento podrán ser objeto de todos los medios de prueba necesarios, salvo aquellos prohibidos por disposición expresa. (...)

<sup>48</sup> **Código Procesal Civil**

**Artículo 275. Finalidad de los sucedáneos.** - Los sucedáneos son auxilios establecidos por la ley o asumidos por el Juez para lograr la finalidad de los medios probatorios, corroborando, complementando o sustituyendo el valor o alcance de éstos.

**Artículo 276. Indicio.** - El acto, circunstancia o signo suficientemente acreditados a través de los medios probatorios, adquieren significación en su conjunto cuando conducen al Juez a la certeza en torno a un hecho desconocido relacionado con la controversia.

**Artículo 277. Presunción.** - Es el razonamiento lógico crítico que a partir de uno o más hechos indicadores lleva al Juez a la certeza del hecho investigado. La presunción es legal o judicial.

<sup>49</sup> El Código Procesal Penal, en el artículo 158°, también reconoce la prueba indiciaria y los requisitos que deben cumplir para que sean debidamente valoradas, entre ellos señala que la inferencia debe estar basada en las reglas de la lógica, la ciencia o la experiencia.

inferencias que permitan a la autoridad presumir el hecho indicado. Es decir, los indicios son la fuente de donde se obtiene un razonamiento conclusivo que constituirá una presunción de la ocurrencia de un hecho.

130. Así, los indicios son hechos que se acreditan por cualquiera de los medios probatorios que la ley autoriza a utilizar. Probada la existencia de los indicios, la autoridad encargada de resolver podrá utilizar el razonamiento lógico para inferir del conjunto de indicios la certeza de la ocurrencia de lo que es objeto del procedimiento. Negar la utilización de los sucedáneos de los medios probatorios sería negarle a la autoridad administrativa la posibilidad de efectuar un razonamiento lógico, posibilidad que está claramente admitida por la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, así como mediante la aplicación supletoria del Código Procesal Civil.
131. Cabe recordar que la Comisión, la Sala y la autoridad jurisdiccional correspondiente han reconocido la utilización de la prueba indiciaria para el análisis de conductas anticompetitivas en diversas oportunidades. De acuerdo a la jurisprudencia emitida por ellos, para determinar la existencia de una práctica colusoria horizontal es necesario recurrir al análisis de hechos indicadores que, en su conjunto y a través de un razonamiento lógico crítico, demuestren la ocurrencia del hecho investigado y descarten cualquier otra explicación alternativa<sup>50</sup>.
132. Así, por ejemplo, en el procedimiento seguido por denuncia de Petróleos del Perú S.A. contra Rheem Peruana S.A. y Envases Metálicos S.A., por prácticas restrictivas de la competencia en la modalidad de concertación de precios en los procesos de selección convocados por la denunciante para la adquisición de cilindros de acero, la Comisión sancionó a las denunciadas basando su decisión en el uso de indicios y presunciones. Al respecto, la Comisión señaló lo siguiente<sup>51</sup>:

*«... [S]i bien en el presente procedimiento no se ha encontrado una prueba directa que revele la existencia de convenios o acuerdos entre las empresas denunciadas respecto de los precios y/o volúmenes ofertados a Petroperú, existe una serie de hechos coincidentes en el tiempo frente a un mismo comprador ocurridos con posterioridad a una nutrida competencia a nivel de precios, hechos que de ninguna manera parecen responder a una situación de competencia efectiva y que sólo pueden ser explicados como el producto de un acuerdo previo entre las empresas*

---

<sup>50</sup> Ver, a manera de ejemplo:

- Resolución 105-96-TDC del 23 de diciembre de 1996, emitida en el procedimiento iniciado por denuncia de la Municipalidad Provincial de Lambayeque contra Cooperativa de Transportes San Pablo y otros, página 7.
- Resolución 004-97-INDECOPI-CLC del 21 de febrero de 1997, emitida en el procedimiento iniciado por denuncia de Petróleos del Perú S.A. contra Rheem Peruana S.A. y Envases Metálicos S.A., página 4.
- Resolución 255-97-TDC del 22 de octubre de 1997, emitida en el procedimiento seguido por Petróleos del Perú S.A. contra Rheem Peruana S.A. y Envases Metálicos S.A., página 8.
- Resolución de la Sala Civil Transitoria de la Corte Suprema de Justicia del 8 de junio de 2000 (A.V. 71-98), emitida respecto del procedimiento iniciado por denuncia de Petróleos del Perú S.A. contra Rheem Peruana S.A. y Envases Metálicos S.A.
- Resolución 017-2000-INDECOPI/CLC del 18 de diciembre de 2000, emitida en el procedimiento iniciado por denuncia de Electro Sur Este S.A.A. contra Inti E.I.R.L., Percy Enríquez Esquivel – Ingeniero Contratista y Quiroga Contratistas Generales S.R.L., página 7.

<sup>51</sup> Resolución 004-97-INDECOPI-CLC del 21 de febrero de 1997, página 7.

*denunciadas, más aun cuando los costos de transacción para concretar un acuerdo contrario al Decreto Legislativo N° 701 se ven notablemente reducidos por la existencia de un duopolio en el mercado analizado.»*

133. La decisión de la Comisión fue confirmada por el Tribunal, a partir de los mismos indicios y presunciones. Sobre el particular, el Tribunal señaló lo siguiente<sup>52</sup>:

*«... [E]sta Sala concuerda con la Comisión en el sentido que, en el presente caso, existe una serie de hechos coincidentes en el tiempo frente a un mismo comprador ocurridos con posterioridad a una fuerte competencia a nivel de precios que no responden a una situación de competencia efectiva y que sólo pueden ser explicados como el producto de un acuerdo previo entre las empresas denunciadas. (...)*

*La sucesión de coincidencias y su perfecta consistencia con un acuerdo que maximice la utilidad de ambas en el contexto de una repartición del mercado, constituyen elementos de prueba que crean convicción en la Sala sobre la existencia de un acuerdo entre las empresas denunciadas.»*

Finalmente, la Sala Civil Transitoria de la Corte Suprema de Justicia confirmó esta decisión<sup>53</sup>, estableciendo que los indicios y presunciones identificados servían para sancionar la actuación de Rheem Peruana S.A. y Envases Metálicos S.A.

134. Del mismo modo, en el procedimiento iniciado por denuncia de Electro Sur Este S.A.A. contra Inti E.I.R.L., Percy Enríquez Esquivel y Quiroga Contratistas Generales S.R.L., por prácticas restrictivas de la competencia en la modalidad de concertación en el Concurso Público para la «Renovación de Redes de Distribución Secundaria de la Zona Céntrica de Puerto Maldonado S.S.E.E. 211, 405, 305 311», nuevamente, la Comisión sancionó a las denunciadas basando su decisión en el uso de indicios y presunciones. Al respecto, la Comisión señaló lo siguiente<sup>54</sup>:

*«Es conveniente precisar que tanto la Comisión de Libre Competencia como la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi se han pronunciado en el sentido de declarar que este tipo de coincidencias resultan fuertes indicios de concertación, dentro de procesos de adquisición pública realizados a través de concursos con propuestas presentadas en sobre cerrado y mediante invitación a ofrecer. (...)*

*De otro lado, esta Comisión considera que los indicios de concertación detallados previamente, evaluados de forma integral y en conjunto, no permiten encontrar una explicación razonable para justificar todas las coincidencias encontradas, sin dejar de pensar en la existencia de un acuerdo previo entre los postores del Proceso de Adjudicación Directa.»*

135. De manera más reciente, la Sala Especializada en Defensa de la Competencia ha tenido oportunidad de pronunciarse respecto de la utilización de la prueba indiciaria en los procedimientos sancionadores en materia de defensa de la libre

---

<sup>52</sup> Resolución 255-97-TDC del 22 de octubre de 1997, páginas 12 y 13.

<sup>53</sup> Resolución del 8 de junio de 2000 de la Sala Civil Transitoria de la Corte Suprema de Justicia (A.V. 71-98).

<sup>54</sup> Resolución 017-2000-INDECOPI/CLC del 18 de noviembre de 2000, página 9.

competencia, con motivo del procedimiento seguido de oficio contra Praxair Perú S.R.L., Messer Gases del Perú S.A. y Aga S.A., resuelto en julio de 2013, conforme se aprecia a continuación:

*«En suma, la prueba indiciaria representa uno de los mecanismos con que el derecho responde frente a la labor de esclarecer conductas infractoras que permanentemente varían y que se encuentran cuidadosamente planificadas a fin de evadir las nuevas regulaciones legales sobre determinación de conductas infractoras. De este modo, el derecho sancionador tiene en la prueba indiciaria una de sus mayores herramientas, sino la más importante, a fin de garantizar la real obtención de certeza material que permita concluir sobre la imputación de responsabilidad o, finalmente, su desestimatoria.*

(...)

*A partir de la lectura de lo establecido en el artículo 275 del Código Procesal Civil, se aprecia que el legislador es expreso al esclarecer la finalidad de los sucedáneos de los medios probatorios, como lo es el indicio, precisando que estos podrán complementar un medio de prueba o sustituirlo. Es precisamente dicha labor de sustitución la que grafica la validez plena del indicio como medio de prueba, lo cual tiene correlato en la doctrina autorizada que, en sintonía con lo señalado, coincide al reconocer el carácter de medios de prueba de los indicios.»<sup>55</sup>*

136. En consecuencia, no es necesario encontrar una prueba directa, como un documento firmado o la grabación de una reunión, para acreditar que determinadas empresas acordaron restringir la competencia, sino que basta con que la suma de los indicios y presunciones, determinados por la autoridad de competencia, permitan comprobar la existencia de una práctica colusoria.

#### **IV. CUESTIONES PREVIAS**

##### **4.1. Respecto de las nulidades alegadas por las Investigadas que se encuentran vinculadas con la investigación preliminar**

##### **4.1.1. Sobre la supuesta necesidad de autorización judicial previa para la obtención de los correos electrónicos de las Investigadas**

137. En diversos escritos, Mifarma y Fasa han cuestionado la obtención de correos electrónicos en el marco de las visitas de inspección realizadas por la Secretaría Técnica, y su validez como medios probatorios lícitos en el presente procedimiento. Por su parte, Nortfarma y Albis sostuvieron argumentos similares sobre la materia. De esta manera, las Investigadas sostienen que la Secretaría Técnica requiere de autorización judicial para poder obtener los correos electrónicos – corporativos y personales - durante las visitas de inspección.
138. Al respecto, la Secretaría Técnica destacó en el Informe Técnico (Sección 3.3) la relevancia de las visitas de inspección como una herramienta determinante en la

---

<sup>55</sup> Resolución 1167-2013/SDC-INDECOPI del 15 de julio de 2013, páginas 60 y 62.

persecución de las conductas anticompetitivas, con especial énfasis en los cárteles, infracciones consideradas como las más dañinas para la competencia y el bienestar de los consumidores<sup>56</sup>.

139. En ese sentido, la Secretaría Técnica señaló que el artículo 15.3 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, al regular sus facultades de investigación, destaca la facultad para realizar visitas de inspección, con o sin previa notificación, en los locales de las personas naturales o jurídicas, sociedades irregulares y patrimonios autónomos a fin de recabar información pertinente para la investigación; facultad que resulta coherente con las obligaciones de los administrados establecidas en los artículos 56.2 y 57.2 de la Ley del Procedimiento Administrativo General<sup>57</sup>, y son acordes con el principio de verdad material<sup>58</sup>, en tanto permiten a la autoridad administrativa verificar plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones.
140. Asimismo, la Secretaría Técnica sostuvo que al ejercer esta facultad, tiene acceso inmediato a documentación que contiene el registro cotidiano de las actividades comerciales del administrado sujeto a investigación, lo que permite verificar de manera precisa su posible participación en una conducta anticompetitiva. Así, parte de dicha información se encontraría en los correos electrónicos contenidos en cuentas corporativas asignadas a los trabajadores, sobre los cuales, a criterio

---

<sup>56</sup> Asimismo, la Secretaría Técnica sostuvo que las visitas de inspección incrementan la probabilidad de detección y sanción de conductas anticompetitivas, reforzando la capacidad de disuasión y la presencia de la autoridad en diversos sectores, dicha importancia ha sido reconocida por la Sala del INDECOPI, entre otras, en la Resolución 1263-2008/TDC-INDECOPI del 27 de junio de 2008 - numeral 17 - de la siguiente manera:

*«Las visitas de inspección sin notificación previa y el acceso inmediato a la documentación que se encuentre en el local son dos de las principales herramientas con las que cuenta la autoridad para la detección de conductas anticompetitivas que violan la Constitución, con objeto de identificar o encontrar evidencias de acuerdos de precios entre competidores. La experiencia de la Comisión demuestra que dicha diligencia puede resultar determinante para obtener pruebas de acuerdos sin otorgar oportunidad a que se altere, modifique o destruya la información».*<sup>56</sup> [Énfasis agregado]

<sup>57</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General**

**Artículo 56.- Deberes generales de los administrados en el procedimiento**

Los administrados respecto del procedimiento administrativo, así como quienes participen en él, tienen los siguientes deberes generales:

2. Prestar su colaboración para el pertinente esclarecimiento de los hechos.

**Artículo 57.- Suministro de información a las entidades**

57.2 En los procedimientos investigatorios, los administrados están obligados a facilitar la información y documentos que conocieron y fueron razonablemente adecuados a los objetivos de la actuación para alcanzar la verdad material, conforme a lo dispuesto en el capítulo sobre la instrucción.

<sup>58</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General**

**Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo**

1. El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

1.11. Principio de verdad material.- En el procedimiento, la autoridad administrativa competente deberá verificar plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones, para lo cual deberá adoptar todas las medidas probatorias necesarias autorizadas por la ley, aun cuando no hayan sido propuestas por los administrados o hayan acordado eximirse de ellas.

En el caso de procedimientos trilaterales la autoridad administrativa estará facultada a verificar por todos los medios disponibles la verdad de los hechos que le son propuestos por las partes, sin que ello signifique una sustitución del deber probatorio que corresponde a estas. Sin embargo, la autoridad administrativa estará obligada a ejercer dicha facultad cuando su pronunciamiento pudiera involucrar también al interés público.

de la Secretaría, no se requería de una autorización judicial para su acceso; a diferencia de los correos electrónicos contenidos en cuentas estrictamente personales de dichos empleados, correspondencia privada para la cual sí existiría la necesidad de tramitar dicha autorización; ello conforme a una lectura coherente entre la Constitución y el artículo 15.3 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.

141. Sobre el particular, para esta Comisión es importante tener presente lo establecido en el artículo 15.3 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>59</sup>, respecto de los alcances de las facultades de la Secretaría Técnica en la realización de visitas de inspección. En tal sentido, la Ley atribuye a dicho órgano, como autoridad de investigación e instrucción, la capacidad de realizar visitas de inspección en las cuales podrá exigir a los administrados la exhibición de todo tipo de documentos, los cuales podrán estar contenidos en registros físicos, magnéticos o electrónicos, así como tomar copia de estos, y solicitar información referida a la organización, los negocios, el accionariado y la estructura de propiedad de las empresas, entre otra que considerase pertinente.
142. Del texto normativo se desprende, asimismo, que la autorización judicial tiene un carácter subsidiario y es exigible frente a la negativa de los administrados de acceso a sus establecimientos (descerraje) o frente al copiado de comunicaciones privadas por parte de la Secretaría Técnica. En ese sentido, la discusión sobre el eventual carácter privado o no de determinada información contenida en cuentas de correo electrónico, según los términos de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, y por lo tanto la necesidad de la Secretaría Técnica de obtener una autorización judicial previa, únicamente podría plantearse, de ser ese el caso, en el contexto de una negativa por parte del administrado a que dicho órgano recabe copia de dicha información y es objeto de discusión en procedimientos sobre negativa injustificada al cumplimiento de los requerimientos de la autoridad<sup>60</sup>.

59

#### Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas

##### Artículo 15.- La Secretaría Técnica

15.3. Para el desarrollo de sus investigaciones, la Secretaría Técnica se encuentra facultada para:

(a) **Exigir a las personas naturales o jurídicas**, sociedades irregulares y patrimonios autónomos, **la exhibición de todo tipo de documentos, incluyendo** los libros contables y societarios, los comprobantes de pago, la **correspondencia interna o externa** y los registros magnéticos incluyendo, en este caso, los programas que fueran necesarios para su lectura; así como solicitar información referida a la organización, los negocios, el accionariado y la estructura de propiedad de las empresas.

(...)

(c) Realizar inspecciones, con o sin previa notificación, en los locales de las personas naturales o jurídicas, sociedades irregulares y patrimonios autónomos y examinar los libros, registros, documentación y bienes, pudiendo comprobar el desarrollo de procesos productivos y tomar la declaración de las personas que en ellos se encuentren. **En el acto de la inspección podrá tomarse copia de los archivos físicos, magnéticos o electrónicos, así como de cualquier documento que se estime pertinente** o tomar las fotografías o filmaciones que se estimen necesarias. Para ingresar podrá solicitarse el apoyo de la fuerza pública.

La Secretaría Técnica **deberá obtener autorización judicial** previa para proceder al descerraje **en caso hubiera negativa a la entrada en los locales o éstos estuvieran cerrados, así como para copiar correspondencia privada** que pudiera estar contenida en archivos físicos o electrónicos, conforme al proceso especial que a continuación se detalla: (...). [Énfasis agregado]

60

Precisamente, la Comisión se ha pronunciado sobre el particular en el marco de un procedimiento por presunta negativa injustificada a cumplir con un requerimiento de información formulado por la Secretaría Técnica. Al respecto, véase la Resolución 028-2013/CLC-INDECOPI.

143. Sin embargo, ello no ha sucedido en el presente caso, pues las empresas inspeccionadas accedieron oportunamente a brindar copia de las comunicaciones seleccionadas por la Secretaría Técnica en el ejercicio de las atribuciones conferidas por la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. En efecto, en las visitas de inspección realizadas como parte de la investigación preliminar tramitada bajo el Expediente 006-2009/CLC, luego de haber sido informadas acerca de la finalidad de la diligencia, consistente en obtener información relacionada con el mercado de comercialización de productos farmacéuticos, tanto Arcángel, como Fasa, Mifarma y las demás investigadas accedieron a proporcionar a la Secretaría Técnica copia de determinada información contenida en las cuentas electrónicas corporativas asignadas a sus funcionarios, dejándose constancia de ello en las actas respectivas.
144. En tal sentido, de haber existido alguna controversia sobre la manera en que la Secretaría Técnica ejerció sus facultades de realizar visitas de inspección y obtener copia de comunicaciones, esta no podría presentarse en esta instancia, pues en su oportunidad los administrados accedieron a entregar copia de dicha información al órgano instructor.
145. En atención a lo expuesto, a criterio de esta Comisión, no resulta pertinente pronunciarse sobre los cuestionamientos de las Investigadas respecto de la necesidad de la Secretaría Técnica de obtener autorización judicial para recabar copia de determinada información contenida en cuentas de correos electrónicos de los administrados que, ciertamente, ha resultado pertinente en la tramitación del presente procedimiento administrativo, en la medida que las visitas de inspección y las acciones realizadas por la Secretaría Técnica se llevaron a cabo con el consentimiento de las empresas Investigadas y en el marco de lo establecido en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.

#### **4.1.2. Sobre la supuesta necesidad de haber notificado a Nortfarma acerca de la realización de la investigación preliminar**

146. En su escrito de alegatos al Informe Técnico, Nortfarma reiteró su cuestionamiento al hecho de que la Secretaría Técnica no puso en su conocimiento las actuaciones realizadas durante la etapa de investigación preliminar. A juicio de la empresa, esta omisión ocasionó que no pudiera conocer el estado en el que se encontraba la investigación preliminar, a diferencia del resto de investigadas, quienes sí sabían de la existencia de una investigación preliminar en el mercado farmacéutico.
147. Sobre este cuestionamiento, esta Comisión coincide con los argumentos planteados por la Secretaría Técnica en su Informe Técnico.
148. Como señaló la Secretaría Técnica en dicho Informe, de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>61</sup>, la etapa previa a la emisión

---

<sup>61</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 20.- Actuaciones previas a la admisión a trámite por denuncia de parte. -**

Presentada la denuncia de parte y con anterioridad a la resolución de inicio del procedimiento de identificación y sanción de conductas anticompetitivas, la Secretaría Técnica podrá realizar actuaciones previas con el fin de reunir información o identificar indicios razonables de la existencia de conductas anticompetitivas. Estas

de la resolución de inicio de un procedimiento administrativo sancionador consta de distintas actuaciones que se llevan a cabo con el fin de reunir información o identificar indicios razonables de la existencia de conductas anticompetitivas y que puedan ser útiles para determinar el inicio de dicho procedimiento o el cierre de dicha etapa de investigación.

149. De la misma forma, el artículo 235 de la Ley del Procedimiento Administrativo General<sup>62</sup> prevé la posibilidad de que, con anterioridad a la instrucción formal del procedimiento, se puedan desarrollar actuaciones previas de investigación, averiguación e inspección a fin de determinar con carácter preliminar si concurren circunstancias que justifiquen su inicio. De esta manera, una vez decidida la iniciación del procedimiento sancionador la autoridad instructora del procedimiento realiza la correspondiente notificación de cargos al posible sancionado.
150. Sobre el particular, al comentar el artículo 235 de la Ley del Procedimiento Administrativo General y haciendo referencia a aquellas actuaciones realizadas con anterioridad al inicio formal del procedimiento, Morón señala que «*estas actuaciones de instrucción estarán orientadas a actuar la evidencia necesaria a efectos de precisar con mayor exactitud los hechos susceptibles de motivar el procedimiento, la identificación de los presuntos involucrados, las circunstancias relevantes del caso, y la evidencia que será necesario actuar dentro del procedimiento sancionador en sí*»<sup>63</sup>. Así también, indica que «*como su propia naturaleza lo hace evidente, estas actuaciones previas no forman parte del procedimiento administrativo sancionador (...)*»<sup>64</sup>.
151. Como puede verse de las citas realizadas, la finalidad de las actuaciones realizadas durante una investigación preliminar consiste en recabar pruebas que permitan iniciar un procedimiento administrativo sancionador. En el caso específico de la investigación de conductas anticompetitivas, si la información recabada durante esta etapa ofrece a la Secretaría Técnica certeza de que existen indicios de una conducta anticompetitiva, entonces corresponderá iniciar dicho procedimiento. Como consecuencia, la resolución que inicia el procedimiento será puesta en conocimiento de las partes imputadas junto con la información recabada en la investigación preliminar, para que estas puedan conocer qué circunstancias

---

actuaciones previas se desarrollarán en un plazo no mayor de cuarenta y cinco (45) días hábiles, contados desde la presentación de la denuncia.

<sup>62</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General**  
**Artículo 235.- Procedimiento sancionador**

Las entidades en el ejercicio de su potestad sancionadora se ceñirán a las siguientes disposiciones:

2. Con anterioridad a la iniciación formal del procedimiento se podrán realizar actuaciones previas de investigación, averiguación e inspección con el objeto de determinar con carácter preliminar si concurren circunstancias que justifiquen su iniciación.

3. Decidida la iniciación del procedimiento sancionador, la autoridad instructora del procedimiento formula la respectiva notificación de cargo al posible sancionado, la que debe contener los datos a que se refiere el numeral 3 del artículo precedente para que presente sus descargos por escrito en un plazo que no podrá ser inferior a cinco días hábiles contados a partir de la fecha de notificación. (...)

<sup>63</sup> MORÓN URBINA, Juan Carlos. *Comentarios a la Ley del Procedimiento Administrativo General*, 9na. Edición, Gaceta Jurídica, Lima, 2011, página 746.

<sup>64</sup> Ídem.

llevaron a la autoridad a iniciar el procedimiento y poder ejercer adecuadamente su derecho de defensa.

152. De los actuados en el presente expediente, puede comprobarse que la Secretaría Técnica obró de esta manera con Nortfarma y con el resto de las empresas investigadas. Efectivamente, aun cuando es cierto que Nortfarma no fue notificada de las actuaciones realizadas por la Secretaría Técnica durante la tramitación de la investigación bajo Expediente Preliminar 006-2009/CLC, ello no le generó perjuicio alguno, ya que todas estas actuaciones le fueron luego notificadas al momento de la emisión de la Resolución de Inicio<sup>65</sup>. Con ello, pudo tomar conocimiento de las actividades realizadas durante esta etapa y preparar su estrategia de defensa, como lo ha venido haciendo a lo largo del procedimiento.
153. Es más, las afirmaciones de Nortfarma no encuentran sustento jurídico en el derecho de defensa alegado. El Tribunal Constitucional, en relación a este derecho ha señalado lo siguiente:

*«Con respecto del derecho de defensa este Tribunal en reiterada jurisprudencia ha precisado que este derecho tiene una doble dimensión: **una material, referida al derecho del imputado de ejercer su propia defensa desde el mismo instante en que toma conocimiento de que se le atribuye la comisión de determinado hecho delictivo**; y otra formal, que supone el derecho a una defensa técnica, esto es, al asesoramiento y patrocinio de un abogado defensor de su elección desde que la persona es citada o detenida por la autoridad y durante todo el tiempo que dure la investigación preliminar o el proceso mismo»<sup>66</sup>.*

[Énfasis agregado]

154. Así, de acuerdo al supremo interprete de la Constitución, la dimensión material del derecho de defensa supone el ejercicio del mencionado derecho desde que el imputado toma conocimiento de que se le atribuye un hecho delictivo. En términos propios del derecho administrativo, el derecho de defensa tutela al imputado de manera que pueda ejercer sus derechos desde que se le atribuye la comisión de una determinada infracción. Ello resulta lógico debido a que el derecho de defensa supone una reacción frente a la acción de un tercero, siendo que en sede administrativa puede ser la autoridad que acciona sus facultades frente al administrado.
155. En el ámbito de los procedimientos sobre conductas anticompetitivas, los administrados recién toman conocimiento de las infracciones que se le atribuyen, así como los hechos que sustentan la imputación, con la Resolución de Inicio. En términos prácticos, antes de la presentación formal de cargos, es imposible indicar cuál es la conducta que se atribuye a un administrado a título de infracción y respecto de la cual pueda ejercer su derecho de defensa, por la simple razón de que no existe imputación alguna. Por ello, antes de la Resolución de Inicio,

---

<sup>65</sup> Estas actuaciones fueron incorporadas al presente expediente mediante Constancias 008-2010/CLC-INDECOPI, del 13 de diciembre de 2010 (fojas 114 a 523 del expediente), y 011-2012/CLC-INDECOPI, del 17 de agosto de 2012 (fojas 1157 a 1605 del expediente).

<sup>66</sup> Sentencia de 22 de junio de 2011 recaída en el Expediente 02098-2010-PA/TC.

jurídicamente no existe una imputación formal de cargos que la Secretaría Técnica deba comunicar a los administrados.

156. Asimismo, el hecho de que otros administrados hayan conocido la existencia de una investigación preliminar, debido a la realización de visitas de inspección en sus instalaciones en 2009, en nada afectó el derecho de defensa de Nortfarma, que ampliamente ha ejercido su derecho de defensa desde la notificación de la Resolución de Inicio y a lo largo de la tramitación del presente procedimiento administrativo sancionador.
157. En consecuencia, el derecho de defensa de Nortfarma no ha sido vulnerado debido que al momento de la investigación preliminar no existía una imputación de infracción alguna en su contra que debiera habersele comunicado. Por tanto, a criterio de esta Comisión, no resultan atendibles los argumentos esgrimidos por Nortfarma sobre este punto.

#### **4.2. Respecto de las nulidades alegadas por las Investigadas que se encuentran vinculadas con la Resolución de Inicio y el Informe Técnico**

##### **4.2.1. Sobre la supuesta indefensión provocada por la falta de precisión en la imputación de cargos en la Resolución de Inicio**

158. Fasa consideró que la imputación de cargos no era lo suficientemente exacta como para saber qué conducta había sido imputada y, según afirmó en sus escritos, tuvo que asumir que se trataba de una imputación por fijación concertada de precios. Por su parte, Nortfarma indicó que la Secretaría Técnica se limitó a subsumir de manera genérica la conducta investigada dentro de lo señalado en el artículo 11.1 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, sin especificar qué tipo de conducta, de las listadas en ese artículo, correspondía a la imputación. Ambas empresas finalmente concluyeron afirmando que esta ambigüedad había afectado su derecho de defensa.
159. Al contrario de lo que Fasa y Nortfarma alegan, una revisión de la parte resolutive de la Resolución de Inicio permite corroborar que la Secretaría Técnica cumplió con subsumir de manera adecuada los hechos materia de investigación a los hechos contenidos en el tipo infractor, de acuerdo con lo dispuesto en los literales a) y b) del artículo 21 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>67</sup>, es decir, identificando el tipo infractor, los hechos asociados a este y los agentes involucrados.
160. En efecto, en el primer párrafo de la parte resolutive de la Resolución de Inicio se señaló expresamente que el presente procedimiento se inició *«por prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de los precios de*

<sup>67</sup>

**Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 21.- Resolución de inicio del procedimiento.-**

21.2. La resolución de imputación de cargos o de inicio del procedimiento deberá contener:

a) La identificación de agente o agentes económicos a los que se imputa la presunta infracción;  
b) Una sucinta exposición de los hechos que motivan la instauración del procedimiento, la calificación jurídica de la posible infracción y, en su caso, las sanciones que pudieran corresponder; (...).

*venta al público, a nivel nacional, de los productos farmacéuticos y afines que se listan en el Anexo 4 de la presente Resolución»<sup>68</sup>.*

161. Adicionalmente, se instó a las empresas imputadas a presentar los respectivos descargos a fin de que puedan ejercer su derecho de defensa y se pronuncien sobre la existencia de la presunta conducta infractora.
162. Por ello, esta Comisión no comparte el argumento esgrimido por Fasa y Nortfarma, ya que la Secretaría Técnica especificó que la conducta imputada era una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación de precios. Por consiguiente, estos argumentos no resultan atendibles.

#### **4.2.2. Sobre la supuesta falta de tipificación de la «teoría hub and spoke» y la supuesta modificación de la imputación de cargos mediante el Informe Técnico**

163. De acuerdo con los alegatos presentados por Arcángel al Informe Técnico, la calificación de la conducta investigada como una fijación de precios en la modalidad *hub and spoke* no resulta válida, debido a que dicha modalidad no se encontraba tipificada en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas al momento de iniciado el procedimiento administrativo sancionador contra las Investigadas.
164. Según lo sostenido por Arcángel, dicha tipificación fue recién introducida a la legislación nacional con la aprobación del Decreto Legislativo 1205, al incorporar dentro del ámbito subjetivo de la Ley a las personas naturales o jurídicas que actúen como planificadores, intermediarios o facilitadores de una infracción sujeta a la prohibición absoluta. Por ello, Arcángel afirma que no incorporar a los intermediarios de la conducta investigada supondría una vulneración al derecho de defensa de los laboratorios, así como la ruptura del nexo causal de la infracción en la medida que esta se sustenta en las coordinaciones con tales intermediarios. Como resultado de estos razonamientos, Arcángel infiere que la Resolución de Inicio debe ser declarada nula por encontrarse viciada de manera insubsanable y, en consecuencia, el procedimiento debe darse por concluido.
165. Adicionalmente, tanto Arcángel como Eckerd, Fasa y Mifarma han esbozado un conjunto de argumentos dirigidos a sostener que, bajo un modelo *hub-and-spoke*, no podría acreditarse una conducta infractora en el presente procedimiento, tales como la inexistencia de un envío de información bidireccional, la falta de confianza en el laboratorio, la ausencia de un contacto directo entre las cadenas, entre otros.
166. Esta Comisión considera que el razonamiento de Arcángel carece de fundamento, pues no diferencia entre las conductas que constituyen infracciones de acuerdo con la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas (conductas típicas) y las personas, naturales o jurídicas, pasibles de ser sancionadas por tales infracciones (ámbito subjetivo).

---

<sup>68</sup> Ver página 59 de la Resolución de Inicio, a fojas 1664 del expediente.

167. La Ley tipifica como infracciones a las distintas modalidades de abuso de posición de dominio, prácticas colusorias verticales y prácticas colusorias horizontales. En particular, el artículo 11 enumera una variedad de supuestos prohibidos que, a modo de ejemplo, constituyen modalidades de conductas «que tienen por objeto o efecto restringir la competencia a nivel horizontal» y en ningún modo define el mecanismo utilizado por los presuntos responsables para materializar tales infracciones.
168. Por este motivo, un caso sobre fijación de precios, es reprochable porque la conducta de los agentes económicos involucrados tiene por objeto lograr una restricción coordinada en sus políticas de precios, para lo cual pueden utilizar mecanismos o fórmulas de la más diversa índole, y cuya definición precisa necesariamente escaparía a cualquier intento de tipificación. Así, sería inadmisibles pretender que la Ley estableciera que la fijación de precios es sancionable únicamente cuando se persigue este objetivo mediante reuniones presenciales en lugares públicos, por el intercambio de correos electrónicos o a través de reuniones en el marco de una asociación, cuando es presumible que, en la práctica, es imposible determinar las muchas formas que los agentes económicos pueden utilizar, de manera aislada o de manera conjunta, para alcanzar este objetivo restrictivo.
169. Por otro lado, la capacidad de la autoridad para acreditar la responsabilidad individual por las infracciones investigadas va a depender, necesariamente, de la competencia que tenga para perseguir y sancionar a determinados agentes económicos, lo cual también es independiente del mecanismo utilizado por los infractores.
170. Por ello, que el Decreto Legislativo 1034 no haya incluido entre los agentes que se encuentran dentro de su ámbito de aplicación a los facilitadores de una práctica colusoria horizontal sujeta a la prohibición absoluta (los cuales fueron incorporados en el ámbito subjetivo de la Ley por el Decreto Legislativo 1205), no significa que la presencia de un facilitador exonere a los participantes de un cártel de su responsabilidad por dicha infracción –lo cual resultaría ciertamente insostenible–, sino precisamente que dicho facilitador (por ser tal) no podría ser responsable bajo la Ley<sup>69</sup>.
171. Como puede observarse, para que un agente sea responsable por una infracción a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas debe: (i) encontrarse dentro del ámbito subjetivo de la norma y (ii) haber realizado una conducta tipificada. En ese sentido, la determinación de la conducta infractora (por ejemplo, la fijación concertada de precios) es independiente del mecanismo utilizado por los agentes investigados para materializarla (por ejemplo, la intermediación de un agente en otro nivel de la cadena), así como de la participación de otros agentes que se encuentren fuera del ámbito de la Ley aplicable.

---

<sup>69</sup> De hecho, en una decisión reciente, la Comisión decidió no sancionar a una persona natural que había asesorado a un conjunto de empresas (centros privados de hemodiálisis) en la planificación y ejecución de una práctica colusoria horizontal para fijar precios, debido a que se encontraba fuera del ámbito subjetivo de la Ley aplicable al momento de realizarse la conducta infractora (el Decreto Legislativo 1034). Al respecto, véase la Resolución 019-2016/CLC-INDECOPI del 10 de febrero de 2016.

172. En ese sentido, la Resolución de Inicio expresamente consideró la participación de los laboratorios en la planificación y ejecución de la conducta investigada<sup>70</sup>; sin embargo, ello no desnaturaliza el tipo de conducta que se imputa a las Investigadas: la fijación concertada de precios. Si bien el análisis de la Secretaría Técnica utilizó criterios bajo una teoría de *hub and spoke* con la finalidad de graficar de mejor manera el conjunto de elementos de juicio encontrados en las comunicaciones analizadas; a criterio de esta Comisión, este objetivo pudo ser alcanzado sin la necesidad de hacer referencia a dicha teoría.
173. Por ello, el análisis que realizará esta Comisión sobre los correos electrónicos se dirige, en esencia, a verificar la existencia de coordinaciones que puedan acreditar o descartar la comisión de una conducta infractora en los términos en que fue imputada, es decir, una práctica colusoria horizontal en la cual las empresas imputadas contaron con la colaboración de un grupo de laboratorios.
174. Por otro lado, de acuerdo con Arcángel, Mifarma, BTL, Fasa y Norfarma, la utilización de la teoría *hub and spoke* supone una modificación en el Informe Técnico con respecto a la imputación original de la Resolución de Inicio.
175. Al respecto, una revisión de la Resolución permite observar que la imputación de cargos señaló como conducta investigada a una presunta práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios. Al confrontar la imputación sostenida en dicha resolución con lo señalado en el Informe Técnico, se evidencia que dicha imputación se ha mantenido en todo momento durante la tramitación del procedimiento administrativo sancionador.
176. A manera de ejemplo, resulta pertinente citar lo sostenido por la Secretaría Técnica en el objeto del Informe Técnico, donde se precisa que este tuvo por finalidad «*determinar si Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma incurrieron en la comisión de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público, en el mercado de productos farmacéuticos y afines, a nivel nacional*». De manera similar, al momento de señalar sus conclusiones en el numeral 648 del Informe Técnico, la Secretaría Técnica sostuvo que las investigadas eran responsables de haber incurrido en una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios.

---

<sup>70</sup> En efecto, en la sección de conclusiones de la Resolución de Inicio (considerandos 200 a 202) se indica lo siguiente:

«Los correos electrónicos que obran en el expediente contienen indicios razonables de la realización de actividades de coordinación por parte de Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma, **con el apoyo de los proveedores**, presuntamente destinadas a coordinar la fijación concertada de los precios de determinados productos farmacéuticos y afines.

*En particular, en estas comunicaciones se puede apreciar indicios razonables de que las cadenas habrían coordinado incrementos de precios, señalando el monto y la fecha en que se realizarían estos incrementos. Por su parte, los proveedores habrían apoyado a las cadenas para que los incrementos de precios presuntamente coordinados se hicieran efectivos en el mercado utilizando como referencia los «precios sugeridos al público». Y, en algunas ocasiones, las cadenas habrían establecido incluso la forma en que debían aplicarse los incrementos de precios presuntamente acordados.*

*Los correos electrónicos que obran en el expediente contienen indicios razonables de la **realización de actividades de supervisión** por parte de Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma, **con el apoyo de los proveedores**, presuntamente destinadas a supervisar la fijación concertada de los precios de determinados productos farmacéuticos y afines». [Énfasis agregado]*

177. Por tanto, a criterio de esta Comisión, corresponde desestimar los argumentos formulados por las Investigadas respecto a la tipificación de la teoría *hub and spoke* y a la modificación de la imputación de la Resolución de Inicio.

#### **4.2.3. Sobre el supuesto vicio en el inicio del procedimiento administrativo sancionador por la exclusión de los laboratorios como terceros legitimados**

178. En relación con los cuestionamientos a la teoría *hub and spoke*, Arcángel señaló en su escrito de descargos al Informe Técnico y en su escrito final que no incluir a los supuestos colaboradores dentro del presente procedimiento administrativo sancionador resulta incoherente con la aplicación de dicha teoría. En tal sentido, si la Secretaría Técnica sustenta que existe un caso de este tipo, lo correcto sería incluir también a los agentes económicos que habrían participado como facilitadores, en la medida en que la imputación se sustenta en las coordinaciones con tales intermediarios. Como resultado de estos razonamientos, Arcángel alegó que la Resolución de Inicio debe ser declarada nula por encontrarse viciada de manera insubsanable y, en consecuencia, el procedimiento debe darse por concluido.

179. Al respecto, resulta pertinente reiterar lo mencionado previamente por esta Comisión. Si bien la Secretaría Técnica utilizó la teoría *hub and spoke* como un medio para explicar la dinámica de las coordinaciones entre las cadenas a través de los laboratorios, dicha finalidad pudo ser alcanzada sin necesidad de recurrir a dicha teoría. La explicación de las comunicaciones analizadas puede ser realizada mediante la verificación de la existencia de coordinaciones que puedan acreditar o descartar la comisión de una conducta infractora en los términos en que fue imputada y de acuerdo a la legislación vigente al momento en el que las conductas investigadas ocurrieron.

180. Ahora bien, esta Comisión no comparte las afirmaciones de Arcángel, debido a que yerra al pretender sustentar que en el procedimiento se requiere la participación de los laboratorios para convalidar cualquier conclusión a la que se podría arribar respecto de la responsabilidad de las investigadas por su participación en una práctica colusoria horizontal.

181. La determinación de responsabilidad de un agente económico por su participación en una práctica colusoria horizontal es independiente de si dicha conducta fue realizada con la ayuda de una persona natural o jurídica que actuó como planificador, intermediario o facilitador, ya que, como se ha mencionado, la infracción consiste en la restricción a la competencia causada por el accionar concertado de los competidores. Por lo tanto, si dicha restricción pudo conseguirse con la ayuda de otros agentes es una cuestión accesoria a la determinación de responsabilidad de aquellos agentes económicos involucrados en la restricción a la competencia.

182. Por ello, si bien la versión de la Ley aprobada mediante el Decreto Legislativo 1034 no incluyó entre los agentes que se encuentran dentro de su ámbito de aplicación a los sujetos que sirvieron de apoyo para llevar a cabo una práctica

colusoria horizontal sujeta a la prohibición absoluta, dicha situación no exonera de responsabilidad a los participantes de un cártel que podrían haberse visto beneficiados por su propia conducta, con independencia del accionar de dichos sujetos facilitadores. Lo único que podría implicar es que el agente económico que colaboró con la conducta imputada no podría ser responsable bajo la Ley, vigente al momento de la ejecución de la infracción.

183. En el presente procedimiento, aun cuando la Resolución de Inicio expresamente consideró la participación de los laboratorios en la planificación y ejecución de la conducta investigada<sup>71</sup> y estos podrían ser considerados como facilitadores bajo la lógica del Decreto Legislativo 1205, ello no sería posible ya que implicaría la aplicación retroactiva de dicha norma, situación prohibida por la Constitución. Sin perjuicio de ello, en ningún caso se desnaturaliza el tipo de conducta que se imputa a las Investigadas: la fijación concertada de precios.
184. Por tanto, que los laboratorios no hayan sido incluidos como imputados en el presente procedimiento administrativo sancionador es consecuencia de una aplicación precisa y coherente de la Ley. Sin embargo, sí procede continuar con el procedimiento administrativo sancionador en contra de las Investigadas pues ellas sí eran sujetos pasibles de sanción al momento de la comisión de la infracción.
185. Por los motivos expuestos, esta Comisión considera que los argumentos vertidos por Arcángel respecto a la no incorporación de los laboratorios como un vicio del procedimiento administrativo carecen de sustento y, por lo tanto, corresponde desestimarlos.

#### 4.2.4. Sobre la supuesta indefensión provocada por la ambigüedad en la imputación de cargos (prohibición absoluta o relativa, características del acuerdo, periodo investigado)

186. En sus escritos presentados durante el procedimiento administrativo sancionador, BTL, Eckerd, Mifarma y Nortfarma alegaron que la imputación de cargos había sido formulada de manera incompleta debido a que la Secretaría Técnica no especificó si la conducta investigada debía ser analizada como una prohibición

---

<sup>71</sup> En efecto, en la sección de conclusiones de la Resolución de Inicio (considerandos 200 a 202) se indica lo siguiente:

*«Los correos electrónicos que obran en el expediente contienen indicios razonables de la realización de actividades de coordinación por parte de Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma, **con el apoyo de los proveedores**, presuntamente destinadas a coordinar la fijación concertada de los precios de determinados productos farmacéuticos y afines.*

*En particular, en estas comunicaciones se puede apreciar indicios razonables de que las cadenas habrían coordinado incrementos de precios, señalando el monto y la fecha en que se realizarían estos incrementos. **Por su parte, los proveedores habrían apoyado a las cadenas para que los incrementos de precios presuntamente coordinados se hicieran efectivos en el mercado utilizando como referencia los «precios sugeridos al público».** Y, en algunas ocasiones, las cadenas habrían establecido incluso la forma en que debían aplicarse los incrementos de precios presuntamente acordados.*

*Los correos electrónicos que obran en el expediente contienen indicios razonables de la **realización de actividades de supervisión** por parte de Arcángel, ByS, BTL, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma, **con el apoyo de los proveedores**, presuntamente destinadas a supervisar la fijación concertada de los precios de determinados productos farmacéuticos y afines». [Énfasis agregado]*

absoluta o una prohibición relativa. Dicha situación, a juicio de las Investigadas, tuvo como consecuencia la afectación a su derecho de defensa.

187. De manera complementaria, BTL y Nortfarma expresaron que la imputación omitió precisar si la imputación consistió en un gran acuerdo o varios acuerdos, así como el período investigado y la manera exacta en que cada empresa habría participado de la conducta imputada.
188. Al respecto, esta Comisión reconoce la importancia del derecho de defensa en todo ámbito del derecho y sus implicancias en el desarrollo de un procedimiento administrativo sancionador relacionado a infracciones a la libre competencia. El respeto al derecho de defensa es una garantía que no solo permite a los agentes económicos investigados defenderse adecuadamente de las imputaciones que se hayan formulado contra ellos, sino que también brinda legitimidad a las decisiones de la Administración Pública.
189. En ese sentido, con la finalidad de que los agentes investigados puedan elaborar una defensa adecuada, esta Comisión considera que, en una imputación de cargos, es necesario que la Secretaría Técnica especifique a los agentes económicos imputados todos aquellos detalles relacionados con la conducta investigada, encontrándose entre estos aspectos la especificación de la prohibición bajo la cual la conducta será analizada.
190. Este requisito adquiere especial relevancia si se advierte que el nivel probatorio necesario para verificar la existencia de una conducta difiere respecto de si ella se analiza como una prohibición absoluta o como una relativa. Efectivamente, mientras que en el primer caso es suficiente que se pruebe la existencia de la conducta para calificarla como una infracción, en el segundo caso se requiere probar, además, que la conducta tuvo efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores<sup>72</sup>.
191. En el presente caso, al contrastar la Resolución de Inicio y el Informe Técnico, esta Comisión ha podido constatar que la Secretaría Técnica omitió precisar en la imputación de cargos si la conducta investigada (fijación concertada de precios) iba a ser analizada como una prohibición absoluta o una prohibición relativa. No obstante, a criterio de esta Comisión, las Investigadas no han acreditado la afectación al derecho de defensa que dicha omisión habría ocasionado.
192. Al respecto, la violación al derecho de defensa de un acusado se materializa de manera concreta y real cuando este ha sido privado de las garantías necesarias que permiten afirmar que el derecho de defensa ha sido constitucionalmente

<sup>72</sup>

**Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 8.- Prohibición absoluta. -**

En los casos de prohibición absoluta, para verificar la existencia de la infracción administrativa, es suficiente que la autoridad de competencia pruebe la existencia de la conducta.

**Artículo 9.- Prohibición relativa. -**

En los casos de prohibición relativa, para verificar la existencia de la infracción administrativa, la autoridad de competencia deberá probar la existencia de la conducta y que ésta tiene, o podría tener, efectos negativos para la competencia y el bienestar de los consumidores.

respetado<sup>73</sup>. Ello ha sido sostenido por el Tribunal Constitucional, cuando al desarrollar el derecho de defensa señaló:

*«De igual manera este Tribunal en constante jurisprudencia ha precisado que el derecho a no quedar en estado de indefensión se conculca cuando a los titulares de los derechos e intereses legítimos se les impide ejercer los medios legales suficientes para su defensa; pero **no cualquier imposibilidad de ejercer estos medios produce un estado de indefensión** que atenta contra el contenido constitucionalmente protegido del derecho, sino que es constitucionalmente relevante cuando se genera una indebida y arbitraria actuación del órgano que investiga o juzga al individuo. **Este hecho se produce cuando al justiciable se le impide, de modo injustificado argumentar a favor de sus derechos e intereses legítimos**»<sup>74</sup>.*

[Énfasis agregado]

193. Entonces, de acuerdo con esta línea jurisprudencial del Tribunal Constitucional, el acusado se encontrará en un estado de completa indefensión cuando, por ejemplo, no se le permita pronunciarse acerca de las conductas ilícitas que se le han imputado o cuando no esté en la capacidad de hacerlo porque no conoce con certeza qué es lo que se le atribuye.
194. A criterio de esta Comisión, en el presente procedimiento administrativo sancionador era meridianamente claro que la imputación señalada en la Resolución de Inicio se encontraba sujeta a una regla de prohibición absoluta, en atención a que la Secretaría Técnica describió los indicios que permitiría acreditar la existencia de una conducta colusoria horizontal, sin avocarse a ponderar los posibles efectos negativos de dicha conducta, análisis típico de casos sujetos a una regla de prohibición relativa, lo cual es conocido por la defensa técnica de las Investigadas.

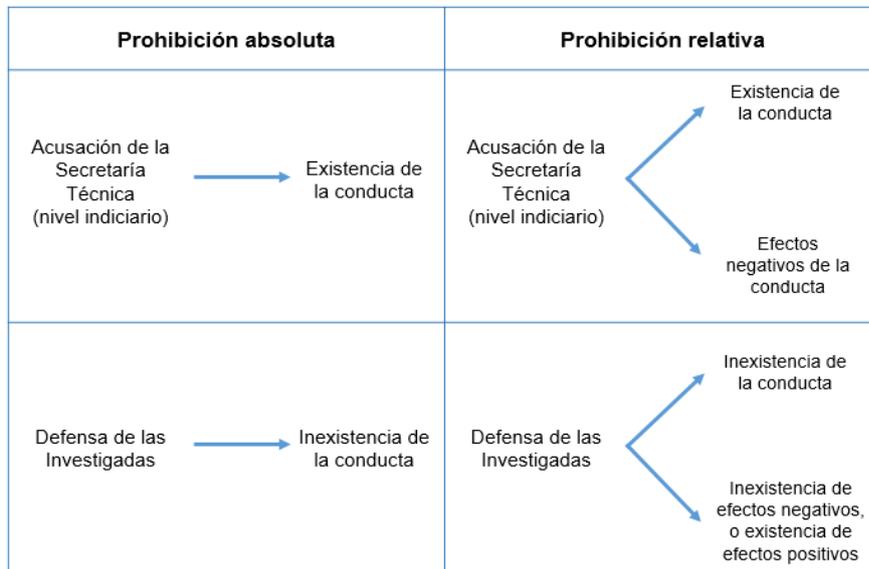
[Ver el gráfico en la siguiente página]

---

<sup>73</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional del 17 de octubre del 2005, recaída en el expediente 6712-2005-HC/TC.

<sup>74</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional del 16 de enero de 2013, recaída en el expediente 01147-2012-PA/TC.

**Gráfico 1**  
**Elementos necesarios para la imputación y estándar de prueba para una prohibición absoluta y una prohibición relativa**



Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

195. Como se puede apreciar a partir del gráfico anterior, la falta de una mención expresa sobre la regla de juzgamiento no pudo generar indefensión, debido a que las Investigadas, en ambos supuestos, tenían que defenderse sobre la existencia de la conducta, sustrato mínimo de toda defensa frente a una acusación de una práctica colusoria horizontal de concertación de precios, independientemente de que esté sujeta a una regla de prohibición absoluta o prohibición relativa.
196. En todo caso, el mayor despliegue de esfuerzos que las Investigadas tuvieron que realizar a efectos de defenderse de la imputación señalada en la Resolución de Inicio, no pudo derivar en una afectación a su derecho de defensa debido a que sí presentaron argumentos con la finalidad de contradecir la hipótesis de colusión de la Secretaría Técnica, es decir, sí pudieron incorporar al presente procedimiento administrativo sancionador descargos y alegatos para sustentar la inexistencia de una conducta colusoria horizontal.
197. En ese sentido, la omisión de la Secretaría Técnica no impidió que las Investigadas pudieran ofrecer pruebas que pudieran desvirtuar la posibilidad de que la conducta sea una prohibición absoluta o una prohibición relativa. Por ejemplo, todas las Investigadas han ofrecido su propia interpretación de los medios probatorios y de la relación entre laboratorios y farmacias, con la finalidad de demostrar que nunca habría existido un acuerdo colusorio entre las cadenas.
198. En línea con lo anterior, en la audiencia de informe oral, esta Comisión preguntó acerca de la afectación al derecho de defensa que la imputación ambigua habría generado en las Investigadas. En relación con ello, Mifarma señaló en su respuesta que sí se defendieron respecto de la imputación formulada por la Secretaría Técnica, como se puede apreciar a continuación:

Minutos 24:18 – 26:55

«**Comisión:** Tengo una duda para los abogados que han sustentado un tema de nulidad en el procedimiento, por cuanto en la Resolución de Inicio no se les habría precisado si es que la conducta imputada tendría que haber sido evaluada bajo la prohibición absoluta o la prohibición relativa. **Mi pregunta concreta es: ¿Si esto le ha afectado el derecho a la defensa? ¿Podrían explicarme de qué manera los afectó?**, teniendo en consideración...Explíquenme primero, ¿De qué manera les afectó el derecho a la defensa que no se les haya precisado si es que la conducta iba a ser revisada bajo la prohibición absoluta o bajo la prohibición relativa?»

**Mifarma:** En el caso de Mifarma e intuyo que, en el resto, el saber de qué se les acusa es una forma, digamos, es la premisa sobre la cual uno plantea su defensa, el hecho de no saber si es relativa o absoluta supone, por cierto, una modificación en el ámbito de la defensa. En el caso de una evaluación o una imputación de naturaleza relativa implicaba también hacer un análisis de mercado y sobre el impacto que tenía esta supuesta colusión. Y, además no solamente en el tema relativo o absoluto, realmente no sabíamos de qué se nos estaba imputando, también por una serie de deficiencias de pruebas, como comenté en mi presentación no se nos hizo llegar las pruebas, hubo necesidad de acudir al tribunal...

**Comisión:** No sí, disculpe que la interrumpa, **mi duda era simplemente con respecto a ese punto, o sea, se le está acusando, yo he visto en la Resolución de Inicio, de prácticas colusorias.**

**Mifarma:** Claro, la defensa varía si es per se o si es relativo, entonces con una imputación relativa teníamos muchos más argumentos de defensa que plantear. Por cierto, al momento dado nosotros nos pusimos en todas las hipótesis posibles, pero supone pues también, tiempo limitado y recursos limitados, entonces si creo que era super necesario saber de qué se nos estaba imputando, no podíamos ponernos en todos los escenarios posibles para tratar de proteger nuestros derechos.

**Comisión:** ¿Y de qué se defendieron entonces?

**Mifarma:** De todo, de todo porque ante la incertidumbre, respecto de la imputación, más allá de alegar la nulidad, por cierto, la alegamos desde el primer escrito, **teníamos que defendernos de todo».**

[Énfasis agregado]

199. En consecuencia, no puede concluirse que existió una afectación real y concreta del derecho de defensa de las empresas investigadas al no haberse señalado el tipo de prohibición bajo la cual la práctica investigada sería analizada. Las Investigadas tuvieron la oportunidad de ejercer de manera efectiva su derecho de defensa respecto a la imputación de fijación de precios bajo una prohibición absoluta, conforme se puede apreciar de los escritos presentados durante el procedimiento administrativo sancionador, los cuales formulan argumentos y defensas en contra de la existencia de la conducta investigada.
200. Por otro lado, las Investigadas alegaron la omisión de la Secretaría Técnica en especificar el periodo en el que la conducta imputada se habría producido. Al respecto, esta Comisión considera que el periodo investigado fue adecuadamente señalado en los Gráficos 1 al 20 de la Resolución de Inicio y en los Gráficos 21 al

82 de su Anexo 3, en los cuales la Secretaría Técnica indicó de manera indiciaria cuáles serían los períodos en los cuales los precios de los productos investigados habrían sido concertados.

201. Finalmente, en relación al resto de cuestionamiento que, a juicio de las Investigadas, no fueron precisados en la Resolución de Inicio, esta Comisión coincide con la Secretaría Técnica en que aceptar ello implicaría indicar que el acto administrativo que inicia un procedimiento sancionador debería tener el mismo grado de certidumbre y precisión que el acto administrativo en el cual se determina la responsabilidad de los agentes económicos involucrados en él.
202. Tal supuesto resulta imposible de cumplirse en la etapa de inicio del procedimiento, pues es durante su desarrollo que los hechos presentados en la Resolución de Inicio deberán ser confirmados o descartados a través de los descargos que las partes puedan remitir y mediante la actividad probatoria que se pueda desarrollar en el período de prueba. Además, aceptar tal argumento tornaría dicha etapa en una fase irrelevante del procedimiento, pues de manera *ex ante* la autoridad de competencia ya habría decidido acerca de la culpabilidad o inocencia de los agentes económicos que investiga.
203. Respecto al auto de apertura de instrucción del proceso penal, de similar característica a la Resolución de Inicio, cabe recordar que el Tribunal Constitucional ha sido claro al indicar que en dicho acto no se exige el mismo grado de rigurosidad que el requerido en una sentencia, ya que:

*«(...) la finalidad del auto apertorio es dar inicio al proceso penal, por lo que no puede exigirse en dicha instancia el mismo grado de exhaustividad en la descripción de los hechos que sí es exigible en una sentencia, que es el momento en el que recién se determina la responsabilidad penal del imputado, luego de haber realizado una intensa investigación y de haber actuado las pruebas presentadas por las partes».*

[Énfasis agregado]

204. En el mismo orden de ideas, el artículo 21.1 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>75</sup> dispone, como parámetro mínimo para el inicio de un procedimiento administrativo sancionador, que la autoridad cuente tan solo con indicios razonables de la existencia de una infracción a dicha norma, y no con hechos probados y fehacientes acerca de esa posible infracción.
205. Por tanto, en atención a los argumentos expuestos, esta Comisión considera que los argumentos relacionados a una omisión de la Secretaría Técnica en señalar el periodo investigado, así como la información respecto a si la conducta consistió en un solo acuerdo o en varios acuerdos deben ser desestimados.

<sup>75</sup>

**Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 21.- Resolución de inicio del procedimiento.-**

21.1. La Secretaría Técnica se pronunciará sobre la admisión a trámite de una denuncia de parte luego de verificar el cumplimiento de los requisitos formales exigidos en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - TUPA del INDECOPI, la competencia de la Comisión y la existencia de indicios razonables de infracción a la presente Ley.

#### 4.2.5. Sobre la falta de indicios razonables en la Resolución de Inicio sobre el alcance nacional de la conducta investigada

206. En sus escritos de descargos al Informe Técnico, las Investigadas señalaron que el procedimiento administrativo sancionador debería declararse nulo debido a que la Secretaría Técnica formuló su imputación de cargos sustentándola únicamente con información de precios de Lima. Según indican, el no introducir información equivalente de precios en otras provincias no permitía que existieran indicios razonables suficientes para imputar una conducta a nivel nacional.
207. Al respecto, esta Comisión ha corroborado, al analizar la información de precios utilizada en la Resolución de Inicio, que los cuadros contenidos en la Sección 3.3.3 «Indicios razonables de la ejecución del acuerdo» fueron elaborados con información correspondiente únicamente a los precios de Lima. Sin embargo, contrariamente a lo señalado por las Investigadas, ello no significa que la Resolución de Inicio no contaba con indicios razonables suficientes para imputar una infracción por fijación concertada de precios a nivel nacional.
208. En efecto, los elementos de juicio utilizados por la Secretaría Técnica para la elaboración de la Resolución están conformados, básicamente, por los correos electrónicos obtenidos por ella en el marco de las visitas de inspección desarrolladas en 2009. Asimismo, como se ha observado, la Secretaría Técnica utilizó la información de precios con que contaba –que era de Lima– únicamente para mostrar que existían indicios de ejecución del acuerdo imputado. A modo de ejemplo, las siguientes comunicaciones –que forman parte de la imputación de cargos– claramente revelan indicios de una conducta desarrollada a nivel nacional:

*De: Casiano, Julio [Arcángel]  
Enviado el: Martes, 26 de Agosto de 2008 09:48 a.m.  
Para: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
Asunto: RE: PRECIOS DE SALIDA*

*Magaly,  
El precio en Inkafarma es S/. 30.50...ese es el precio que **vamos a marcar a Nivel Nacional**.  
Saludos,  
Julio Casiano<sup>76</sup>*

---

*De: Cabrera, Diana [CONPE] [mailto:DCabrera@its.jnj.com] [Johnson & Johnson]  
Enviado el: Miércoles, 03 de Septiembre de 2008 11:54 a.m.  
Para: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
CC: Aquije, Carlos [Arcángel]  
Asunto: DOLOFLAM*

*Magaly:  
Buenos días! El ejecutivo de la zona me ha avisado ahora que fue a comprar a Arcangel de **Trujillo** y **Chiclayo** y en ambos la pastilla está a 60 céntimos. Por favor, **el cambio era a nivel nacional**, se ha logrado que todo tengas el precio*

---

<sup>76</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 09:48 a.m.

correcto para que puedan tener in margen interesante como antes y no quisiéramos que todo el esfuerzo puesto en este trabajo se vea mermado porque tenemos otros **precios en provincias**. Por favor, dime cuándo se estaría arreglando el tema en provincias por favor.

Espero tu respuesta! Muchas gracias!  
(...)

Diana Cabrera Gálvez

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Viernes, 05 de Septiembre de 2008 04:30 p.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RV: Precios de IKF

Carlos, confirmado hoy por la tarde entre las 5 a 6 PM los precios de **IKF** estarán OK (los que aún faltaban), **se terminó de revisar con todas las cadenas para evitar haya excusas.**

**Mañana puedes pedir verifiquen a nivel nacional**

Saludos cordiales,  
Francisco<sup>77</sup>

---

**De:** Linares, Mariella [<mailto:Mariella.Linares@grunenthal.com>] [Grünenthal]  
**Enviado el:** viernes, 30 de enero de 2009 11:05 a.m.  
**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**CC:** Hurtado, Magaly del Pilar; Castillo, Francisco; Sandoval, Edgar; Arellano, Alf  
**Asunto:** Precio público Zaldiar  
**Datos adjuntos:** ByS 3soles ZALDIAR.pdf (347 KB); btlzaldiar3soles.pdf (233 KB); fasazaldiar3soles.pdf (504 KB); nortfarma Zaldiar 3 soles.JPG (131 KB)

Estimado Julio

Espero que este Mail lo veas en cuanto te tengamos de regreso de unas merecidas vacaciones, te recibimos con excelentes noticias.

**ZALDIAR está a nivel nacional 3 soles precio público unitario.**

Gracias al apoyo y seguimiento de la Dra. Magaly, El Sr. Castillo y Edgard, ya estamos con rentabilidad en nuestro producto rentable. Por favor si ves alguna variación avísame enseguida ya que este es un logro que deseamos mantener.

**Te adjunto boletas**  
**BTL – FASA – NORTAFARMA – ByS**

Saludos  
Mariella Linares  
Grunenthal Peruana S.A.<sup>78</sup>

[Énfasis agregado]

---

<sup>77</sup> Correo 26. Comunicación del 5 de setiembre de 2008, 04:30 p.m.

<sup>78</sup> Correo 38. Comunicación de 30 de enero de 2009, 11:05 a.m.

209. Además de estos ejemplos, también los Correos 20, 21, 22, 24, 28, 30, 37, 41, 44 y 50, que forman parte del Anexo 2 de la Resolución de Inicio<sup>79</sup>, hacen referencia expresa a que la práctica investigada se habría llevado a cabo también en otras ciudades del Perú (por ejemplo, se mencionan las ciudades de Arequipa, Chiclayo, Huancayo, Tumbes y Trujillo, entre otros).
210. El contenido de dichas comunicaciones, así como la inclusión de una empresa que únicamente opera en provincias distintas a Lima (Nortfarma) en base a comunicaciones que fueron parte de la imputación de cargos no dejaba margen de duda sobre la razonabilidad del inicio del procedimiento administrativo por una conducta que tendría alcance nacional.
211. Considerando el contenido de los elementos de juicio introducidos en la imputación de cargos de la Secretaría Técnica, no es posible encontrar asidero en los argumentos planteados por las Investigadas sobre la necesidad de contar con la información de precios en provincias distintas a Lima. Cabe recordar que la infracción imputada consiste en una práctica colusoria horizontal (acuerdo o práctica concertada) con el objeto de fijar precios. El tipo infractor consiste en «acordar» realizar una actuación coordinada, siendo la ejecución un elemento importante pero no inherente al tipo infractor.

Sin perjuicio de lo señalado, la inclusión de una evaluación preliminar sobre la evolución de los precios en Lima, lejos de debilitar la imputación de cargos la ha reforzado, pues tratándose de una infracción a nivel nacional, su materialización en una provincia tan importante para las Investigadas como Lima (60% de locales en promedio)<sup>80</sup> es un elemento que coadyuvó significativamente a dar razonabilidad a la Resolución de Inicio.

212. Por lo tanto, esta Comisión no considera atendible el argumento de las Investigadas respecto a que la Secretaría Técnica no poseía indicios razonables para iniciar un procedimiento por una infracción a nivel nacional pues, por el contrario, los elementos de juicio introducidos en la Resolución de Inicio claramente permiten observar indicios del alcance de tal infracción (en Lima y otras provincias) y, por lo tanto, acreditan la razonabilidad de los cargos imputados.

#### **4.3. Respetto de las nulidades alegadas por las Investigadas que se encuentran vinculadas con la tramitación del procedimiento**

##### **4.3.1. Sobre la supuesta indefensión provocada por las versiones no confidenciales de las entrevistas realizadas a los laboratorios**

213. En su escrito de descargos al Informe Técnico, Fasa sostuvo que la confidencialidad de ciertos extractos de las entrevistas que la Secretaría Técnica realizó a trabajadores de algunos laboratorios vulnera su derecho de defensa en

---

<sup>79</sup> Dichas transcripciones también obran en el Anexo 2 de la presente Resolución.

<sup>80</sup> Conforme a la descripción del mercado investigado (Sección V), Lima es la provincia que agrupa el mayor número de establecimientos para cada una de las Investigadas (60%), con excepción de Nortfarma.

la medida de que no tiene certeza sobre lo efectivamente mencionado en dichas entrevistas. En consecuencia, según Fasa, esta situación acarrearía la nulidad del presente procedimiento administrativo sancionador.

214. Al respecto, mediante Resoluciones 031, 033 y 043-2013/CLC-INDECOPI<sup>81</sup>, algunos de los extractos de las entrevistas fueron declarados confidenciales en atención a las solicitudes de confidencialidad presentadas por los laboratorios entrevistados. Las mencionadas resoluciones permiten determinar de manera adecuada el contenido declarado confidencial por esta Comisión.
215. De acuerdo con lo señalado por Fasa, las versiones no confidenciales que obran en el Expediente no le han permitido conocer cuáles fueron los temas declarados confidenciales en dichas Resoluciones. Sin embargo, contrariamente a lo afirmado por Fasa, esta Comisión considera que los temas que no constan en las versiones no confidenciales le fueron indicadas en las mismas Resoluciones de confidencialidad.
216. Así, en el numeral 11 de la Resolución 031-2013/CLC-INDECOPI se puede apreciar que la información declarada como confidencial en la entrevista con trabajadores de Grünenthal Peruana S.A. estaba relacionada con: la identidad de los principales clientes de la empresa, la descripción de las funciones que realizan algunos de sus funcionarios, la percepción que posee acerca de los productos que pueden competir con los suyos y las políticas comerciales que puede implementar para enfrentar dicha competencia, el contenido de los contratos que mantiene con sus clientes, su política de descuentos y a su sistema de comercialización.
217. Por otro lado, en el numeral 11 de la Resolución 033-2013/CLC-INDECOPI se detalló que la información considerada confidencial en la entrevista a trabajadores de Abbott estaba relacionada con: la descripción de las funciones que realizan algunos de los funcionarios, su sistema de comercialización, política de descuentos, política de precios, percepción que posee acerca de los productos que pueden competir con los suyos, percepción acerca de las acciones que sus competidores pueden realizar y las políticas comerciales que puede implementar para enfrentarlas, participación porcentual de la venta de determinados productos respecto del total de sus ventas y participación porcentual de un cliente respecto del total de sus ingresos.
218. De la misma forma, en el numeral 11 de la Resolución 043-2014/CLC-INDECOPI, se señaló que los extractos declarados confidenciales de la entrevista con la señorita Mariella Linares estaban relacionados con: la descripción de las funciones que realizaba en Grünenthal, la identidad de los principales clientes de dicha empresa, la participación porcentual de la venta de determinados productos respecto del total de las ventas de Grünenthal, la percepción que la señorita Mariella Linares, en su calidad de ex trabajadora de Grünenthal, poseía acerca de los productos que podían competir con los productos de dicha empresa, la política de descuentos de Grünenthal y la descripción de ciertas condiciones comerciales específicas que Grünenthal mantenía con sus clientes.

---

<sup>81</sup> Entrevistas sostenidas con trabajadores de Grünenthal Peruana S.A., Abbott Laboratorios S.A. y con la señorita Mariella Linares Noriega del Valle, ex trabajadora de Grünenthal Peruana S.A.

219. Cabe añadir que, en cada una de las Resoluciones, se precisó (en notas a pie de página) los numerales de las transcripciones de las entrevistas en donde se encontraba la información considerada como confidencial.
220. Finalmente, es necesario resaltar que esta Comisión ha verificado que la información declarada como confidencial mediante Resoluciones 031, 033 y 043-2013/CLC-INDECOPI no se encuentra relacionada con las imputaciones efectuadas mediante la Resolución de Inicio. Por el contrario, como ha sido señalado, esta información se refiere exclusivamente a detalles de la actividad comercial de las empresas entrevistadas (como su estructura interna y sus políticas comerciales). En otras palabras, se trata de información que tan solo ha permitido a la Secretaría Técnica conocer el contexto en el que se desarrolla el mercado de productos farmacéuticos y afines; y, lo más importante, tampoco se ha verificado que esta información haya sido utilizada en el Informe Técnico.
221. Debido a ello, esta Comisión no comparte el criterio de Fasa respecto a que se habría conculcado su derecho de defensa al no haber podido conocer el detalle de la información declarada confidencial.

#### **4.3.2. Sobre la supuesta prescripción de la infracción imputada**

222. En su escrito de descargos al Informe Técnico y en su escrito final, Nortfarma alegó la prescripción de la conducta imputada debido a que esta ocurrió entre los años 2008 y 2009, es decir, más de cinco (05) años atrás.
223. En relación con este argumento, esta Comisión considera que el supuesto necesario para que la prescripción haya alcanzado el periodo necesario de cinco (5) años aún no se ha verificado. Si bien, conforme ha señalado Nortfarma, desde ocurridos los hechos han transcurrido más de cinco (05) años, el Decreto Legislativo prevé la interrupción de dicho plazo. Al respecto, el artículo 42 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas establece lo siguiente:

**Artículo 42.- Plazo de prescripción de la infracción administrativa. -**  
*Las infracciones a la presente Ley prescribirán a los cinco (5) años de realizado el último acto de ejecución de la conducta infractora. **La prescripción se interrumpe por cualquier acto de la Secretaría Técnica relacionado con la investigación de la infracción que sea puesto en conocimiento del presunto responsable.** El cómputo del plazo se volverá a iniciar si el procedimiento permaneciera paralizado durante más de noventa (90) días hábiles por causa no imputable al investigado.*

[Énfasis agregado]

224. En efecto, de la información contenida en el expediente se puede verificar que la Secretaría Técnica ha realizado diversos actos (requerimientos, notificaciones, entrevistas, comunicaciones de diversa índole, reuniones con las partes, entre otras) que han interrumpido dicho periodo de prescripción. Adicionalmente, cabe resaltar que estos actos fueron puestos en conocimiento de las Investigadas<sup>82</sup>, de

---

<sup>82</sup> Es posible revisar en el Expediente 008-2010/CLC los diversos documentos que acreditan las actuaciones realizadas por la Secretaría Técnica en el procedimiento administrativo.

manera que el procedimiento administrativo sancionador estuvo en constante desarrollo a través de dichos actos. En consecuencia, las constantes actuaciones en el presente procedimiento permiten corroborar que el supuesto de hecho para la prescripción de la infracción -el plazo- no se ha cumplido.

225. Por tanto, las alegaciones de Nortfarma respecto a la prescripción de la conducta investigada en el procedimiento administrativo sancionador deben ser desestimadas.

#### 4.3.3. Sobre la afectación al debido proceso y la seguridad jurídica como consecuencia de la extensión del procedimiento administrativo sancionador

226. En su escrito de alegatos al Informe Técnico, Fasa señaló que la extensión del presente procedimiento administrativo sancionador habría afectado su derecho al debido proceso, por lo que esta Comisión debería declarar nulo el procedimiento. Asimismo, mediante escritos del 15 de mayo y 8 de agosto de 2014, Mifarma solicitó a esta Comisión ponerle fin al procedimiento debido a que el transcurso del tiempo habría atentado contra su derecho de defensa.

227. A partir de la revisión de los plazos establecidos en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, esta Comisión ha podido constatar que efectivamente ha transcurrido un tiempo mayor a los plazos establecidos en dicha norma. Sin embargo, al contrario de lo solicitado por Fasa y Mifarma, debe tenerse presente que no existe razón alguna para derivar la conclusión inmediata o automática de un procedimiento debido al transcurso de un tiempo mayor o que cuyos plazos no han sido cumplidos. Así, el Tribunal Constitucional ha señalado que, sin lugar a dudas, la reparación que debe proveer el juez que advierte una posible violación al derecho a ser juzgado en un plazo razonable, no es la absolución o la conclusión definitiva de un proceso o procedimiento, sino la emisión del pronunciamiento correspondiente en el plazo más breve posible. Sobre el particular, el Tribunal Constitucional ha señalado lo siguiente:

*«Al respecto, este Tribunal Constitucional considera pertinente definir la línea jurisprudencial fijada, y, por tanto, precisar que **la eventual constatación por parte de la judicatura constitucional de la violación del derecho a ser juzgado dentro de un plazo razonable no puede ni debe significar el archivo definitivo o la conclusión del proceso judicial de que se trate (civil, penal, laboral, etc.)**, sino que, bien entendidas las cosas, lo que corresponde es la reparación in natura por parte de los órganos jurisdiccionales, la misma que consiste en emitir el pronunciamiento definitivo sobre el fondo del asunto en el plazo más breve posible»<sup>83</sup>.*

[Énfasis agregado]

228. De acuerdo al Tribunal Constitucional, la constatación del exceso en el plazo para emitir una sentencia no puede derivar omisión de la autoridad en determinar la existencia de responsabilidad. En ese mismo sentido, la validez de un procedimiento administrativo en el que se ha excedido del plazo legal, pero en el

---

<sup>83</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional del 14 de mayo de 2015, recaída en el Expediente N° 00295-2012-PHC/TC.

que se han respetado los derechos fundamentales de las partes, ha sido confirmada por el Tribunal Constitucional. Efectivamente, al analizar la razonabilidad del plazo transcurrido en un procedimiento administrativo disciplinario –el cual, en el fondo, es un procedimiento sancionador de similar naturaleza al presente– el Tribunal Constitucional estableció lo siguiente:

**«De esta manera, el hecho que los plazos máximos de un proceso hayan sido incumplidos no tiene como consecuencia directa que las resoluciones finales sean declaradas inválidas o sin efectos legales»<sup>84</sup>.**

[Énfasis agragado]

229. Asimismo, para determinar en un caso concreto si se ha vulnerado el derecho de defensa entendido como el derecho a ser juzgado en un plazo razonable, el Tribunal Constitucional ha establecido que se deben evaluar los siguientes criterios: (i) la complejidad del asunto, (ii) la actividad o conducta procesal del interesado, (iii) la conducta de las autoridades.
230. Al respecto, esta Comisión no es ajena a la complejidad del presente caso, en el cual el volumen de la información requerida, así como las discusiones acerca de las solicitudes de confidencialidad tuvieron como consecuencia que el procedimiento no pueda llevarse a cabo en los plazos consignados en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
231. Como se puede apreciar en los Antecedentes de la presente Resolución, el procedimiento se vio prolongado debido al ejercicio del derecho de las Investigadas de exigir la confidencialidad de su información, así como el derecho de apelar las resoluciones emitidas por esta Comisión. En ese sentido, durante la tramitación del procedimiento se realizaron una gran cantidad de actuaciones – especialmente, aquellas relacionadas con la confidencialidad de la información relacionada con los precios de venta en Lima, no sujetas al control de la Secretaría Técnica o de la Comisión- que de una manera u otra han impedido que se cumpla con los plazos establecidos en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
232. En tal sentido, esta Comisión coincide con la Secretaría Técnica cuando sostiene que la dilación en la conclusión del presente procedimiento no se ha debido a actuaciones arbitrarias o irrazonables por parte de la autoridad. Por lo demás, desde la emisión de la Resolución de Inicio las empresas investigadas han tenido la oportunidad -y, efectivamente, han hecho uso de ella- de ejercer su derecho de contradicción respecto de la hipótesis esgrimida por la Secretaría Técnica. Prueba de ello son los escritos de descargos, los informes económicos y los escritos complementarios que las partes han remitido con la finalidad de sustentar sus posiciones.
233. Por tanto, si los plazos previstos en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas para la tramitación del presente procedimiento fueron excedidos, ello se ha debido a la complejidad del caso y al ejercicio del derecho de

<sup>84</sup>

Sentencia del Tribunal Constitucional del 25 de enero de 2005, recaída en el Expediente N° 3778-2004-AA/TC.

contradicción de las distintas resoluciones sobre confidencialidad que fueron emitidas a lo largo del procedimiento. Por ello, la reparación que el ordenamiento jurídico prevé no es la conclusión del procedimiento sancionador en curso o su nulidad, sino la resolución del procedimiento a la brevedad posible. En ese sentido, corresponde desestimar los argumentos de nulidad y conclusión del procedimiento alegados por Fasa sobre este punto.

#### **4.3.4. Sobre la supuesta insuficiencia en el plazo otorgado por la Secretaría Técnica para analizar la información de facturas y boletas de venta de los productos investigados a nivel nacional**

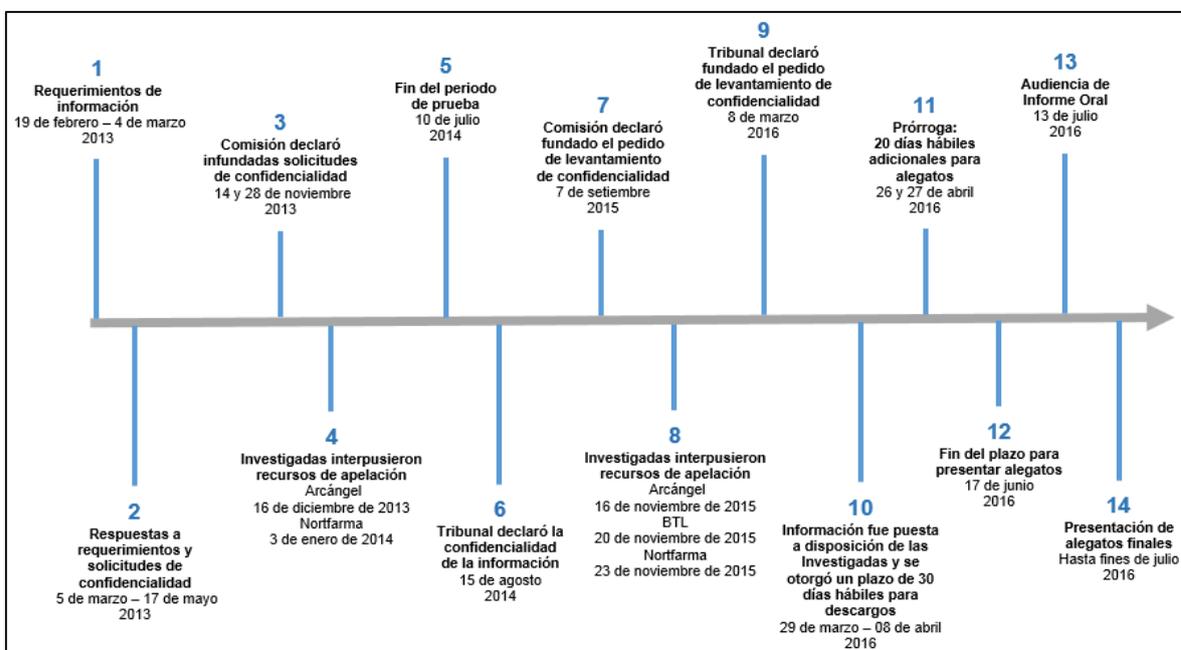
234. De acuerdo con lo señalado por las Investigadas, el plazo otorgado por la Secretaría Técnica para ofrecer sus alegatos habría resultado insuficiente para un adecuado ejercicio de su derecho de defensa, en particular, porque no habrían tenido acceso oportuno al íntegro de información de las facturas y boletas de venta de provincias (distintas a Lima) que fueron utilizadas en el Informe Técnico.
235. Al respecto, a partir de una revisión de los antecedentes descritos en la Sección 1.2. de la presente Resolución, esta Comisión ha constatado que las Investigadas contaron con un tiempo más que suficiente para ejercer su derecho de defensa a lo largo de todo el procedimiento administrativo, así como respecto de las conclusiones sostenidas por la Secretaría Técnica en su Informe Técnico a partir de la información contenida en las referidas facturas y boletas de venta.
236. Concretamente, las Investigadas fueron notificadas con el Informe Técnico, en su integridad, mediante Notificaciones 298 a 304-2015/ST-CLC-INDECOPI, entre el 30 de octubre y el 2 de noviembre de 2015. A partir de entonces, hasta el momento en que las Investigadas presentaron sus alegatos al Informe Técnico transcurrieron aproximadamente ocho (8) meses.
237. Asimismo, respecto del listado de las facturas y boletas de venta de los productos farmacéuticos y afines investigados a nivel nacional con excepción del departamento de Lima<sup>85</sup>, esta Comisión ha observado que dicha información fue solicitada por la Secretaría Técnica entre el 19 de febrero y el 4 de marzo de 2013 y que las Investigadas cumplieron con absolver dicho requerimiento de información entre el 5 de marzo y el 17 de mayo de 2013. No obstante, algunas de las empresas investigadas –Arcángel, Fasa, Mifarma y Nortfarma– presentaron solicitudes de confidencialidad sobre la información presentada, con lo cual no podría haberse incorporado inmediatamente dicha información al Expediente.
238. El siguiente gráfico contiene una línea de tiempo en la cual se puede apreciar, claramente, que la disponibilidad de la información sobre ventas a nivel nacional se encontraba restringida únicamente por las solicitudes de confidencialidad que presentaron las empresas Investigadas y que solo podría haberse trasladado una vez que dicha confidencialidad fuese denegada o revocada:

[Ver gráfico en la siguiente página]

---

<sup>85</sup> Comprendidas entre el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de diciembre de 2009.

**Gráfico 2**  
**Línea de tiempo de información relacionada a facturas y boletas de venta de los productos investigados y afines a nivel nacional (excepto Lima)**



Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

239. Como se puede observar, el acceso a la información de las Investigadas sobre ventas en provincias se vio retrasado, esencialmente, por las solicitudes de confidencialidad presentadas por las Investigadas. Más aún, una vez que la Comisión decidió denegar o levantar la confidencialidad de dicha información, para que pueda ser trasladada a las partes a efectos que puedan ejercer su derecho de defensa, las Investigadas interpusieron recursos de apelación contra dichas resoluciones hasta en dos oportunidades<sup>86</sup>. Ello generó que la Secretaría Técnica deba esperar al pronunciamiento de la segunda instancia, que confirmó el levantamiento de la confidencialidad de dicha información y ordenó su traslado hacia marzo del 2016.

240. Una vez que el Tribunal ordenó el traslado de la información, la Secretaría Técnica cumplió con hacerlo en marzo de 2016, otorgando un plazo de treinta (30) días hábiles para que las Investigadas puedan procesar dicha información, en la medida que fue un insumo de las conclusiones a las cuales arribó en el Informe Técnico. Estos treinta (30) días hábiles, que suponen el doble del plazo contemplado en el artículo 33.3 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>87</sup>, incluso fueron ampliados por la Secretaría Técnica por veinte

<sup>86</sup> Arcángel y Nortfarma interpusieron recursos de apelación –en diciembre de 2013 y enero de 2014, respectivamente– contra las resoluciones de la Comisión que denegaron la confidencialidad de la información de facturas y boletas de venta a nivel nacional, con excepción de Lima (en noviembre de 2013). Asimismo, estas empresas apelaron –en noviembre de 2015– las resoluciones de la Comisión que levantaron la confidencialidad de dicha información (en setiembre de 2015).

<sup>87</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**  
**Artículo 33.- El Informe Técnico.-**

(20) días hábiles adicionales, expresamente considerando el interés de las partes, de tal manera que pudiesen procesar «el volumen de la información que requieren revisar para formular alegaciones en ejercicio de su derecho a la defensa»<sup>88</sup>.

241. A juicio de esta Comisión, el plazo de cincuenta (50) días hábiles (es decir, más de dos meses calendario) resultó suficiente para que las empresas Investigadas formulen las alegaciones que consideraron pertinentes. Más aún, conforme se observa en el gráfico anterior, las Investigadas continuaron presentado alegaciones hasta diez (10) días hábiles después de realizada la audiencia de informe oral (es decir, hasta fines de julio de 2016), con lo cual han tenido un plazo razonable para plantear sus observaciones y contradicciones a las conclusiones de la Secretaría Técnica, lo cual efectivamente han realizado en cada una de las etapas del presente procedimiento administrativo sancionador.
242. En tal sentido, esta Comisión concluye que las Investigadas contaron con un tiempo más que suficiente para formular sus alegaciones al Informe Técnico desde que tomaron conocimiento íntegro de su contenido (en octubre de 2015) hasta la presentación de sus alegatos. Asimismo, si bien el acceso a la información de facturas y boletas de venta a nivel nacional de los productos farmacéuticos y afines investigados se vio retrasado debido a la tramitación de las solicitudes de confidencialidad planteadas por las propias Investigadas, la Secretaría Técnica otorgó un plazo suficiente en el cual todas las Investigadas formularon sus alegaciones oportunamente, lo cual han realizado incluso hasta fines de julio de 2016<sup>89</sup>.
243. Por lo tanto, corresponde desestimar los argumentos planteados por las Investigadas acerca de la insuficiencia en los plazos con que contaron para presentar las alegaciones que estimaron pertinentes a lo largo del presente procedimiento y, en particular, en relación con la información de facturas y boletas de venta a nivel nacional de las demás Investigadas.

## V. MERCADO INVESTIGADO

### 5.1. Aspectos generales

244. Las boticas o farmacias son establecimientos en los que se dispensan productos farmacéuticos y afines. Los productos farmacéuticos son aquellos destinados al tratamiento y curación de una enfermedad, o a la conservación, mantenimiento, recuperación y rehabilitación de la salud.
245. Los productos farmacéuticos que requieren de receta médica para su venta al consumidor se denominan «éticos», mientras que aquellos que pueden ser

---

33.3. El Informe Técnico será notificado a las partes del procedimiento, quienes contarán con un plazo de quince (15) días hábiles para formular alegaciones y presentar escritos solicitando el uso de la palabra ante la Comisión.

<sup>88</sup> Cartas 237 a 243-2016/ST-CLC-INDECOPI, del 25 de abril de 2016.

<sup>89</sup> Incluso Eckerd presentó un escrito complementario el 9 de agosto de 2016.

adquiridos sin prescripción médica se denominan populares, de venta libre al público u OTC (por las siglas en inglés «Over The Counter»). Asimismo, los productos farmacéuticos se pueden clasificar en productos de marca y genéricos. La diferencia entre ambos radica en que los productos genéricos utilizan la Denominación Común Internacional (DCI) correspondiente al principio activo que contiene y no se identifican por una marca específica<sup>90</sup>.

246. Los productos afines se adquieren sin receta médica y complementan la oferta de productos de las boticas o farmacias. Dentro de los productos afines se encuentran los productos destinados al cuidado nutricional como los preparados para lactantes, preparados complementarios para niños y complementos alimentarios (en adelante, otros productos). Dichos productos tienen como objetivo complementar la ingesta de alimentos y se insertan en la matriz alimentaria normal de los consumidores, que pueden ser lactantes, niños o adultos.
247. Asimismo, las boticas y farmacias pueden comercializar productos galénicos, dietéticos y edulcorantes, y recursos terapéuticos naturales, entre otros. También pueden comercializar insumos, instrumental y equipo de uso médico-quirúrgico u odontológico, productos cosméticos y de higiene personal y productos sanitarios. Finalmente, pueden brindar servicios complementarios y comercializar otros productos no farmacéuticos, siempre que no se ponga en riesgo la seguridad y calidad de los productos farmacéuticos y afines que comercializan<sup>91</sup>.
248. La cadena de producción, distribución y comercialización a nivel mayorista de productos farmacéuticos y afines está conformada por agentes económicos, como: (i) los laboratorios de productos farmacéuticos, dedicados a la fabricación, envasado, fraccionamiento, acondicionado, reacondicionado, control de calidad, almacenamiento o exportación de productos farmacéuticos y leches<sup>92</sup>; y, (ii) las droguerías, dedicadas a la importación, exportación, comercialización, almacenamiento, control de calidad y/o distribución de productos farmacéuticos y afines<sup>93</sup>.
249. Los laboratorios son agentes económicos conformados por capitales nacionales o extranjeros, siendo en este segundo caso parte de conglomerados internacionales

---

<sup>90</sup> Ver definición de «medicamento genérico» en: Ministerio de Salud/DIGEMID/Organización Panamericana de la salud, *Manual para la enseñanza de Uso Racional de Medicamentos en la comunidad*, 2005, página 103. Disponible en: <[http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/101\\_al\\_105\\_07.pdf](http://www.digemid.minsa.gob.pe/UpLoad/UpLoaded/PDF/101_al_105_07.pdf)>.

<sup>91</sup> De acuerdo al artículo 14 del Decreto Supremo 021-2001-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, vigente durante el período en el que la práctica investigada se llevó a cabo (2008 - 2009), y al numeral 34 del artículo 2 del nuevo Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos (Decreto Supremo 014-2011-SA, del 27 de julio de 2011), que derogó al anterior.

<sup>92</sup> Según la definición contenida en el artículo 59 del Decreto Supremo 021-2001-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, vigente durante el período en el que la práctica investigada se llevó a cabo (2008 - 2009), y en la definición contenida en el numeral 44 del artículo 2 del nuevo Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos (Decreto Supremo 014-2011-SA, del 27 de julio de 2011), que derogó al anterior.

<sup>93</sup> Según la definición contenida en el artículo 49 del Decreto Supremo 021-2001-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, vigente durante el período en el que la práctica investigada se llevó a cabo (2008 - 2009), y en la definición contenida en el numeral 23 del artículo 2 del nuevo Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos (Decreto Supremo 014-2011-SA, del 27 de julio de 2011), que derogó al anterior.

de laboratorios que tienen sus matrices en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, principalmente.

250. Algunos laboratorios poseen plantas de fabricación instaladas en el Perú (laboratorios locales). Aquellos que no cuentan con plantas en el país encargan la fabricación de sus productos a los laboratorios locales o los importan desde su laboratorio matriz en el exterior o desde sus filiales en la región. Al año 2010, existían alrededor de 350 laboratorios en actividad con plantas de fabricación en el Perú.

**Cuadro 1**  
**Principales laboratorios locales y extranjeros ubicados en el Perú**

Poseen planta de fabricación		No poseen planta de fabricación	
Farmaindustria	Perú	Mead Johnson Nutrition	Estados Unidos
Medifarma	Perú	Abbor	Estados Unidos
Trifarma	Perú	Bayer	Alemania
Medco*	Perú	Abeefe Bristol Myers Squibb	Estados Unidos
Hersil	Perú	Glaxosmithkline	Reino Unido
Carrión	Perú	Merck Sharp Dohme	Estados Unidos
Cipa*	Perú	Pfizer	Estados Unidos
Corporación Infarmasa*	Perú	Tecnofarma	Mexico
Roemmers	Argentina	Bagó del Perú	Argentina
Grunenthal Peruana	Alemania	Merck Sharp Dohme	Estados Unidos
Cifarma	Perú	Sanofi Aventis	Francia - Alemania
Iqfarma	Perú	Roche	Suiza
Portugal	Perú	ABL Pharma	Chile
Markos	Perú	Boehringer Ing	Alemania
Alfa	Perú	Novartis Phama	Suiza
		Genfar	Colombia
		Astrazeneca	Reino Unido

Fuente: DIGEMID, páginas web de las empresas<sup>94</sup>

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

(\*) No operan en la actualidad. En el caso de Medco, cabe indicar que dicho laboratorio fue adquirido por el laboratorio israelí Teva.

251. Los laboratorios se encuentran agremiados en el Perú de acuerdo con su nacionalidad u origen; así, existen tres instituciones que los agrupan:

- Asociación de Industrias Farmacéuticas Nacionales (ADIFAN): que agrupa principalmente a laboratorios de capital peruano y opera desde 1982<sup>95</sup>.

<sup>94</sup> Información disponible a diciembre de 2010, de acuerdo con la Resolución de Inicio.

<sup>95</sup> Información de inicio de operaciones de ADIFAN disponible en SUNAT para el RUC 20137480981. A la fecha de elaboración del Informe Técnico, en la página web de ADIFAN (<<http://www.adifan.org.pe/>>) se señalaba como asociados a: Albis S.A., Instituto Quimioterapéutico S.A., Laboratorios AC Farma S.A., D. A. Carrión S.A.C., S. J. Roxfarma, Laboratorios Colliere S.A., Induquímica S.A., Medifarma S.A., Franca S.A., Teva Perú, entre otros.

- Asociación Nacional de Laboratorios Farmacéuticos (ALAFARPE): desde 1953, ejerce la representación de laboratorios de origen norteamericano y europeo que comercializan medicamentos de marca<sup>96</sup>.
- Asociación de Laboratorios Farmacéuticos Latinoamericanos (ALAFAL), creado en 2003, representa a los laboratorios extranjeros de capital latinoamericano<sup>97</sup>.

252. Los laboratorios pueden abastecer directamente a las farmacias o boticas e indirectamente a través de las distribuidoras mayoristas o droguerías<sup>98</sup>. Estas últimas<sup>99</sup> pueden tener la representación de los productos que comercializan (por ejemplo, Química Suiza o Albis) o pueden dedicarse a la importación paralela de medicamentos de marcas reconocidas en el mercado nacional, de otras marcas o de medicamentos genéricos.

253. De acuerdo al número y la importancia de los laboratorios que representan, los principales distribuidores mayoristas son Química Suiza S.A., Albis, Drokasa del Perú S.A. y Perufarma S.A. Dichas empresas cuentan con sucursales en Lima, Trujillo, Arequipa, Huancayo y otras ciudades del Perú, lo que les permite tener una cobertura de distribución farmacéutica a nivel nacional.

[Ver cuadro en la siguiente página]

<sup>96</sup> Información de inicio de operaciones de ALAFARPE disponible en SUNAT para el RUC 20154698621. A la fecha de elaboración del Informe Técnico, en la página web de ALAFARPE (<<http://alafarpe.org.pe/>>) se señalaba como asociados a Abbvie, Abbot, Astra Zeneca, Boehringer Ingelheim, Bristol Myers Squibb Perú, Eli Lilly, Bayer, Merck, Merck-Sharp & Dohme, Deutsche Farma, Novartis, Pfizer, Roche, Sanofi, entre otros.

<sup>97</sup> Información de inicio de operaciones de ALAFAL según información disponible en SUNAT para el RUC 20507475907. En el «*Estudio de Mercado de Productos Farmacéuticos y Naturales en Perú*» elaborado por PROCHILE en abril de 2011, se señala que sus principales asociados son Unimed del Perú, Sanderson, Tecnofarma, Silecia, Sabal, Biotoscana, Trebol. ABL Farma y Grupo Farma.

<sup>98</sup> **Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, aprobado mediante Decreto Supremo 021-2001-SA**  
**Artículo 49.-** Droguería es el establecimiento o sección de este, dedicado a la importación y/o comercialización al por mayor de cualquiera de los productos a que se refiere el Artículo 1° del presente Reglamento.

**Artículo 1.-** El funcionamiento de los establecimientos dedicados a la fabricación, importación, distribución, dispensación o expendio de productos farmacéuticos, galénicos dietético y edulcorantes, recursos terapéuticos naturales, insumos de uso médico-quirúrgico u odontológicos estériles, y productos sanitarios estériles, así como a la fabricación de productos cosméticos, se sujeta a las condiciones técnicas y sanitarias que establece el presente Reglamento. (...)

Norma vigente a la fecha de emisión de la Resolución de Inicio. Cabe precisar que esta norma fue derogada por el Decreto Supremo 014-2011-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, publicado el 27 de julio de 2011.

<sup>99</sup> Se suele considerar que las distribuidoras o «droguerías» tienen ventajas relacionadas al aprovechamiento de economías de escala y la especialización en el abastecimiento de los puntos de venta y establecimientos de salud en todo el país. Al respecto, ver numeral 40 del Informe 021-2006/GEE de la Gerencia de Estudios Económicos del Indecopi.

**Cuadro 2**  
**Principales distribuidores del sector farmacéutico**

<b>Distribuidor</b>	<b>Clientes Principales</b>
<b>Química Suiza</b>	Abbot, Allergan, Nycomed, Astrazeneca, Bayer Health Care, Bibraun, Boehringer Ingelheim, Botox, Cinfa, Galderma, Ferring, Grunenthal, Hospira, Innothera, Corporación Infamarsa, Leo, Merck, Novartis, OM Pharma, Organon, Pfizer, Quilab, Roche, Sankyo, Sanofi-Aventis, Schering, Solvai, Tecnofarma, Vifor Pharma, UCB Pharma, Abbot Nutrition, Mead Johnson Nutricionals, entre otros.
<b>Albis</b>	Líneas representadas en forma exclusiva: Grupo Ferrer, Faes, Cristalia, Astellas, Norgine, Valeant, Solco, Merz, Isispharma. Líneas en codistribución: ABL Pharma, AC Farma, Sanofi Aventis, Alcon, Bioderma, Bagó, Bayer, Elifarma, Farpasa, Farmagé.
<b>Drokasa</b>	Stiefel, Gillette, Armour, Farminindustria, Schein, Roemmers, Pharmalab, Pharmedinvesti, USV, Proensam Parmalat, Silueta Schwarzkopft, Henkel, Kimberly Clark, Beiersdorf, Global Brands, Biondi e Hijos y Perfumería Española.
<b>Perifarma</b>	Bristol-Myers Squibb Company, BD, Ultronic, Mead Johnson Nutricionals, entre otros.

Fuente: Páginas web de las empresas<sup>100</sup>

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

254. Las distribuidoras mayoristas también suelen brindar servicios de marketing y promoción de los productos de sus representados. Se encargan de diseñar estrategias de marketing orientadas a la generación de demanda, según la categoría de productos a la que se requiera dar soporte. También se encargan de la promoción de sus productos a través de un equipo de visitantes médicos y promotores encargados de proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias a los médicos, farmacéuticos y usuarios para que puedan hacer un uso adecuado de sus productos<sup>101</sup>.
255. En el año 2009 se importaron productos farmacéuticos por un valor de US\$ 470 millones<sup>102</sup>, de los cuales alrededor de US\$ 77 millones (16%) fueron importados por el Ministerio de Salud; y la diferencia, por distribuidores mayoristas y filiales de laboratorios del sector privado. Al año 2009, las seis principales importadoras mayoristas fueron<sup>103</sup>: Productos Roche (7%), Laboratorios Roemmers (7%), Química Suiza (6%), Merck Peruana (5%), Pfizer (5%) y Glaxosmithkline Perú (5%).

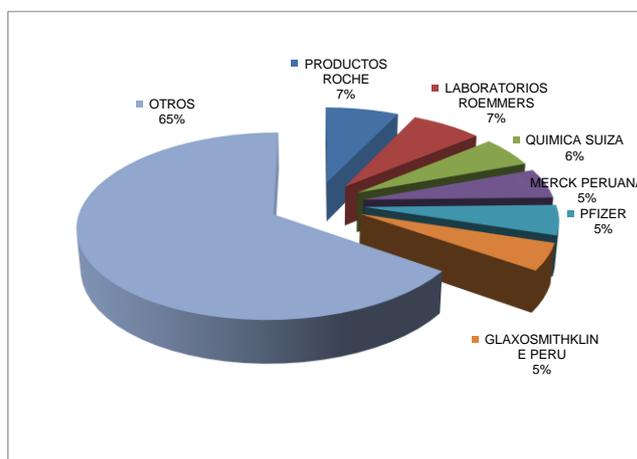
<sup>100</sup> Información disponible a diciembre de 2010, de acuerdo con la Resolución de Inicio.

<sup>101</sup> Adicionalmente, las distribuidoras suelen brindar servicios de investigación de precios con el objetivo de evaluar y comunicar a sus representados las acciones de la competencia.

<sup>102</sup> Considera las importaciones en valor CIF reportadas para el Capítulo 30 del arancel de aduanas del Perú para el 2009, correspondiente a «Productos Farmacéuticos». Disponible en: <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informae/anuario09.html>

<sup>103</sup> Información correspondiente a las importaciones de las 10 principales subpartidas arancelarias del capítulo 30 (Productos Farmacéuticos): que representaron el 81% del valor de las importaciones en 2009: 3002.10.39.00, 3002.20.90.00, 3002.30.90.00, 3004.10.10.00, 3004.20.19.00, 3004.39.19.00, 3004.50.10.00, 3004.90.24.00, 3004.90.29.00, 3006.60.00.00. Disponible en: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itestdesp/FrmConsultaSumin.jsp?tcon=E>

**Gráfico 3**  
**Principales importadores de productos farmacéuticos por parte del sector privado durante 2009**



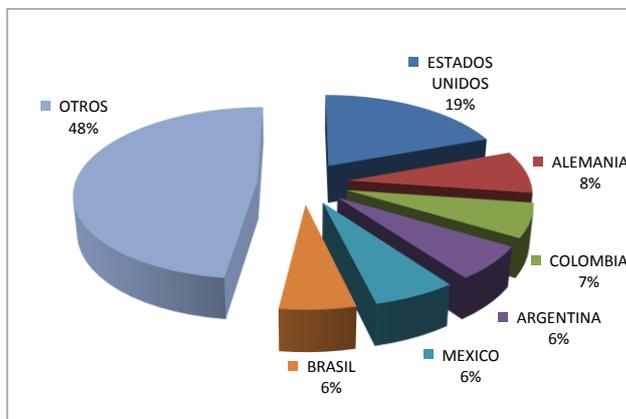
Fuente: SUNAT<sup>104</sup>  
 Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

256. En el año 2009, los principales países de origen de los productos farmacéuticos importados fueron: Estados Unidos (19%), Alemania (8%), Colombia (6%), Argentina (6%), México (6%), Brasil (6%), Francia (5%) y Suiza (5%), de un total de 63 países.

[Ver gráfico en la siguiente página]

<sup>104</sup> Información correspondiente a las importaciones de las 10 principales subpartidas arancelarias del capítulo 30 (Productos Farmacéuticos): que representaron el 81% del valor de las importaciones en 2009: 3002.10.39.00, 3002.20.90.00, 3002.30.90.00, 3004.10.10.00, 3004.20.19.00, 3004.39.19.00, 3004.50.10.00, 3004.90.24.00, 3004.90.29.00, 3006.60.00.00.  
 Disponible en: <<http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itestdesp/FrmConsultaSumin.jsp?tcon=E>>

**Gráfico 4**  
**Principales orígenes de importación de productos farmacéuticos 2009**



Fuente: SUNAT - Capítulo 30 del Arancel de Aduanas<sup>105</sup>.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

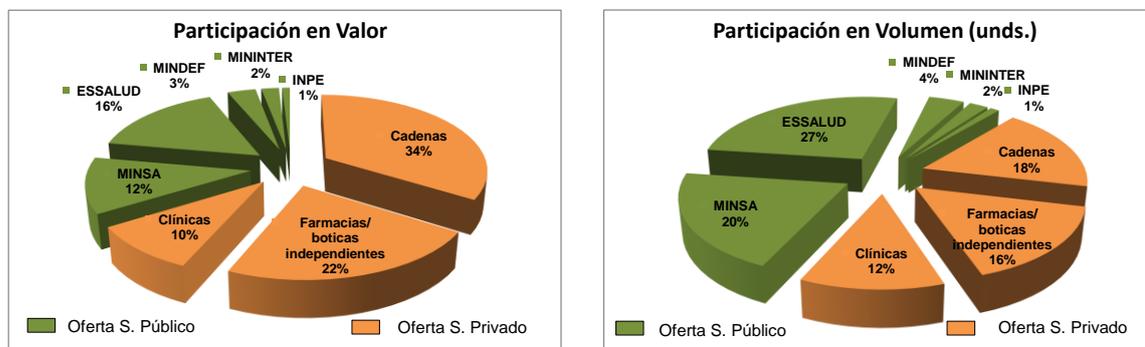
257. Los laboratorios y distribuidores mayoristas dirigen su oferta de medicamentos y otros productos al sector público y privado. El sector público considera a los establecimientos de salud del Ministerio de Salud (MINSA), el Seguro Social del Salud (EsSalud), entre otras entidades. En el sector privado se encuentran las boticas y farmacias, las clínicas privadas y las Empresas Prestadoras de Salud (EPS).
258. Las boticas y farmacias se pueden diferenciar en cadenas e independientes. Las cadenas son un conjunto de boticas y farmacias que pertenecen a una misma unidad empresarial, mientras que las independientes usualmente hacen referencia a que un solo establecimiento, sea botica o farmacia, es propiedad de una unidad empresarial.
259. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la venta de medicamentos de los laboratorios y distribuidores mayoristas al sector privado representó el 66% de las ventas mayoristas totales, mientras que las ventas al sector público representaron el 34% restante. En cuanto al número de unidades vendidas, la participación del sector privado correspondió a 46% y del sector público a 54%.

[Ver gráfico en la siguiente página]

<sup>105</sup>

Considera las importaciones en valor CIF reportadas para el Capítulo 30 del arancel de aduanas del Perú para el 2009, correspondiente a «Productos Farmacéuticos». Disponible en:  
<<http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informae/anuario09.html>>

**Gráfico 5**  
Participación en la oferta de medicamentos y afines, según sector privado o público



Fuente: DIGEMID<sup>106</sup>  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

## 5.2. Relación de las cadenas y boticas farmacéuticas con los laboratorios

260. Con la finalidad de mejorar sus márgenes de utilidad, las cadenas de farmacias y boticas han impulsado el desarrollo de marcas propias, diferenciando de esta manera los productos que ofrecen. Por ello, ha sido frecuente que mantengan relaciones verticales con laboratorios y distribuidoras a fin de poder ofrecer productos de marca propia que se vendan a menores precios que los productos de marcas tradicionales<sup>107</sup>. Al 2009, algunas cadenas importantes tenían relaciones de propiedad o gestión con laboratorios y distribuidoras.

**Gráfico 6**  
Vinculaciones entre laboratorios y cadenas al año 2009



Fuente: Páginas web de las empresas<sup>108</sup>  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

261. Como puede apreciarse, al año 2009 tres cadenas se encontraban vinculadas verticalmente con laboratorios farmacéuticos: BTL con Medco, Arcángel con Albis y Química Suiza con Mifarma. Cabe mencionar que estos laboratorios también abastecían a otras cadenas de farmacias, droguerías y farmacias independientes.

<sup>106</sup> DIGEMID, Fortalecimiento de la Farmacia Hospitalaria en Establecimientos del Sector Salud, presentación en Power Point del 27 de octubre de 2010, diapositivas 25 y 26. Disponible en: [http://www.digemid.minsa.gob.pe/Upload%5CUpLoaded%5CPDF/EURacMed/TrabSalud/ReuTec/RTN\\_Oct\\_2010/Ponencias\\_1-Situacion\\_Medicamentos.pdf](http://www.digemid.minsa.gob.pe/Upload%5CUpLoaded%5CPDF/EURacMed/TrabSalud/ReuTec/RTN_Oct_2010/Ponencias_1-Situacion_Medicamentos.pdf)

<sup>107</sup> Al respecto, ver Semana Económica, *Medicina que compete*. No. 1188, 13 de noviembre de 2009.

<sup>108</sup> Información del mercado vigente a diciembre de 2010. Al respecto, ver numeral 117 de la Resolución de Inicio.

262. En términos generales, puede afirmarse que los laboratorios que poseen una cadena vinculada tendrán la posibilidad de establecer un precio de venta al público (precio minorista), a través de dichas cadenas, de los productos que elaboran. No obstante, la capacidad del laboratorio de influir en los precios minoristas dependerá de la participación de mercado de su cadena vinculada, entre otras consideraciones.
263. En los últimos años se observa una tendencia hacia la concentración de empresas en el sector de cadenas de farmacias. Efectivamente, entre los años 2011 y 2016, se produjeron las siguientes adquisiciones:
- Eckerd (cuyos locales de farmacias operan en el mercado bajo el nombre de «Inkafarma») fue adquirida por el grupo Interbank en enero de 2011<sup>109</sup>.
  - BTL fue adquirida por el grupo Quicorp, propietario de Química Suiza, en febrero de 2011<sup>110</sup>.
  - Fasa, de propiedad de la empresa chilena Farmacias Ahumada (la cual, a su vez, pertenecía al grupo mexicano Casa Saba), fue adquirida en enero de 2012 por Quicorp.
  - Albis, propietario de Arcángel, fue adquirida por el grupo Quicorp, propietario de Química Suiza, en marzo de 2016<sup>111</sup>.

### 5.3. Comercialización minorista de productos farmacéuticos y otros productos

264. En la venta minorista de productos farmacéuticos y otros productos se desenvuelven las boticas y farmacias privadas; las entidades públicas como el MINSA o ESSALUD; y las clínicas privadas. Estas constituyen las fuentes de aprovisionamiento a las que podría acudir el consumidor para adquirir dichos productos.
265. De todas las fuentes de aprovisionamiento mencionadas, el consumidor peruano muestra una alta preferencia por farmacias o boticas privadas al momento de adquirir productos farmacéuticos. En efecto, el 88% del gasto de los peruanos en medicamentos durante el año 2009, reportado en la Encuesta Nacional de Hogares<sup>112</sup> (ENAH), fue realizado en farmacias o boticas privadas; mientras que solo un 5% de dicho gasto se realizó en entidades públicas, como el MINSA o ESSALUD, y un 3%, en clínicas privadas.

---

<sup>109</sup> Ver: <<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/fusiones-adquisiciones/grupo-interbank-adquiere-100-de-la-cadena-de-farmacias-in>>

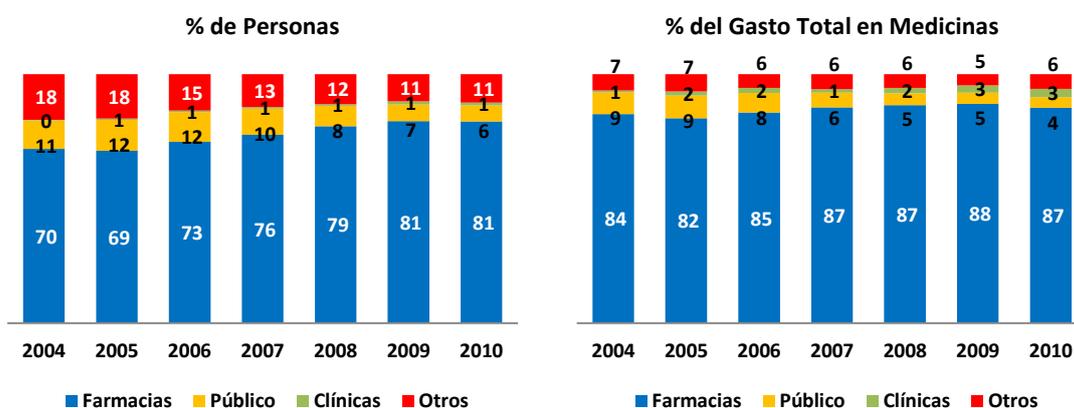
<sup>110</sup> Ver: <[http://elcomercio.pe/economia/peru/quimica-suiza-compro-cadena-boticas-btl\\_1-noticia-711071](http://elcomercio.pe/economia/peru/quimica-suiza-compro-cadena-boticas-btl_1-noticia-711071)>

<sup>111</sup> Ver: <<http://semanaeconomica.com/articulo/sectores-y-empresas/salud/183518-mifarma-compro-boticas-arcangel/>>

<sup>112</sup> La Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) la realiza el INEI de manera trimestral. Para efectos del análisis presentado se ha considerado la encuesta de fin de año para el período 2004-2010.

266. En el período comprendido entre 2004 y 2010 se observa una tendencia creciente de compra de medicamentos en farmacias o boticas privadas. Durante este periodo, en promedio, el 86% del gasto en medicamentos fue efectuado en farmacias y boticas privadas y el 14% restante se realizó en establecimientos de salud públicos, clínicas privadas y otros lugares de venta de medicamentos. En los años 2008 y 2009 el gasto en medicamentos realizado en farmacias y boticas privadas alcanzó el 87% y 88% respectivamente, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 7**  
**Compra de Medicinas por parte de Hogares**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. Encuesta Nacional de Hogares (2004 a 2010).  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

267. De igual manera, respecto de la adquisición de otros productos, los consumidores peruanos también muestran una mayor preferencia por realizar las compras en las boticas y farmacias. Sobre el particular, la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (ENAPREF)<sup>113</sup> muestra que más del 85% de las personas que compran preparados para lactantes y preparados complementarios lo realizaron a través de las boticas y farmacias dejando de lado a los supermercados, mercados y bodegas, como se observa en el siguiente cuadro.

**Cuadro 3**  
**Lugar de compra de preparados para lactantes y preparados complementarios por parte de los consumidores**

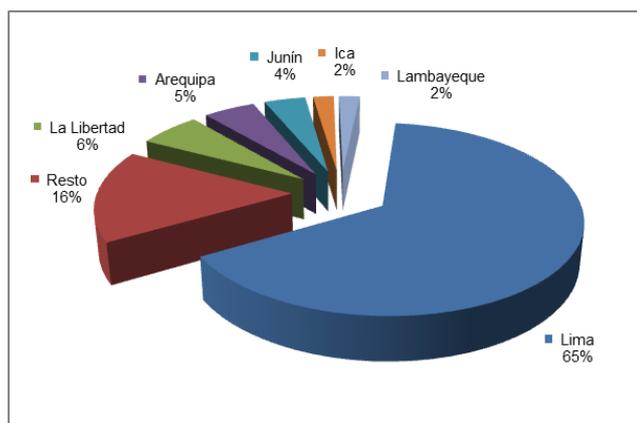
Lugar de compra	Preparados para Lactantes	Preparados complementarios
	Part. %	Part. %
Farmacias - Boticas	85.2	90.0
Autoservicio - Supermercado	11.2	1.5
Mercado - Bodega - Otros	3.6	8.4
Centros de Salud	-	0.1

Fuente: ENAPREF – 2009  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

<sup>113</sup> En dicha encuesta se mencionan a los productos como leche maternizada y suplementos nutricionales. En el caso que corresponde a la investigación se pueden aproximar como preparados para lactantes y preparados complementarios respectivamente.

268. Las boticas y farmacias cuentan con un número importante de establecimientos a nivel nacional. En el 2009 las boticas y farmacias tenían más de 9 mil locales, que en su mayoría se encontraban en la ciudad de Lima (65%), seguida por La Libertad (6%), Arequipa (5%), Junín (4%), Ica (2%), y Lambayeque (2%), como se observa en el siguiente gráfico.

**Gráfico 8**  
**Distribución de puntos de venta por departamento**



Fuente: DIGEMID<sup>114</sup>  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

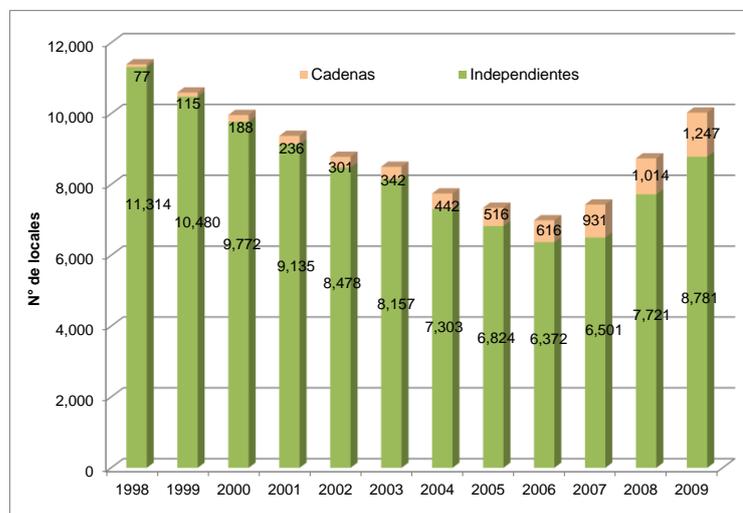
269. Debido a ello, las boticas y farmacias tendrían ventajas en la provisión de medicamentos y otros productos respecto a otros establecimientos en razón del número de locales que poseen y la preferencia que el consumidor tiene por este tipo de establecimientos. Esto genera una diferenciación entre las boticas y farmacias de otros establecimientos en la venta minorista de medicamentos y otros productos.

270. Como se señaló anteriormente, las boticas y farmacias se diferencian entre cadenas e independientes. Tal como se muestra en el siguiente gráfico, las cadenas de boticas y farmacias mostraron un dinamismo importante, creciendo sostenidamente de setenta y siete (77) locales en 1998 a mil doscientos cuarenta y siete (1,247) en el 2009. De manera opuesta, las boticas y farmacias independientes cayeron de once mil trescientos catorce (11,314) establecimientos en 1998 a seis mil trescientos setenta y dos (6,372) en 2006, recuperándose a partir de entonces hasta llegar a ocho mil setecientos ochenta y uno (8,781) en 2009.

[Ver gráfico en la siguiente página]

<sup>114</sup> Información disponible a diciembre de 2010. Al respecto, ver numeral 108 de la Resolución de Inicio.

**Gráfico 9**  
**Evolución del número de locales de boticas y farmacias**  
**(1998-2009)**



Fuente: Asociación de Boticas y Farmacias Independientes - AFABIP<sup>115</sup>  
 Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

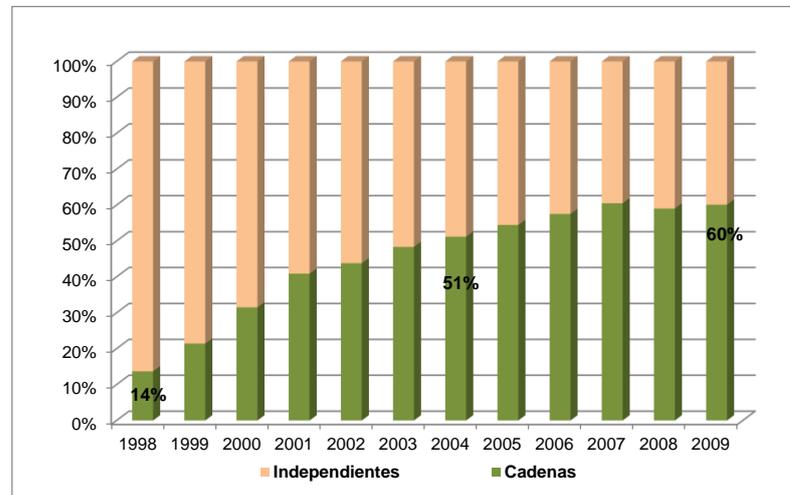
271. En el 2009, el 85% de locales correspondían a boticas y farmacias independientes; y el 15%, a cadenas de farmacias<sup>116</sup>. No obstante, la participación de las cadenas en términos de valor y volumen de sus compras fue mucho mayor. En efecto, las cadenas representaron el 60% de las compras totales de medicamentos para la venta minorista (cadenas e independientes), y el 52% del volumen adquirido de sus proveedores expresado en unidades.
272. En términos de evolución, la comercialización minorista de medicamentos experimentó un importante crecimiento entre los años 1998 y 2009 impulsado por el dinamismo de las cadenas de farmacia. Así, en el año 1998 las cadenas representaban solo el 14% de las compras de medicamentos a laboratorios y distribuidores realizadas por farmacias y boticas en general (incluyendo cadenas y boticas y farmacias independientes), al 2004 ya concentraban el 50% de dichas compras, aumentando dicha participación a 60% para el año 2009.

[Ver gráfico en la siguiente página]

<sup>115</sup> ASPILCUETA TOVAR, Roberto J. *Agenda para el Acceso Universal a Medicamentos*, presentación en Power Point del 27 de agosto de 2013 (realizada en el Simposio «**Agenda para el acceso universal a los medicamentos**» de la Red Peruana por una Globalización con Equidad), diapositiva. Disponible en: <<http://www.redge.org.pe/sites/default/files/AFABID%20presentacion.pdf>>

<sup>116</sup> IMS Health, Panorama Global del Mercado Farmacéutico, Presentación de Power Point, mayo de 2009.

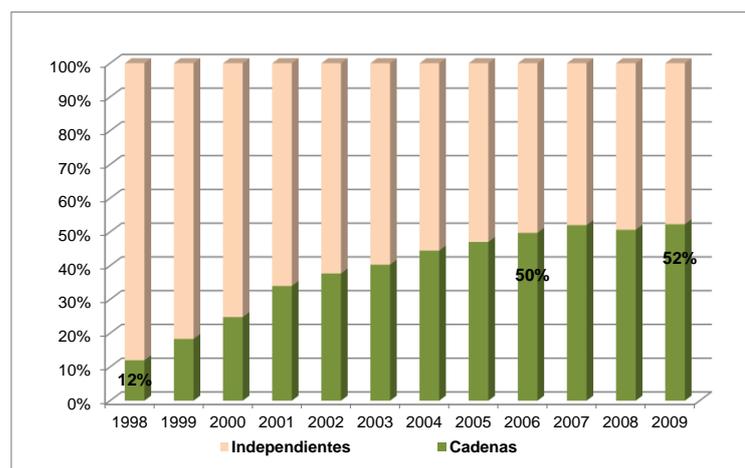
**Gráfico 10**  
**Participación de las boticas y farmacias independientes y de las cadenas, según valor de las compras a laboratorios y distribuidores (1998-2009)**



Fuente: DIGEMID<sup>117</sup>  
 Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

273. La participación de las cadenas en el mercado farmacéutico mostró un crecimiento similar respecto de las unidades adquiridas en el período 1998-2009. En efecto, en 1998 la participación de las cadenas alcanzó el 12%, incrementándose a 52% hacia el año 2009, como se muestra a continuación:

**Gráfico 11**  
**Participación de las boticas y farmacias independientes y de las cadenas, según unidades adquiridas a laboratorios y distribuidores (1998-2009)**



Fuente: DIGEMID<sup>118</sup>  
 Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

<sup>117</sup> DIGEMID, *Op. Cit.*, diapositiva 36.

<sup>118</sup> DIGEMID, *Op. Cit.*, diapositiva 35.

274. El aumento de las ventas minoristas de productos farmacéuticos y otros productos experimentado influyó en el incremento del número de locales de las cadenas de farmacias y de las compras a laboratorios y distribuidores. Esta coyuntura permitió a las cadenas registrar mayores ventas por local respecto de las independientes. En efecto, en el 2009 las cadenas obtuvieron aproximadamente S/. 948 mil en ventas por cada local mientras que las independientes solo alcanzaron aproximadamente S/. 90,4 mil, lo que demuestra la preferencia del consumidor por las cadenas<sup>119</sup>.
275. Resulta importante resaltar que las cadenas de boticas y farmacias poseen características particulares (relacionadas con la variedad y disponibilidad de productos ofrecidos, las compras de productos en grandes volúmenes, servicios adicionales, políticas de descuentos e inversión en publicidad) que les confieren ventajas en comparación con las boticas independientes.
276. Estos elementos diferenciadores permiten a las cadenas de farmacias atraer una mayor cantidad de consumidores a sus locales además de reducir la competencia efectiva que pudiera ocurrir entre las cadenas y las boticas y farmacias independientes.
277. Las cadenas requieren de una red de distribución adecuada (número de locales) que les permita vender los productos adquiridos. Al respecto, las cadenas requerirían realizar una inversión inicial aproximada de S/. 25 mil para poner en funcionamiento un local, monto que incluye el alquiler del local y mobiliario que cumpla con los requerimientos de las autoridades<sup>120</sup>.
278. Durante el 2009 las cadenas de farmacias incrementaron significativamente la apertura de nuevos locales, superando los mil cien (1,100) a nivel nacional en dicho año. La cadena que lideró el incremento del número de locales fue Eckerd con trescientos ocho (308) locales al 2009; seguida por Arcángel, con ciento noventa y seis (196); Fasa, con ciento ochenta y dos (182); BTL, con ciento sesenta y seis (166); ByS, con ciento cincuenta y seis (156) locales; Mifarma, con ciento dos (102) locales; y finalmente Nortfarma, con cincuenta y dos (52) locales en el 2009, como se observa en el siguiente gráfico. El resto de locales pertenecían a las cadenas Hollywood, América y Superfarma, y a algunos supermercados como Metro y Wong, con menos de 50 locales cada uno en el 2009.

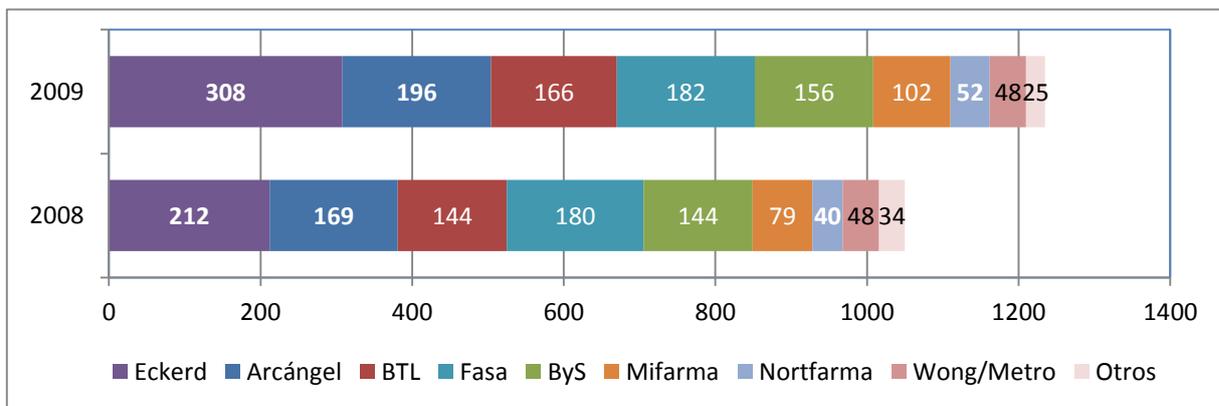
[Ver gráfico en la siguiente página]

---

<sup>119</sup> Las ventas por número de locales es una aproximación que se calcula con la información pública sobre el número de locales y la participación de las ventas totales en el 2009 de las cadenas de farmacias y las boticas independientes. REDGE. *Futuro de las farmacias y boticas independientes en el Perú*. 2013 Disponible en: <http://www.redge.org.pe/sites/default/files/AFABID%20presentacion.pdf>.

<sup>120</sup> Según la Opinión Técnica de Intelfin presentada por Mifarma en su escrito del 29 de noviembre de 2012.

**Gráfico 12**  
**Evolución del número de locales por cadena de farmacias 2008 - 2009**



Fuente: IMS Health<sup>121</sup> e información entregada por las cadenas de farmacias  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

279. Las cadenas contaban con locales ubicados en Lima y en provincias. En el 2009, en promedio, el 60% de locales de las cadenas se ubicaban en Lima y el 40% restante en provincia. En este año, ByS mantenía alrededor del 80% de sus locales en Lima, asimismo, BTL, Fasa, Eckerd y Mifarma concentraban alrededor de 60% de sus locales en Lima. Arcángel, a diferencia de sus competidoras, mantenía el 60% de sus locales en provincias, mientras que Nortfarma poseía locales solo en provincias<sup>122</sup>.
280. Otra característica importante son los niveles de inversión en publicidad en los que han incurrido las cadenas. Al respecto, de la información brindada por Eckerd se desprende que, tomada en conjunto, la inversión en publicidad de Eckerd, Fasa, Arcángel, Mifarma, BTL y ByS se incrementó en 50% entre 2007 y 2009. Asimismo, del total de la inversión en el 2009, Eckerd representó el 54%, seguida de Fasa (24%), Mifarma (13%), Arcángel (6%), BTL (2%) y ByS (1%)<sup>123 124 125</sup>.
281. La publicidad puede contribuir a crear reputación, recordación y lealtad del consumidor a un producto o marca. Así, permite a las empresas capturar una parte

<sup>121</sup> Información disponible a diciembre de 2010, de acuerdo con la Resolución de Inicio.

<sup>122</sup> Según la información sobre locales enviada por Arcángel el 22 de julio de 2010, por ByS el 30 de junio de 2010, por BTL el 14 de julio de 2010, por Fasa el 16 de junio de 2010, por Eckerd el 15 de junio de 2010, por Mifarma el 25 de junio de 2010 y por Nortfarma el 21 de marzo de 2013.

<sup>123</sup> Ver escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012.

<sup>124</sup> Si se mide el porcentaje que representa la inversión en publicidad respecto del monto total facturado por las cadenas se tiene que para el 2009 este porcentaje fue de 2.7% para Mifarma, 1.8%, para Fasa, 1.4% para Eckerd, 0.1% para BTL y ByS y 0.4% para Arcángel. Cabe mencionar que en Chile se determinó que la industria farmacéutica retail tenía un 1.9% de gastos en publicidad como porcentaje de su facturación total. Ver considerando 1.23 de la Sentencia N° 119/2012 del 31 de enero de 2012, emitida por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia de Chile.

<sup>125</sup> Respecto de la publicidad de Nortfarma, cabe señalar que no se cuenta con información de su gasto en publicidad que permita determinar el porcentaje que representa del monto total facturado.

del mercado teniendo un efecto diferenciador en los productos o marcas que proveen<sup>126</sup>. Las inversiones en publicidad son un costo hundido que no puede ser recuperado aún si la empresa decide salir del mercado. Por lo tanto, retrasaría el ingreso al mercado afectando la rentabilidad de la entrada<sup>127</sup>. Adicionalmente, la publicidad puede reforzar otras estrategias de diferenciación emprendidas por las empresas que les permitan un mejor posicionamiento frente a sus competidoras.

282. Los montos invertidos en publicidad se relacionan con los niveles de recordación de las marcas de cada cadena. Así, Eckerd fue la marca con mayor recordación (81,2%), seguida por BTL (51,7%), Fasa (45,2%), Arcángel (28,6%) y Mifarma (16,5%) en el 2009. De esta manera, tres de las cadenas que más invirtieron en publicidad, Eckerd, Fasa y Arcángel, alcanzaron una alta recordación de su marca entre los consumidores durante el 2009<sup>128</sup>.
283. Además, la recordación de la marca influye fuertemente en las participaciones que las cadenas tienen en las ventas totales. Al respecto, Eckerd habría tenido una cuota de 40% en el 2009, mientras que Arcángel, Fasa, BTL, ByS y Mifarma alcanzaron el 15%, 15%, 13%, 9% y 5%, respectivamente<sup>129</sup>.
284. Como señalaron las empresas investigadas, la publicidad está básicamente destinada a dar a conocer sus campañas de descuento o de precios reducidos. Por ejemplo, el eslogan de «más salud al mejor precio» para el caso de Eckerd y el descuento de 10% los lunes para el caso de Mifarma. Así, la publicidad buscaría la fidelización de los clientes a la marca de la cadena con el objetivo de diferenciarse de la competencia, captar y retener consumidores<sup>130</sup>.
285. Por otro lado, las cadenas han señalado que aplican diversas políticas comerciales destinadas a diferenciarse de las otras. Dichas estrategias tienen como objetivo que los consumidores compren todos los productos que necesitan en los locales de la cadena, además de incentivar la fidelización a su marca.
286. Eckerd y Mifarma usaban la competencia vía precios como mecanismo para generar una percepción de diferenciación en el consumidor. Esta estrategia estaba orientada a generar una competencia más agresiva con las demás

---

<sup>126</sup> BAIN, J. S. *Barriers to New Competition: Their Character and Consequences in Manufacturing Industries*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956; COMANOR, W. S. y T. A. WILSON, *Advertising and Market Power*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.

<sup>127</sup> De acuerdo con Sutton (1991) la publicidad y la inversión en investigación y desarrollo serían costos hundidos en industrias con bienes o servicios homogéneos o diferenciados horizontalmente y en industrias con bienes o servicios diferenciados verticalmente. Al respecto, ver SUTTON, John. *Sunk Costs and Market Structure*, Cambridge, MA: The MIT Press, 1991.

<sup>128</sup> Los porcentajes cuentan el total de menciones que la cadena recibió del total de personas encuestadas. Al respecto, ver: Día\_1, *Eckerd y un liderazgo que está consolidando*, 25 de mayo del 2009. Suplemento del diario El Comercio.

<sup>129</sup> Según la Opinión Técnica de Intelfin presentada por Mifarma en su escrito del 29 de noviembre de 2012.

<sup>130</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012 y al escrito de descargos de Mifarma del 24 de octubre de 2012.

cadenas<sup>131 132</sup>. Por otra parte, Fasa y BTL buscaban diferenciarse ofreciendo una mejor atención a sus consumidores<sup>133 134</sup>.

287. La estrategia de Arcángel<sup>135</sup> se centraba en ofrecer servicios complementarios a los productos que comercializa como el servicio médico gratuito o asesorías de salud alimenticia. Algo similar era el caso de BTL el cual brindaba servicios de asesoramiento para el cuidado de la salud además de prestar servicios de inyectables y medidas de presión<sup>136</sup>.
288. Por último, la estrategia comercial de ByS se basaba en celebrar convenios con instituciones públicas y privadas para el suministro de productos a sus afiliados; además ofrecían servicios adicionales, como plataformas de recaudación que permiten a los consumidores el pago de servicios públicos, servicios de agente financiero para los clientes de un banco privado, puntos de venta de entradas a eventos de entretenimiento, entre otros<sup>137</sup>.
289. Así se puede concluir que las cadenas competían en el mercado con distintas estrategias comerciales que tuvieron como característica común incentivar al consumidor a adquirir todos los productos que requerían en sus locales.
290. En efecto, las cadenas realizaban acciones para incrementar la demanda de todos los productos que vendían. Las inversiones en publicidad tuvieron un efecto en los niveles de recordación de las marcas para los consumidores, reforzando el nivel de competencia de todos los productos que vendían.

## **VI. ANÁLISIS DE LA CONDUCTA INVESTIGADA**

### **6.1. Existencia de un acuerdo entre las investigadas para coordinar precios de productos farmacéuticos**

#### **6.1.1. Contexto en el que se presentaron las conductas investigadas**

291. Un mercado que atraviesa periodos de intensa competencia y, con ello, una baja constante de los precios de sus productos o servicios y de los ingresos percibidos en el desarrollo de estas actividades económicas, genera un contexto que incentiva a las empresas a entablar formas de cooperación, algunas de las cuales pueden resultar anticompetitivas. En efecto, el hecho de que los márgenes de

---

<sup>131</sup> Ver escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012.

<sup>132</sup> Ver escrito de descargos de MiFarma del 24 de octubre de 2012.

<sup>133</sup> Ver escrito de descargos de Fasa del 30 de octubre de 2012.

<sup>134</sup> Ver escrito de descargos de BTL del 25 de octubre de 2012 y de Fasa del 30 de octubre de 2012.

<sup>135</sup> Ver escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>136</sup> Ver escrito de descargos de BTL del 25 de octubre de 2012 y de Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>137</sup> Ver escrito de descargos de ByS del 3 de marzo de 2011.

ganancias de los agentes en un mercado se reduzcan de manera considerable, puede generar incentivos para intentar revertir esta situación desfavorable adoptando estrategias colectivas de comportamiento que, en la práctica, originen un cártel.

292. Al respecto, de acuerdo con las comunicaciones a las que esta Comisión ha tenido acceso, la competencia entre las cadenas habría generado una reducción considerable de los precios, motivándolas ocasionalmente a vender determinados productos por debajo de su costo de compra a los laboratorios. Este tipo de competencia agresiva era conocido entre los laboratorios y cadenas como «distorsión de precios»<sup>138</sup>, frase que con frecuencia se encuentra ligada al incumplimiento de los precios que, supuestamente, debían presentarse en el mercado y que generaban una tendencia hacia la baja que denominaban «guerra de precios». Así, cuando un agente contaba con un precio menor al supuestamente vigente, se entendía que dicho agente estaba distorsionando los precios en un determinado producto.
293. Además de las presiones competitivas que enfrentaban las cadenas, los laboratorios también tenían «incentivos» para colaborar con ellas en el reordenamiento de precios durante el periodo investigado. Ello, como consecuencia de que las «guerras de precios» entre cadenas tenían por efecto colateral que estas pidieran mayores descuentos a los laboratorios, o que dejaran de comprarles en caso de no ser compensadas por las pérdidas o que les exigiesen otros beneficios para poder hacer frente a esta competencia.
294. Como puede apreciarse, las distorsiones en los precios generaban descontento tanto a las cadenas como a los laboratorios, de manera que, según se puede inferir de las comunicaciones analizadas, por lo menos desde comienzos de 2008, se habría intentado «regularizar» la situación descrita incentivando a las cadenas a adherirse a listas de precios «sugeridos» o «controlados», que les darían a todas ellas mayores márgenes.
295. Por un lado, para las cadenas la «regularización» permitía incrementar sus precios y asegurar márgenes mayores a los que obtenían en productos de alta rotación cuando existía incertidumbre entre ellas respecto al comportamiento de sus competidores, es decir, cuando existían condiciones de competencia. Por su parte, para el laboratorio la «regularización» de precios le permitía mantener sus márgenes, evitando el otorgamiento de mayores descuentos, la pérdida de ventas o el reconocimiento (devoluciones) por pérdida de márgenes de las cadenas.
296. Como puede observarse, un factor determinante que favorecía coordinaciones sobre los precios, era la fluida relación que existía entre las cadenas de farmacias y los laboratorios con el propósito común de evitar la reducción de los precios.
297. En particular, existen comunicaciones, que evidencian la presión que ejercían varias cadenas de farmacias con la finalidad de que el laboratorio adoptara las

---

<sup>138</sup> Correo 1. Comunicación del 24 de enero de 2008, 07:08 p.m.

«Asimismo te estoy reenviando el e-mail para que puedas recordar que más de una vez hemos nivelado nosotros y días después IKF [Eckerd] seguía con los precios distorsionados...ante estos antecedentes es imposible mantener nuestros precios si es que el mercado no se alinea y menos aún cuando hay un acuerdo».

acciones pertinentes para intentar influir en la política de precios de las cadenas de farmacias competidoras que «distorsionaban los precios». Así, por ejemplo, en la comunicación del 1 de febrero de 2008, remitida por Francisco Venero, Gerente de Líneas Propias de Albis a Suzana Espejo Kuroki, Auxiliar Logística de Medicina de Nortfarma, se revela la presión de esta última empresa para que Albis logre la nivelación de los precios a nivel de las cadenas:

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 11:06 a.m.  
**Para:** 'Susana Espejo Kuroki' [Nortfarma]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

**Susana, tú me estuviste presionando con las diferencias, te envié los correos con la debida anticipación, hoy por la tarde IKF, y Arcángel y todas las demás verificaran los precios y si encuentran diferencias los bajaran nuevamente.**  
*Este asunto me complica el tema, te pido por favor reaccionen hoy, no puede ser para mañana*  
*Arcángel cambio sus precios anoche.*  
*Asimismo envié una aclaración para el caso de Aneurin fte grageas PPSUG S/ 64.50 Unit S/ 2.15*  
*Gracias*

[Énfasis agregado]

En el mismo sentido, la comunicación del 11 de febrero de 2009, remitida por Antenor Mauny, Gerente Comercial de la Unidad de Negocios Farma de Fasa a Ana Tenorio, representante de Pfizer, evidencia la intención de Fasa para que el laboratorio influya en la política de precios de las cadenas que «distorsionaban» el mercado<sup>139</sup>:

**De:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Enviado el:** Miércoles, 11 de Febrero de 2009 3:37 p.m.  
**Para:** [ana.tenorio@pfizer.com](mailto:ana.tenorio@pfizer.com) [Pfizer]  
**CC:** Christian Randich Tejeda; Milenka Carrillo Purin  
**Asunto:** RV: precios inkafarma

*Estimada Ana*  
**Los productos que detallo a continuación han tenido una baja de precios considerable esta semana en inkafarma. Lo cual significa aproximadamente 10,000 soles de pérdida para FASA asumiendo que debemos igualar al precio que marca inkafarma y que vendemos las mismas unidades promedio mensuales**

**Te solicito tomes cartas en el asunto tan pronto como sea posible para que los precios se regularicen, porque como comprenderás no podemos subsidiar la venta de tu línea a costa de nuestra rentabilidad. Tenemos mucho interés en que tus productos sigan creciendo en la cadena pero con un win -win**

*Quedo a la espera de tus comentarios*

*Cordialmente*  
*Antenor Mauny*  
*Gerente Comercial*

---

<sup>139</sup> Otras comunicaciones similares son los correos 39 y 42.

Boticas Fasa

[Énfasis agregado]

298. Con la finalidad de que todas las cadenas de farmacias incrementaran de manera uniforme sus precios, los laboratorios enviaban comunicaciones asegurándoles que tenían «el compromiso de todas las cadenas» o afirmando que se había «coordinado con todas las cadenas de farmacias» para realizar el incremento de precios. Asimismo, indicaban el producto o conjunto de productos (en listas) que serían objeto del incremento coordinado de precios, precisando además las fechas y los niveles que debían cumplirse. Ello puede evidenciarse, por ejemplo, en la siguiente comunicación remitida por Mariano Price, Key Account Manager de Johnson & Johnson a Carlos Aquije (Gerente de Logística) Julio Casiano (Gerente de Servicios de Salud) y otros funcionarios de Arcángel:

**De:** Price, Mariano [Johnson & Johnson]

**Enviado el:** miércoles, 07 de mayo de 2008 12:11 p.m.

**Para:** Aquije, Carlos; Hurtado, Magaly del Pilar; Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Altamirano, Ana [Arcángel]

**Asunto:** Estandarización de precios al público OTC

**Datos adjuntos:** Precios al Público OTC.xls (35 KB)

**Importancia:** Alta

Estimado Carlos / Julio:

*Siempre con el objetivo de reforzar nuestras relaciones comerciales y mejorar el aporte de nuestras marcas a su negocio solicitamos su máximo apoyo y celeridad para lograr el **objetivo conjunto de estandarización de precios mínimos**.*

**El día 12 de Mayo del 2008, se ha fijado como fecha única de estandarización de precios "mínimos sugeridos" al público en nuestros productos OTC.**

*Dicha medida tiene como objetivo:*

**Generar márgenes atractivos para la cadena y reactivar los incentivos al dependiente de dichos SKUs. No por el contrario, apoyar guerras de precios que reduzcan el margen de la cadena o traslado de mercadería a otros canales, ya que el diferencial que Johnson & Johnson otorga (descuentos) a cadenas de farmacias no es trasladado al dependiente o margen para la cadena sino al consumidor.**

*Esto permitirá que tengamos una **situación de mutua ganancia** ya que la cadena, los dependientes, y las marcas se verán apoyados con estos descuentos.*

**Se tiene el compromiso del resto de cadenas, mediante el cual todas van a estandarizar los precios al público en la fecha pactada, en todos sus puntos de venta a nivel nacional.**

(...)

[Énfasis agregado]

299. Estas comunicaciones, así como aquellas que se analizarán más adelante, demuestran el interés compartido de las cadenas de farmacias y los laboratorios por «nivelar los precios» en el mercado. No obstante, ello no implica que, para

conseguir este objetivo, necesariamente las cadenas de farmacias hayan tenido que actuar siempre de manera coordinada. Una posible opción alternativa para cumplir con este objetivo, podría haber sido la adopción independiente de una política de precios que considere las sugerencias de sus proveedores, con independencia de la conducta que asuman sus competidoras.

300. Por ello, con el objetivo de determinar si la evidencia económica y las comunicaciones analizadas dan cuenta de un actuar coordinado entre dos o más de las Investigadas, a criterio de esta Comisión resulta indispensable acreditar que las cadenas de farmacias investigadas coordinaron sus precios de manera conscientemente, sea porque se adhirieron a coordinaciones expresamente dirigidas a incrementar precios de manera conjunta con otros competidores, o sea porque supeditaron sus incrementos de precios a los incrementos de precios de las demás, lo cual puede inferirse también a partir de acciones de monitoreo o reclamos a los laboratorios sobre el actuar de sus competidores.

En consecuencia, esta Comisión podrá tener por acreditado que la única explicación razonable de las comunicaciones y los incrementos de precios de venta al público en los productos investigados es una nivelación coordinada de precios en el mercado por parte de las cadenas involucradas.

301. Es necesario reiterar que la especial cautela con que la Comisión ha definido sus criterios de análisis se debe a la duda razonable de que algunas de las comunicaciones puedan revelar una política de precios sugeridos por parte de un proveedor, adoptada de manera independiente por parte de alguna de las Investigadas. En tal sentido, estos criterios de análisis no podrían ser replicados en casos donde tales sugerencias de precios provengan de otros competidores o de asociaciones, puesto que, a diferencia de lo que ocurre con un proveedor, tales conductas no podrían responder a una hipótesis distinta a la de concertación de precios a nivel horizontal, la cual se encuentra en todos los casos sujeta a una prohibición absoluta.
302. En base a los criterios señalados y al análisis que se desarrolla en las siguientes secciones, esta Comisión ha podido determinar, más allá de una duda razonable, que por lo menos Arcángel, Eckerd y Fasa habrían incurrido en prácticas colusorias horizontales al fijar de manera coordinada los precios de venta al público de diversos productos durante el período investigado (enero 2008 a marzo 2009), manifestando una relación coordinada en sus políticas de precios y contando con el apoyo de distintos laboratorios. Asimismo, esta Comisión ha podido verificar, analizando los diversos episodios de coordinación, que Nortfarma (enero a setiembre 2008) y Mifarma (enero a marzo 2009) también habrían participado de estas coordinaciones, por lo menos, en parte del período investigado.

En el caso de BTL, esta Comisión ha observado que en octubre de 2008 dicha empresa formuló una declaración evidentemente anticompetitiva<sup>140</sup>; sin embargo,

---

<sup>140</sup> Cabe precisar que en el Correo 31, comunicación del 15 de octubre de 2008, remitida por el Gerente General de BTL, Marcelo Bazan a la Sub Gerente de Compras de BTL, Mónica Pezantes, se puede apreciar que el Gerente General de BTL le solicita a su Sub Gerente de Compras que se comunique con Arcángel, Fasa y Boticas y Salud

no ha sido posible vincular dicha declaración con coordinaciones específicas referidas a alguno de los productos considerados por la Secretaría Técnica en su Resolución de Inicio.

Finalmente, en el caso de ByS, como se desarrollará más adelante, esta Comisión considera que, a pesar de haber sido mencionada por algunos laboratorios en algunas comunicaciones, no es posible confirmar las sospechas generadas por tales indicios, pues subsiste una duda razonable acerca de que su política de precios, en los episodios analizados, pudo haber respondido a un actuar independiente al de las otras cadenas investigadas.

### 6.1.2. Características generales de las coordinaciones acreditadas

303. En atención a los problemas que enfrentaba las cadenas de farmacias y los laboratorios por la intensa competencia de precios que existía entre las cadenas a comienzos del 2008, ambos tenían «incentivos» para buscar la estandarización de los precios a través de una nivelación conjunta. No obstante, la nivelación conjunta únicamente podía asegurarse si todas las cadenas involucradas –o una parte importante de ellas– incrementaba sus precios en los montos y las fechas comunicadas por el laboratorio. Ello implicaba que las cadenas tomaran conocimiento respecto de las acciones de sus competidores sobre sus precios, eliminando la incertidumbre sobre sus acciones futuras y canalizando, a través de coordinaciones de cada cadena con sus proveedores (laboratorios o droguerías), el respeto a los precios a adoptarse conjuntamente.
304. Así, por ejemplo, en el correo del 4 de setiembre de 2008, el señor Francisco Venero de Albis, reiteró a Cristhian Randich, Sub Gerente de Negocios de Fasa, la importancia de mantener vigente el cumplimiento de los precios «acordados» para beneficio de todas las cadenas, a fin de evitar la «guerra de precios» y la consiguiente pérdida de márgenes:

*De: Venero, Francisco [mailto:FVenero@albis.com.pe]  
Enviado el: jueves, 04 de septiembre de 2008 9:09  
Para: Christian Randich Tejeda [Fasa]  
Asunto: RV: PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008*

*Christian, buenos días referente a los precios conciliados pido tu apoyo para evitar que este asunto se desordene  
IKF constato que FASA no cambio y ellos bajaron sus precios complicando todo el trabajo, te pido por favor ordenes a quien corresponda se cumpla este detalle, **el beneficio es para todas las cadenas evitemos la guerra de precios y la consiguiente pérdida de márgenes.**  
Esperare tu confirmación  
Gracias  
Francisco.*

[Énfasis agregado]

---

para «congelar» el inicio de una guerra de precios contra Mifarma. Esta comunicación sería un ejemplo de que las cadenas de farmacias también habrían coordinado directamente los asuntos relacionados con el control de precios en la venta minorista de medicamentos.

305. En algunos casos, estas coordinaciones entre cadenas a través de los laboratorios habrían impactado en algunas de las políticas de precios más importantes de las cadenas. Así, por ejemplo, en el correo interno enviado el 15 de octubre de 2008 por Marcelo Bazan, Gerente General de BTL, a Mónica Pezantes, Sub Gerente de Compras, se puede verificar que, habiéndose conseguido la cancelación de la promoción del 10% de descuento en los precios los días lunes ofrecida por Mifarma (cadena vinculada al laboratorio Química Suiza), debía «congelarse» cualquier posibilidad de iniciar una guerra de precios con otras cadenas de farmacias: Arcángel, Fasa, ByS<sup>141</sup>.

*Para: Monica Pezantes/BTL @BTL, Edgardo Saravia/BTL @BTL  
De: Marcelo Bazan [BTL]  
Enviado: 15/10/2008 05:16 p.m  
Asunto: Mi farma*

*Estimada Mónica:*

*Como te comente telefónicamente, Adolfo Balansky [Química Suiza] me dio la información que **Mi Farma había cancelado su promoción: "10% Dcto los Lunes"**, por lo que debemos regresar a la normalidad con Química Suiza.*

***Te agradeceré informes a Arcangel, Fasa y Boticas y Salud la noticia para "congelar" cualquier posibilidad de iniciar una guerra de precios.***

*Slds,*

*Marcelo Bazán  
Gerente General  
Botica Torres de Limatambo SAC.  
marcelo.bazan@btl.com.pe  
Av. San Luis 2022 - San Borja  
Lima - Perú  
Telf.: +511 476-0599  
Fax: +511 225-1952*

*[Énfasis agregado]*

306. En efecto, los laboratorios habrían servido de nexo para las coordinaciones de precios, remitiendo correos a las cadenas de farmacias en los que se precisaba el monto de los incrementos coordinados de los precios, la fecha del cumplimiento de tales incrementos, se reiteraba el compromiso de las demás cadenas para cumplir con lo acordado y se plasmaban las acciones de monitoreo correspondientes. Este tipo de comunicaciones, en las que usualmente se utilizaron frases como «se coordinó con todas las demás cadenas», «reordenamiento de precios», «nivelación de precios» y «evitar guerra de precios» son coherentes con el contexto de un cártel.
307. Ello permite concluir a esta Comisión que las visitas usuales que realizaban los funcionarios de los laboratorios a las cadenas de farmacias para tratar temas vinculados con sus relaciones comerciales, permitieron a las empresas investigadas contar con un canal de comunicación para trasladar información

---

<sup>141</sup> Cabe observar que, a pesar de que esta comunicación resulta relevante para entender el nivel de las coordinaciones que podrían haber alcanzado las cadenas; como se señala más adelante, por sí misma no permite a esta Comisión identificar, dentro del listado de productos investigados según la Resolución de Inicio, aquellos que concretamente se habrían visto envueltos en esta coordinación.

sensible sobre los precios de diversos productos en el mercado, así como coordinar y monitorear incrementos conjuntos.

308. Las comunicaciones analizadas también permiten observar que los productos involucrados en las coordinaciones, por lo general, serían de venta frecuente o, según señalaban las cadenas, de «alta rotación». El correo remitido el 30 de enero de 2008 por Francisco Venero de Albis a Alejandro de la Flor, representante de Fasa, da cuenta de esta circunstancia:

*De: Venero, Francisco [Albis]  
Enviado el: Miércoles, 30 de Enero de 2008 09:22 a.m.  
Para: 'adelaflo@fasa.com.pe' [Fasa]  
Asunto: Precios conciliados LP Albis.*

*Hola Alejandro, durante toda esta ultima semana se **coordino con las todas las demás cadenas para reordenar nuestros precios sobre todo en productos de alta rotación**, observando tus precios no abra mayor diferencia para nivelarlos con los demás pero deberán ser los mismos del archivo adjunto, te pido el gran favor mandarlos cambiar para evitar que IKF tenga la excusa que FASA no los cambio, **estos precios deberán estar vigentes a partir del 1/Febr./08 desde las 8 AM**.  
Con las gracias anticipadas, a la espera de tu confirmación.  
Atte.  
Francisco Venero*

[Énfasis agregado]

309. Por otra parte, el hecho de que las cadenas de farmacias contaran con la colaboración de los laboratorios, además de facilitar sus coordinaciones de precios, evitaba que tuviesen que recurrir a un contacto directo entre los participantes de una conducta potencialmente ilegal. A criterio de esta Comisión, ello podría responder a que las cadenas de farmacias buscaron blindar su conducta evitando que sean detectadas, en particular, en un contexto donde se tenía noticia pública de una investigación por conductas similares en otras jurisdicciones (en particular, el caso tramitado ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia de Chile contra Farmacias Ahumada y otros).
310. De hecho, las comunicaciones obtenidas por la Secretaría Técnica permiten observar que también los laboratorios se aseguraban de actuar sigilosamente, evitando -por ejemplo- remitir un correo que tuviera como destinatarios «públicos» a dos o más cadenas de farmacias<sup>142</sup>.
311. Otra forma de mantener la reserva de estas comunicaciones se puede evidenciar en el correo «aparentemente interno» enviado el 4 de febrero de 2008 a las 8.16 a.m. por Francisco Venero de Albis. A pesar de tener como única destinataria visible a una funcionaria de Albis, el tenor del mensaje está evidentemente dirigido a más de un remitente, presumiblemente en copia oculta, que serían las cadenas de farmacias participantes de las coordinaciones con el laboratorio. De hecho, en esta comunicación se agradece a los destinatarios por la colaboración prestada

---

<sup>142</sup> Así, por ejemplo, confróntense los Correos 2 y 3, remitidos a Fasa y Nortfarma, respectivamente.

por «todos» para cumplir con el «reordenamiento de precios» y su cumplimiento al 100%<sup>143</sup>:

*De: Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]  
Enviado el: Lunes, 04 de Febrero de 2008 08:16 a.m.  
Para: Manrique, Maria Victoria [Albis]  
Asunto: Reordenamiento PPSUG. LP Albis.*

**Buenos días amigos:**

**Les hago llegar mi agradecimiento por la colaboración prestada en el reordenamiento de precios, el día Sábado 2/Febr. Verifique que el 100% este OK.**

*Estaré pendiente que este trabajo no sea insulso, con la **constante colaboración de todos Uds. podremos trabajar en armonía** y sobre todo que cada producto de líneas propias Albis sea rentable para todos nuestros Clientes.*

*Por favor, si hubiera alguna variación en los siguientes días, comuníquense con el suscrito para coordinar y evitar el círculo vicioso, **todos están poniendo de su parte tengo la seguridad que este pacto de caballeros dejara sus frutos.***

*Saludos cordiales,*

*Francisco Venero Abarca  
Gte. Comercial  
Líneas Propias Albis*

[Énfasis agregado]

312. Por otro lado, cabe recalcar que las coordinaciones, para cumplir con este «pacto de caballeros», residualmente se habrían realizado a través de correos electrónicos, pues los laboratorios y cadenas involucradas habrían preferido comunicarse a través de llamadas telefónicas o, en todo caso, sostener, reuniones personales. En efecto, de acuerdo con una comunicación interna remitida por Stefan Gocht, Gerente General de Albis a la Gerente de Marketing Farma el 9 de julio de 2008, se había establecido que las coordinaciones sobre niveles de precios con las cadenas, y en este caso particular con Eckerd (Inkafarma), no fuesen por escrito, sino que se realicen de forma personal o, en su defecto, por vía telefónica:

*De: Gocht, Stefan [Albis]  
Enviado el: miércoles, 09 de julio de 2008 11:39 a.m.  
Para: Pacora, Eliana [Albis]  
Asunto: RE: Atención orden de compra InkaFarma*

*Eliana,*

*Como están con los precios? Se han nivelado?*

***Pf que toda comunicación con IKF sea directa (NADA POR ESCRITO pf) personalmente. Por ultimo vía teléfono....***

*Saludos cordiales,*

---

<sup>143</sup> Esta comunicación fue reenviada inmediatamente por Antenor Mauny de Fasa a Cristhian Randich de Fasa -el mismo día y a la misma hora- en la que fue remitida la comunicación «aparentemente interna» de Albis. Ello, a pesar de que Fasa no figuraba como una destinataria visible.

StG

[Énfasis agregado]

313. En relación con el alcance geográfico de la conducta analizada, de acuerdo con las comunicaciones que obran en el expediente, las coordinaciones sobre los precios de venta al público de los productos investigados tuvieron alcance nacional. Comunicaciones como la que a continuación se transcribe, son coherentes con los reclamos que realizaban las cadenas de farmacias a los laboratorios, señalando que algunas de ellas no cumplieron con adecuar su precio de venta al público en determinados locales ubicados en distintas provincias a nivel nacional:

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 05 de Septiembre de 2008 04:30 p.m.

**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]

**Asunto:** RV: Precios de IKF

*Carlos, confirmado hoy por la tarde entre las 5 a 6 PM los precios de IKF estarán OK (los que aún faltaban), **se terminó de revisar con todas las cadenas** para evitar haya excusas.*

***Mañana puedes pedir verifiquen a nivel nacional***

*Saludos cordiales,*

*Francisco*

[Énfasis agregado]

Este tipo de comunicaciones resultan también coherentes con los registros de ventas de las Investigadas a nivel nacional, de conformidad con el análisis realizado por esta Comisión, que se desarrollará con mayor amplitud en los distintos episodios de coordinación.

314. Otra de las características que esta Comisión ha podido observar, en línea con lo señalado por la Secretaría Técnica, es la existencia de un trato ventajoso a favor de Eckerd, a quien se le permitía mantener sus precios unos céntimos por debajo del precio unitario previamente coordinado. Ello se evidencia en una fase muy temprana del período investigado, en relación con los productos de Albis (cuando el laboratorio indica a Arcángel que sobre los precios de la lista «Inkafarma ajustará para abajo unos céntimos»), y más adelante se evidencia en listas de precios como la siguiente, remitida por Francisco Venero de Albis a Carlos Ruiz de Arcángel el 20 de agosto de 2008:

[Verla relación en la siguiente página]

PPSUG. CADENAS 2,008						
1/set/2,008					BOT. ARC	IKF
LESP	CODIGO	LABORATORIO	PRODUCTO	VVF	PP \$ SUG ( Incluye IGV )	PP \$ ( Incluye IGV )
				10/06/2008		
				11/05		
DE	12073	MERZ	CONTRACTUBEX GEL X 20 GR	80.45	92.00	91.79
FR	1420	CIPA	SEDOTROPINA FLAT X 15ML GOTAS	15.65	13.41	13.20
FR	1480	CIPA	SEDOTROPINA GOTAS X 15ML	13.41	12.14	11.92
GI	2125	CIPA	VITACOSE AMP 2 ML + JER DE S C	13.48	9.56	9.45
MG	720	FERRER	DI SLEP 25 X 20 COMP	54.51	54.11	53.90
MG	619	FERRER	GLIDIABET 5MG X 100COMP	99.20	65.00	64.80
MG	2012	LAPHAL	TRACANA X 100 COMP.	139.62	136.43	135.39
NE	2361	CIPA	ANEURN FORTE X 30 GRAGEAS	76.63	67.72	67.52
NE	2492	CIPA	ANEURN FTE X 100 GRAGEAS	228.90	183.87	182.70
NE	2175	CIPA	DIGRAVIN X 100 TAB	138.30	120.39	119.34
NE	614	FERRER	GAMALATE B6 X 60GRA	150.94	126.43	125.90
NE	630	FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 20CAP	47.41	45.15	44.94
NE	717	FERRER	SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	115.00	118.35	118.13
OR	622	FERRER	ANGINOVAG AERO SOL X 10ML	48.71	49.12	48.91
PE	602	FERRER	GAMALATE B6 SOLUCION X 80 ML	55.90	53.47	53.15
PE	2461	CIPA	FLOSONE 250MG X 60 ML	40.41	34.69	34.37
PE	2463	CIPA	FLOSONE 125ML X 60 ML	29.04	28.26	27.95
PE	724	FERRER	TIORFAN 10MG LACT X 18 SCHK	47.40	47.98	47.67

315. Las Investigadas, en particular Eckerd, han señalado que para las empresas presuntamente involucradas en la infracción investigada no tendría sentido implementar un acuerdo de precios donde una de las partes tuviera beneficios que precisamente, como en este caso, le permitirían mantener su política de «precios bajos». No obstante, para esta Comisión las comunicaciones son suficientemente concluyentes en el sentido que, con el objetivo de incentivar la participación del agente más importante en el mercado (Eckerd-Inkafarma) en un acuerdo sobre precios, asegurando así el éxito (por lo menos temporal) de las coordinaciones, era razonable otorgarle este tipo de concesiones.

En efecto, esta Comisión considera que debido a que Eckerd se caracterizaba por ofrecer los precios más bajos del mercado y era una de las cadenas que generaba mayor «distorsión» en los precios, las demás participantes de las coordinaciones habrían permitido que se le concediera este trato ventajoso con la finalidad de que también participara de las coordinaciones y evitar que continuara «distorsionando» el mercado. Por su parte, Eckerd no solo seguiría ofreciendo los precios más bajos, aunque solo fueran unos céntimos menos, sino que también se beneficiaría de las coordinaciones sobre precios en la medida que incrementaría los suyos y percibiría mayores ingresos.

Adicionalmente, como se describe más adelante, la evidencia económica muestra precisamente que este es el comportamiento de los precios de Eckerd en múltiples escenarios donde, a decir de las propias comunicaciones analizadas, las coordinaciones sobre los precios de distintos productos habían resultado exitosas.

316. En suma, esta Comisión ha podido identificar características generales que permiten dotar de unidad a los episodios que a continuación se presentan. En particular, las comunicaciones dan cuenta que, empezando con Albis en enero de 2008, la mayoría de las cadenas investigadas habría emprendido esfuerzos por coordinar los precios de gran parte de los productos que conforman la imputación de la Secretaría Técnica, buscando incrementar sus márgenes y evitar «guerras de precios» que generaban pérdidas tanto a las farmacias como a los laboratorios.

Estas coordinaciones se habrían materializado, esencialmente, con la intermediación de los laboratorios, quienes asumieron un rol significativo en la determinación de los niveles de precios a implementarse conjuntamente por las cadenas, así como en el monitoreo de su cumplimiento. Este tipo de coordinaciones tuvieron lugar, por lo menos, hasta marzo de 2009 y habrían involucrado por lo menos a cinco laboratorios en distintas oportunidades.

## **6.2. Naturaleza inter marca de la infracción investigada**

### **6.2.1. Cuestionamientos planteados por las Investigadas**

317. Algunas de las Investigadas han señalado que un eventual acuerdo sobre los precios de los productos farmacéuticos y nutricionales objeto de la presente investigación tendría naturaleza intra marca, debido a que se trataba, en cada caso, de coordinaciones sobre productos adquiridos a un proveedor común. Como consecuencia de ello, las Investigadas señalan que esta restricción intra marca estaría sujeta a una prohibición relativa. Además, las cadenas alegaron que las comunicaciones se referirían a la implementación de precios de reventa por parte de los laboratorios.
318. Al respecto, como se ha señalado anteriormente, que dos o más distribuidores comercialicen productos de un mismo proveedor es una característica intrínseca e inherente a todo mercado de distribución mayorista o minorista y, por sí misma, no permite distinguir si tales distribuidores enfrentan entre sí competencia intra marca o inter marca. Por el contrario, la relación de competencia intra marca o inter marca, se determinará a partir de la vinculación de dichos distribuidores con la política marcaria del proveedor común, y la forma en que esta impacte en la independencia con la cual realizan su actividad económica.
319. Por ello, además de la existencia de proveedores comunes –situación inherente a mercados retail como el investigado– esta Comisión considera necesario analizar el tipo de relaciones que las Investigadas mantenían con tales proveedores, para determinar si, en efecto, forman parte de un sistema de distribución que genera entre ellas competencia intra marca y si, por esta razón, correspondía la aplicación de una prohibición relativa al analizar la conducta objeto del presente procedimiento.

### **6.2.2. Variables competitivas observadas entre las cadenas de farmacias investigadas**

320. Como se ha señalado, las Investigadas se dedican a la comercialización minorista de productos farmacéuticos y nutricionales, y compiten en la comercialización de los productos que ofrecen en sus locales. Desde su ingreso al mercado, las cadenas han buscado diferenciarse entre sí como proveedoras de estos productos a través de diversas políticas comerciales. Dichas estrategias tuvieron como objetivo, para cada cadena, que los consumidores adquieran la mayor cantidad de productos que necesitan en sus locales y no en los de un competidor, lo cual persiguieron incentivando la fidelización a su marca («Inkafarma», «Mifarma», «Arcángel», «Fasa», «Felicidad», «ByS», «BTL»).

Las estrategias comerciales aplicadas por las cadenas involucraron políticas de precios, mejoras en la calidad de los servicios de atención brindados en los locales, la oferta de servicios complementarios y adicionales.

321. Las cadenas usaban la competencia vía precios como mecanismo para diferenciarse de sus competidores. Ejemplo de esta estrategia era el slogan publicitario con el cual Eckerd promocionaba sus productos: «*Inkafarma, más salud al mejor precio*»<sup>144</sup>. Dicha estrategia reflejada en su publicidad también se observa en el contenido de las comunicaciones analizadas, como una de las principales características de la oferta de Eckerd.

De hecho, se ha observado que, en alguna medida, ello hacía más difíciles las negociaciones con otras cadenas para incrementar precios de manera coordinada, pues Eckerd, simultáneamente, intentaba mantener su mensaje de «precios más bajos del mercado» sobre todos los productos que comercializaba, independientemente del proveedor de tales productos.

322. Otro ejemplo es el caso de Mifarma, que introducía descuentos en la venta de sus productos dirigidos a ciertos grupos de consumidores<sup>145</sup>. Por ejemplo, los descuentos del 10% a las ventas realizadas los días lunes y a las ventas realizadas a personas mayores de 50 años<sup>146</sup>. Esta agresiva estrategia, orientada a capturar una mayor demanda frente a las demás cadenas, se aplicaba también con independencia de la identidad del proveedor.

Ciertamente, también en este caso se pudo observar, en las comunicaciones analizadas, que los descuentos por fidelización ofrecidos por Mifarma también fueron objeto de controversia, pues obstaculizaba las coordinaciones de precios entre cadenas o hacía más difícil su adecuada implementación.

323. Esta Comisión ha observado que las políticas de descuento tenían por objetivo fidelizar potenciales clientes. Ejemplos de estas políticas fueron «Club Inkafarma» y «MiClub Mifarma», mediante las que se brindaban vales de consumo y descuentos adicionales para los consumidores «afiliados» a las cadenas Eckerd y Mifarma, respectivamente, que los incentivaban a comprar únicamente en la cadena a la que se habían adherido.

324. Además del ofrecimiento de precios competitivos, algunas cadenas buscaban diferenciarse ofreciendo una mejor calidad en la atención a sus consumidores. Por ejemplo, Fasa indicó que ello era parte de su estrategia de largo plazo. En particular, había adquirido locales de mayores dimensiones para una mejor

---

<sup>144</sup> Ver escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012.

<sup>145</sup> También denominada discriminación de precios de tercer grado, donde se establecen distintos precios de acuerdo con las características observables de los consumidores que reflejan sus preferencias. Las características pueden ser la edad, ocupación, ubicación geográfica, entre otros. En: TIROLE, Jean. *The Theory of Industrial Organization*. MIT, 1988, página 479.

<sup>146</sup> Ver escrito de descargos de Mifarma, del 24 de octubre de 2012.

atención a los consumidores y locales que contaban con equipos más modernos que el resto de cadenas competidoras<sup>147</sup>.

En la misma línea, Fasa y BTL señalaron que realizaban diversas acciones de capacitación a su personal químico-farmacéutico y al personal de atención al cliente con el objetivo de mejorar la atención al público en sus locales. De esta forma, buscaban incrementar la satisfacción al cliente y reducir los reclamos<sup>148</sup>. BTL también estableció, como objetivo estratégico, posicionarse como la cadena que brindaba el mejor servicio.

325. Arcángel indicó que su estrategia de diferenciación y posicionamiento en el mercado se centraba en ofrecer servicios complementarios a los productos que comercializa. Manifestó que a nivel minorista ofrecía un servicio médico gratuito dirigido hacia los sectores menos favorecidos y asesorías de salud alimenticia para madres gestantes y niños hasta los 4 años<sup>149</sup>. En esta misma línea, BTL señaló que brindaba servicios de asesoramiento para el cuidado de la salud, además de prestar servicios de inyectables y medidas de presión para sus clientes<sup>150</sup>.
326. Finalmente, ByS señaló que su estrategia comercial tenía entre sus ejes el celebrar convenios con instituciones públicas y privadas para el suministro de productos a sus afiliados. Además, también ofrecían servicios adicionales, como plataformas de recaudación que permitían a los consumidores el pago de servicios públicos, servicios de agente financiero para los clientes de un banco privado y puntos de venta de entradas a eventos de entretenimiento, entre otros<sup>151</sup>. Por último, ByS trataba de posicionar su marca con los slogans «cadena peruana», «orgullo del Perú» y «medicamentos de procedencia legal».
327. Como se puede observar, las cadenas competían en el mercado con distintas estrategias comerciales, todas las cuales tuvieron como característica común incentivar al consumidor a adquirir la mayor cantidad de productos en sus locales, desplazando la demanda por los productos de sus competidoras.
328. Las políticas de descuentos incentivaban a los consumidores, en particular, aquellos «fidelizados», a adquirir todos los productos demandados a una sola cadena. Asimismo, las mejoras en la atención del consumidor o en la infraestructura de los locales de las cadenas pueden incrementar la demanda conjunta de los productos vendidos por estas. Finalmente, los servicios complementarios y adicionales buscaron una mayor concurrencia de público a los locales de las cadenas y, así, generar una mayor venta de todos los productos ofrecidos.

---

<sup>147</sup> Ver escrito de descargos de Fasa del 30 de octubre de 2012.

<sup>148</sup> Ver escrito de descargos de BTL del 25 de octubre de 2012 y de Fasa del 30 de octubre de 2012.

<sup>149</sup> Ver escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>150</sup> Ver escrito de descargos de BTL del 25 de octubre de 2012 y de Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>151</sup> Ver escrito de descargos de ByS del 3 de marzo de 2011.

329. Estas estrategias comerciales de las cadenas buscaban que el consumidor las diferenciara como marcas rivales entre sí. Las estrategias comerciales tenían impacto en la recordación de marcas por parte del consumidor, por lo cual fueron objeto de considerables inversiones en publicidad por las cadenas investigadas. En efecto, como se señaló al describir el mercado investigado, las tres cadenas que realizaron una mayor inversión de publicidad tuvieron un mayor nivel de recordación en los consumidores.
330. Asimismo, se puede observar que en todos estos casos cada cadena decidía de manera independiente sus políticas comerciales y de fidelización, en las cuales los laboratorios no tenían injerencia alguna, ni capacidad de dirigir, modificar o imponer términos específicos.
331. Finalmente, las Investigadas han señalado que sus decisiones sobre precios son tomadas de manera interna e independiente, únicamente evaluando las condiciones del mercado, y que las sugerencias que los laboratorios puedan emitir sobre los productos que proveen no tienen un carácter vinculante. De hecho, algunas de las Investigadas han manifestado en sus alegatos finales que no se encuentran vinculadas con los laboratorios por contratos o acuerdos que les impongan precios de reventa.
332. En suma, cada cadena diseñaba y ejecutaba, de manera independiente a sus proveedores, un conjunto de acciones que involucraban descuentos y promociones de los productos que comercializaban, mejoras en la calidad de los servicios de atención brindados en los locales, y mayor oferta de servicios complementarios y adicionales con el objetivo de diferenciarse de las demás cadenas; atraer más consumidores y fidelizarlos a la marca de la cadena.
333. Dichas acciones de diferenciación tenían por objetivo atraer la preferencia de los consumidores, no promoviendo o destacando las marcas de sus productos individualmente considerados o posicionando la marca de sus proveedores –que eran comunes a todas las cadenas– sino introduciendo condiciones comerciales o un valor agregado que genere adhesión de tales consumidores a su marca como cadena de farmacias, en contraposición a la marca de las demás cadenas.
334. En tal sentido, para esta Comisión, la competencia que ha existido entre las cadenas de farmacias durante el período investigado ha tenido una evidente naturaleza inter marca entre agentes independientes, sustentada en la diferenciación de sus marcas como objetivo inherente al desenvolvimiento comercial, el posicionamiento de la marca propia en contraposición a la marca de la competencia, y con independencia de la política marcaria de los laboratorios, en base a distintas variables competitivas (en particular, el precio, la calidad en la atención y los servicios complementarios).
335. Tampoco existen restricciones verticales que provoquen que algún grupo de cadenas investigadas se conviertan en agentes exclusivos de algún laboratorio, o que de alguna otra manera generen un bloque cuyas políticas sean controladas por el laboratorio, provocando que las decisiones de tales cadenas en relación con sus precios se encuentren sujetas al consentimiento de un laboratorio.

336. En este contexto, la identidad o la marca de los laboratorios en ningún momento incidió en la identidad de marca de las cadenas, y las relaciones entre proveedores y distribuidores se mantienen esencialmente invariables, esto es, se desenvuelven de manera similar, con independencia de la identidad de la cadena o del laboratorio correspondiente.
337. Como se puede presumir, todo lo señalado era de pleno conocimiento de las investigadas, pues fueron ellas quienes independientemente formularon e implementaron sus propias estrategias comerciales. Ciertamente, algunas de ellas fueron también recogidas en la descripción del mercado contenida en la Resolución de Inicio<sup>152</sup> y en las comunicaciones que formaron parte de la imputación de la Secretaría Técnica.
338. Por ello, esta Comisión considera insostenible el argumento de que la competencia entre las cadenas investigadas tenía naturaleza intra marca, pues tal afirmación desnaturaliza el tipo de relaciones competitivas que han existido entre ellas y el sustento que las propias investigadas han presentado a la formación de sus precios y otras condiciones comerciales.

### **6.2.3. Conclusión**

339. A criterio de esta Comisión ha quedado acreditado que la competencia entre las cadenas ha tenido, por lo menos durante el período investigado, naturaleza inter marca. De ello deriva que las coordinaciones sobre precios que esta Comisión puede considerar acreditadas corresponden a arreglos o entendimientos entre agentes independientes, que no se encuentran vinculados con la política marcaria de alguno de sus proveedores comunes.
340. Ello implica que los acuerdos anticompetitivos a los cuales hayan arribado las cadenas deben ser evaluados bajo las reglas establecidas en los artículos 8 y 11.2 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, es decir, se encuentran sujetos a una prohibición absoluta.

### **6.3. Análisis de los episodios de coordinación entre las Investigadas**

341. A continuación, se desarrollan los episodios de posibles coordinaciones que pueden analizarse a partir de las comunicaciones que forman parte de la Resolución de Inicio y que, contrastados con la evidencia económica introducida en el Expediente, permitirán a esta Comisión determinar o descartar la existencia de coordinaciones entre las Investigadas. Debido a que tales coordinaciones habrían involucrado, en cada caso, productos específicos de un proveedor común, cada episodio ha sido analizado en función al laboratorio al que habrían correspondido tales productos.

---

<sup>152</sup> Así, por ejemplo, considerando 116: «Las cadenas han implementado una serie de políticas de descuento con el objetivo de fidelizar a sus clientes. Ejemplos de ello son el «Club Inkafarma» y «MiClub Mifarma», que brindan vales de consumo y descuentos adicionales exclusivos para los afiliados a las cadenas Eckerd y Mifarma, respectivamente; la política de «10% de descuento en medicamentos para mayores de 50 años» de Mifarma; entre otras».

342. En principio, el análisis realizado por esta Comisión se ha sustentado tanto en la evidencia contenida en las comunicaciones que obran en el Expediente, como en la información sobre los precios de las Investigadas en el período en que la presunta infracción se habría ejecutado. Debido a que los criterios de análisis de la evidencia económica utilizados por la Secretaría Técnica han sido objeto de cuestionamientos por parte de algunas de las Investigadas, esta Comisión considera pertinente explicar brevemente su posición sobre el particular.
343. La evaluación de la conducta investigada comprende también la información de ventas de los productos de las cadenas en el periodo 2008 - 2009. De acuerdo con las comunicaciones, se habría buscado incrementar los precios de venta al público o al consumidor final. Por ello, se ha excluido del análisis las ventas realizadas por las empresas investigadas que correspondan a otro tipo de clientes<sup>153</sup>. Asimismo, las comunicaciones indican que el ajuste de precios sería a nivel nacional, por lo que se ha evaluado conjuntamente la información de ventas en Lima y el resto de departamentos del Perú.
344. Además, las comunicaciones revelan que el monitoreo del acuerdo se habría realizado mediante el mecanismo de levantamiento de precios, el que implicaba la recolección de boletas de venta de determinados productos, que contenían información sobre transacciones puntuales de un producto en un determinado día. Por ello, se considerará que el monitoreo de precios se efectuaba sobre los precios de venta al público diarios a través de compras del producto en los locales de las cadenas.
345. Las empresas investigadas han señalado que los precios diarios que se utilicen en la evaluación de los precios de venta al público deberían representar adecuadamente los precios cobrados por ellas.
346. Al respecto, esta Comisión ha evaluado distintas medidas de valor de tendencia central, como el promedio ponderado diario, el promedio diario, la mediana diaria y la moda diaria<sup>154</sup>. El análisis consideró diversas variables, tales como si la medida pudo ser observada por las empresas investigadas, el nivel de variabilidad o dispersión de los precios diarios alrededor de la medida y si la medida es robusta ante presencia de valores extremos. De dicho análisis se concluye que, para el presente caso, la mediana es la mejor medida de tendencia central<sup>155 156</sup>.

---

<sup>153</sup> Cabe precisar que las cadenas podrían vender productos a empresas de seguros, droguerías, entre otros. Los precios de dichas transacciones contarían con descuentos especiales derivados de convenios entre la cadena y este tipo de clientes. Tampoco se han considerado otros datos que podrían afectar el análisis realizado como, por ejemplo, las notas de crédito. Al respecto, en la Anexo 4 se describe de forma detallada el procedimiento que se ha seguido para el tratamiento de los precios de venta al público.

<sup>154</sup> Para mayor información sobre estas medidas de tendencia central, revisar: WEISBURD, David y BRITT, Chester. *Statistics in Criminal Justice*. Springer, 2007, página 65-93.

<sup>155</sup> Un mayor desarrollo sobre los descargos y alegatos de las cadenas respecto de la metodología del tratamiento de la información y la evaluación de las medidas de tendencia central se presenta en la sección 6.4.5. y en el Anexo 4.

<sup>156</sup> Al respecto, en su escrito del 22 de octubre de 2012, ByS realizó un análisis de la evolución de los precios de los productos investigados utilizando el precio promedio diario; sin embargo, se ha concluido que la medida adecuada para representar a la serie de precios sería la mediana.

347. Así, la evaluación de la conducta investigada implicara el análisis de la evolución de la serie de precios mediana diarios de cada cadena y producto alrededor de las fechas en que se habrían realizado los incrementos coordinados de precios.

### 6.3.1. Albis (enero – setiembre 2008)

#### a. Incrementos coordinados para febrero de 2008

Antecedente: un intento fallido por coordinar precios para el 24 de enero de 2008

348. A continuación, se observa un primer intento por regularizar los precios, por lo menos, por parte de Arcángel y Eckerd<sup>157</sup> a través de Albis, quien sería el agente encargado de establecer una fecha para la «regularización» de los precios en el mercado y monitorear su cumplimiento.

349. Según las comunicaciones analizadas<sup>158</sup>, en la semana del 14 al 20 de enero del 2008, Francisco Venero, Gerente de Líneas Propias de Albis sostuvo reuniones con las cadenas imputadas para establecer un control de precios, presuntamente justificado en las distorsiones que existían en el mercado y que en gran medida eran ocasionadas por el alto margen con el cual contaba Arcángel (cadena del grupo económico de Albis) frente a otras cadenas que adquirirían productos del mismo laboratorio. A decir de Albis, en dichas reuniones, BTL, ByS, Mifarma, Metro-Wong, Fasa e Eckerd habrían aceptado iniciar «nuevamente» un ordenamiento de precios.

350. En la comunicación del 19 de enero de 2008, Francisco Venero de Albis le indicó a Julio Casiano, Jefe de Precios de Arcángel, que Eckerd había aceptado trabajar con una lista de precios controlados, si todas las cadenas respetaban dichos niveles, precisando que la tarea de ordenar los precios había sido encargada por la Gerencia General (Stefan Gocht) y la Gerencia de Marketing (Eliana Pacora).

351. El 21 de enero, Julio Casiano de Arcángel indicó a Francisco Venero de Albis que las cadenas Arcángel, Nortfarma y Eckerd<sup>159</sup> debían regularizar sus precios de manera simultánea, y que Albis debía monitorear el cumplimiento de los precios acordados. En respuesta, ese mismo día Albis indicó estar de acuerdo con lo sugerido por Arcángel, proponiendo determinar los precios en función a un margen sobre los costos de Eckerd. Le solicitó su confirmación a fin de coordinar con Eckerd y Nortfarma<sup>160</sup>.

352. Horas más tarde, Francisco Venero de Albis remitió a Julio Casiano de Arcángel una lista de precios controlados<sup>161</sup>, indicando que había sido «conversada» con

---

<sup>157</sup> Correo 1. Comunicación del 21 de enero de 2008, 08:44 a.m.

<sup>158</sup> Correo 1. Comunicación del 19 de enero de 2008, 09:10 a.m.

<sup>159</sup> Correo 1. Comunicación del 21 de enero de 2008, 08:44 a.m.

<sup>160</sup> Correo 1. Comunicación del 21 de enero de 2008, 10:09 a.m.

<sup>161</sup> Correo 1. Comunicación del 21 de enero de 2008, 12:41 p.m.

Eckerd y cuya ejecución estaba programada para el jueves 24 de enero de 2008. Según indicó, el plazo era necesario para que Eckerd no tuviese excusas para no regularizar sus precios, así como para coordinar con BTL y hablar «nuevamente» con Fasa, Nortfarma, ByS, Metro-Wong y Mifarma. Indicó que el primer cuadro contenía el reclamo de Eckerd y el segundo, los productos «conciliados» que debían «trabajarse» con todas las cadenas.

353. El 23 de enero, Francisco Venero de Albis le proporcionó a Juliano Casiano de Arcángel información sobre las acciones que el competidor Eckerd tomaría con respecto a sus precios. Específicamente, le indicó lo siguiente:

*De: Venero, Francisco [Albis]*

*Enviado el: Miércoles, 23 de Enero de 2008 06:03 p.m.*

*Para: Casiano, Julio [Arcángel]*

*Asunto: RV: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma*

*Hola Julio, hoy **estuve en IKF y te confirmo que mañana cambian los precios de las distorsiones del norte** (Archivo Excel, hoja ENERO)*

*Y el cuadro de los conciliados entre todas las cadenas los cambiamos a partir del 1/Febr.*

*Favor coordinar los cambios.*

[Énfasis agregado]

354. De acuerdo con estas comunicaciones, Eckerd y Arcángel habrían estado buscando regularizar sus precios para eliminar las distorsiones generadas por la competencia entre ellas e incrementar los márgenes en determinados productos. Con dicho antecedente, la comunicación antes citada tuvo como finalidad informar a Arcángel que Eckerd cumpliría con incrementar sus precios, de acuerdo con lo coordinado, el 24 de enero de 2008. Asimismo, le informó que los precios de los productos «conciliados» con las demás cadenas serían incrementados a partir del 1 de febrero de 2008.

Las comunicaciones evidencian que las coordinaciones entre, por lo menos, Albis, Arcángel y Eckerd, tuvieron como objeto eliminar la incertidumbre respecto al comportamiento de los competidores, característica que permitía actuar de manera concertada.

355. Sin embargo, el 24 de enero, día programado del incremento conjunto de Eckerd y Arcángel, Julio Casiano de Arcángel envió a Francisco Venero de Albis una boleta de venta<sup>162</sup> de Eckerd constatando que esta última no había cumplido con «lo acordado». Debido al incumplimiento de Eckerd de regularizar sus precios, Arcángel comunicó que regresarían a los niveles de precios anteriores.

---

La comunicación hace referencia a dos cuadros. El primer cuadro tendría información sobre los productos y precios reclamados por Eckerd. El segundo cuadro tenía información respecto a los productos conciliados, es decir, productos con precios conciliados, de manera que es posible presumir que el cuadro contenía información sobre precios a aplicar en la fecha señalada por Albis.

<sup>162</sup> Correo 1. Comunicación del 24 de enero de 2008, 10:13 a.m. Si bien la comunicación hace referencia a una boleta de venta de Eckerd, dicha información no se encontraba en el correo recabado por la Secretaría Técnica.

A pesar de los pedidos de Albis a Arcángel de mantener los precios acordados<sup>163</sup>, informándole que Eckerd los regularizaría durante el día y que a partir de las 6 p.m. podrían realizar el moniterio, Arcángel indicó que no esperaría más<sup>164</sup>.

356. Más tarde, Albis le confirmó a Arcángel que Eckerd revisó sus precios hacia el mediodía y que, en vista de no observar los cambios acordados, tampoco cumplieron con nivelar sus precios, lo cual además traería problemas con los productos de Albis en las demás cadenas:

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 06:50 p.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

*Julio, lamentablemente el apresurarnos trae consecuencias que no llevan a ningún acuerdo, IKF verificó tus precios a medio día y los encontró igual por lo que no nivelaron, ref. a tu correo adj. los precios con los que estuvieron vendiendo los productos de líneas propias están muy desfasados y por ello ya tienen problemas con los clientes, pero de ninguna manera deberá ser los precios finales tenemos que ajustar estos ya que corremos el riesgo de no poder trabajar con las demás cadenas, tus precios están por debajo de los costos de venta de IKF en los productos de la relación, hagan números respecto a las demás cadenas y con los clientes horizontales la diferencia es abismal.*

***Esta semana ya está perdida, coordinare con IKF para la próxima semana y nos pondremos de acuerdo.***

[Énfasis agregado]

357. Las comunicaciones entre Albis y Arcángel evidencian que los laboratorios estaban interesados en que las cadenas mantengan elevado el precio final de sus productos. Conociendo este interés de los laboratorios, Arcángel y Eckerd habrían condicionado mutuamente sus incrementos a la ejecución del acuerdo por parte de su competidor. Por su parte, Albis participó como intermediario para el intercambio de información entre Arcángel y Eckerd, quienes buscaron alinear sus voluntades con la finalidad de incrementar sus precios de manera conjunta.
358. Dicha conclusión es confirmada por la respuesta que Arcángel le comunicó a Albis<sup>165</sup>. Arcángel señaló que «si todos cumpliéramos los acuerdos no estaríamos en este tipo de problemas». Asimismo, le indicó que en una anterior oportunidad Eckerd tampoco habría cumplido con nivelar sus precios, adjuntando un correo electrónico como sustento de su afirmación<sup>166</sup>:

---

<sup>163</sup> Correo 1. Comunicación del 24 de enero de 2008, 12:11 p.m.

<sup>164</sup> Correo 1. Comunicación del 24 de enero de 2008, 02:29 p.m.

<sup>165</sup> Correo 1. Comunicación del 24 de enero de 2008, 7:08 p.m.

<sup>166</sup> En la comunicación Arcángel señala que envía un «e-mail», no obstante, en la comunicación no se encontró dicho archivo adjunto.

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 19:08  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]  
**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

Francisco,  
(...)

*Asimismo te estoy reenviando el e-mail para que puedas recordar que **más de una vez hemos nivelado nosotros y días después IK seguía con los precios distorsionados...** ante estos antecedentes **es imposible mantener nuestros precios si es que el mercado no se alinea y menos aún cuando hay un acuerdo.***

[Énfasis agregado]

359. Asimismo, Julio Casiano de Arcángel indicó que, para futuras coordinaciones, Eckerd debía incrementar sus precios primero y que luego de verificar el cambio de precios, Arcángel procedería a hacer lo mismo. Al día siguiente, Francisco Venero de Albis le indicó a Julio Casiano de Arcángel que volvería a discutir el asunto con Eckerd<sup>167</sup> y sugirió «no pisar el palito» y, con ello, dar excusas para «iniciar una guerra de precios».
360. Esta Comisión considera que, si bien las coordinaciones entre las cadenas y el laboratorio no lograron alcanzar el resultado esperado, son importantes pues le permiten entender las características de las posibles coordinaciones entre las Investigadas, e ilustran el contexto de las siguientes comunicaciones que tuvieron lugar entre ellas.

Intento exitoso: coordinaciones para nivelar precios el 1 y el 8 de febrero de 2008

361. El 30 de enero de 2008<sup>168</sup> por la mañana, Francisco Venero de Albis informó a Arcángel que se había reunido con Eckerd por dos días seguidos, manejando las coordinaciones «a otro nivel» al interior de Eckerd, buscando evitar la continuación de la «guerras de precios». En dicha comunicación, Albis le indicó a Arcángel que Eckerd «no quiere presentar boletas ni quiere subir antes su precios».
362. En comunicaciones anteriores, tanto Arcángel como Eckerd habían solicitado a Albis que, para futuras coordinaciones, la otra cadena sea la primera en subir sus precios. Si bien con cierta desconfianza, tanto Eckerd como Arcángel buscaban un incremento conjunto de los precios finales de los productos de Albis, lo cual finalmente lograron, mediante una actuación coordinada, el 1 de febrero de 2008.
363. En efecto, superado el desacuerdo respecto a qué cadena debía incrementar primero, Eckerd aceptó incrementar simultáneamente los precios de los productos de una lista circulada por Albis a partir del **1 de febrero a las 8 a.m.**<sup>169</sup>, precisando

---

<sup>167</sup> Correo 1. Comunicación del 25 de enero de 2008, 08:02 a.m.

<sup>168</sup> Correo 1. Comunicación del 30 de enero de 2008, 08:39 a.m.

<sup>169</sup> En la comunicación recabada por la Secretaría Técnica no se obtuvo el archivo indicado.

que los precios señalados no se reducirían más porque de ser así «cuatro cadenas» tendrían un margen negativo.

364. En respuesta, Julio Casiano de Arcángel señaló que los precios sugeridos únicamente debían implementarse si era posible controlarlos y, al igual que Eckerd, decidió que las coordinaciones debían ser manejadas a otro nivel<sup>170</sup>, de manera que copió a Carlos Ruiz, Gerente de Ventas. Por su parte, Albis insistió en que el incremento de precios para el **1 de febrero a las 8 a.m.** ya contaba con la aceptación de Eckerd. En respuesta a ello, Carlos Ruiz de Arcángel reiteró su compromiso en los siguientes términos:

*De: Ruiz, Carlos [Arcángel]  
Enviado el: Miércoles, 30 de Enero de 2008 12:20 p.m.  
Para: Venero, Francisco [Albis]; Casiano, Julio [Arcángel]  
CC: Bravo, Gustavo [Arcángel]  
Asunto: RE: PRECIOS MERCADO LPAlbifarma*

*OK.  
El 1° de Febrero a las 8 a.m. arrancamos.  
Mediremos precios 8:30 a.m. y conversamos<sup>171</sup>*

*Saludos cordiales,*

*CRuiz*

*[Énfasis agregado]*

365. El mismo 30 de enero, por la mañana, Francisco Venero de Albis había enviado a Alejandro De La Flor, representante de Fasa, una lista con precios de diversos productos «conciliados con todas las cadenas»<sup>172</sup>:

[Ver lista en la siguiente página]

---

<sup>170</sup> Correo 1. Comunicación del 30 de enero de 2008, 08:52 a.m.

<sup>171</sup> Correo 1. Comunicación del 30 de enero de 2008, 12:20 p.m.

<sup>172</sup> Correo 2. Comunicación del 30 de enero de 2008, 09:22 a.m.

<b>PRODUCTOS CONCILIADOS 2,008 T/LAS CADENAS.</b>			<b>CONCILIACION</b>	
	<b>PPSUG. ( incluye igv.)</b>	P.Unit.	<b>FECHA</b>	<b>HORA</b>
SEDOTROPINA FLAT X 15 ML	12.77	12.77	ok	ok
GLIDIABET 5 MG X 100 COMPR.	58.96	0.59	ok	ok
ANEURIN FTE X 30 GRAGEAS	64.50	2.15	ok	ok
DIGRAVIN X 100 TABLS.	114.66	1.15	ok	ok
GAMALATE X 60 GRAGEAS	120.40	2.00	ok	ok
NUCLEO CMP FORTE X 20 CAPS.	43.00	2.15	ok	ok
SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	112.70	11.27	ok	ok
SE SUMAN ESTE AÑO			ok	ok
TRIACANA CAJA X 100 COMPR.	129.94	1.30	ok	ok
GAMALATE SOL X 80 ML.	50.92	50.92	ok	ok
DISLEP 25 MG X 20 COMPR.	51.53	2.58	ok	ok
ANGINOVAG FCO X 10 ML.	46.78	46.78	ok	ok
CONTRACTUVEX GEL X 20 GRAMOS.	87.62	87.62	ok	ok
<b>PRODUCTOS CON PPSUG. PARA NIVELAR</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>PPSUG</b>			
TRIDENOVAG TBO X 15 G.	25.82	25.82	ok	ok
			ok	ok
GYNO ZALAIN CREM. VAG.	52.88	52.88	ok	ok
			ok	ok
TIORFAN 10MG X 18 SOBRES	39.68	2.20	ok	ok
			ok	ok
ILOSONE SOL. TOPICA	47.00	47.00	ok	ok
			ok	ok
LEUCOBASALM 10% PDA.	32.83	32.83	ok	ok
			ok	ok
			ok	ok
ILOSONE 125 MG SUSP.	26.92	26.92	ok	ok
			ok	ok
ILOSONE 250 MG SUSP	33.03	33.03	ok	ok
			ok	ok
MIALGIN INY. + JER.	16.40	16.40	ok	ok
			ok	ok
VITACOSE INY + JER.	9.10	9.10	ok	ok
			ok	ok
VITACOSE JBE.	42.00	42.00	ok	ok
VASEXTEN 10 MG X 20 CAPS.	95.48	4.77	08-feb	08:00 a.m.
SEDOTROPINA GTS	11.55	11.55	08-feb	08:00 a.m.
DARVON N COMPTO X 100 CAPS.	143.10	1.43	08-feb	08:00 a.m.

En esta comunicación, Albis le indicó a Fasa que durante la última semana había coordinado con todas las cadenas para reordenar los precios en sus productos de alta rotación, los cuales tenían que estar vigentes desde el **1 de febrero a las 08:00 a.m.**

366. En línea con los intercambios de Albis con Arcángel y Eckerd, la comunicación mencionada tendría como finalidad informar a Fasa acerca de los precios coordinados con las otras cadenas. Ello se puede desprender también de una comunicación en la cual Albis insistió a Antenor Mauny, Gerente Comercial de Fasa, que otorgue su confirmación para participar en el próximo incremento de precios<sup>173</sup>.

Una hora más tarde, Antenor Mauny de Fasa respondió a Francisco Venero de Albis, con copia a Christian Randich de Fasa, indicando que este último sería el responsable de los precios conciliados. Christian Randich de Fasa se comprometió a revisar el cuadro y la información de precios para luego comunicarle su parecer.

<sup>173</sup> Correo 2. Comunicación del 31 de enero de 2008, 11:41 a.m.

367. De manera paralela a las coordinaciones con Fasa, Albis envió la lista de precios conciliados a Nortfarma. En dicha comunicación<sup>174</sup>, que tiene prácticamente la misma redacción a la enviada a Fasa, Albis indicó a Nortfarma que la lista de productos conciliados tenía precios mínimos que debían ser aplicados desde el **1 de febrero a las 08:00 a.m.** Más tarde, Albis volvería a insistir para obtener la confirmación de Nortfarma en el «reordenamiento» de precios<sup>175</sup>.
368. El 1 de febrero de 2008, es decir, en la fecha coordinada para la implementación de los precios conciliados, Nortfarma le indicó a Albis que el día anterior no pudieron cambiar sus precios y que lo harían en el transcurso de ese día y que para el día siguiente, 2 de febrero, los precios conciliados estarían presentes en toda la cadena<sup>176</sup>:

*De: Susana Espejo Kuroki [mailto:susana@nortfarma.net]  
Enviado el: Viernes, 01 de Febrero de 2008 10:54 a.m.  
Para: Venero, Francisco  
Asunto: RE: Precios conciliados LP Albis.*

**BUENOS DIAS SR. VENERO EL DIA DE AYER NO PUDIMOS CAMBIAR NUESTROS PRECIOS, LO VAMOS A REALIZAR HOY Y PARA MAÑANA YA TENDREMOS LOS PRECIOS EN TODA LA CADENA.**  
VAMOS A IR VERIFICANDO SI OTROS ESTAN CUMPLIENDO.  
ATENTAMENTE

SUSANA E.

[Énfasis agregado]

369. Albis respondió haciendo notar su incomodidad pues Nortfarma habría estado presionando previamente para nivelar los precios en el mercado. Insistió en que las modificaciones debían realizarse de inmediato, pues Arcángel y Eckerd verificarían los precios en el mercado y, de encontrar diferencias, bajarían nuevamente sus precios<sup>177</sup>.
370. A criterio de esta Comisión, dicha comunicación permite concluir que también Nortfarma aceptó participar en el «reordenamiento» con el objetivo de nivelar sus precios de manera coordinada con otras cadenas. Ello se desprende de la respuesta que envió a Albis, informándole que el cambio en sus precios según las coordinaciones se realizaría en una determinada fecha. Asimismo, la comunicación constituye una evidencia más de cómo Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma, definieron de manera concertada sus precios y la forma en que Albis actuaba como colaborador para que las cadenas consigan este objetivo restrictivo.

---

<sup>174</sup> Correo 3. Comunicación del 30 de enero de 2008, 12:59 p.m.

<sup>175</sup> Correo 3. Comunicación de 30 de enero de 2008, 5:56 p.m.

<sup>176</sup> Correo 3. Comunicación de 1 de febrero de 2008, 10:54 a.m.

<sup>177</sup> Correo 3. Comunicación de 1 de febrero de 2008, 11:06 a.m.

371. Debido a los problemas surgidos con Nortfarma, Francisco Venero de Albis le escribió a Luis Yepez, Jefe Regional de la Zona Norte también de Albis, reclamándole la pobre o deficiente coordinación para conseguir el cumplimiento de Nortfarma, responsabilizándolo si el «reordenamiento» de precios «se caía por culpa de Nortfarma», pues «estaba metida hasta la Gerencia General». Finalmente, indicó que Susana Espejo de Nortfarma se había comprometido a cumplir de inmediato con nivelar los precios, de manera que le solicitó verificar al mediodía los precios, antes que Eckerd envíe las boletas escaneadas<sup>178</sup>.
372. Ese mismo día por la tarde, Francisco Venero de Albis le escribió a Christian Randich de Fasa (con copia a Antenor Mauny), indicándole estar «muy indignado» porque no habrían variado los precios de acuerdo con la lista de precios conciliados y la conversación sostenida. Señaló que «todas las cadenas nivelaron menos Fasa» en productos como Gamalate x 60mg grageas y Núcleo CMP cápsulas, de manera que le informó que esperarían hasta las 5:30 p.m. su confirmación sobre la nivelación de precios<sup>179</sup>.
373. Esta comunicación evidencia que, además de ser la vía para el intercambio de información y coordinaciones entre las cadenas, Albis monitoreaba los precios de las cadenas para detectar incumplimientos o desvíos respecto a la lista de precios conciliados. En este caso, Albis le indicó a Fasa que en determinados productos no habría cumplido y que ello debía rectificarse lo antes posible pues las demás cadenas ya habían nivelado sus precios. Frente a esta comunicación, Antenor Mauny de Fasa respondió lo siguiente:

*De:* Antenor Mauny [<mailto:amauny@fasa.com.pe>]  
*Enviado el:* Viernes, 01 de Febrero de 2008 05:58 p.m.  
*Para:* Venero, Francisco [Albis]  
*CC:* Christian Randich Tejeda  
*Asunto:* RE: Precios conciliados LP Albis.

*Francisco  
(...)*

***Los cambios acordados se respetaron, hubo un problema en el sistema que dejó pegados los cambios de precios en todos los skus, se están regularizando durante la noche de hoy.***

***Espero que los competidores respeten este acuerdo vamos a seguirlos de cerca.***

*atte.*

*Antenor Mauny<sup>180</sup>*

*[Énfasis agregado]*

374. Poco después, Albis se disculpó con Fasa, justificando su reclamo en que había recibido «decenas de llamadas telefónicas de las demás cadenas»<sup>181</sup>. Dicha

---

<sup>178</sup> Correo 3. Comunicación de 1 de febrero de 2008, 11:28 a.m.

<sup>179</sup> Correo 2. Comunicación del 1 de febrero de 2008, 5:11 p.m.

<sup>180</sup> Correo 2. Comunicación del 1 de febrero de 2008, 5:58 p.m.

<sup>181</sup> Correo 2. Comunicación del 1 de febrero de 2008, 6:22 p.m.

afirmación, en conjunto con las comunicaciones analizadas, permite a esta Comisión inferir que por lo menos Arcángel, Eckerd y Nortfarma, habrían reclamado que algunos de los precios de Fasa se encontrasen por debajo de lo coordinado.

375. Cerrando la tarde, Francisco Venero le envió a Eliana Pacora de Albis un reporte acerca de los avances en el «control de precios», indicándole la «linda novela» del éxito del reordenamiento, explicando que Eckerd había cumplido al 100%, que Fasa había incumplido en 3 productos y aunque inicialmente Arcángel incumplió en varios, ya se habían rectificado<sup>182</sup>.
376. Finalmente, el lunes 4 de febrero por la mañana Francisco Venero de Albis envió un correo en apariencia dirigido únicamente a María Victoria Manrique, también de Albis, señalando lo siguiente<sup>183</sup>:

*De:* Venero, Francisco [<mailto:FVENERO@albis.com.pe>]  
*Enviado el:* Lunes, 04 de Febrero de 2008 08:16 a.m.  
*Para:* Manrique, María Victoria [Albis]  
*Asunto:* Reordenamiento PPSUG. LP Albis.

*Buenos días amigos:*

***Les hago llegar mi agradecimiento por la colaboración prestada en el reordenamiento de precios, el día Sábado 2/Febr. Verifique que el 100% este OK.***

*Estaré pendiente que este trabajo no sea insulso, **con la constante colaboración de todos Uds. podremos trabajar en armonía** y sobre todo que cada producto de líneas propias de Albis sea rentable para todos nuestros Clientes.*

*Por favor, si hubiera alguna variación en los siguientes días, comuníquense con el suscrito para coordinar y evitar el círculo vicioso, todos están poniendo de su parte tengo la seguridad que este **pacto de caballeros** dejará sus frutos*

*Francisco Venero Abarca  
Gte. Comercial  
Líneas Propias Albis*

[Énfasis agregado]

377. Si bien dicha comunicación solo muestra como destinataria a María Victoria Manrique de Albis, esta Comisión considera que puede inferirse que fue enviada a una o más de las cadenas imputadas. En efecto, además del tenor del correo (se encuentra redactado en plural, esto es, dirigido a más de un destinatario), dicha comunicación fue reenviada de manera inmediata –a la misma fecha y hora– por Antenor Mauny a Christian Randich, ambos de Fasa<sup>184</sup>.

---

<sup>182</sup> Correo 2. Comunicación del 1 de febrero de 2008, 6:46 p.m.

<sup>183</sup> Correo 4. Comunicación del 4 de febrero de 2008, 8:16 a.m.

<sup>184</sup> Correo 4. Comunicación del 4 de febrero de 2008, 8:16 a.m.

Esta comunicación habría llegado a Antenor Mauny probablemente en copia oculta, pues de otra manera no podría explicarse que dicho funcionario de Fasa haya podido tener acceso a una comunicación «aparentemente interna» de Albis. La comunicación habría sido enviada a las cadenas imputadas, poniendo en su conocimiento que el «reordenamiento» de precios fue ejecutado por todas ellas en todos los productos de la lista de precios conciliados.

378. Días después, se incorporarían tres (3) productos más a la lista de precios conciliados<sup>185</sup>. En efecto, el 5 de febrero, Francisco Venero de Albis envió un correo<sup>186</sup>, reiterando que el «reordenamiento de precios» seguía en buen camino. En dicha comunicación, incorporó tres nuevos productos<sup>187</sup> a la lista de precios conciliados, informando que la fecha para el siguiente monitoreo sería el **8 de febrero a las 08:00 a.m.**
379. De acuerdo con las comunicaciones analizadas hasta este punto, se observa que por lo menos Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma participaron de una conducta coordinada con el objetivo de elevar sus precios de manera conjunta alrededor del 1 y el 8 de febrero de 2008. A criterio de esta Comisión, las comunicaciones analizadas en conjunto no permiten esbozar una interpretación razonable distinta a la de una hipótesis de concertación.
380. Se puede apreciar que Albis mantenía informadas a las cadenas imputadas respecto al cumplimiento del «reordenamiento» de precios, realizando monitoreos a fin de verificar su cumplimiento. De esta manera, el laboratorio seguía siendo el intermediario para el intercambio de información sobre la ejecución de las coordinaciones entre las cadenas imputadas.

#### **b. Análisis de la evidencia económica (enero – febrero 2008)**

381. Debido a que el análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma, a través de Albis, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada los precios de venta al público de diversos productos comercializados por las imputadas el 1 de febrero de 2008, esta Comisión considera pertinente analizar si tal incremento se hizo efectivo en el mercado. En ese sentido, se evaluará si el precio de venta de los productos de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio indicado en la lista de precios coordinados.

---

<sup>185</sup> Correo 5. Comunicación del 5 de febrero de 2008, 7:00 p.m. De acuerdo con lo desarrollado al analizar la comunicación del 4 de febrero de 2008 8:16 a.m. (Correo 4), se observa que el Correo 5 es una continuación del Correo 4, con el cual comparte el mismo tenor (la remisión de la comunicación a un grupo de «amigos» pero únicamente aparece como destinataria visible María Victoria Manríquez de Albis). Por ello, a criterio de esta Comisión es razonable inferir que dicha comunicación fue también enviada a **Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma.**

<sup>186</sup> Cabe precisar que solo un producto fue considerado por la Secretaría Técnica en la Resolución de Inicio, mientras que los otros dos productos no fueron incluidos.

<sup>187</sup> Sedotropina gotas, Darvon compuesto x 1000, Vasexten 10 mg.

382. En general, la identificación de los productos que mostraron incrementos se efectuó realizando el siguiente procedimiento:

- i. En primer lugar, se determinó el **periodo de ajuste de precios**<sup>188</sup>, considerando la fecha referente en la que debería presentarse el incremento y las fechas en que las empresas podían realizar el ajuste de precios según lo señalado en las comunicaciones correspondientes a los productos que habrían sido objeto de la conducta investigada. Dentro de este periodo se analiza si la serie de precios presentó algún incremento.
- ii. En segundo lugar, se determinó si el incremento observado en la serie de precios alcanzó el **nivel de precios acordado** en las comunicaciones correspondientes a los productos que habrían sido objeto de la conducta investigada (en adelante, nivel de precio acordado).

383. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizada líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el día 1 de febrero de 2008 como fecha del incremento de los precios en 17 productos. Los productos involucrados que fueron considerados en la Resolución de Inicio se presentan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4**  
**Productos con precios coordinados para el 1 de febrero de 2008**<sup>189</sup>

N°	Nombre del producto	Precio coordinado (S/)
2	Aneurin Forte caja x100 grageas	175.11
3	Aneurin Forte caja x30 Grageas	64.50
4	Anginovag Aerosol para inhalación x 10 ml	46.78
12	Contractuvex gel x 20 gr	87.62
16	Digravin caja x 100 tabletas	114.66
17	Dislep 25 mg caja x 20 comprimidos	51.53
41	Gamalate b6 caja x 60 grageas	120.40
42	Gamalate b6 solución oral x 80 ml	50.92
43	Glidiabet 5 mg caja x 100 comprimidos	58.96
44	Ilosone 125mg/5 ml suspensión oral x 60 ml	26.92
45	Ilosone 250mg/5 ml suspensión oral x 60 ml	33.03
58	Nucleo Cmp forte 5 mg- 3 mg caja x 20 cápsulas	43.00
67	Sedotropina 1mg/ml solución x 15 ml	11.55
68	Sedotropina Flat suspensión x 15 ml	12.77
70	Tiorfan Lactantes 10 mg/g gránulos para suspensión x 18 sobres	39.68
71	Triacana 0.35 mg caja x 100 comprimidos	129.94
74	Vitacose Jarabe frasco x 100 ml	42.00

Nota: Número de producto según el Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

<sup>188</sup> Respecto del periodo de ajuste, los escritos de alegatos de Nortfarma de 02 de Julio de 2016, de Eckerd de 8 de junio de 2016 y de Mifarma de 09 de junio de 2016 señalan que la no simultaneidad del incremento del precio debilitaría el argumento de la existencia de un acuerdo de precios. Sin embargo, las comunicaciones muestran que el incremento de precios no siempre era simultáneo pues algunas cadenas condicionaban su incremento al incremento previo de otras cadenas.

<sup>189</sup> Los productos investigados han sido listados en el Anexo 4 y han sido ordenados del 1 al 75. En principio, los productos son listados según su número de orden.

384. Para el presente análisis, se compara el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja<sup>190</sup>.
385. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que se iniciaron las coordinaciones para llevar a cabo los incrementos a partir del 30 de enero de 2008, cuando las cadenas tuvieron acceso al listado de productos que incrementarían sus precios el 1 de febrero de 2008<sup>191</sup>. Considerando que las imputadas tuvieron acceso a la lista de precios días antes de la fecha programada para el inicio del acuerdo, podría esperarse que, en algunos casos, determinadas empresas decidieran incrementar los precios dentro de este período, es decir, unos días antes de la fecha de referencia.
386. Las comunicaciones indican que el incremento de precios debía realizarse el 1 de febrero de 2008, y revelan también dos aspectos importantes del acuerdo: (i) los reclamos que las cadenas realizaban acerca del incumplimiento del acuerdo por parte de sus competidores; y (ii) el seguimiento del cumplimiento del acuerdo. Ambos aspectos generaban en la práctica un período de negociación ulterior en el cual, en días posteriores al 1 de febrero de 2008, las empresas involucradas realizaban ajustes de precios.
387. Como se ha señalado, el 4 de febrero de 2008, las comunicaciones reiteran que el «reordenamiento» de precios fue ejecutado por todas las cadenas en todos los productos de la lista de precios conciliados<sup>192</sup>. Esto haría suponer que se esperó como máximo hasta esa fecha para que todas las cadenas incrementen sus precios. Asimismo, en dicha comunicación se fija el 8 de febrero de 2008 como fecha para el monitoreo del producto Sedotropina 1mg/ml solución x 15 ml (N° 67), por lo que se considerará tal fecha para el incremento de las cadenas de sus precios en este producto específico.
388. Por lo expuesto anteriormente, el periodo de ajuste de precios comprendería desde el 30 de enero de 2008 hasta el 4 de febrero de 2008 para todos los productos involucrados excepto para Sedotropina 1mg/ml solución x 15 ml (N° 67)

---

<sup>190</sup> Para aquellos productos con presentaciones que no se pueden comercializar en fracciones (tabletas, pastillas comprimidos, etc.) se considera que el precio acordado se pudo aproximar al primer decimal. Por ejemplo, el producto Contractuvex gel x 20 gr. (N° 12) a aplicarse el 1 de febrero de 2008 era de S/ 87.62, cuyo redondeo equivale a S/ 87.60. De esta manera, si una empresa incrementó sus precios hasta por lo menos S/ 87.60, puede afirmarse que lo hizo como consecuencia del acuerdo de precios sobre dicho producto.

En el caso de los productos con presentaciones que se pueden comercializar en fracciones, se considerará que se aproximaron a dos decimales. Por ejemplo, el producto Dislep 25 mg caja x 20 comprimidos (N° 17) tenía un precio coordinado a aplicarse el 1 de febrero de 2008 de S/ 51.53. El precio por comprimido (obtenido dividiendo el precio en caja entre 20) corresponde a S/ 2.5765. Dado que se aproxima a dos decimales (se redondearía el precio por comprimido), entonces puede afirmarse que una empresa que incrementó sus precios a S/ 2.58 lo hizo como consecuencia del acuerdo de precios sobre dicho producto.

<sup>191</sup> Correo 2. Comunicación del 30 de enero de 2008, 09:22 a.m.

<sup>192</sup> Correo 4. Comunicación del 4 de febrero de 2008, 08:16 a.m.

donde el periodo de ajuste se extiende hasta el 8 de febrero de 2008. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó los productos que mostraron incrementos de precios en dos o más cadenas identificando la fecha de dichos incrementos. En el siguiente cuadro se muestran las fechas en que se dieron los incrementos de precios en dos o más cadenas.

**Cuadro 5**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
3	01/02/2008	01/02/2008		01/02/2008
4	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	
12	01/02/2008	31/01/2008		
16	31/01/2008	01/02/2008		01/02/2008
17	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008
41	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	01/02/2008
42	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	01/02/2008
43	30/01/2008	01/02/2008		01/02/2008
44	03/02/2008	01/02/2008	05/02/2008	01/02/2008
45	02/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	
58	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	01/02/2008
67	08/02/2008	07/02/2008	30/01/2008	
68	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	02/02/2008
70	02/02/2008			01/02/2008
71	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008	
74	02/02/2008	31/01/2008		

Nota: Las celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios.

En el producto N° 2 se verificó que solo Arcángel incrementó sus precios por lo que no se ha incluido en el cuadro.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

389. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios al nivel fijado o, en su defecto, por encima de este. Así, incrementos de precios que no cumplan lo señalado anteriormente no formarían parte del acuerdo de precios<sup>193</sup>.
390. Las comunicaciones también revelan aspectos importantes acerca de los precios fijados en las coordinaciones. Como se describió líneas arriba, a fin de incentivar a Eckerd para que forme parte de las coordinaciones, se le permitiría que fuera la única cadena que podía cobrar un precio por debajo del fijado para las demás.

<sup>193</sup> No se consideran aquellos productos en donde se verificó que la serie de precios de las cadenas se encontraba, antes del periodo de ajuste, al nivel o por encima de los precios fijados y luego se observó un incremento en los precios de estos productos. Por ejemplo, el producto N° 70 Tiorfan lactantes 10 mg/g gránulos para suspensión x 18 sobres en la cadena Nortfarma tenía un precio de S/ 2.2 por unidad desde el 1 de enero de 2008 hasta el 31 de enero de 2008 incrementándose a S/ 2.21 el día 1 de febrero de 2008. El precio coordinado para este producto era de S/ 2.2 por unidad.

También se verificó que antes del periodo de ajuste, algunos productos presentaban precios por arriba y por debajo del precio fijado. Luego, durante el periodo de ajuste, los precios mantuvieron dicho comportamiento con lo que los incrementos de precios no podrían corresponder a una práctica anticompetitiva. Este es el caso del producto N° 67 Sedotropina 1mg/ml solución x 15 ml en la cadena Eckerd, que tenía antes del periodo de ajuste un precio de S/. 9.84 por unidad el día 24 de enero de 2008 incrementándose a S/. 10.83 el día 25 de enero de 2008, volviendo a caer al día siguiente; luego el día 30 de enero de 2008 tenía un precios de S/. 9.84 incrementándose a S/. 10.92 el día 31 de enero de 2008, volviendo a caer al día siguiente.

Este acuerdo fue mencionado específicamente en el correo del 28 de febrero de 2008 pero podría haber estado vigente desde el acuerdo iniciado el 1 de febrero de 2008. Por ello, en el análisis realizado se ha considerado que Eckerd era la única cadena que podía tener un menor precio que las demás cadenas.

391. Así, las cadenas que formaron parte del acuerdo de precios debieron fijar sus precios al nivel acordado o en su defecto por encima del nivel acordado en las comunicaciones a excepción de Eckerd que podía fijar sus precios por debajo del nivel acordado. Considerando dichas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior realizadas por las cadenas alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este, a excepción de Eckerd donde el incremento pudo llegar a un nivel menor al acordado. En el cuadro siguiente se muestran los niveles de precios que cumplen con estas características, donde se observa que en el producto N° 70 solo Arcángel incrementó los precios al nivel acordado.

**Cuadro 6**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
3	2.15	2.15	2.15		2.15
4	46.78	46.78	46.70	46.78	
12	87.62	87.62	87.57		
16	1.15	1.15	1.15		1.15
17	2.58	2.58	2.58	2.58	2.58
41	2.01	2.01	2.00	2.01	2.01
42	50.92	50.92	50.90	50.92	50.92
43	0.59		0.59		0.59
44	26.92	26.92	26.90	26.92	26.92
45	33.03	33.03	33.00	33.03	
58	2.15	2.15	2.15	2.16	2.15
67	11.55	11.55		12.82	
68	12.77	12.77	12.77	12.77	12.77
70	2.20	2.20			
71	1.30	1.30	1.30	1.30	
74	42.00	42.00	45.65		

Nota: Se presenta el precio que se alcanzó para cada cadena en la fecha mencionada en el cuadro anterior.

En relación con las celdas vacías, en el caso del producto N° 43 de Arcángel y el producto N° 70 de Nortfarma el precio era igual al precio acordado antes del periodo de ajuste. En el caso del producto N° 67 de Eckerd presentaba precios con incrementos y caídas secuenciales que sobrepasaban o estaban por debajo del nivel de precios. El resto de celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios o que no ajustaron sus precios al nivel de precio acordado.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

392. Considerando los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en quince (15) productos de Albis<sup>194</sup> hubo incrementos coherentes con la infracción analizada. Los productos Aneurin Forte caja x100 grageas (N° 2) y Tiorfan lactantes 10 mg/g gránulos para suspensión x 18 sobres (N° 70) no presentaron evidencia de un incremento de

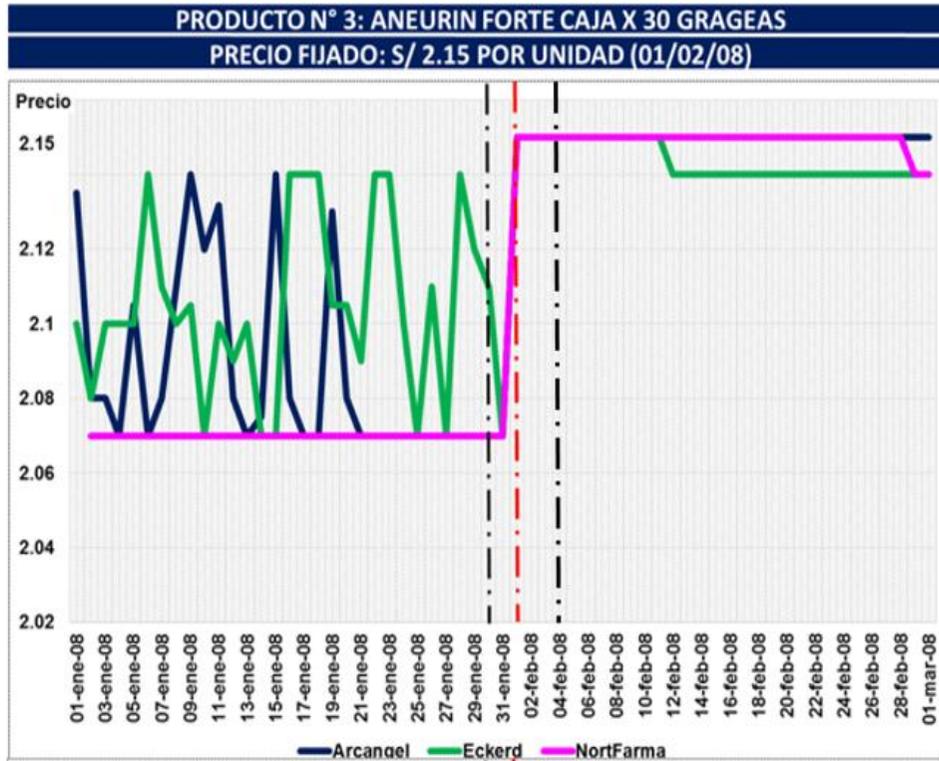
<sup>194</sup> Concretamente, los productos 3, 4, 12, 16, 17, 41, 42, 43, 44, 45, 58, 67, 68, 71 y 74.

precios como consecuencia de una coordinación de precios en la medida que solo una cadena incrementó sus precios en el periodo de ajuste de precios y al nivel de precios acordado.

393. Los siguientes gráficos presentan la evolución de los precios de los quince (15) productos de Albis que estuvieron involucrados en la práctica colusoria. Dichos gráficos muestran la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráficos a partir de la siguiente página]

Gráfico 13



Fechas	Arcángel	Eckerd	NortFarma
25-ene-08	2.07	2.07	2.07
26-ene-08	2.07	2.11	2.07
27-ene-08	2.07	2.07	2.07
28-ene-08	2.07	2.14	2.07
29-ene-08	2.07	2.12	2.07
30-ene-08	2.07	2.11	2.07
31-ene-08	2.07	2.07	2.07
<b>01-feb-08</b>	<b>2.15</b>	<b>2.15</b>	<b>2.15</b>
02-feb-08	2.15	2.15	2.15
03-feb-08	2.15	2.15	2.15
04-feb-08	2.15	2.15	2.15
05-feb-08	2.15	2.15	2.15
06-feb-08	2.15	2.15	2.15
07-feb-08	2.15	2.15	2.15
08-feb-08	2.15	2.15	2.15
09-feb-08	2.15	2.15	2.15
10-feb-08	2.15	2.15	2.15
11-feb-08	2.15	2.15	2.15
12-feb-08	2.15	2.14	2.15
13-feb-08	2.15	2.14	2.15
14-feb-08	2.15	2.14	2.15
15-feb-08	2.15	2.14	2.15
16-feb-08	2.15	2.14	2.15

— · — · — Representa la fecha referente del incremento de precios.

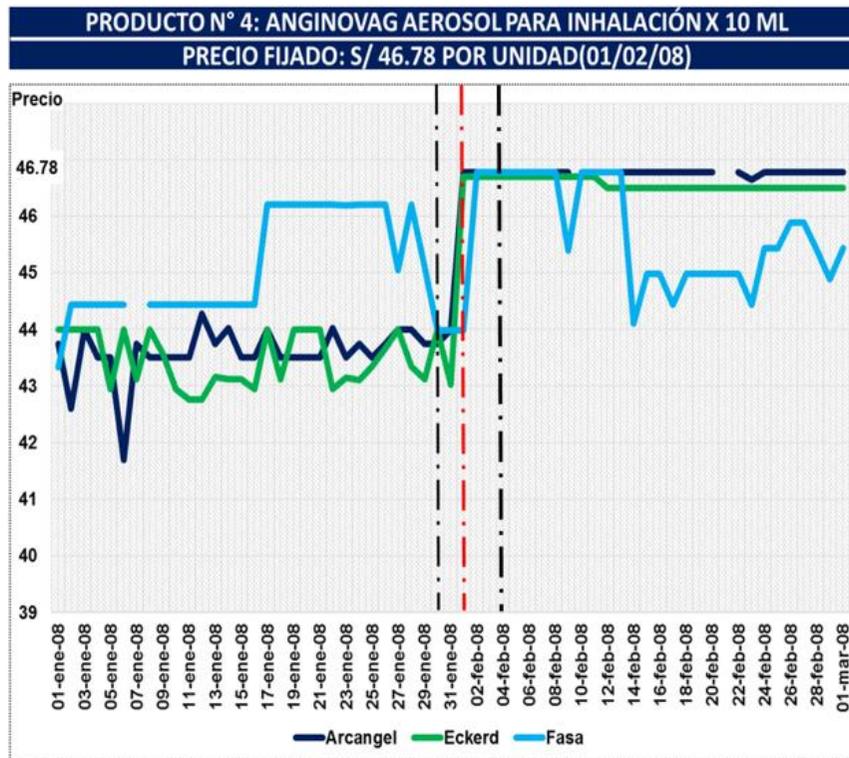
— · — · — Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

La celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

Gráfico 14



Fechas	Arcángel	Eckerd	Fasa
25-ene-08	43.50	43.34	46.20
26-ene-08	43.75	43.67	46.20
27-ene-08	44.00	44.00	45.04
28-ene-08	44.00	43.34	46.20
29-ene-08	43.75	43.12	45.10
30-ene-08	43.75	44.00	43.99
31-ene-08	44.00	43.02	43.99
<b>01-feb-08</b>	<b>46.78</b>	<b>46.70</b>	43.99
02-feb-08	46.78	46.70	<b>46.78</b>
03-feb-08		46.70	46.78
04-feb-08	46.78	46.70	46.78
05-feb-08	46.78	46.70	46.78
06-feb-08	46.78	46.70	46.78
07-feb-08	46.78	46.70	46.78
08-feb-08	46.78	46.70	46.78
09-feb-08	46.78	46.70	45.39
10-feb-08		46.70	46.78
11-feb-08	46.78	46.70	46.78
12-feb-08	46.78	46.50	46.78
13-feb-08	46.78	46.50	46.78
14-feb-08	46.78	46.50	44.10
15-feb-08	46.78	46.50	44.98
16-feb-08	46.78	46.50	44.98

— — — — Representa la fecha referente del incremento de precios.

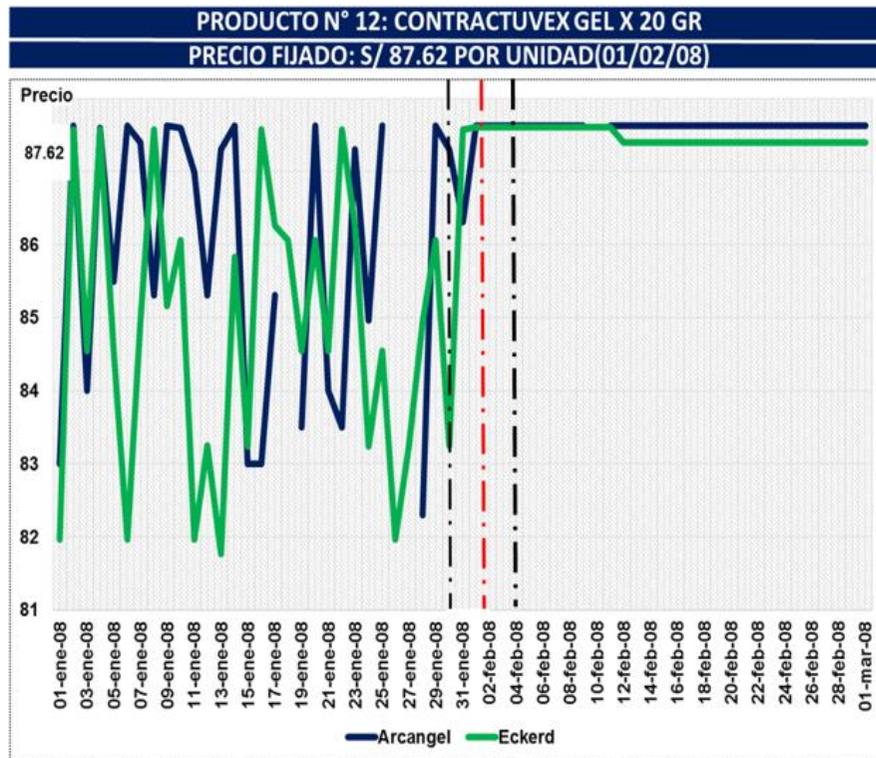
— · — · — Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 15



Fechas	Arcángel	Eckerd
25-ene-08	87.62	84.54
26-ene-08		81.97
27-ene-08		83.26
28-ene-08	82.30	84.93
29-ene-08	87.62	86.06
30-ene-08	87.31	83.26
31-ene-08	86.31	<b>87.57</b>
<b>01-feb-08</b>	<b>87.62</b>	87.60
02-feb-08	87.62	87.60
03-feb-08	87.62	87.60
04-feb-08	87.62	87.60
05-feb-08	87.62	87.60
06-feb-08	87.62	87.60
07-feb-08	87.62	87.60
08-feb-08	87.62	87.60
09-feb-08	87.62	87.60
10-feb-08		87.60
11-feb-08	87.62	87.60
12-feb-08	87.62	87.40
13-feb-08	87.62	87.40
14-feb-08	87.62	87.40
15-feb-08	87.62	87.40
16-feb-08	87.62	87.40

— · — · — · Representa la fecha referente del incremento de precios.

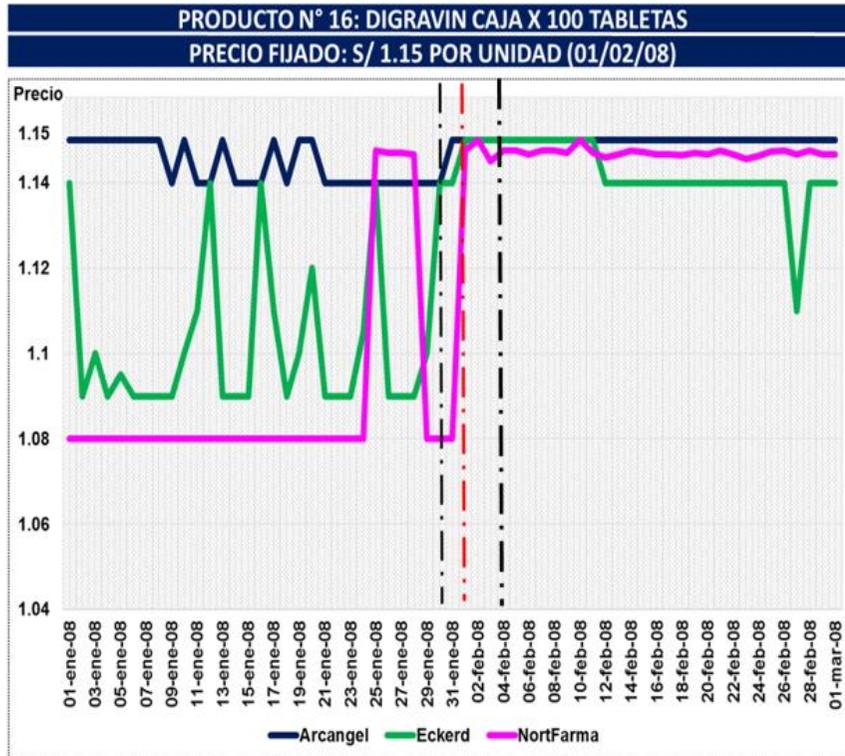
— · — · — · Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 16



Fechas	Arcángel	Eckerd	NortFarma
25-ene-08	1.14	1.14	1.15
26-ene-08	1.14	1.09	1.15
27-ene-08	1.14	1.09	1.15
28-ene-08	1.14	1.09	1.15
29-ene-08	1.14	1.1	1.08
30-ene-08	1.14	1.14	1.08
31-ene-08	<b>1.15</b>	1.14	1.08
<b>01-feb-08</b>	<b>1.15</b>	<b>1.15</b>	<b>1.15</b>
02-feb-08	1.15	1.15	1.15
03-feb-08	1.15	1.15	1.15
04-feb-08	1.15	1.15	1.15
05-feb-08	1.15	1.15	1.15
06-feb-08	1.15	1.15	1.15
07-feb-08	1.15	1.15	1.15
08-feb-08	1.15	1.15	1.15
09-feb-08	1.15	1.15	1.15
10-feb-08	1.15	1.15	1.15
11-feb-08	1.15	1.15	1.15
12-feb-08	1.15	1.14	1.15
13-feb-08	1.15	1.14	1.15
14-feb-08	1.15	1.14	1.15
15-feb-08	1.15	1.14	1.15
16-feb-08	1.15	1.14	1.15

--- Representa la fecha referente del incremento de precios.

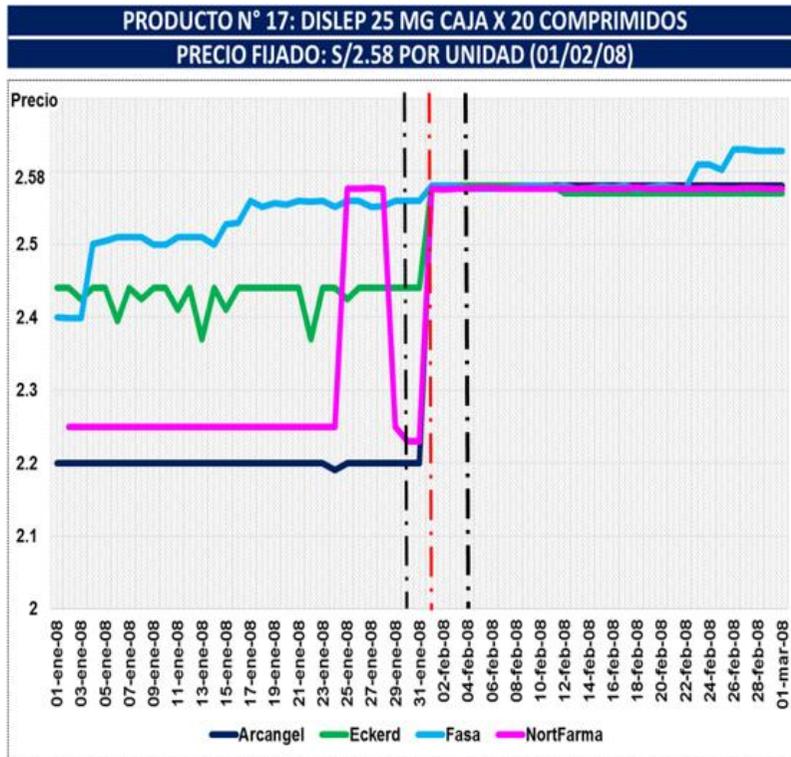
- - - Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 17



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	2.20	2.43	2.56	2.58
26-ene-08	2.20	2.44	2.56	2.58
27-ene-08	2.20	2.44	2.55	2.58
28-ene-08	2.20	2.44	2.55	2.58
29-ene-08	2.20	2.44	2.56	2.25
30-ene-08	2.20	2.44	2.56	2.23
31-ene-08	2.20	2.44	2.56	2.23
<b>01-feb-08</b>	<b>2.58</b>	<b>2.58</b>	<b>2.58</b>	<b>2.58</b>
02-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
03-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
04-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
05-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
06-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
07-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
08-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
09-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
10-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
11-feb-08	2.58	2.58	2.58	2.58
12-feb-08	2.58	2.57	2.58	2.58
13-feb-08	2.58	2.57	2.58	2.58
14-feb-08	2.58	2.57	2.58	2.58
15-feb-08	2.58	2.57	2.58	2.58
16-feb-08	2.58	2.57	2.58	2.58

--- Representa la fecha referente del incremento de precios.

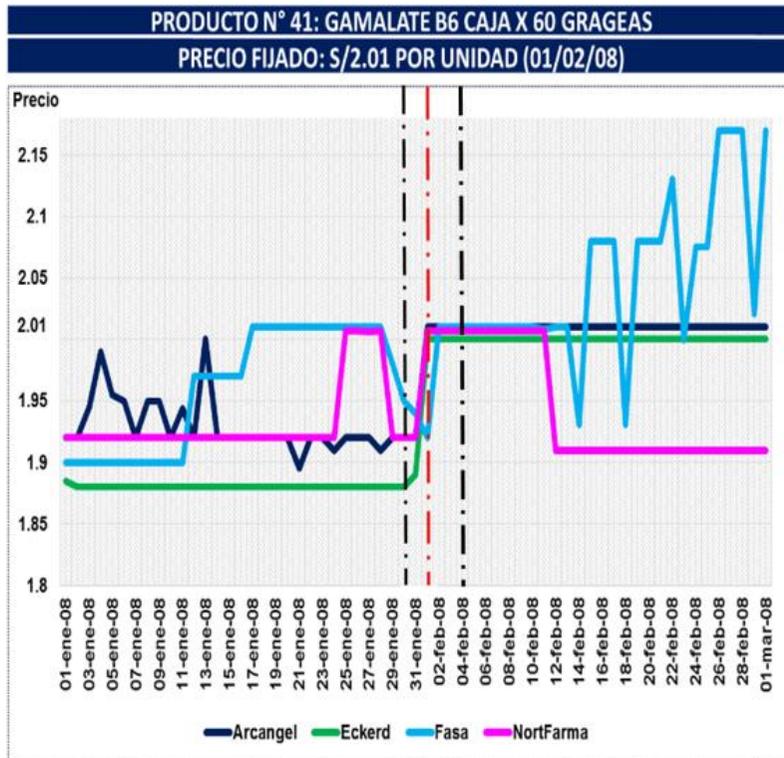
-.- Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 18



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	1.92	1.88	2.01	2.01
26-ene-08	1.92	1.88	2.01	2.01
27-ene-08	1.92	1.88	2.01	2.01
28-ene-08	1.91	1.88	2.01	2.01
29-ene-08	1.92	1.88	1.98	1.92
30-ene-08	1.92	1.88	1.95	1.92
31-ene-08	1.92	1.89	1.94	1.92
<b>01-feb-08</b>	<b>2.01</b>	<b>2.00</b>	1.92	<b>2.01</b>
02-feb-08	2.01	2.00	<b>2.01</b>	2.01
03-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
04-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
05-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
06-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
07-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
08-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
09-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
10-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
11-feb-08	2.01	2.00	2.01	2.01
12-feb-08	2.01	2.00	2.01	1.91
13-feb-08	2.01	2.00	2.01	1.91
14-feb-08	2.01	2.00	1.93	1.91
15-feb-08	2.01	2.00	2.08	1.91
16-feb-08	2.01	2.00	2.08	1.91

— — — — Representa la fecha referente del incremento de precios.

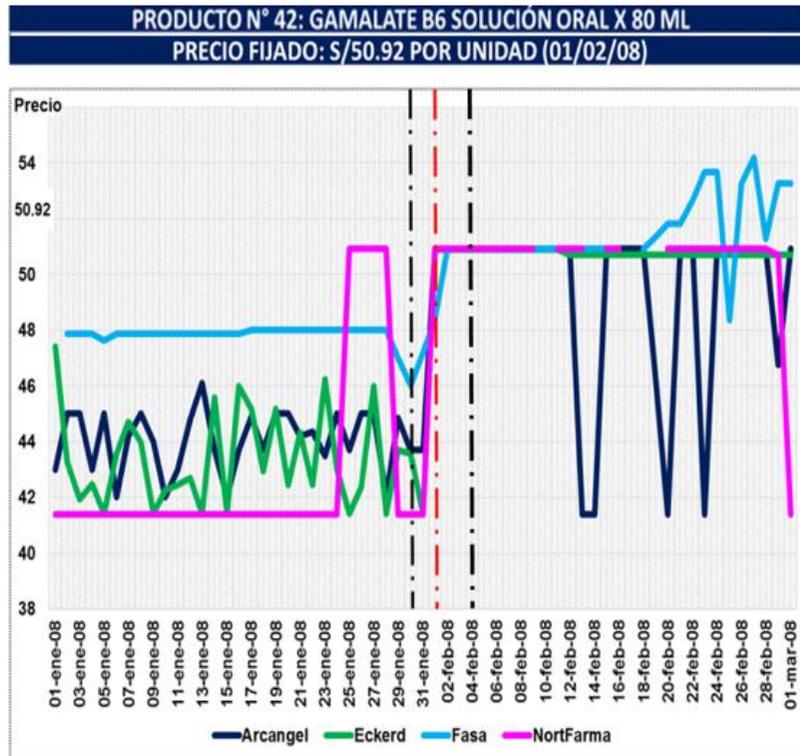
— · — · — Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 19



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	43.70	41.41	48.02	50.92
26-ene-08	45.00	42.36	48.02	50.92
27-ene-08	45.00	46.00	48.02	50.92
28-ene-08	42.02	41.41	48.02	50.92
29-ene-08	44.85	43.71	47.01	41.40
30-ene-08	43.70	43.57	46.01	41.40
31-ene-08	43.70	41.41	47.20	41.40
<b>01-feb-08</b>	<b>50.92</b>	<b>50.90</b>	48.40	<b>50.92</b>
02-feb-08	50.92	50.90	<b>50.92</b>	50.92
03-feb-08	50.92	50.90		50.92
04-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
05-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
06-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
07-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
08-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
09-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
10-feb-08	50.92	50.90	50.92	
11-feb-08	50.92	50.90	50.92	50.92
12-feb-08	50.92	50.70	50.92	50.92
13-feb-08	41.40	50.70	50.92	50.92
14-feb-08	41.40	50.70	50.92	
15-feb-08	50.92	50.70	50.92	50.92
16-feb-08	50.92	50.70		50.92

--- Representa la fecha referente del incremento de precios.

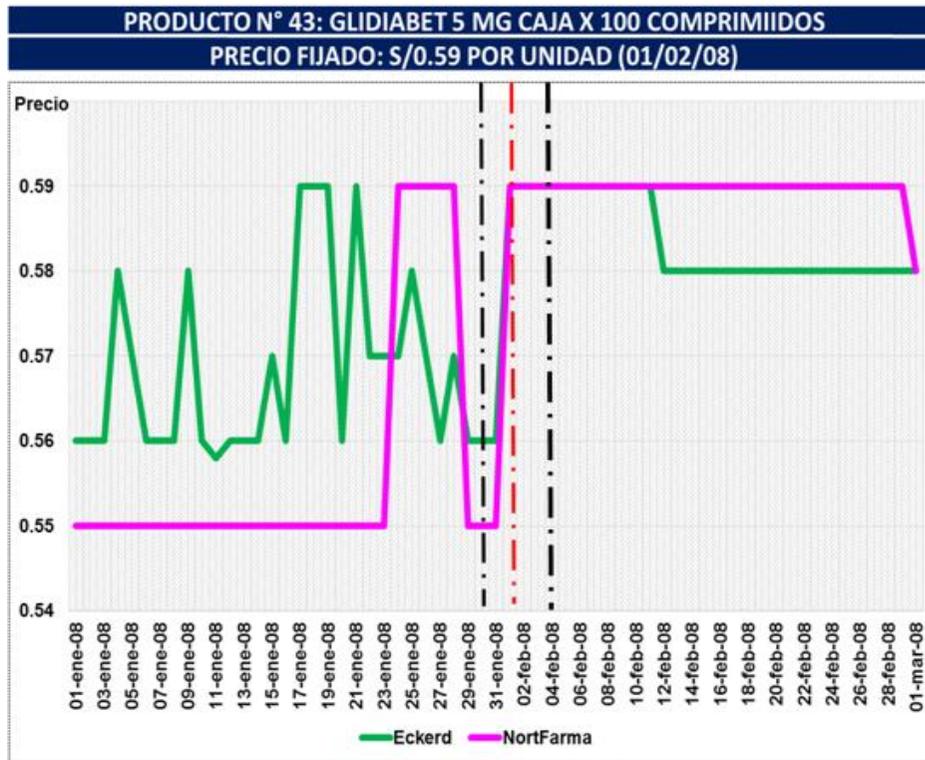
-.- Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 20



Fechas	Eckerd	NortFarma
25-ene-08	0.58	0.59
26-ene-08	0.57	0.59
27-ene-08	0.56	0.59
28-ene-08	0.57	0.59
29-ene-08	0.56	0.55
30-ene-08	0.56	0.55
31-ene-08	0.56	0.55
<b>01-feb-08</b>	<b>0.59</b>	<b>0.59</b>
02-feb-08	0.59	0.59
03-feb-08	0.59	0.59
04-feb-08	0.59	0.59
05-feb-08	0.59	0.59
06-feb-08	0.59	0.59
07-feb-08	0.59	0.59
08-feb-08	0.59	0.59
09-feb-08	0.59	0.59
10-feb-08	0.59	0.59
11-feb-08	0.59	0.59
12-feb-08	0.58	0.59
13-feb-08	0.58	0.59
14-feb-08	0.58	0.59
15-feb-08	0.58	0.59
16-feb-08	0.58	0.59

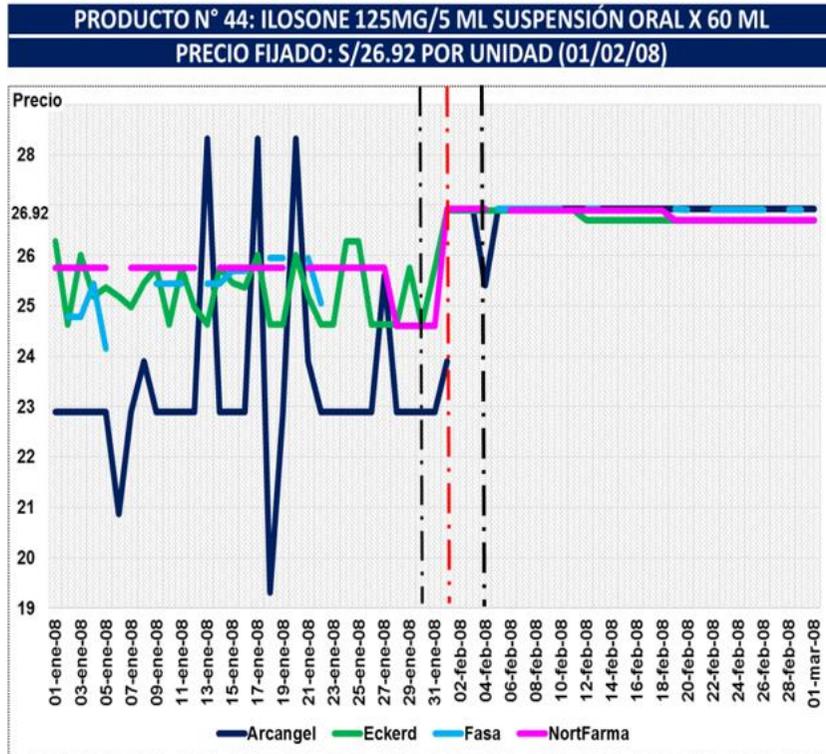
- · - Representa la fecha referente del incremento de precios.
- · - Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 21



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	22.90	26.28		25.75
26-ene-08	22.90	24.63		25.75
27-ene-08	25.61	24.63		25.75
28-ene-08	22.90	24.63		24.60
29-ene-08	22.90	25.75	25.95	24.60
30-ene-08	22.90	24.63		24.60
31-ene-08	22.90	25.75		24.60
<b>01-feb-08</b>	23.90	<b>26.90</b>		<b>26.92</b>
02-feb-08		26.90		26.92
03-feb-08	<b>26.92</b>	26.90		26.92
04-feb-08	25.41	26.90		26.92
05-feb-08	26.92	26.90	<b>26.92</b>	
06-feb-08	26.92	26.90	26.92	26.90
07-feb-08	26.92	26.90	26.92	26.90
08-feb-08		26.90	26.92	26.90
09-feb-08	26.92	26.90	26.92	26.90
10-feb-08	26.92	26.90	26.92	26.90
11-feb-08	26.92	26.90		26.90
12-feb-08	26.92	26.70	26.92	26.90
13-feb-08	26.92	26.70	26.92	26.90
14-feb-08	26.92	26.70		26.90
15-feb-08	26.92	26.70	26.92	26.90
16-feb-08	26.92	26.70		26.90

— — — Representa la fecha referente del incremento de precios.

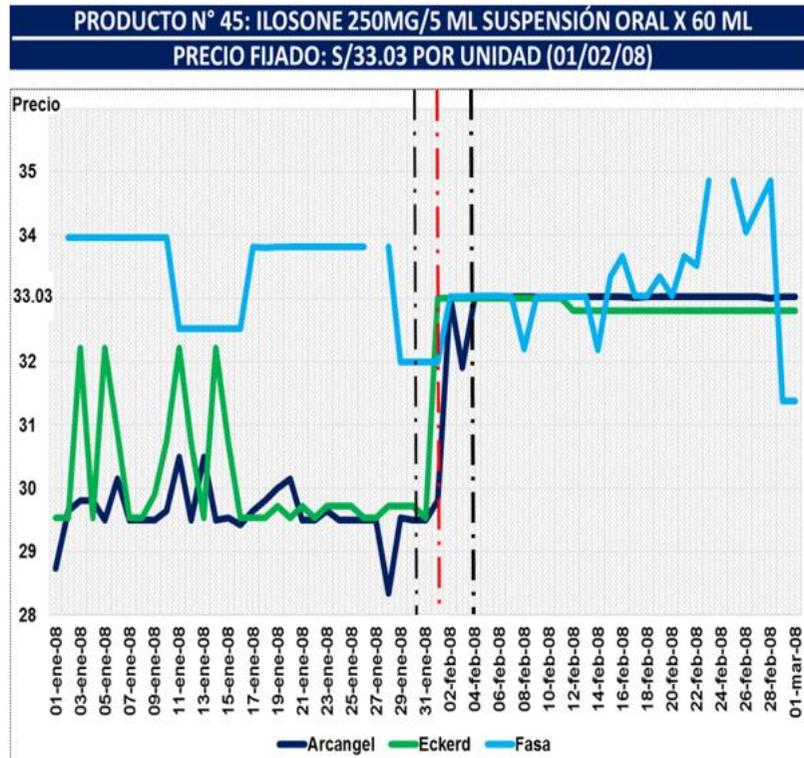
— — — Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 22



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
25-ene-08	29.50	29.72	33.81
26-ene-08	29.50	29.54	33.81
27-ene-08	29.50	29.54	
28-ene-08	28.34	29.72	33.81
29-ene-08	29.54	29.72	32.00
30-ene-08	29.50	29.72	32.00
31-ene-08	29.50	29.54	32.00
<b>01-feb-08</b>	29.80	<b>33.00</b>	32.00
02-feb-08	<b>33.03</b>	33.00	<b>33.03</b>
03-feb-08	31.91	33.00	33.03
04-feb-08	33.03	33.00	33.03
05-feb-08	33.03	33.00	33.03
06-feb-08	33.03	33.00	33.03
07-feb-08	33.03	33.00	33.03
08-feb-08	33.03	33.00	32.21
09-feb-08	33.03	33.00	33.03
10-feb-08	33.03	33.00	33.03
11-feb-08	33.03	33.00	33.03
12-feb-08	33.03	32.80	33.03
13-feb-08	33.03	32.80	33.03
14-feb-08	33.03	32.80	32.19
15-feb-08	33.03	32.80	33.35
16-feb-08	33.03	32.80	33.67

Representa la fecha referente del incremento de precios.

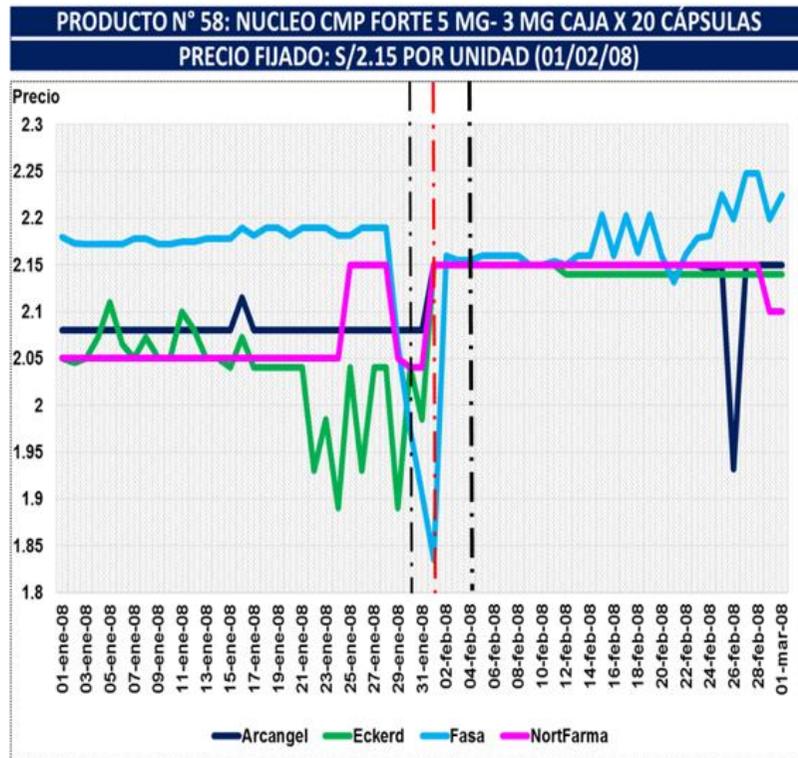
Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. La celda vacía indica una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 23



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	2.08	2.04	2.18	2.15
26-ene-08	2.08	1.93	2.19	2.15
27-ene-08	2.08	2.04	2.19	2.15
28-ene-08	2.08	2.04	2.19	2.15
29-ene-08	2.08	1.89	2.07	2.05
30-ene-08	2.08	2.04	1.97	2.04
31-ene-08	2.08	1.99	1.91	2.04
<b>01-feb-08</b>	<b>2.15</b>	<b>2.15</b>	1.84	<b>2.15</b>
02-feb-08	2.15	2.15	<b>2.16</b>	2.15
03-feb-08	2.15	2.15	2.15	2.15
04-feb-08	2.15	2.15	2.15	2.15
05-feb-08	2.15	2.15	2.16	2.15
06-feb-08	2.15	2.15	2.16	2.15
07-feb-08	2.15	2.15	2.16	2.15
08-feb-08	2.15	2.15	2.16	2.15
09-feb-08	2.15	2.15	2.15	2.15
10-feb-08	2.15	2.15	2.15	2.15
11-feb-08	2.15	2.15	2.15	2.15
12-feb-08	2.15	2.14	2.15	2.15
13-feb-08	2.15	2.14	2.16	2.15
14-feb-08	2.15	2.14	2.16	2.15
15-feb-08	2.15	2.14	2.20	2.15
16-feb-08	2.15	2.14	2.16	2.15

— — — — Representa la fecha referente del incremento de precios.

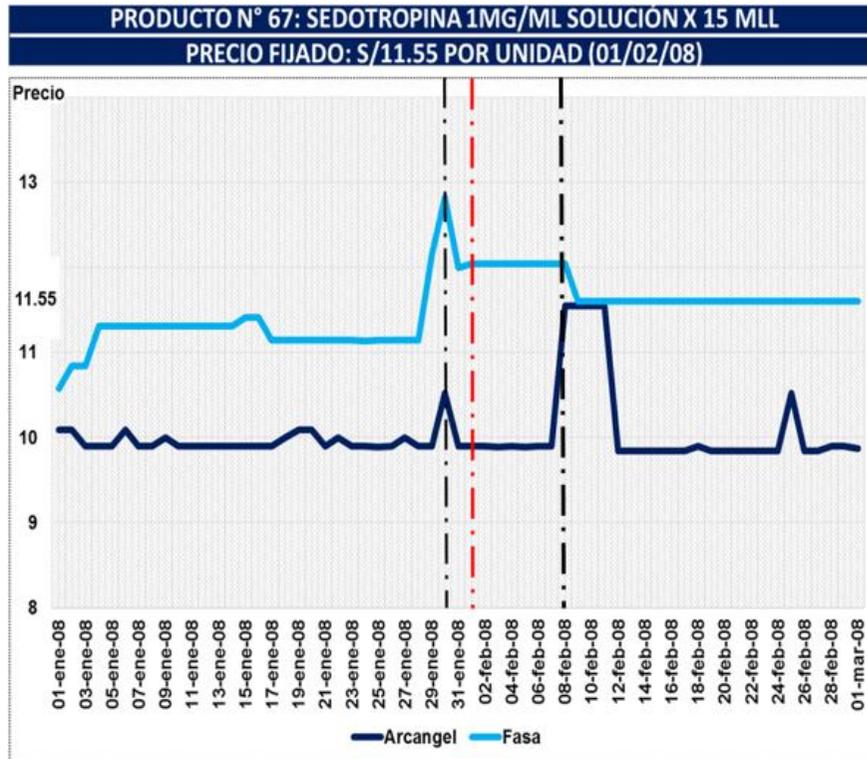
— · — · — Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 24 \*



Fechas	Arcangel	Fasa
25-ene-08	9.89	11.14
26-ene-08	9.90	11.14
27-ene-08	10.00	11.14
28-ene-08	9.90	11.14
29-ene-08	9.90	12.15
30-ene-08	10.52	<b>12.82</b>
31-ene-08	9.90	12.00
<b>01-feb-08</b>	9.90	12.04
02-feb-08	9.90	12.04
03-feb-08	9.89	12.04
04-feb-08	9.90	12.04
05-feb-08	9.89	12.04
06-feb-08	9.90	12.04
07-feb-08	9.90	12.04
08-feb-08	<b>11.55</b>	12.04
09-feb-08	11.55	11.60
10-feb-08	11.55	11.60
11-feb-08	11.55	11.60
12-feb-08	9.84	11.60
13-feb-08	9.84	11.60
14-feb-08	9.84	11.60
15-feb-08	9.84	11.60
16-feb-08	9.84	11.60

— · — · — · Representa la fecha referente del incremento de precios.

— · — · — · Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

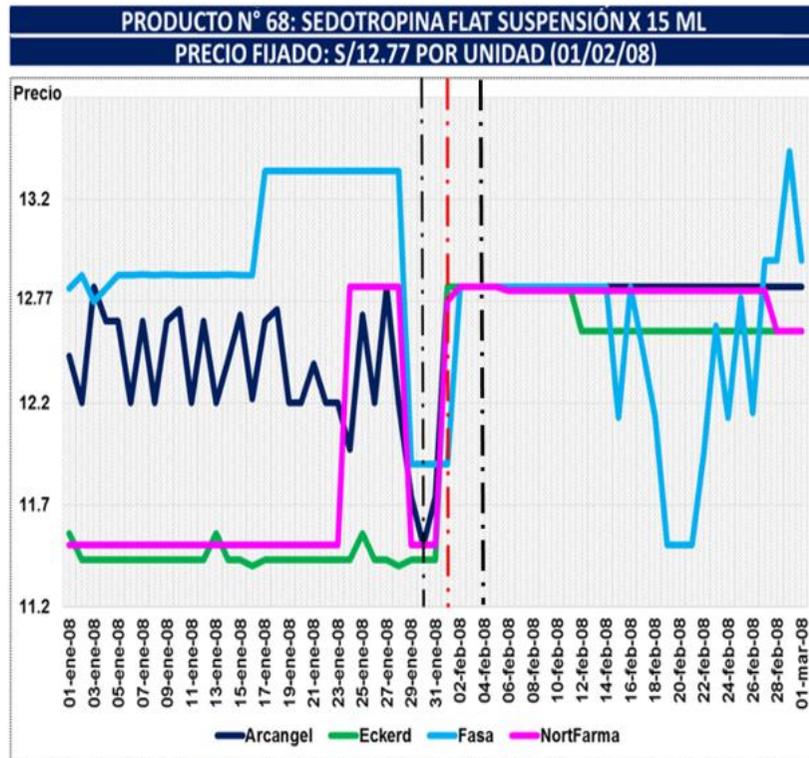
\* Como se mencionó en la Resolución, este producto tenía como fecha máxima para el incremento el 8 de febrero de 2008

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 25



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ene-08	12.63	11.56	13.34	12.77
26-ene-08	12.20	11.43	13.34	12.77
27-ene-08	12.77	11.43	13.34	12.77
28-ene-08	12.20	11.40	13.34	12.77
29-ene-08	11.74	11.43	11.90	11.50
30-ene-08	11.50	11.43	11.90	11.50
31-ene-08	11.74	11.43	11.90	11.50
<b>01-feb-08</b>	<b>12.77</b>	<b>12.77</b>	11.90	12.70
02-feb-08	12.77	12.77	<b>12.77</b>	<b>12.77</b>
03-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.77
04-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.77
05-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.77
06-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
07-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
08-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
09-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
10-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
11-feb-08	12.77	12.77	12.77	12.75
12-feb-08	12.77	12.55	12.77	12.75
13-feb-08	12.77	12.55	12.77	12.75
14-feb-08	12.77	12.55	12.77	12.75
15-feb-08	12.77	12.55	12.13	12.75
16-feb-08	12.77	12.55	12.77	12.75

Representa la fecha referente del incremento de precios.

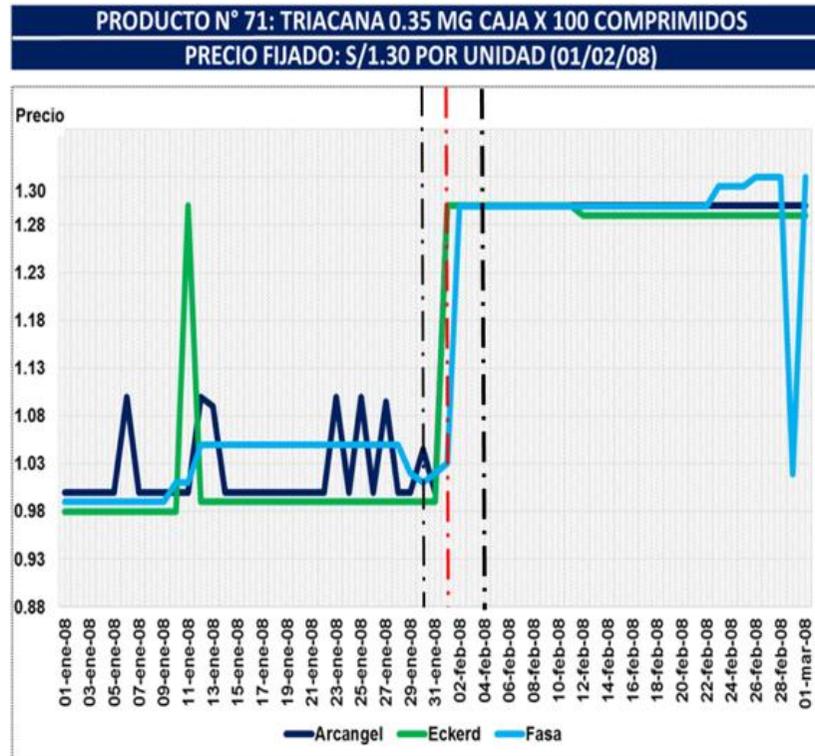
Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 26



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
25-ene-08	1.10	0.99	1.05
26-ene-08	1.00	0.99	1.05
27-ene-08	1.10	0.99	1.05
28-ene-08	1.00	0.99	1.05
29-ene-08	1.00	0.99	1.02
30-ene-08	1.05	0.99	1.01
31-ene-08	1.00	0.99	1.02
<b>01-feb-08</b>	<b>1.30</b>	<b>1.30</b>	1.03
<b>02-feb-08</b>	1.30	1.30	<b>1.30</b>
03-feb-08	1.30	1.30	1.30
04-feb-08	1.30	1.30	1.30
05-feb-08	1.30	1.30	1.30
06-feb-08	1.30	1.30	1.30
07-feb-08	1.30	1.30	1.30
08-feb-08	1.30	1.30	1.30
09-feb-08	1.30	1.30	1.30
10-feb-08	1.30	1.30	1.30
11-feb-08	1.30	1.30	1.30
12-feb-08	1.30	1.29	1.30
13-feb-08	1.30	1.29	1.30
14-feb-08	1.30	1.29	1.30
15-feb-08	1.30	1.29	1.30
16-feb-08	1.30	1.29	1.30

Representa la fecha referente del incremento de precios.

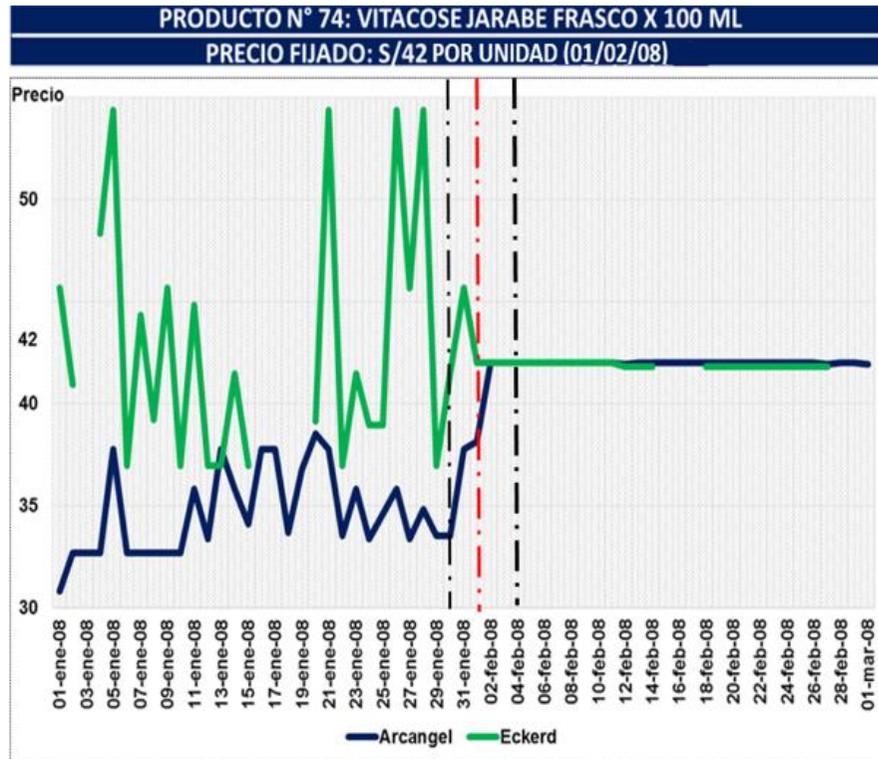
Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 27



Fechas	Arcangel	Eckerd
25-ene-08	34.58	38.93
26-ene-08	35.80	54.35
27-ene-08	33.36	45.65
28-ene-08	34.82	54.35
29-ene-08	33.52	36.94
30-ene-08	33.52	41.47
31-ene-08	37.74	<b>45.65</b>
<b>01-feb-08</b>	38.12	42.00
02-feb-08	<b>42.00</b>	42.00
03-feb-08	42.00	42.00
04-feb-08	42.00	42.00
05-feb-08	42.00	42.00
06-feb-08	42.00	42.00
07-feb-08	42.00	42.00
08-feb-08	42.00	42.00
09-feb-08	42.00	42.00
10-feb-08	42.00	42.00
11-feb-08	42.00	42.00
12-feb-08	41.90	41.80
13-feb-08	42.00	41.80
14-feb-08	42.00	41.80
15-feb-08	42.00	
16-feb-08	42.00	

--- Representa la fecha referente del incremento de precios.

- - - Representa las fechas de inicio y fin del periodo de ajuste de precios.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

394. Por tanto, a partir de la evidencia económica, esta Comisión considera que los productos N° 3, 4, 12, 16, 17, 41, 42, 43, 44, 45, 58, 67, 71 y 74 formaron parte del acuerdo de precios realizado por las Investigadas.
395. En el siguiente cuadro se muestran los productos y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 7**  
**Resumen de los productos y cadenas que formaron parte del episodio de Albis (febrero 2008) analizado en la sección 6.3.1.b**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
3	X	X		X
4	X	X	X	
12	X	X		
16	X	X		X
17	X	X	X	X
41	X	X	X	X
42	X	X	X	X
43		X		X
44	X	X	X	X
45	X	X	X	
58	X	X	X	X
67	X		X	
68	X	X	X	X
71	X	X	X	
74	X	X		

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

**c. Negociaciones y monitoreos posteriores (febrero – mayo 2008)**

396. El 13 de febrero de 2008, Francisco Venero envió una comunicación interna a determinados colaboradores de Albis, indicando que Eckerd le entregó una relación de productos en los cuales no tendría rentabilidad. Señaló que, si bien la relación de 16 productos conciliados «estaba conforme», habían 25 productos sobre los cuales Eckerd solicitaba mejores precios para arreglar sus márgenes. Al respecto, Francisco Venero mencionó que «la solución» ya se había coordinado con la Gerencia General y la Gerencia de Marketing y que únicamente estaba a la espera de los precios que se fijaran con Arcángel, señalando que el día anterior había dejado la lista para sea revisada en Inkafarma (Eckerd)<sup>195</sup>.
397. También el 13 de febrero, Julio Casiano de Arcángel informó a Francisco Venero de Albis sobre un supuesto incumplimiento detectado en «la competencia» respecto al producto Nucleo CMP<sup>196</sup>. En respuesta, el 14 de febrero, Albis indicó

<sup>195</sup> Correo 6. Comunicación del 13 de febrero de 2008, 10:15 a.m.

<sup>196</sup> Correo 7. Comunicación del 13 de febrero de 2008, 04:21 p.m.

a Arcángel que la lista de precios conciliados tenía un cumplimiento de 90% pero que Eckerd había entregado una relación de 25 nuevos productos<sup>197</sup>. Como se puede apreciar, dicha comunicación confirma que las coordinaciones continuaron, incluyendo nuevos productos, cuya inclusión en las coordinaciones se encontraba presionando Eckerd.

398. El 25 de febrero, Susana Espejo de Nortfarma informó a Carlos Galindo y Luis Yepez, Jefe de Promoción y Jefe Regional de Albis en la Zona Norte, respectivamente, que Eckerd nuevamente no estaba respetando el precio «controlado» –S/ 12.55– de Sedotropina Flat gotas y que en respuesta también estarían bajando sus propios precios<sup>198</sup>.
399. Dicha comunicación evidencia el actuar coordinado en el comportamiento de las cadenas respecto de sus precios. En ese sentido, al constatar un menor precio, las cadenas exigían la intervención del laboratorio para que «nivele» los precios de la competencia, bajo la amenaza de bajar sus propios precios. Ello se puede observar, precisamente, al analizar los precios de Nortfarma y Eckerd en relación con el producto reclamado (Sedotropina Flat gotas) en una fecha inmediatamente posterior a la de la comunicación:

	23-feb-08	24-feb-08	25-feb-08	26-feb-08	27-feb-08	28-feb-08	29-feb-08
<b>Eckerd</b>	12.55	12.55	12.55	12.55	12.55	12.55	12.55
<b>Nortfarma</b>	12.75	12.75	12.75	12.75	12.75	12.55	12.55

Así, se puede apreciar que Nortfarma procedió a igualar los precios de Eckerd pues el precio coordinado no estaba siendo respetado y Albis no había logrado una solución inmediata.

400. Esta comunicación fue reenviada a Francisco Venero por Luis Yepez, ambos de Albis, precisando que los incumplimientos de Eckerd generarían desorden y desconcierto con el resto de cadenas y, en el caso particular de Nortfarma, había amenazado con no comprar productos de líneas propias de Albis<sup>199</sup>. Dicha afirmación implicaría que, al cabo de tres semanas, Eckerd habría reducido algunos de sus precios por debajo de los niveles coordinados con las demás cadenas.
401. El comportamiento de Eckerd es coherente, además, con las siguientes comunicaciones, que permiten observar que, a fin de incentivar a Eckerd a mantener su parte en las coordinaciones, se aceptaría que tuviese precios ligeramente menores al del resto de cadenas.
402. En efecto, el 28 de febrero, Francisco Venero de Albis envió a Carlos Ruiz, Gerente de Ventas de Arcángel –con copia a Stefan Gocht, Gerente General y a otros funcionarios de Albis– una relación de productos con los precios controlados

<sup>197</sup> Correo 7. Comunicación del 14 de febrero de 2008, 09:40 a.m.

<sup>198</sup> Correo 8. Comunicación del 25 de febrero de 2008, 09:41 a.m.

<sup>199</sup> Correo 8. Comunicación del 25 de febrero de 2008, 09:50 a.m.

y los costos de Eckerd. En dicha comunicación<sup>200</sup>, Francisco Venero señaló lo siguiente:

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 28 de Febrero de 2008 11:40

**Para:** Ruiz, Carlos [Arcangel]

**CC:** Gocht, Stefan; Bravo, Gustavo; Casiano, Julio; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** Precios controlados

**Datos adjuntos:** PRECIOS CONTROLADOS y COSTOS IKF.xls

*Carlos, de acuerdo a nuestra conversación llevada a cabo en tu oficina te hago llegar los archivos de los precios controlados y costos IKF*

**1.- La lista de CONTROLADOS considera a 19 productos de LP, de estos precios IKF ajustara para abajo unos céntimos.**

**2.- OTROS A** relación de 40 productos de mediana rotación con los costos que facturamos a IKF.

**3.- OTROS B** relación de 71 productos de menor rotación con costos IKF

*Para los casos 2 y 3 la idea es trabajar con los precios del mercado y en último caso **no bajar de los costos IKF para evitar reclamos por pérdida de margen.***

*Esperamos tu confirmación para reiniciar con este tema a partir de este 1ero de Marzo*

*Saludos cordiales,  
FVenero.*

[Énfasis agregado]

403. Esta comunicación evidencia que Albis envió a Arcángel una nueva lista de precios conciliados, los cuales habrían seguido el mismo esquema de coordinaciones entre las cadenas imputadas por medio de Albis. Ello corrobora que la actuación con respecto a los precios de diversos productos de las cadenas no era el resultado de decisiones unilaterales producto de la libre interacción en el mercado, sino consecuencia de la coordinación entre ellas para incrementar sus precios de manera conjunta, con la ayuda de su proveedor común, el laboratorio.
404. Minutos después, Carlos Ruiz de Arcángel le respondió a Francisco Venero de Albis, haciendo notar su malestar por la diferencia que existiría a favor de Eckerd en los productos conciliados, señalando que ello solamente reforzaba la publicidad de dicha cadena sobre «precios bajos»<sup>201</sup>. A pesar de ello, comunicaciones siguientes confirman que este beneficio a favor de Albis sería finalmente aceptado por Arcángel y las demás cadenas involucradas en las coordinaciones sobre una nueva lista de precios.
405. Más adelante, una comunicación del 23 de mayo de 2008, revela que Herbert Lazo, Gerente de Ventas Farma de Albis, informó en un correo interno que Nortfarma no quería comprarles productos porque existía una diferencia de

---

<sup>200</sup> Correo 10. Comunicación del 28 de febrero de 2008, 11:40 a.m.

<sup>201</sup> Correo 10. Comunicación del 28 de febrero de 2008, 11:56 a.m.

precios con Arcángel (Andina de Salud) y con Eckerd (Inkafarma)<sup>202</sup>. En respuesta, Eliana Pacora, Gerente de Marketing de Albis señaló que había un «acuerdo de precios» con Nortfarma y que Nortfarma tenía descuentos similares a Eckerd<sup>203</sup>.

406. En respuesta, Francisco Venero de Albis indicó que Arcángel y Eckerd (Inkafarma) habían bajado precios de productos «no controlados» a niveles que no dejaban margen a Nortfarma. Debido a ello, explicó sus siguientes acciones:

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** viernes, 23 de mayo de 2008 11:04 a.m.

**Para:** Pacora, Eliana; Lazo, Herbert; Perez Roman, Manuel; Ruiz, Manuel; Yopez, Luis [Albis]

**CC:** León, Raúl [Albis]

**Asunto:** RE: NORFARMA

**[L]o que voy a coordinar con ambas es subir los precios publ. con mayor margen para que Nortfarma no se vea afectado tengo cita la próxima semana con IKF y Arcángel tendrá que cambiar sus precios.**

**De esto ya se le informo a Susana Espejo (Adm. de Nortfarma) esta presionando también por otro lado<sup>204</sup>.**

[Énfasis agregado]

407. Esta comunicación, evidencia –además de la proactividad de Albis en realizar monitoreos e informar a las cadenas sobre las acciones de sus competidores para evitar distorsiones en el denominado «acuerdo de precios»– el conocimiento compartido que tenían las cadenas involucradas acerca de los monitoreos realizados y los reclamos o cruces de información realizados a través del laboratorio.

#### **d. Incrementos coordinados para setiembre de 2008**

408. Como se ha podido apreciar en comunicaciones anteriores, era usual que Albis en línea con el interés de las cadenas de farmacias de mantener en secreto las coordinaciones que se realizaban dentro del cártel, también adoptara las medidas necesarias para evitar dejar evidencia sobre estas coordinaciones, como remitir correos cuyo único destinatario visible fuera un funcionario del mismo laboratorio, a pesar de que el tenor del mensaje estuviera dirigido a más de un destinatario y sobre temas vinculados con el «ordenamiento de precios».
409. En particular, esta Comisión ha podido inferir que este tipo de comunicaciones estaban dirigidas a las cadenas de farmacias que participaban activamente de las coordinaciones de precios, probablemente en copia oculta, pues (i) estaban dirigidas a sus «clientes» (cadenas) y no a funcionarios del laboratorio, (ii) posteriormente aparecían reenviadas por una cadena de farmacia que no figuraba como una destinataria visible o, incluso, (iii) eran incluidas en los monitoreos o

---

<sup>202</sup> Correo 13. Comunicación del 23 de mayo de 2008, 10:44 a.m.

<sup>203</sup> Correo 13. Comunicación del 23 de mayo de 2008, 10:51 a.m.

<sup>204</sup> Correo 13. Comunicación del 23 de mayo de 2008, 11:04 a.m.

quejas que las cadenas realizaban acerca del incumplimiento de los nuevos precios coordinados.

410. Ello explica que el 20 de agosto de 2008, Francisco Venero de Albis remitiera una comunicación aparentemente dirigida solo a José Giove, Jefe de Equipo de Promotores de Albis, indicando «**Estimados clientes (...) hago llegar la relación de productos con PPSUG [precios sugeridos] que regirán a partir del 1° de Set/08 hora: 8.AM**» y precisando que se enviaba con la debida anticipación para que pudieran nivelar los precios en la fecha pactada<sup>205</sup>.

Esta comunicación aparece en un monitoreo posterior que Albis realiza sobre los precios de Fasa a pesar de que esta cadena no fue incluida como una destinataria visible. Por esta razón, es razonable inferir que Albis habría remitido la nueva lista de precios a las cadenas de farmacias que participaban de las coordinaciones antes analizadas: Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma.

411. En la misma comunicación del 20 de agosto, Francisco Venero de Albis recalcó que la relación de productos con los nuevos «precios controlados» incluía el incremento del 5% de los costos que tuvieron los productos del laboratorio. Con ello, la justificación formulada por algunas de las Investigadas en el sentido que el incremento de los precios de venta al público de estos productos se produjo de manera independiente y como consecuencia de un incremento en sus costos no resulta atendible, en la medida que esta comunicación revela que los nuevos precios coordinados ya incorporaban tales incrementos.
412. Minutos después, Francisco Venero de Albis le envió a Arcángel la lista de productos con «precios sugeridos» (hoja de cálculo «Controlados», Tabla «Ppsug. Cadenas 2008») que las cadenas de farmacias debían implementar a partir del **1 de setiembre a las 8 a.m.**, indicando que «ya se [había] coordinado con las demás cadenas».

*De: Venero, Francisco [Albis]  
Enviado el: miércoles, 20 de agosto de 2008 12:03 p.m.  
Para: Ruiz, Carlos [Arcángel]  
CC: Casiano, Julio; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
Asunto: PPSUG LP Albis 9/2,008  
Datos adjuntos: PPSUG. Lineas Propias Albis. Set-08.xls (45 KB)*

*Hola amigos.  
Previo un afectuoso saludo les hago llegar los PPSUG. que regirán a partir del 1/set/08 Hora; 8 AM.  
**Ya se coordino con las demás cadenas y respecto a los archivos Otros A y Otros B con Inkafarma**  
**Este incremento se considera en función al ultimo alza de precios de LP Albis (5%)**  
Esperando la colaboración de siempre.  
Cordiales saludos  
Francisco*

[Énfasis agregado]

---

<sup>205</sup> Correo 20. Comunicación del 20 de agosto de 2008, 11:42 a.m.

413. De la lista coordinada de precios que se adjunta a este correo y de acuerdo con el análisis de las comunicaciones de febrero de 2008, se puede apreciar que, como parte de la organización del cártel, las cadenas de farmacias habían aceptado que Eckerd ofreciera un precio relativamente menor al ofrecido por las demás cadenas<sup>206</sup>. De hecho, la lista de productos con los nuevos precios incluía una columna con los «precios conciliados» para las cadenas de farmacias y otra para Eckerd.
414. El hecho de que se trate de la misma relación de productos de Albis que el laboratorio compartió hacia febrero de 2008 y que las comunicaciones tengan el mismo tenor permite a esta Comisión considerar que, así como Arcángel y Fasa, también Eckerd y Nortfarma habrían tenido a su disposición la relación con los precios coordinados de diecisiete productos farmacéuticos incluidos en la Resolución de Inicio y que, como muestra la evidencia económica analizada, su participación activa fue determinante en el éxito de estas nuevas coordinaciones para setiembre de 2008.

Con ello, Fasa, Arcángel, Eckerd y Nortfarma habrían tenido la lista de productos de Albis con los nuevos precios coordinados aproximadamente con dos semanas de anticipación a la fecha pactada para el incremento, permitiendo que dichas cadenas de farmacias nivelaran sus precios incluso con anterioridad al 1 de setiembre de 2008.

415. Ahora bien, las comunicaciones revelan que hasta el 4 de setiembre, Eckerd aún no había cumplido con implementar el incremento de precios en la mayoría de productos, mientras que Fasa había nivelado la mayoría de sus precios el 2 de setiembre, lo cual generó sucesivos reclamos por parte de las cadenas, conforme se explica a continuación.
416. El 4 de setiembre, Francisco Venero de Albis se comunicó con Cristhian Randich de Fasa para informarle que «Inkafarma constató que Fasa no cambió y ellos bajaron sus precios complicando todo el trabajo», y le pidió que ordenara a quien correspondiese que cumplieran con el detalle de la lista de precios acordados, debido a que el beneficio era para todas las cadenas. El respeto a la lista, aseguró, permitiría evitar «la guerra de precios y la consiguiente pérdida de márgenes»<sup>207</sup>.
417. Esta comunicación permite a la Comisión ratificar la activa participación de Eckerd y Fasa en las permanentes coordinaciones de precios de venta al público de determinados productos, y desestimar el argumento de que las cadenas establecían sus precios de manera unilateral. Esta comunicación demuestra que tanto Fasa como Eckerd tenían mutuo conocimiento de la lista de precios coordinada a través de Albis.

---

<sup>206</sup> De acuerdo con la comunicación 4, la suerte de «privilegio» a favor de Eckerd para que ofreciera un precio relativamente menor al ofrecido por las demás cadenas de farmacias fue negociado -por lo menos- desde el 28 de febrero de 2008.

<sup>207</sup> Correo 20. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 09:09 a.m.

Más aún, se observa a ambas empresas condicionando el cumplimiento de esta lista de precios al cumplimiento de las demás, lo cual significa que la determinación de sus precios para estos productos dependía de las coordinaciones con las demás cadenas de farmacias y no era resultado de una decisión unilateral<sup>208</sup>.

418. Ante el reclamo de Eckerd, que fue trasladado por Albis a Cristhian Randich de Fasa, este último solicitó a Miguel Sánchez de Fasa, que confirmaran si se habían efectuado «los cambios de Albis». Como respuesta a esta comunicación, Alex Tenorio de Fasa precisó que los precios se habían actualizado desde el lunes 2 de setiembre a nivel nacional y que preguntara a Albis sobre el local en que habría detectado el incumplimiento para realizar el seguimiento respectivo<sup>209</sup>.
419. El mismo 4 de setiembre, Carlos Ruiz de Arcángel envió un correo a Francisco Venero y otros funcionarios de Albis, indicando que «nuevamente Inkafarma empezaba con la distorsión» y advertía que por lo menos durante esos cuatro días sus clientes percibían que sus precios estaban más caros en comparación con Eckerd. Por ello, propuso que bajaran sus precios y esperaran a que este «problema» se pudiera arreglar en el transcurso de los días<sup>210</sup>.
420. En respuesta a la referida comunicación, Francisco Venero de Albis le indicó que el día anterior había visitado a Eckerd para ver los precios y que contactaría a Gina Wright (Gerente de Compras de Droguería Los Andes, encargada de las compras de Eckerd), para pedirle una explicación y reiterarle que debían nivelarse a la brevedad<sup>211</sup>.
421. Momentos después, Francisco Venero de Albis volvió a escribirle a Carlos Ruiz de Arcángel para informarle que el problema radicaba en que Eckerd no había variado sus precios debido a que Fasa no cumplió con incrementar algunos de sus precios en la fecha pactada, «malogrando todo el trabajo». Francisco Venero de Albis reafirmó su compromiso para resolver este asunto<sup>212</sup>.
422. Posteriormente, Francisco Venero de Albis indicó a Carlos Ruiz de Arcángel que había coordinado con Christian Randich, Subgerente de negocios Rx de Fasa y que también había «conversado con BTL, Mifarma y B&S», quienes «confirmaron que todo está OK». Asimismo, indicó que luego de verificar en campo los precios, Eckerd nivelaría a más tardar el día siguiente, viernes 5 de setiembre por la tarde<sup>213</sup>.

---

<sup>208</sup> Incluso, en el Correo 28 del 17 del setiembre de 2008, 11:07 a.m., remitido por Yrene Leon, Gerente de Aseguramiento de la Calidad de Arcángel a otros funcionarios de Arcángel y Albis, reconoce que existe un **«acuerdo de precios nivelados con Inkafarma (Eckerd)»**.

<sup>209</sup> Correo 20. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 10:25 a.m.

<sup>210</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 08:44 a.m.

<sup>211</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 08:51 a.m.

<sup>212</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 09:52 a.m.

<sup>213</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 05:16 p.m.

423. Como se observa en la evidencia económica, analizada líneas abajo, se puede apreciar que Eckerd en efecto cumplió con incrementar el precio de la gran mayoría de los productos de la lista entre el 5 y 9 de setiembre, luego de verificar en campo que las demás cadenas de farmacias también cumplieron con nivelar sus precios, conforme indica la comunicación antes comentada, remitida por Francisco Venero de Albis a Carlos Ruiz de Arcángel, con copia a Stefan Gotch y Gustavo Bravo, ambos Gerentes Generales en sus respectivas empresas.
424. En síntesis, en base a los elementos de juicio a los que esta Comisión ha tenido acceso, puede afirmarse que, por lo menos, Arcángel, Fasa, Eckerd y Nortfarma nuevamente habrían coordinado el incremento de los precios de la lista remitida por Albis el 20 de agosto de 2008, con la colaboración de dicho laboratorio. En particular, ante un incumplimiento por parte de alguna de las participantes de las coordinaciones, Albis era quien recibía los eventuales reclamos para posteriormente remitirlos a quien correspondía y encargarse de solicitar las rectificaciones necesarias para mantener el respeto de la «nivelación de precios» acordada entre las participantes.
425. Cabe precisar que, respecto de la comunicación del 4 de setiembre de 2008, aunque Albis indica que BTL, Mifarma y ByS habrían confirmado que «todo estaba OK» con los precios, para esta Comisión dicha mención no permite determinar fuera de duda razonable que el único sentido de esta frase es que un eventual incremento de precios por parte de dichas empresas haya sido resultado de una coordinación con las demás cadenas de farmacias.

En particular, no se observa que esta comunicación necesariamente evidencie que la política de precios de dichas cadenas haya estado subordinada a la de las otras –de hecho, proyectaría que no modificaron sus precios a pesar de las acciones de Eckerd y las otras cadenas–, con lo cual sobre ellas subsiste una duda razonable sobre una eventual decisión independiente de aceptar o rechazar los precios sugeridos por su proveedor<sup>214</sup>. En tal sentido, en la medida que no existe mayor evidencia para acreditar, fuera de una duda razonable, que existían coordinaciones entre la política de precios de BTL, Mifarma y ByS y las demás cadenas de farmacias, esta Comisión no puede considerarlas responsables de las coordinaciones en este episodio.

#### **e. Análisis de evidencia económica (agosto – setiembre 2008)**

426. El análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma, a través de Albis, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada los precios de venta al público de diversos productos comercializados por las imputadas el 1 de setiembre de 2008. Se evaluará si el precio de venta de los productos de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio indicado en la lista de precios coordinados. Para la identificación de los productos que mostraron

---

<sup>214</sup> Incluso de la evidencia económica se puede apreciar que para este episodio, Mifarma no incrementó los precios de ninguno de los 16 productos incluidos en la lista de Albis, lo cual es coherente con una definición unilateral de su política de precios.

incrementos se seguirá el procedimiento descrito en el considerando 382 de la presente Resolución.

427. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizadas líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el día 1 de setiembre de 2008 como fecha para el incremento de los precios en 17 productos. Los productos involucrados que fueron considerados en la Resolución de Inicio se presentan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 8**  
**Productos con precios coordinados para el 1 de setiembre de 2008<sup>215</sup>**

N°	Nombre del producto	Precio Coordinado (S/)
2	Aneurin Forte caja x100 grageas	183.87
3	Aneurin Forte caja x30 Grageas	67.72
4	Anginovag Aerosol para inhalación x 10 ml	49.12
12	Contractuvex gel x 20 gr	92.00
16	Digravin caja x 100 tabletas	120.39
17	Dislep 25 mg caja x 20 comprimidos	54.11
41	Gamalate b6 caja x 60 grageas	126.43
42	Gamalate b6 solución oral x 80 ml	53.47
43	Glidiabet 5 mg caja x 100 comprimidos	65.00
44	Ilosone 125mg/5 ml suspensión oral x 60 ml	28.26
45	Ilosone 250mg/5 ml suspensión oral x 60 ml	34.69
58	Nucleo Cmp forte 5 mg- 3 mg caja x 20 cápsulas	45.15
67	Sedotropina 1mg/ml solución x 15 ml	12.14
68	Sedotropina Flat suspensión x 15 ml	13.41
70	Tiorfan Lactantes 10 mg/g gránulos para suspensión x 18 sobres	47.98
71	Triacana 0.35 mg caja x 100 comprimidos	136.43
74	Vitacose Jarabe frasco x 100 ml	44.44

Nota: Número de producto según el Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

428. Para el presente análisis, se comparó el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas en el periodo de ajuste antes mencionado. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja<sup>216</sup>.

<sup>215</sup> Los productos investigados han sido listados en el Anexo 4 y han sido ordenados del 1 al 75. En principio, los productos son listados según su número de orden.

<sup>216</sup> Para aquellos productos con presentaciones que no se comercializan en fracciones (tabletas, pastillas comprimidos, etc.) se considera que el precio acordado se pudo aproximar al primer decimal. Por ejemplo, el producto Anginovag aerosol para inhalación x 10 ml (N°4) a aplicarse el 1 de setiembre de 2008 era de S/. 49.12, cuyo redondeo equivale a S/. 49.10. De esta manera, si una empresa cobró un precio entre S/. 49.10 y S/. 49.12, entonces puede afirmarse que formó parte del acuerdo colusorio dirigido a incrementar el precio de dicho producto.

429. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que se iniciaron las coordinaciones a partir del día 20 de agosto de 2008, cuando las cadenas tuvieron acceso al listado de productos que incrementarían sus precios el 1 de setiembre de 2008<sup>217</sup>. Considerando que las imputadas tuvieron acceso a la lista de precios días antes de la fecha programada para el inicio del acuerdo, podría esperarse que, en algunos casos, determinadas empresas decidieran incrementar los precios dentro de este período.
430. Además, el 4 de setiembre de 2008, las comunicaciones indican que las cadenas «confirmaron que todo está OK» y que Eckerd alinearía sus precios una vez que realice la verificación de los precios en el mercado<sup>218</sup>. Esto haría suponer que se esperó como máximo hasta esa fecha para que todas las cadenas incrementen sus precios<sup>219</sup>, exceptuando a Eckerd quien se tomaría unos días adicionales. Se verificó que esta última cadena incrementó sus precios hasta nueve días después del 1 de setiembre de 2008.
431. Por lo señalado anteriormente, el periodo de ajuste de precios comprendería desde el 20 de agosto de 2008 hasta el 10 de setiembre de 2008 para todos los productos involucrados. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó los productos que mostraron incrementos de precios en dos o más cadenas identificando la fecha de dichos incrementos. En el siguiente cuadro se muestran las fechas en que se registraron los incrementos de precios en dos o más cadenas.

**Cuadro 9**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
2	30/08/2008	09/09/2008	.	03/09/2008
3	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
4	30/08/2008		02/09/2008	07/09/2008
12	31/08/2008	07/09/2008	02/09/2008	04/09/2008
16	30/08/2008		02/09/2008	02/09/2008
17	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
41	30/08/2008	07/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
42	01/09/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
43	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
44	30/08/2008	09/09/2008	03/09/2008	04/09/2008
45	01/09/2008		02/09/2008	03/09/2008

En el caso de los productos con presentaciones que se comercializan en fracciones, se considerará que se aproximaron a dos decimales. Por ejemplo, el producto Tiorfan Lactantes 10 mg/g gránulos para suspensión x 18 sobres (N°70) tenía un precio coordinado a aplicarse el 1 de setiembre de 2008 de S/. 47.98. El precio por comprimido (obtenido dividiendo el precio en caja entre 18) corresponde a S/. 2.6656. Dado que se aproxima a dos decimales (se redondearía el precio por sobre), entonces puede afirmarse que una empresa que cobró un precio de S/. 2.67 formó parte del acuerdo colusorio dirigido a incrementar el precio de dicho producto.

<sup>217</sup> Correo 20. Comunicación del 20 de agosto de 2008, 11:42 a.m.

<sup>218</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 05:16 p.m.

<sup>219</sup> Para el caso específico de la cadena Nortfarma en el producto Anginovag Aerosol para Inhalación x 10 ml (N° 4) no se tiene información de ventas entre el 02 de setiembre de 2008 y el 06 de setiembre de 2008. Sin embargo, el día 7 de setiembre de 2008 vuelve a comercializar el producto con un precio nivelado.

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
58	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
67	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
68	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
70	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008	03/09/2008
71	30/08/2008	06/09/2008	02/09/2008	02/09/2008
74	01/09/2008	10/09/2008	.	

Nota: Las celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios o que tuvieron una reducción de precios o que no realizaron transacciones durante el periodo de ajuste establecido.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

432. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios al nivel fijado o, en su defecto, por encima de este. Así, incrementos de precios que no cumplan lo señalado anteriormente no formarían parte del acuerdo de precios. Eckerd, sin embargo, era la única cadena que podía tener un menor precio que las demás<sup>220</sup>.
433. Así, las cadenas que formaron parte del acuerdo debieron fijar sus precios al nivel acordado o en su defecto por encima del nivel acordado en las comunicaciones, a excepción de Eckerd que podía fijar sus precios por debajo del nivel acordado. Considerando dichas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este, a excepción de Eckerd donde el incremento pudo llegar a un nivel menor al acordado.

[Ver cuadro en la siguiente página]

<sup>220</sup> Correo 19. Comunicación del 20 de agosto de 2008, 12:03 p.m.

**Cuadro 10**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
2	1.84	1.84	1.82		1.84
3	2.26	2.26	2.25	2.26	2.26
4	49.12	49.12		49.10	49.10
12	92.00	92.00	91.00	92.00	92.01
16	1.20	1.20		1.21	1.20
17	2.71	2.71	2.68	2.71	2.71
41	2.11	2.11	2.10	2.11	2.11
42	53.47	53.46	52.15	53.50	53.47
43	0.65	0.65	0.64	0.65	0.65
44	28.26	28.26	27.93	28.30	28.25
45	34.69	34.69		34.70	34.69
58	2.26	2.26	2.22	2.26	2.26
67	12.14	12.14	11.92	12.15	12.14
68	13.41	13.41	13.20	13.40	13.40
70	2.67	2.67	2.65		2.67
71	1.36	1.36	1.35	1.37	1.36
74	44.44	44.44	44.10		

Nota: Se presenta el precio que se alcanzó para cada cadena en la fecha mencionada en el cuadro anterior.

En relación a las celdas vacías, se verificó que para el producto N° 70, Fasa no incrementó su precio hasta alcanzar el precio acordado. El resto de celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios o que no ajustaron sus precios al nivel de precio acordado.

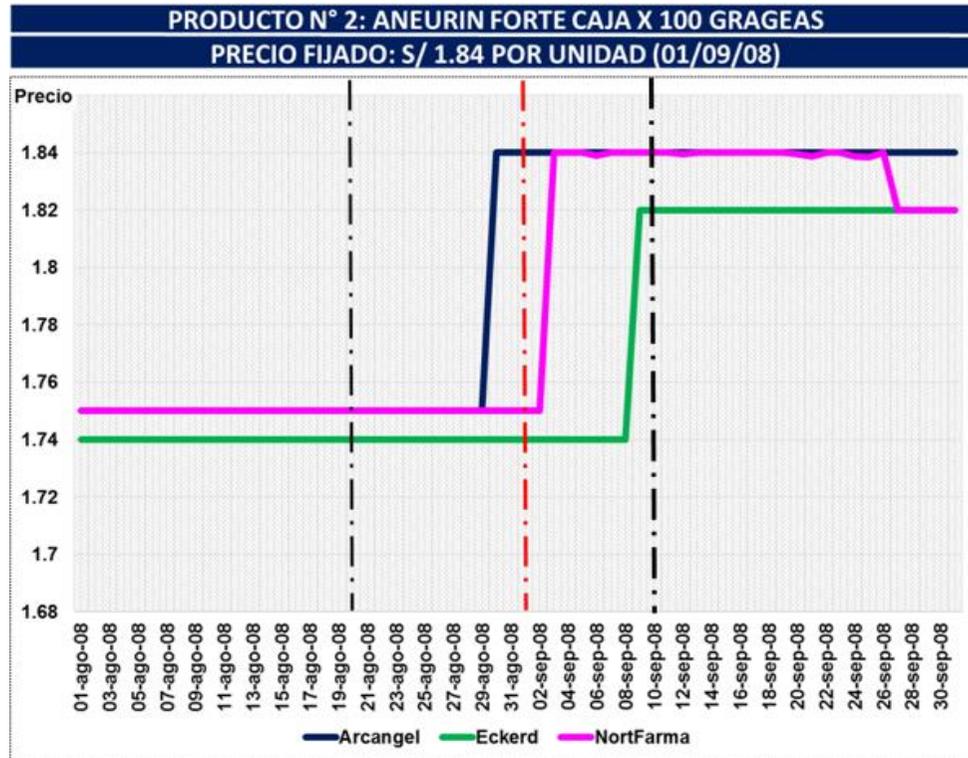
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

434. Considerando los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en diecisiete (17) productos de Albis<sup>221</sup> hubieron incrementos coherentes con la infracción analizada.
435. Los siguientes gráficos presentan la evolución de los precios de los diecisiete (17) productos de Albis que estuvieron involucrados en la práctica colusoria. Dichos gráficos muestran la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráficos a partir de la siguiente página]

<sup>221</sup> Que corresponde a los siguientes productos: N° 2, 3, 4, 12, 16, 17, 41, 42, 43, 44, 45, 58, 67, 68, 70, 71 y 74.

Gráfico 28



Fechas	Arcangel	Eckerd	Nortfarma
25-ago-08	1.75	1.74	1.75
26-ago-08	1.75	1.74	1.75
27-ago-08	1.75	1.74	1.75
28-ago-08	1.75	1.74	1.75
29-ago-08	1.75	1.74	1.75
30-ago-08	<b>1.84</b>	1.74	1.75
31-ago-08	1.84	1.74	1.75
<b>01-sep-08</b>	1.84	1.74	1.75
02-sep-08	1.84	1.74	1.75
03-sep-08	1.84	1.74	<b>1.84</b>
04-sep-08	1.84	1.74	1.84
05-sep-08	1.84	1.74	1.84
06-sep-08	1.84	1.74	1.84
07-sep-08	1.84	1.74	1.84
08-sep-08	1.84	1.74	1.84
09-sep-08	1.84	<b>1.82</b>	1.84
10-sep-08	1.84	1.82	1.84
11-sep-08	1.84	1.82	1.84
12-sep-08	1.84	1.82	1.84
13-sep-08	1.84	1.82	1.84
14-sep-08	1.84	1.82	1.84
15-sep-08	1.84	1.82	1.84
16-sep-08	1.84	1.82	1.84

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

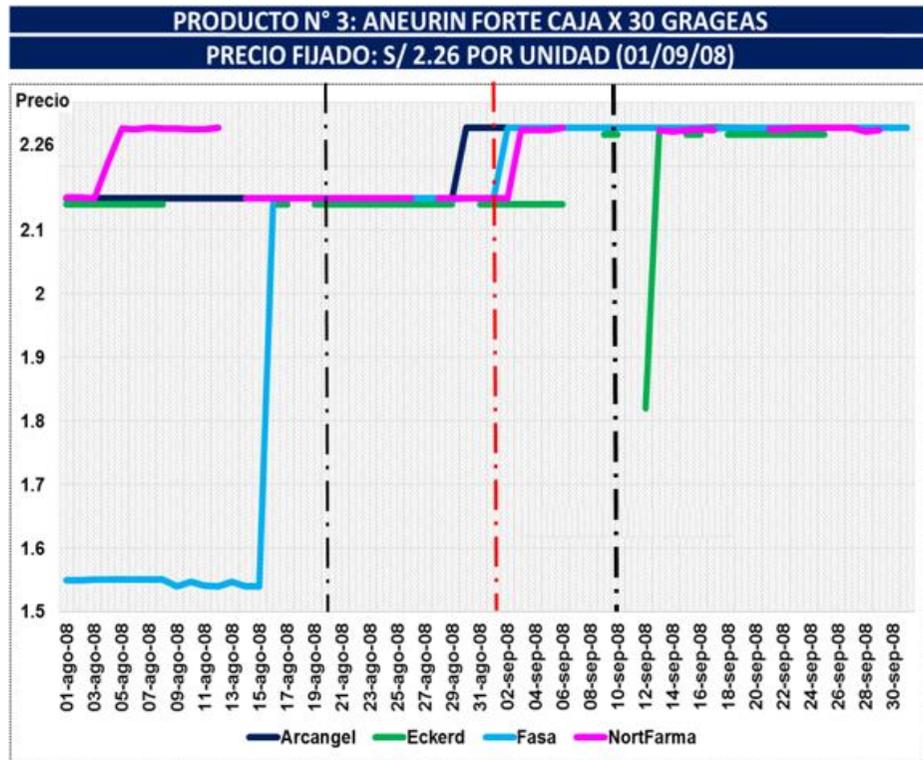
- · - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 29



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
26-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
27-ago-08	2.15	2.14	2.15	
28-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
29-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
30-ago-08	<b>2.26</b>		2.15	2.15
31-ago-08	2.26	2.14	2.15	2.15
<b>01-sep-08</b>	2.26	2.14	2.15	2.15
02-sep-08	2.26	2.14	<b>2.26</b>	2.15
03-sep-08	2.26	2.14	2.26	<b>2.26</b>
04-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
05-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
06-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
07-sep-08	2.26		2.26	
08-sep-08	2.26		2.26	2.26
09-sep-08	2.26	<b>2.25</b>	2.26	
10-sep-08	2.26	2.25	2.26	2.26
11-sep-08	2.26		2.26	
12-sep-08	2.26	1.82	2.26	
13-sep-08	2.26	2.25	2.26	2.26
14-sep-08	2.26		2.26	2.26
15-sep-08	2.26	2.25	2.26	2.26
16-sep-08	2.26	2.25	2.26	2.26

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

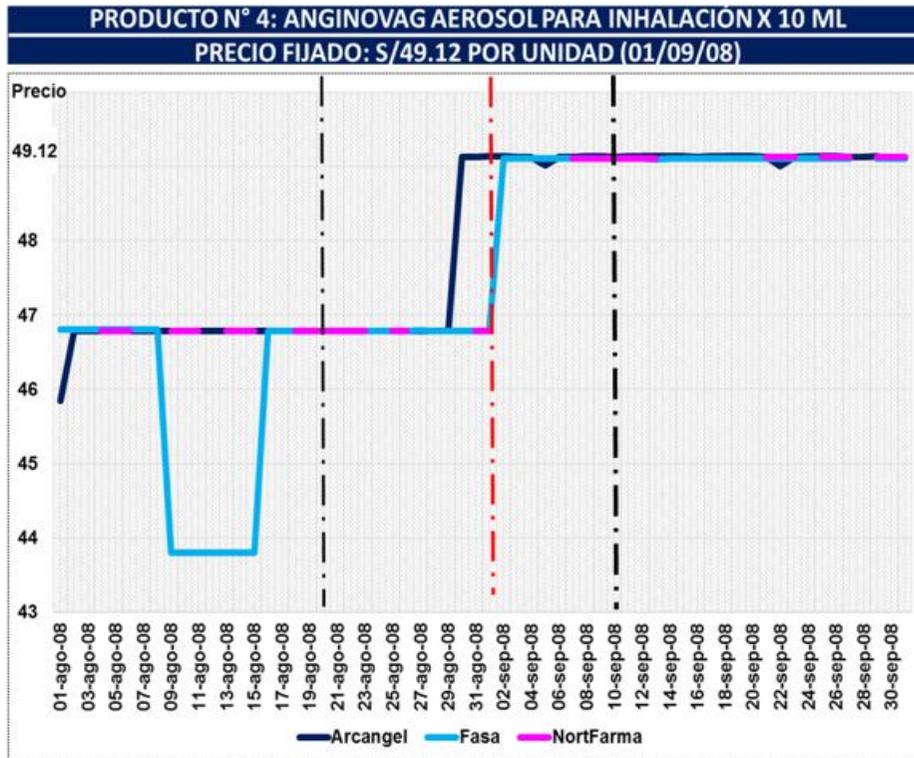
-.- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 30



Fechas	Arcangel	Eckerd	NortFarma
25-ago-08	46.78	46.78	46.78
26-ago-08	46.78	46.78	46.78
27-ago-08	46.78	46.79	
28-ago-08	46.78	46.78	
29-ago-08	46.78	46.78	46.78
30-ago-08	49.12	46.78	
31-ago-08	49.12	46.78	46.78
01-sep-08	49.13	46.78	46.78
02-sep-08	49.13	49.10	
03-sep-08	49.13	49.10	
04-sep-08	49.12	49.10	
05-sep-08	49.01	49.10	
06-sep-08	49.13	49.10	
07-sep-08	49.12	49.10	49.10
08-sep-08	49.13	49.10	49.10
09-sep-08	49.13	49.10	49.10
10-sep-08	49.13	49.10	49.10
11-sep-08	49.13	49.10	49.10
12-sep-08	49.13	49.10	49.10
13-sep-08	49.13	49.10	49.10
14-sep-08	49.13	49.10	
15-sep-08	49.13	49.10	
16-sep-08	49.13	49.10	49.10

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

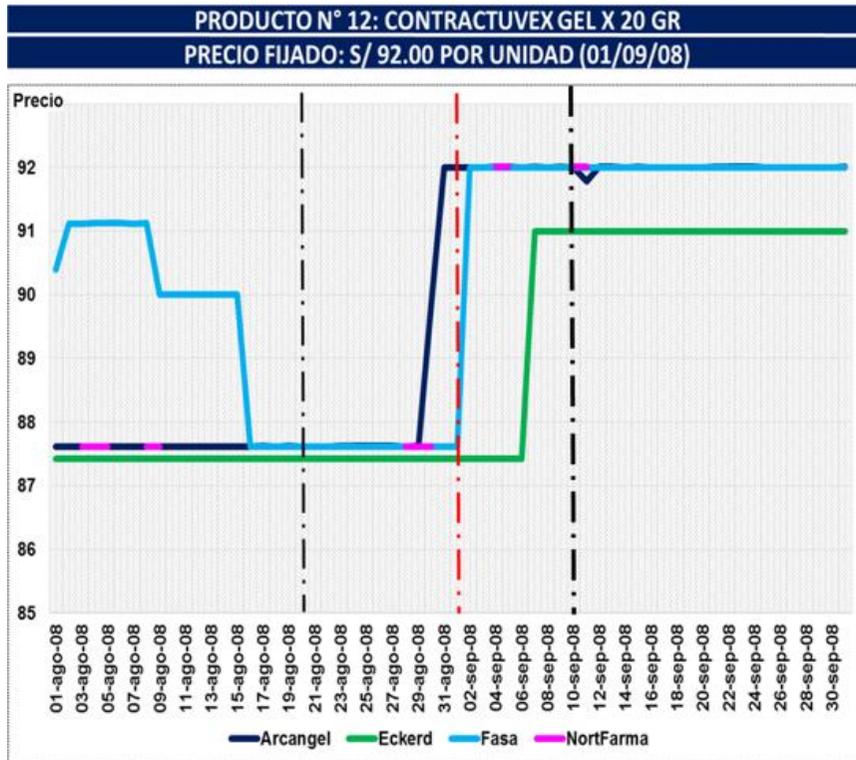
— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 31



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	87.63	87.42	87.62	
26-ago-08	87.63	87.42	87.62	87.62
27-ago-08	87.63	87.42	87.62	
28-ago-08	87.62	87.42	87.62	87.61
29-ago-08	87.63	87.42	87.62	87.61
30-ago-08	89.82	87.42	87.62	87.61
31-ago-08	<b>92.00</b>	87.42	87.62	
<b>01-sep-08</b>	92.00	87.42	87.62	87.61
02-sep-08	92.00	87.42	<b>92.00</b>	
03-sep-08	92.00	87.42	92.00	
04-sep-08	92.01	87.42	92.00	<b>92.01</b>
05-sep-08	92.01	87.42	92.00	92.01
06-sep-08	92.00	87.42	92.00	
07-sep-08	92.01	<b>91.00</b>	92.00	
08-sep-08	92.00	91.00	92.00	92.01
09-sep-08	92.01	91.00	92.00	
10-sep-08	92.00	91.00	92.00	92.01
11-sep-08	91.79	91.00	92.00	92.01
12-sep-08	92.01	91.00	92.00	
13-sep-08	92.01	91.00	92.00	92.01
14-sep-08	92.00	91.00	92.00	
15-sep-08	92.01	91.00	92.00	
16-sep-08	92.00	91.00	92.00	

— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

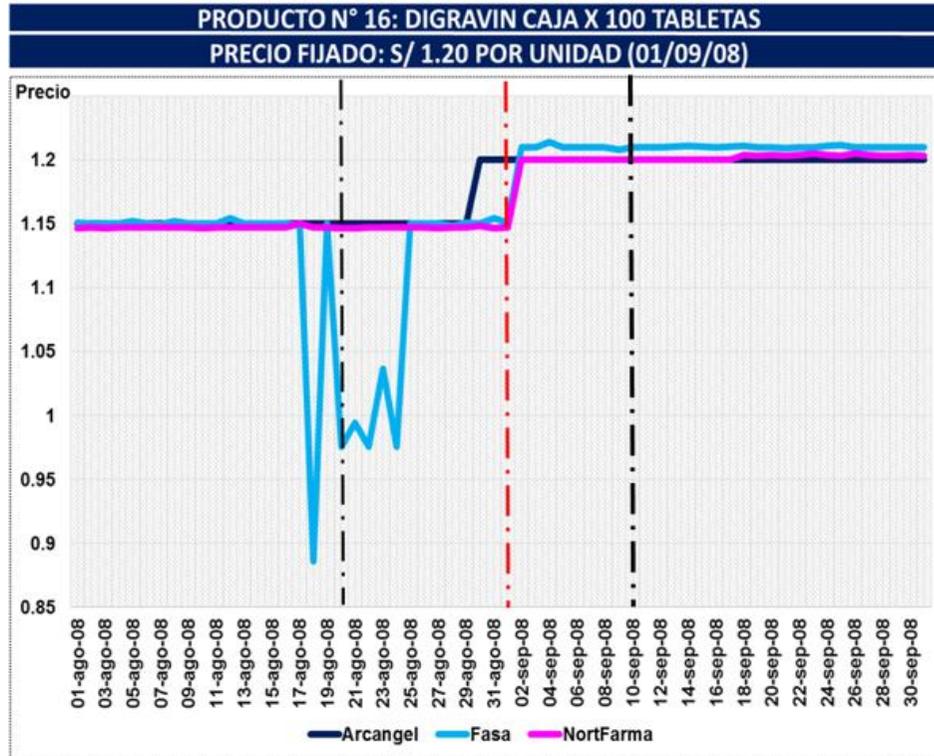
— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 32



Fechas	Arcangel	Fasa	NortFarma
25-ago-08	1.15	1.15	1.15
26-ago-08	1.15	1.15	1.15
27-ago-08	1.15	1.15	1.15
28-ago-08	1.15	1.15	1.15
29-ago-08	1.15	1.15	1.15
30-ago-08	<b>1.20</b>	1.15	1.15
31-ago-08	1.20	1.15	1.15
<b>01-sep-08</b>	1.20	1.15	1.15
02-sep-08	1.20	<b>1.21</b>	<b>1.20</b>
03-sep-08	1.20	1.21	1.20
04-sep-08	1.20	1.21	1.20
05-sep-08	1.20	1.21	1.20
06-sep-08	1.20	1.21	1.20
07-sep-08	1.20	1.21	1.20
08-sep-08	1.20	1.21	1.20
09-sep-08	1.20	1.21	1.20
10-sep-08	1.20	1.21	1.20
11-sep-08	1.20	1.21	1.20
12-sep-08	1.20	1.21	1.20
13-sep-08	1.20	1.21	1.20
14-sep-08	1.20	1.21	1.20
15-sep-08	1.20	1.21	1.20
16-sep-08	1.20	1.21	1.20

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

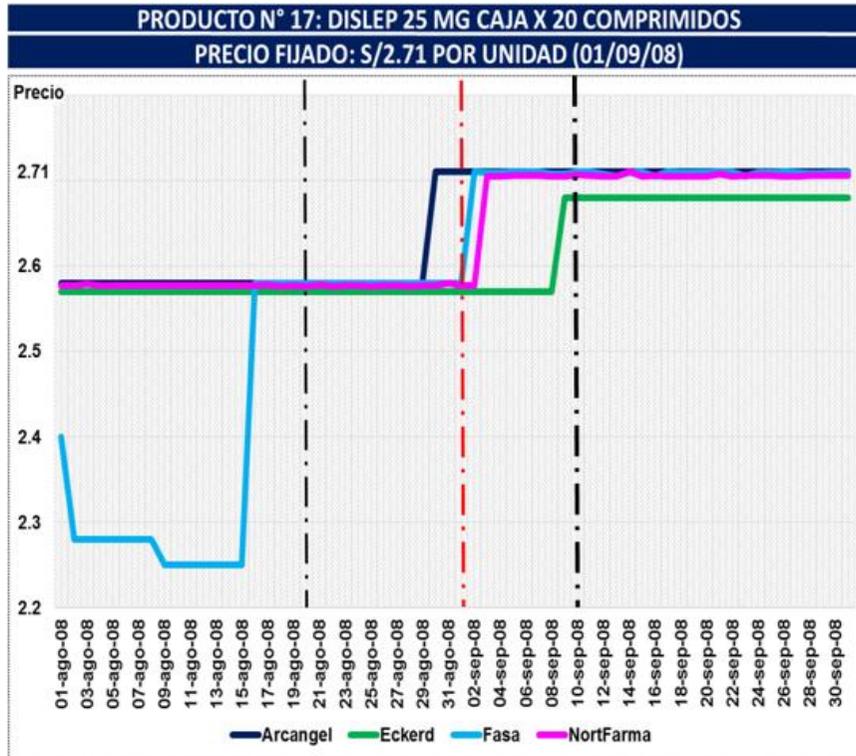
- · - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 33



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	2.58	2.57	2.58	2.58
26-ago-08	2.58	2.57	2.58	2.58
27-ago-08	2.58	2.57	2.58	2.58
28-ago-08	2.58	2.57	2.58	2.58
29-ago-08	2.58	2.57	2.58	2.58
30-ago-08	<b>2.71</b>	2.57	2.58	2.58
31-ago-08	2.71	2.57	2.58	2.58
<b>01-sep-08</b>	2.71	2.57	2.58	2.58
02-sep-08	2.71	2.57	<b>2.71</b>	2.58
03-sep-08	2.71	2.57	2.71	<b>2.71</b>
04-sep-08	2.71	2.57	2.71	2.71
05-sep-08	2.71	2.57	2.71	2.71
06-sep-08	2.71	2.57	2.71	2.71
07-sep-08	2.71	2.57	2.71	2.71
08-sep-08	2.71	2.57	2.71	2.71
09-sep-08	2.71	<b>2.68</b>	2.71	2.71
10-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
11-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
12-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
13-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
14-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
15-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71
16-sep-08	2.71	2.68	2.71	2.71

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

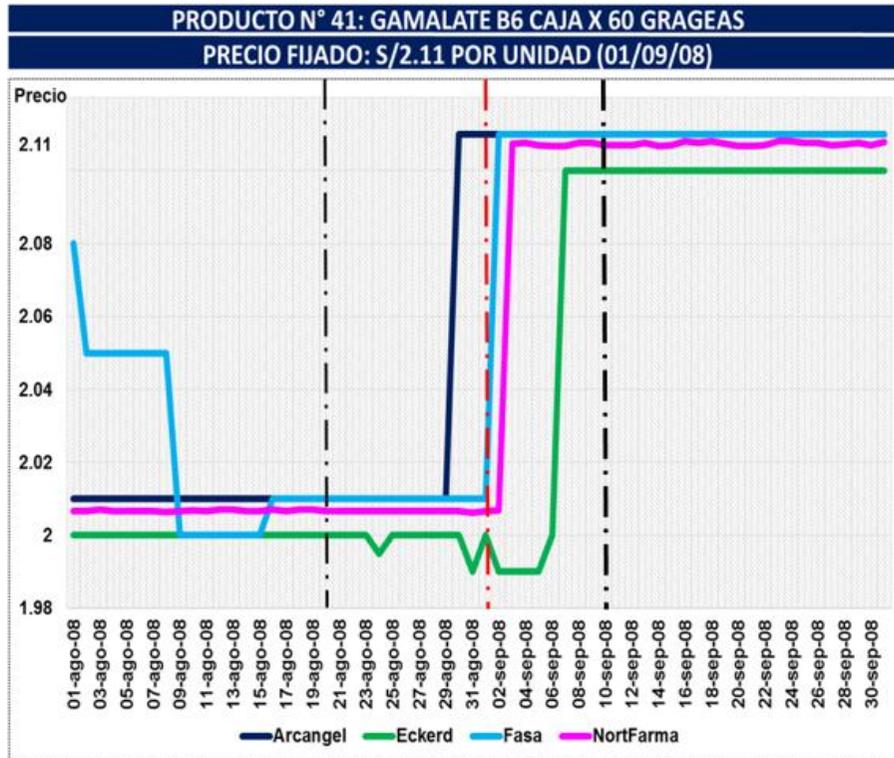
- · - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 34



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	2.01	2.00	2.01	2.01
26-ago-08	2.01	2.00	2.01	2.01
27-ago-08	2.01	2.00	2.01	2.01
28-ago-08	2.01	2.00	2.01	2.01
29-ago-08	2.01	2.00	2.01	2.01
30-ago-08	2.11	2.00	2.01	2.01
31-ago-08	2.11	1.99	2.01	2.01
<b>01-sep-08</b>	2.11	2.00	2.01	2.01
02-sep-08	2.11	1.99	<b>2.11</b>	2.01
03-sep-08	2.11	1.99	2.11	<b>2.11</b>
04-sep-08	2.11	1.99	2.11	2.11
05-sep-08	2.11	1.99	2.11	2.11
06-sep-08	2.11	2.00	2.11	2.11
07-sep-08	2.11	<b>2.10</b>	2.11	2.11
08-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
09-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
10-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
11-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
12-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
13-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
14-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
15-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11
16-sep-08	2.11	2.10	2.11	2.11

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

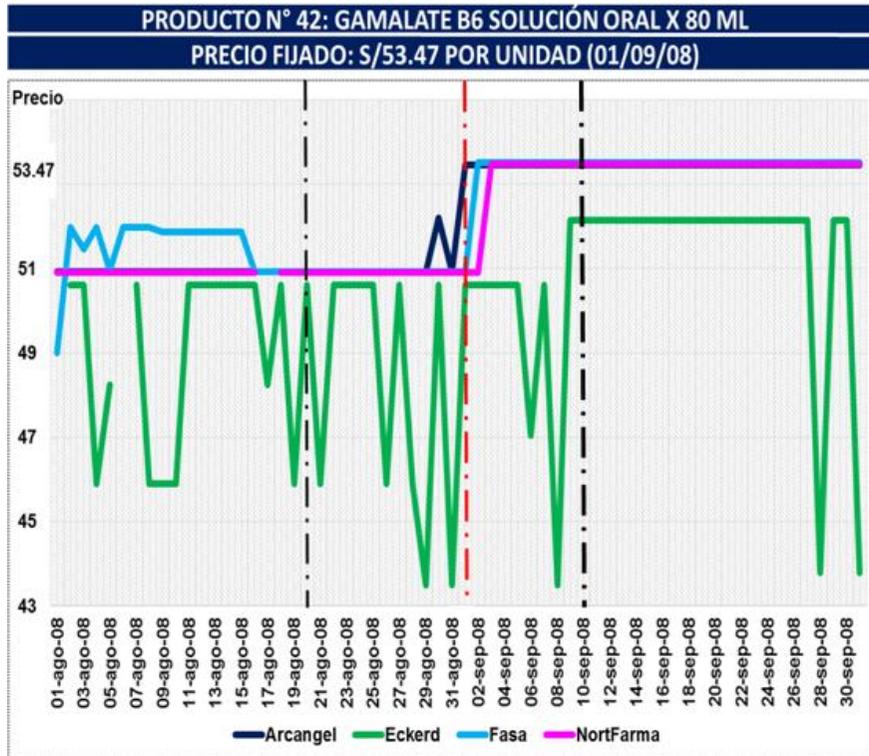
-.- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 35



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	50.92	50.60	50.92	50.90
26-ago-08	50.92	45.90	50.92	50.90
27-ago-08	50.92	50.60	50.92	50.90
28-ago-08	50.92	45.90	50.92	50.90
29-ago-08	50.92	43.50	50.92	50.90
30-ago-08	52.19	50.60	50.92	50.90
31-ago-08	50.92	43.50	50.92	50.90
<b>01-sep-08</b>	<b>53.46</b>	50.60	50.92	50.90
02-sep-08	53.46	50.60	<b>53.50</b>	50.90
03-sep-08	53.46	50.60	53.50	<b>53.47</b>
04-sep-08	53.46	50.60	53.50	53.47
05-sep-08	53.46	50.60	53.50	53.47
06-sep-08	53.46	47.05	53.50	53.47
07-sep-08	53.46	50.60	53.50	53.47
08-sep-08	53.46	43.50	53.50	53.47
09-sep-08	53.46	<b>52.15</b>	53.50	53.47
10-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
11-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
12-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
13-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
14-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
15-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47
16-sep-08	53.46	52.15	53.50	53.47

— — — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

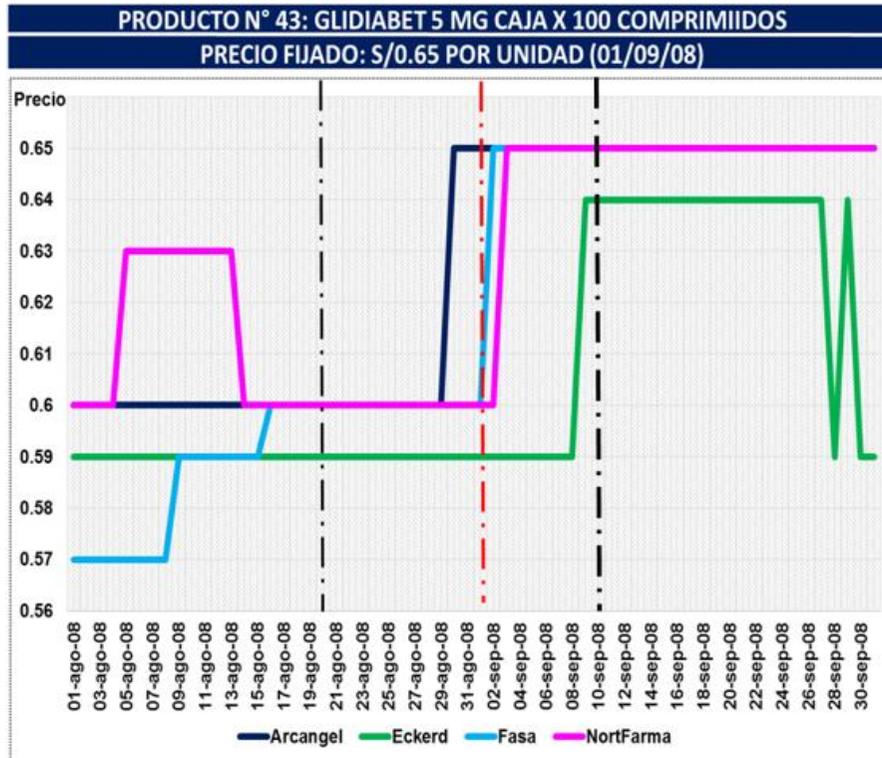
— · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 36



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	0.60	0.59	0.60	0.60
26-ago-08	0.60	0.59	0.60	0.60
27-ago-08	0.60	0.59	0.60	0.60
28-ago-08	0.60	0.59	0.60	0.60
29-ago-08	0.60	0.59	0.60	0.60
30-ago-08	<b>0.65</b>	0.59	0.60	0.60
31-ago-08	0.65	0.59	0.60	0.60
<b>01-sep-08</b>	0.65	0.59	0.60	0.60
02-sep-08	0.65	0.59	<b>0.65</b>	0.60
03-sep-08	0.65	0.59	0.65	<b>0.65</b>
04-sep-08	0.65	0.59	<b>0.65</b>	<b>0.65</b>
05-sep-08	0.65	0.59	0.65	0.65
06-sep-08	0.65	0.59	0.65	0.65
07-sep-08	0.65	0.59	0.65	0.65
08-sep-08	0.65	0.59	0.65	0.65
09-sep-08	0.65	<b>0.64</b>	0.65	0.65
10-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
11-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
12-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
13-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
14-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
15-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65
16-sep-08	0.65	0.64	0.65	0.65

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

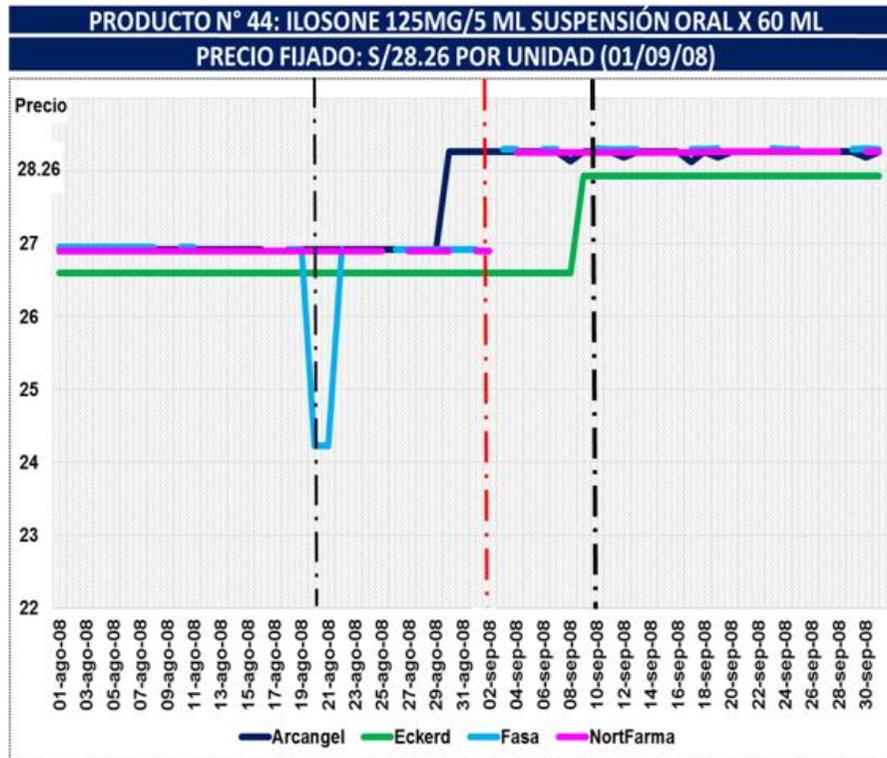
— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 37



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	26.92	26.60		26.90
26-ago-08	26.92	26.60	26.92	
27-ago-08	26.92	26.60	26.92	26.90
28-ago-08	26.92	26.60	26.92	26.90
29-ago-08	26.92	26.60	26.92	26.90
30-ago-08	<b>28.26</b>	26.60	26.92	26.90
31-ago-08	28.26	26.60	26.92	
<b>01-sep-08</b>	28.26	26.60	26.92	26.90
02-sep-08	28.26	26.60		26.90
03-sep-08	28.26	26.60	<b>28.30</b>	
04-sep-08	28.26	26.60	28.30	<b>28.25</b>
05-sep-08	28.26	26.60		28.25
06-sep-08	28.26	26.60	28.30	28.25
07-sep-08	28.26	26.60	28.30	28.25
08-sep-08	28.13	26.60		28.25
09-sep-08	28.26	<b>27.93</b>		28.25
10-sep-08	28.26	27.93	28.30	28.25
11-sep-08	28.26	27.93	28.30	28.25
12-sep-08	28.19	27.93	28.30	28.25
13-sep-08	28.26	27.93	28.30	28.25
14-sep-08	28.26	27.93		28.25
15-sep-08	28.26	27.93	28.30	28.25
16-sep-08	28.26	27.93		28.25

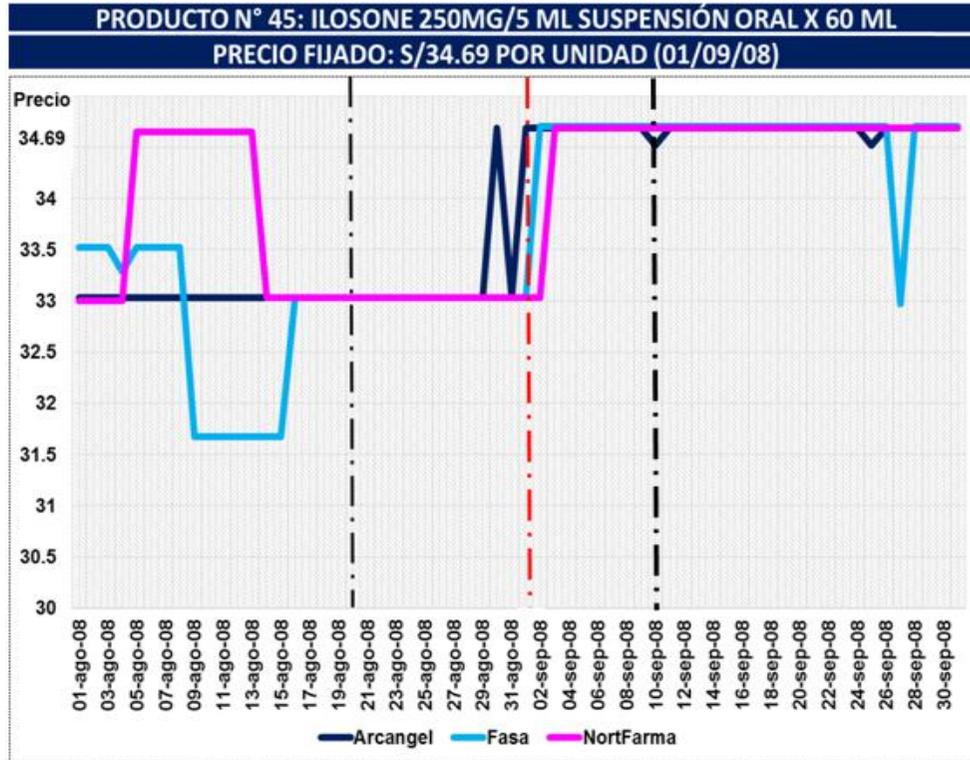
- · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.
- · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 38



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
25-ago-08	33.03	33.03	33.03
26-ago-08	33.03	33.03	33.03
27-ago-08	33.03	33.03	33.03
28-ago-08	33.03	33.03	33.03
29-ago-08	33.03	33.03	33.03
30-ago-08	34.69	33.03	33.03
31-ago-08	33.03	33.03	33.03
<b>01-sep-08</b>	<b>34.69</b>	33.03	33.03
02-sep-08	34.69	<b>34.70</b>	33.03
03-sep-08	34.69	34.70	<b>34.69</b>
04-sep-08	34.69	34.70	34.69
05-sep-08	34.69	34.70	34.69
06-sep-08	34.69	34.70	34.69
07-sep-08	34.69	34.70	34.69
08-sep-08	34.69	34.70	34.69
09-sep-08	34.69	34.70	34.69
10-sep-08	34.52	34.70	34.69
11-sep-08	34.69	34.70	34.69
12-sep-08	34.69	34.70	34.69
13-sep-08	34.69	34.70	34.69
14-sep-08	34.69	34.70	34.69
15-sep-08	34.69	34.70	34.69
16-sep-08	34.69	34.70	34.69

- . - Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

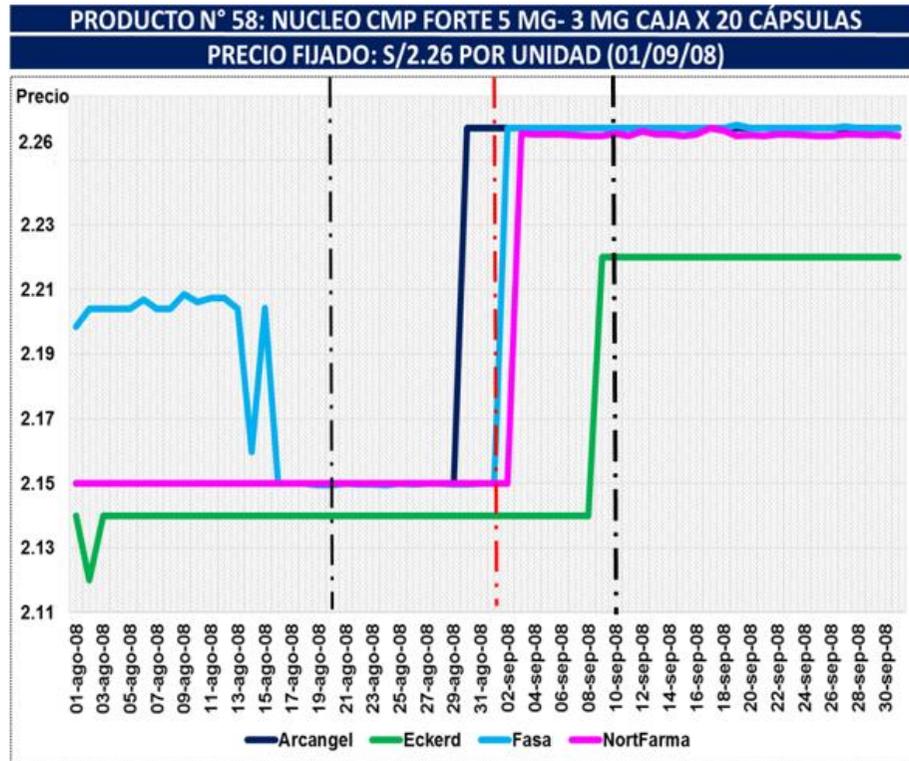
- . - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 39



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
26-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
27-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
28-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
29-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
30-ago-08	2.15	2.14	2.15	2.15
31-ago-08	2.26	2.14	2.15	2.15
<b>01-sep-08</b>	2.26	2.14	2.15	2.15
02-sep-08	2.26	2.14	<b>2.26</b>	2.15
03-sep-08	2.26	2.14	2.26	<b>2.26</b>
04-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
05-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
06-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
07-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
08-sep-08	2.26	2.14	2.26	2.26
09-sep-08	2.26	<b>2.22</b>	2.26	2.26
10-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
11-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
12-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
13-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
14-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
15-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26
16-sep-08	2.26	2.22	2.26	2.26

— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

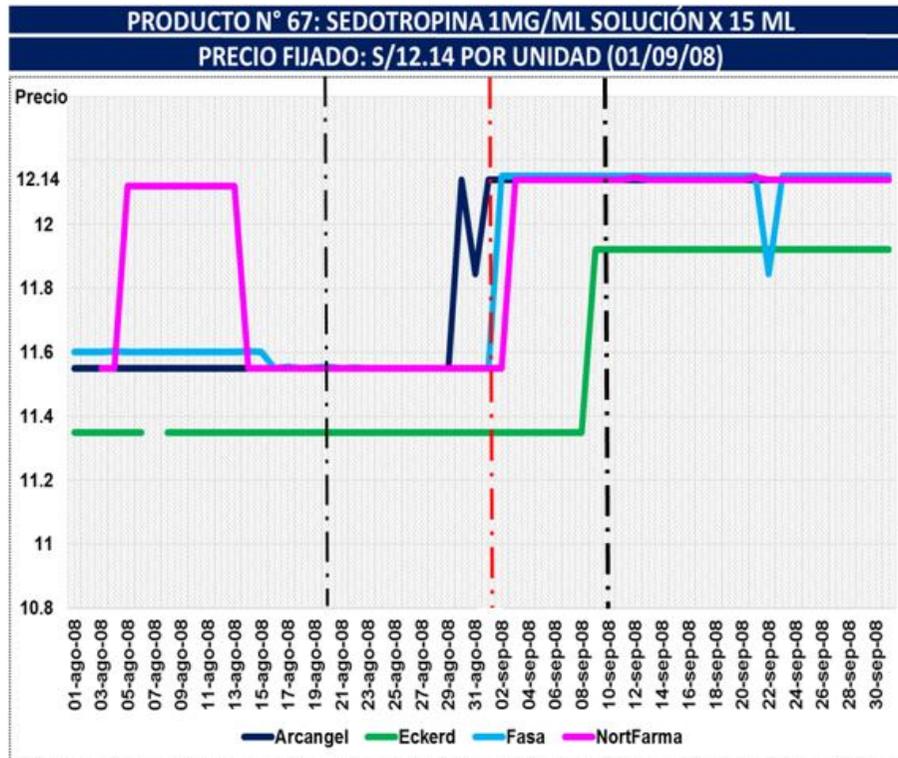
— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 40



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	11.55	11.35	11.55	11.55
26-ago-08	11.55	11.35	11.55	11.55
27-ago-08	11.55	11.35	11.55	11.55
28-ago-08	11.55	11.35	11.55	11.55
29-ago-08	11.55	11.35	11.55	11.55
30-ago-08	12.14	11.35	11.55	11.55
31-ago-08	11.85	11.35	11.55	11.55
01-sep-08	12.14	11.35	11.55	11.55
02-sep-08	12.14	11.35	12.15	11.55
03-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
04-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
05-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
06-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
07-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
08-sep-08	12.14	11.35	12.15	12.14
09-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
10-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
11-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
12-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.15
13-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
14-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
15-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14
16-sep-08	12.14	11.92	12.15	12.14

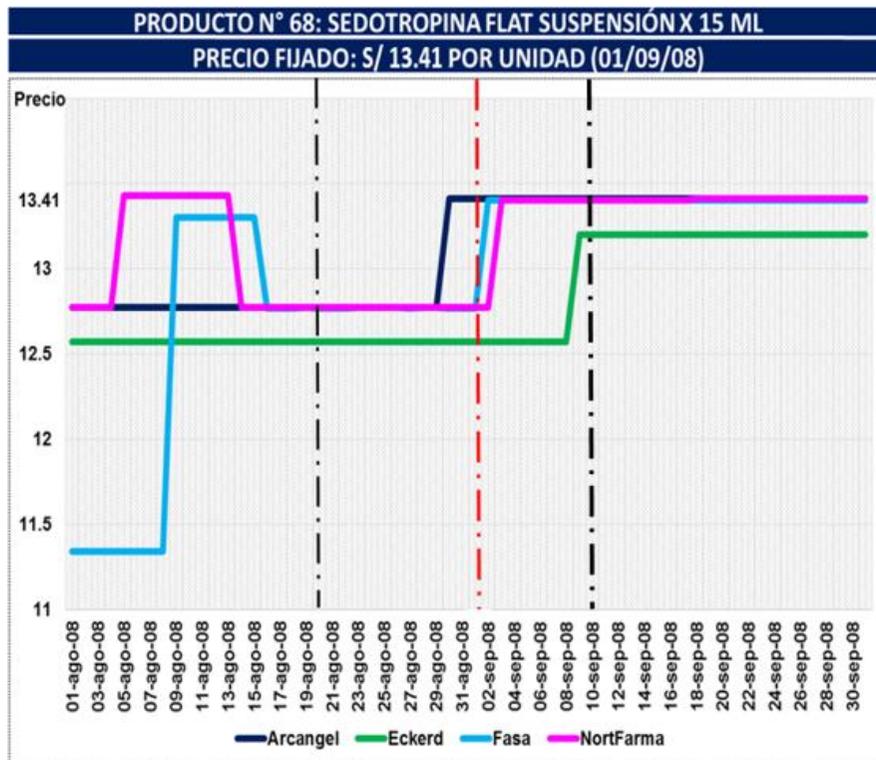
- - - Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.
- - - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 41



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	12.77	12.57	12.77	12.77
26-ago-08	12.77	12.57	12.77	12.77
27-ago-08	12.77	12.57	12.77	12.77
28-ago-08	12.77	12.57	12.77	12.77
29-ago-08	12.77	12.57	12.77	12.77
30-ago-08	<b>13.41</b>	12.57	12.77	12.77
31-ago-08	13.41	12.57	12.77	12.77
<b>01-sep-08</b>	13.41	12.57	12.77	12.77
02-sep-08	13.41	12.57	<b>13.40</b>	12.77
03-sep-08	13.41	12.57	13.40	<b>13.40</b>
04-sep-08	13.41	12.57	13.40	13.40
05-sep-08	13.41	12.57	13.40	13.40
06-sep-08	13.41	12.57	13.40	13.40
07-sep-08	13.41	12.57	13.40	13.40
08-sep-08	13.41	12.57	13.40	13.40
09-sep-08	13.41	<b>13.20</b>	13.40	13.40
10-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
11-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
12-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
13-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
14-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
15-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40
16-sep-08	13.41	13.20	13.40	13.40

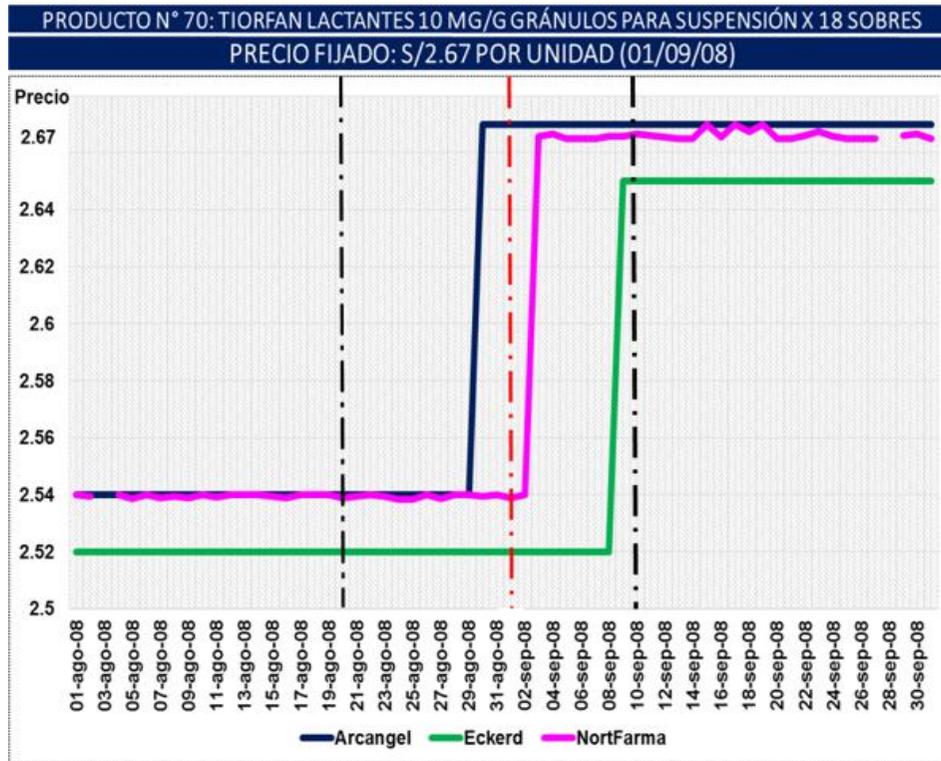
— — — — — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.  
 - - - - - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

Gráfico 42



Fechas	Arcangel	Eckerd	NortFarma
25-ago-08	2.54	2.52	2.54
26-ago-08	2.54	2.52	2.54
27-ago-08	2.54	2.52	2.54
28-ago-08	2.54	2.52	2.54
29-ago-08	2.54	2.52	2.54
30-ago-08	2.67	2.52	2.54
31-ago-08	2.67	2.52	2.54
01-sep-08	2.67	2.52	2.54
02-sep-08	2.67	2.52	2.54
03-sep-08	2.67	2.52	2.67
04-sep-08	2.67	2.52	2.67
05-sep-08	2.67	2.52	2.67
06-sep-08	2.67	2.52	2.67
07-sep-08	2.67	2.52	2.67
08-sep-08	2.67	2.52	2.67
09-sep-08	2.67	2.65	2.67
10-sep-08	2.67	2.65	2.67
11-sep-08	2.67	2.65	2.67
12-sep-08	2.67	2.65	2.67
13-sep-08	2.67	2.65	2.67
14-sep-08	2.67	2.65	2.67
15-sep-08	2.67	2.65	2.67
16-sep-08	2.67	2.65	2.67

— — — — — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

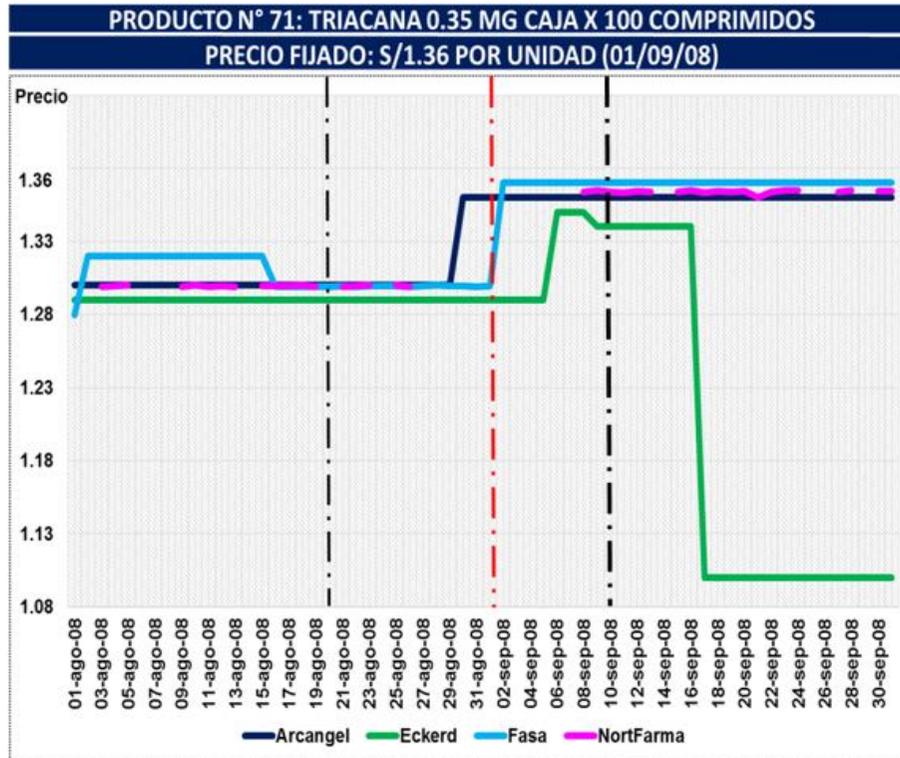
— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

Gráfico 43



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	NortFarma
25-ago-08	1.30	1.29	1.30	1.30
26-ago-08	1.30	1.29	1.30	1.30
27-ago-08	1.30	1.29	1.30	
28-ago-08	1.30	1.29	1.30	1.30
29-ago-08	1.30	1.29	1.30	
30-ago-08	<b>1.36</b>	1.29	1.30	
31-ago-08	1.36	1.29	1.30	
<b>01-sep-08</b>	1.36	1.29	1.30	
02-sep-08	1.36	1.29	<b>1.37</b>	<b>1.36</b>
03-sep-08	1.36	1.29	1.37	
04-sep-08	1.36	1.29	1.37	1.36
05-sep-08	1.36	1.29	1.37	
06-sep-08	1.36	<b>1.35</b>	1.37	
07-sep-08	1.36	1.35	1.37	
08-sep-08	1.36	1.35	1.37	1.36
09-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.37
10-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.36
11-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.36
12-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.36
13-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.36
14-sep-08	1.36	1.34	1.37	
15-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.36
16-sep-08	1.36	1.34	1.37	1.37

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

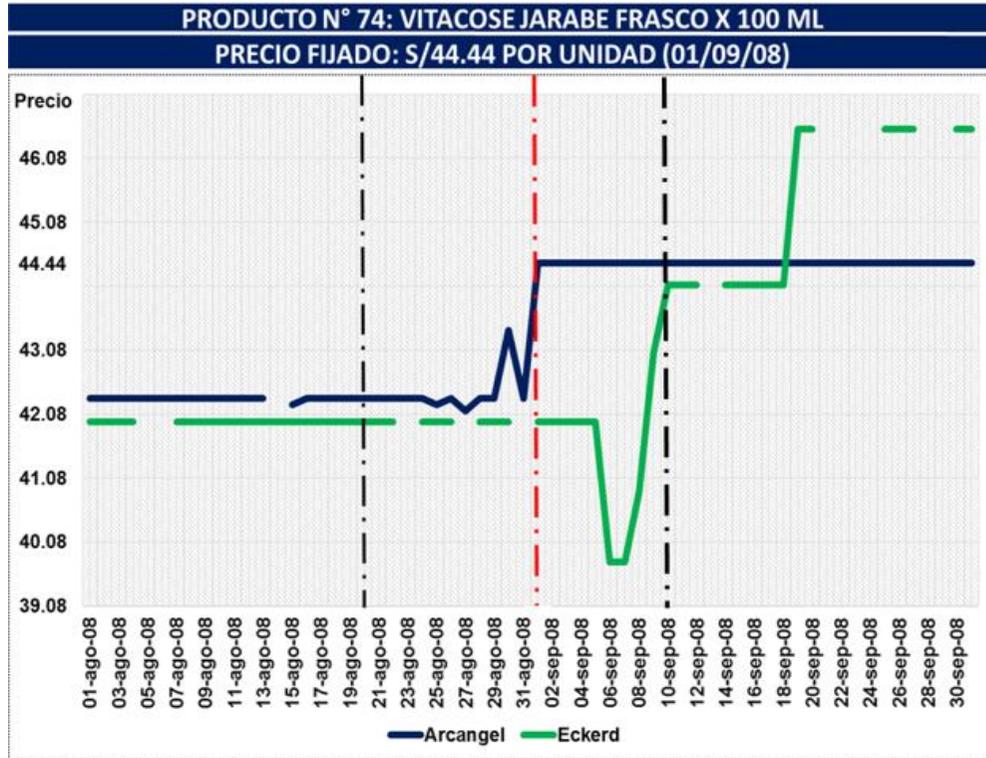
-.- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 44



Fechas	Arcangel	Eckerd
25-ago-08	42.23	41.96
26-ago-08	42.33	41.96
27-ago-08	42.13	
28-ago-08	42.33	41.96
29-ago-08	42.33	41.96
30-ago-08	43.385	41.96
31-ago-08	42.33	
<b>01-sep-08</b>	<b>44.44</b>	41.96
02-sep-08	44.44	41.96
03-sep-08	44.44	41.96
04-sep-08	44.44	41.96
05-sep-08	44.44	41.96
06-sep-08	44.44	39.77
07-sep-08	44.44	39.77
08-sep-08	44.44	40.865
09-sep-08	44.44	43.03
10-sep-08	44.44	<b>44.1</b>
11-sep-08	44.44	44.1
12-sep-08	44.44	44.1
13-sep-08	44.44	
14-sep-08	44.44	44.1
15-sep-08	44.44	44.1

—•—•— Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

—•—•— Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

436. Por tanto, a partir de la evidencia económica, esta Comisión considera que los productos N° 2, 3, 4, 12, 16, 17, 41, 42, 43, 44, 45, 58, 67, 68, 70, 71 y 74 formaron parte del acuerdo de precios realizado por las Investigadas.
437. En el siguiente cuadro se muestran los productos y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 11**  
**Resumen de los productos y cadenas que formaron parte del episodio de Albis (setiembre 2008) analizado en la sección 6.3.1.e**

#	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
2	X	X		X
3	X	X	X	X
4	X		X	X
12	X	X	X	X
16	X		X	X
17	X	X	X	X
41	X	X	X	X
42	X	X	X	X
43	X	X	X	X
44	X	X	X	X
45	X		X	X
58	X	X	X	X
67	X	X	X	X
68	X	X	X	X
70	X	X		X
71	X	X	X	X
74	X	X		

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

#### f. Conclusiones

438. Las comunicaciones analizadas por esta Comisión permiten concluir que Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma coordinaron el incremento conjunto de los precios de diversos productos de líneas propias de Albis, en clara contravención a lo dispuesto en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. Las cadenas de farmacias habrían contado con la colaboración de dicho laboratorio en las coordinaciones realizadas sobre la lista de precios coordinados, y también en la supervisión de su cumplimiento en los días siguientes.
439. Las comunicaciones permiten acreditar que las cadenas mencionadas tenían conocimiento de las coordinaciones del laboratorio con sus competidores, condicionando su participación en el incremento de precios –denominado también «reordenamiento» o «control» de precios– al respeto de dichos precios por parte de las demás cadenas involucradas.

Esta conclusión es corroborada por la evidencia económica que constata movimientos de precios convergentes de las cadenas participantes de este acuerdo. Estos precios coinciden con las listas de precios coordinados que Albis circuló tanto para febrero como para setiembre de 2008.

440. Por tanto, de acuerdo con los correos analizados y las series de precios revisadas, esta Comisión considera acreditado que Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma, participaron en incrementos coordinados de precios de diversos productos de Albis, en más de una oportunidad, entre enero y setiembre de 2008.

### **6.3.2. Grünenthal (marzo - julio de 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para marzo de 2008 (Megacilina tabletas)**

441. El 19 de marzo de 2008, Mariella Linares, Representante para Cadenas de Grünenthal Peruana S.A. (en adelante, Grünenthal), reclamó a Verónica Pinto, Category Manager 1 de la Unidad de Negocio Rx de Fasa, (i) que Fasa estaría generando distorsiones por sus precios «bajo el costo» en Megacilina Oral (tabletas); (ii) que Fasa había señalado que Eckerd (Inkafarma) estaría ofreciendo dicho producto en su establecimiento de Huaylas (Chorrillos) a S/ 1.16, cuando el precio que Grünenthal había encontrado era de S/ 1.28<sup>222</sup>.

Grünenthal le solicitó que el área de precios ofreciera una solución ya que, incluso a S/ 1.30 sería vender Megacilina Oral (tabletas) bajo el costo. Asimismo, cuestionó que Fasa haya rechazado la propuesta de una «fecha para conciliar».

442. Las siguientes comunicaciones internas, del 27 y 28 de marzo<sup>223</sup>, muestran a funcionarios de Fasa solicitando explicaciones sobre la información de precios que una empresa consultora les había remitido y que ellos usarían para «justificar» sus precios con el laboratorio.
443. A criterio de esta Comisión, estas comunicaciones podrían revelar un «incumplimiento» de un conjunto de cadenas en los precios de Megacilina Oral (tabletas) que supuestamente deberían estar cobrando, lo cual es monitoreado por el laboratorio. Sin embargo, una explicación alternativa razonable, que no puede descartarse en base a los elementos de juicio analizados, es que pueda tratarse de una queja del laboratorio por protegerse de reclamos de otras cadenas por supuestos tratos diferenciados por el hecho que Fasa comercialice el producto «bajo el costo».
444. A criterio de esta Comisión, los reclamos que recibió Grünenthal no justificarían que demande un cambio en las políticas de precios de Fasa y la respuesta de Fasa no estuvo enfáticamente dirigida a rechazar cualquier injerencia injustificada del laboratorio en su propia política de precios. Sin embargo, por sí mismas, tales conductas no resultan suficientes para acreditar un acuerdo entre las cadenas de farmacias. En particular, no puede observarse algún condicionamiento por parte de alguna de las cadenas, como tampoco se puede determinar cuál sería el precio coordinado o la fecha en que deberían ejecutarse eventuales incrementos concertados.

---

<sup>222</sup> Correo 11. Comunicación del 19 de marzo de 2008, 4:46 p.m.

<sup>223</sup> Correo 11. Comunicaciones del 27 y 28 de marzo de 2008.

445. Cabe señalar que en una comunicación del 10 de julio de 2008, Verónica Pinto de Fasa le solicitó a Christian Randich que otorgara su aprobación para elevar los precios de Megacilina Kit (inyectable), indicando que «las demás cadenas» estaban «respetando el acuerdo» que se había trabajado «con otra presentación».

Al respecto, aunque pudiese estimarse que se trataría de un acuerdo de precios sobre Megacilina Oral (tabletas), esta Comisión no encuentra suficientes elementos de juicio para confirmar tal hipótesis sobre la base de la referida comunicación, como tampoco para identificar a los participantes de tales coordinaciones, observar algún condicionamiento por parte de alguna de las cadenas o, nuevamente, determinar cuál sería el precio coordinado o la fecha en que deberían ejecutarse eventuales incrementos concertados para tal producto.

**b. Incrementos coordinados para julio de 2008 (Megacilina inyectable)**

446. El 10 de julio de 2008, Mariella Linares de Grünenthal, le comunicó a Verónica Pinto y otros funcionarios de Fasa, que en el norte del país existía «un problema» respecto el producto Megacilina Kit (Megacilina inyectable) pues todas las cadenas estaban por debajo del costo, siendo Fasa la más baja de todas<sup>224</sup>.

Para sustentar este reclamo, en la comunicación se adjuntaron copia de las boletas adquiridas en establecimientos de Eckerd, Nortfarma y Fasa, con precios entre S/ 13.30 y S/ 13.91. Finalmente, Grünenthal propuso a Fasa incrementar el precio de Megacilina Kit a S/ 14.90 el día siguiente, 11 de julio, junto con las demás cadenas.

447. Con motivo de la comunicación de Grünenthal, Verónica Pinto de Fasa le solicitó a Christian Randich, Subgerente de Negocios Rx de Fasa, que permitiese el cambio del precio para cumplir «en forma sincronizada con las demás cadenas», indicando que el «acuerdo» que se había «trabajado con otra presentación de Megacilina» se estaba respetando<sup>225</sup>:

*De: Veronica Pinto [Fasa]  
Enviado el: jueves, 10 de julio de 2008 19:09  
Para: Christian Randich Tejeda [Fasa]  
Asunto: RV: Megacilina INKAFARMA  
Datos adjuntos: boleta de venta.jpg (178 KB)*

*Christian por favor dar tu conformidad para que puedan cambiar el precio. **La idea es hacerlo en forma sincronizada con las demás cadenas.** Ya hemos trabajado con otra presentación de Megacilina, y **hasta el momento se está respetando el acuerdo.** El precio que nos solicitan es S/. 14.90.*

[Énfasis agregado]

---

<sup>224</sup> Correo 17. Comunicación del 10 de julio de 2008, 12:10 p.m.

<sup>225</sup> Correo 17. Comunicación del 10 de julio de 2008, 7:09 p.m.

448. Minutos después, Christian Randich de Fasa le respondió indicando que el área de precios debía confirmar el precio de Eckerd<sup>226</sup> y que al día siguiente conversarían sobre ese «tema delicado». Finalmente, solicitó que le indicasen la fecha en que se realizaría el cambio coordinado de los precios, ante lo cual Verónica Pinto de Fasa respondió que debía realizarse el día 11 de julio<sup>227</sup>.
449. El 11 de julio, Mariella Linares de Grünenthal volvió a insistir, enviando a Verónica Pinto de Fasa tres boletas de Megacilina Kit (inyectable) adquiridas en locales de Nortfarma a un valor de S/ 14.90. Precisó que enviaría las boletas de Eckerd pero necesitaba de la colaboración de Fasa para realizar el incremento en este producto y así «sacarlos de la venta bajo el costo».

Dicha comunicación fue reenviada por Verónica Pinto a Christian Randich de Fasa, indicándole que Grünenthal estaba insistiendo con el incremento de Megacilina Kit (inyectable)<sup>228</sup>, producto que en ese entonces les dejaba un margen negativo (-7%). Finalmente, Verónica Pinto de Fasa le respondió a Mariella Linares de Grünenthal, indicándole que necesitaba la boleta de venta de Eckerd para poder realizar el cambio de precio.

450. Estas comunicaciones evidencian que Fasa estaba en proceso de adherirse a las coordinaciones de precios de Megacilina Kit (inyectable) para lograr un nuevo incremento «de forma sincronizada con las demás cadenas», como habría sucedido en «otra presentación de Megacilina» y también que tuvo conocimiento sobre los precios que serían aplicados por sus competidores, gracias a la información proporcionada por Grünenthal. Finalmente, se observa que Fasa condicionó el incremento de sus precios al envío de las boletas de venta de Eckerd que mostrasen el «nuevo precio».
451. A pesar de que esta Comisión considera que el comportamiento de Fasa resulta compatible con una finalidad consciente de estandarizar sus precios «en forma sincronizada con las demás cadenas», no es posible acreditar, fuera de duda razonable, que las menciones a Eckerd y Nortfarma evidencien, por sí mismas, que también dichas empresas para este caso concreto se adhirieron a estas políticas concertadas o que hayan condicionado el incremento de sus precios al comportamiento de Fasa.

Cabe resaltar que la serie de precios proporcionada por Fasa no muestra los precios de dicha cadena para Megacilina Kit (inyectable), de manera que esta Comisión no ha podido analizar su comportamiento en ese punto.

### **c. Conclusión**

452. Esta Comisión considera que el comportamiento de Fasa resultaría compatible con la finalidad consciente de estandarizar sus precios «en forma sincronizada con las demás cadenas», en particular en el caso de Megacilina Kit (inyectable) y

---

<sup>226</sup> Correo 17. Comunicación del 10 de julio de 2008, 7:42 p.m.

<sup>227</sup> Correo 17. Comunicación del 10 de julio de 2008, 7:43 p.m.

<sup>228</sup> Correo 18. Comunicaciones del 11 de julio de 2008, 12:18 y 1:01 p.m.

que el apoyo de Grünenthal habría podido contribuir con coordinaciones de precios tanto para Megacilina Oral (tabletas) como para Megacilina Kit (inyectable).

Sin embargo, en base a los elementos de juicio que obran en el Expediente, esta Comisión estima que no existe evidencia suficiente para acreditar, fuera de una duda razonable, que habría existido un acuerdo entre Fasa y otras empresas investigadas para incrementar precios de ambas presentaciones de Megacilina alrededor de las fechas de las comunicaciones, por lo que no es posible establecer un episodio sancionable en relación con estos productos.

453. Sin perjuicio de lo señalado, esta Comisión considera que las comunicaciones analizadas brindan información sumamente gráfica acerca de la predisposición de Fasa para incrementar precios de manera coordinada con sus competidores, lo cual es coherente con las conclusiones obtenidas sobre un episodio anteriormente analizado (en relación con los productos de Albis). Finalmente, claramente se observa la disposición de Grünenthal para promover un entendimiento entre las cadenas en relación con sus precios.

### **6.3.3. Johnson & Johnson (mayo - setiembre de 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para mayo de 2008**

454. El 7 de mayo de 2008, Mariano Price, Key Account Manager de Johnson & Johnson, envió a Carlos Aquije (Gerente de Logística), Magaly Hurtado (Jefa de Compras) y Julio Casiano (Jefe de Precios) de Arcángel un listado con cincuenta y dos (52) productos en distintas presentaciones OTC (*over the counter*), cada uno de los cuales contenía «precios mínimos sugeridos» a implementarse el lunes 12 de mayo, e información sobre el precio mayorista, descuentos, márgenes e incentivos<sup>229</sup>.
455. Según Johnson & Johnson, el objetivo de esta lista era generar márgenes atractivos para «las cadenas» y reactivar los incentivos a los dependientes, en lugar de apoyar guerras de precios. El listado mostraba precios comunes para los productos del laboratorio comercializados por Arcángel (Andina de Salud), BTL y Eckerd. Si bien la comunicación menciona una gran cantidad de productos, el análisis de esta Comisión solo consideró los productos imputados en la Resolución de Inicio, los cuales se mencionan a continuación:
- Benylin expectorante jarabe en frasco x 120 ml.
  - Caladryl Clear loción en frasco x 100 ml.
  - Caladryl loción 0.08 suspensión en frasco x 100 ml.
  - Doloflam Extra Forte 400 mg. en caja x 100 tabletas.
  - Doloflam Total en caja x 140 tabletas.
456. Johnson & Johnson incluso señaló a Arcángel que existía «*el compromiso del resto de cadenas, mediante el cual todas van a estandarizar los precios al público en la fecha pactada, en todos sus puntos de venta a nivel nacional*». A criterio de

---

<sup>229</sup> Correo 12. Comunicación del 7 de mayo de 2008, 12:11 p.m.

esta Comisión, la comunicación descrita evidencia, por lo menos, un intento de Johnson & Johnson por apoyar a las cadenas en evitar guerras de precios, coordinando incrementos sincronizados de precios de venta al público para sus productos. Ciertamente, resulta sospechoso que Arcángel reciba este tipo de comunicaciones, y reprochable que Johnson & Johnson haya apoyado la eliminación de competencia en precios a nivel de las cadenas.

457. Sin embargo, dicha comunicación por sí misma, no permite acreditar, fuera de duda razonable, que Arcángel, Eckerd y BTL participaron en la coordinación de los precios de los productos listados, o que alguna de dichas empresas haya vinculado su decisión sobre los precios de dicha lista al cumplimiento de las otras cadenas.
458. Más aún, en línea con el Informe Técnico, para la fecha de supuesta ejecución de un eventual acuerdo, 12 de mayo de 2009, la evidencia económica no muestra que los precios de Arcángel, Eckerd o BTL hayan tenido un comportamiento coherente con el cumplimiento coordinado de la lista de precios remitida por Johnson & Johnson.

#### **b. Incrementos coordinados para setiembre de 2008**

459. Ahora bien, hacia setiembre de 2008, se observa a Johnson & Johnson nuevamente intentar promover la elevación uniforme de los precios de uno de los productos incluidos en la lista remitida a Arcángel en mayo: Doloflam Extra Forte 400mg en caja x 100 tabletas.
460. Concretamente, el 1 de setiembre de 2008 Diana Cabrera, Ejecutiva de Desarrollo de Negocio de Johnson & Johnson, envió un correo electrónico a Magaly Hurtado de Arcángel informándole que había «*conversado ya con todas las cadenas de farmacias con atención directa y todos subirán el precio sugerido al público de la caja de Doloflam Extra Forte x 100 a S/.100.00. Es decir, S/. 1.00 cada tableta*»<sup>230</sup>.

Según dicha comunicación el incremento se había programado para el 1 de setiembre, al día siguiente se haría el monitoreo (compra del producto en cada cadena) y el miércoles 3 de setiembre se trasladaría a las cadenas las boletas del monitoreo realizado.

461. De manera coherente con el arreglo antes descrito, el 3 de setiembre, Diana Cabrera de Johnson & Johnson envió a Magaly Hurtado de Arcángel boletas de venta del Doloflam Extra Forte comprados el día anterior en los locales de Mifarma, ByS y Fasa, las cuales mostraban que los precios en dichas cadenas se encontraban a S/ 1.00 o más, conforme al precio supuestamente coordinado con las demás cadenas a través del laboratorio<sup>231</sup>.

---

<sup>230</sup> Correo 23. Comunicación del 1 de setiembre de 2008, 10:54 a.m.

<sup>231</sup> Correo 25. Comunicación del 3 de setiembre de 2008, 11:02 a.m.

462. No obstante, momentos después, Diana Cabrera de Johnson & Johnson volvió a escribirle a Magaly Hurtado de Arcángel para reclamarle que la cadena no haya respetado el incremento del precio de Doloflam Extra Forte a nivel nacional pues, de acuerdo al levantamiento de precios que había realizado ese día, el precio de dicho producto en Arcángel estaba en S/ 0.60 en las ciudades de Trujillo y Chiclayo<sup>232</sup>.
463. Inmediatamente, Magaly Hurtado de Arcángel respondió que la cadena sí había cumplido con incrementar sus precios, sin embargo, su Gerencia les ordenó bajar los precios pues Mifarma no habría cumplido con el incremento<sup>233</sup>. En respuesta, Diana Cabrera de Johnson & Johnson le indicó que el retraso de Mifarma se debió a un problema con su sistema y que ellos habían incrementado incluso a S/ 1.10 (por encima de S/ 1.00, que era el precio presuntamente coordinado). Señaló además que se había cumplido con enviar las boletas de las cadenas y le solicitó a Arcángel que modifique sus precios para evitar que retroceda «todo lo que habían avanzado»<sup>234</sup>.
464. A criterio de esta Comisión, las comunicaciones analizadas muestran una estrecha coordinación entre Arcángel y Johnson & Johnson sobre los precios de Doloflam Extra Forte que la cadena implementaría hacia setiembre de 2008, incluso con expresa referencia a un acuerdo con las demás Investigadas que, en función a las boletas remitidas luego del «monitoreo», serían BTL, ByS, Eckerd, Fasa y Mifarma.

En particular, llama la atención de esta Comisión que en estas comunicaciones existan referencias expresas a conversaciones con otras cadenas, la fecha de incremento, así como el monitoreo de precios a fin de verificar el cumplimiento de las demás cadenas respecto al nuevo precio. De hecho, en línea con lo señalado en el Informe Técnico, esta Comisión ha observado que la evidencia económica muestra una convergencia en los precios de todas las cadenas mencionadas hacia el precio indicado por el laboratorio. Todo ello resulta ciertamente compatible con una hipótesis de colusión entre las Investigadas.

465. Sin embargo, mientras que las comunicaciones muestran que la política de Arcángel de incrementar precios para Doloflam Extra Forte se encontraría condicionada al comportamiento de sus competidores, no existe evidencia de un comportamiento similar por parte de las otras cadenas mencionadas.

Por ello, a pesar de que Johnson & Johnson haya señalado que existió una «coordinación» con las cadenas para incrementar el precio del Doloflam Extra Forte, para esta Comisión no es posible concluir, más allá de duda razonable, que otras cadenas hayan condicionado su actuación al cumplimiento de sus competidoras en lugar de seguir, por ejemplo, una política de precios sugeridos para este producto, con independencia de lo que hicieran las demás cadenas.

---

<sup>232</sup> Correo 24. Comunicación del 3 de setiembre de 2008, 11:54 a.m.

<sup>233</sup> Correo 24. Comunicación del 3 de setiembre de 2008, 12:09 a.m.

<sup>234</sup> Correo 24. Comunicación del 3 de setiembre de 2008, 12:18 a.m.

### **c. Conclusión**

466. Esta Comisión considera que la conducta de Arcángel podría resultar cuestionable, al observar, en particular para el caso de Doloflam Extra Forte, que habría vinculado sus decisiones sobre precios al cumplimiento de supuestos precios coordinados –o por lo menos aceptados– por sus competidoras.
467. No obstante, aunque las comunicaciones analizadas brindan información sumamente gráfica acerca de la predisposición de Arcángel para incrementar precios de manera coordinada con otras cadenas, la evidencia no permite establecer que alguna otra investigada haya condicionado sus incrementos de precios a los precios de las demás cadenas. Con ello, no es posible afirmar de manera concluyente y más allá de una duda razonable que dos o más investigadas coordinaron el incremento de sus precios en la fecha analizada.

### **6.3.4. Lukoll (junio- octubre 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para junio de 2008**

468. El 17 de junio de 2008, Julio Casiano, Jefe de Precios de Arcángel, envió un correo a Luis Salinas, representante de Lukoll S.A.C. (en adelante, Lukoll), reclamándole por no cumplir con su «compromiso» de enviar las boletas de venta de la competencia que le permitan verificar la nivelación de precios en el mercado en diversas presentaciones de Fluimucil (100mg x 30 sobres, 100mg frasco x 120ml y 10% 5 ampollas x 3ml) y mantener sus precios vigentes<sup>235</sup>.
469. Por ello, habiendo realizado su propio monitoreo, Arcángel le comunicó que los precios de Eckerd se encontraban muy por debajo de los suyos, al nivel de los costos de Arcángel o incluso menos. Para sustentar su reclamo, adjuntó boletas de venta de dichos productos adquiridos en distintos establecimientos de Eckerd.
470. Dicho reclamo no habría tenido respuesta alguna por parte de Lukoll. Por ello, un mes después, el 16 de julio, Julio Casiano reenvió el correo a Magaly Hurtado de Arcángel, informándole sobre el silencio de Lukoll<sup>236</sup>.
471. A criterio de esta Comisión, si bien es posible apreciar que la conducta de Arcángel es compatible con las coordinaciones para respetar determinados precios mínimos, las comunicaciones analizadas, por sí mismas, no permiten confirmar tal hipótesis, pues no es posible observar un comportamiento similar –presentar reclamos o realizar monitoreos– en la cadena aludida, Eckerd. Por el contrario, el reclamo de Arcángel se sustentaría, precisamente, en que Eckerd estaría actuando de una manera incompatible con una supuesta coordinación de precios.
472. En tal sentido esta Comisión no puede descartar, fuera de una duda razonable, la posibilidad de que Eckerd haya asumido de manera independiente sus precios, con o sin una coordinación previa con Lukoll.

---

<sup>235</sup> Correo 14. Comunicación del 17 de junio de 2008, 11:07 a.m.

<sup>236</sup> Correo 14. Comunicación del 16 de julio de 2008, 12:33 p.m.

## b. Incrementos coordinados para octubre de 2008

473. La siguiente comunicación del 7 de octubre de 2008<sup>237</sup>, remitida por Carlos Valencia, Category Manager, a Christian Randich, Sub-Gerente de Negocios Rx y otros funcionarios (analistas de precios) de Fasa da cuenta que Lukoll -otra vez- estaría coordinando con las cadenas «con la finalidad de controlar todos los precios de sus productos», empezando por las distintas presentaciones de Fluimucil<sup>238</sup> a partir del 9 de octubre a nivel nacional:

*De:* Carlos Valencia  
*Enviado el:* Martes, 07 de Octubre de 2008 02:49 p.m.  
*Para:* loc\_anp  
*CC:* Christian Randich Tejeda  
*Asunto:* PRECIOS FLUIMUCIL.xls  
*Datos adjuntos:* PRECIOS FLUIMUCIL.xls (9 KB)

*Estimados,*

*El laboratorio Lukoll, está en la coordinación con las cadenas de farmacia con la finalidad de controlar todos los precios de sus productos en el mercado, sin embargo a manera de piloto empezaremos a trabajar con los precios controlados de la línea Fluimucil.*

*Para tal efecto se solicita por favor colocar el precio indicado en el excel a los productos de la línea Fluimucil, a partir del día jueves 9 de octubre a nivel nacional.*

[Énfasis agregado]

474. Al respecto, de la referida comunicación se podría inferir que una de «las cadenas de farmacias» con las que el laboratorio habría coordinado los precios controlados de la línea Fluimucil podría ser Arcángel, en la medida que en las comunicaciones de junio de 2008, se observa su predisposición por cumplir con un incremento de precios de distintas presentaciones de este producto, bajo el entendido de que otras cadenas habían formado parte de las coordinaciones y también cumplirían con los «precios controlados».
475. En respuesta a dicha comunicación, Christian Randich (Fasa) preguntó a Carlos Valencia (Fasa) sobre la «aceptación» de Eckerd (Inkafarma) en las coordinaciones sobre los «precios controlados»<sup>239</sup>. Carlos Valencia le respondió que los precios serían corroborados por el laboratorio cuando les entregara las boletas, indicando que si Eckerd no cumplía o si Lukoll no entregaba las boletas

<sup>237</sup> Correo 30. Comunicación del 7 de octubre de 2008, 02:49 p.m.

<sup>238</sup> Se trata de las presentaciones de Fluimucil: 100mg/5ml Jarabe frasco x 120ml; Oral 600mg caja x 20 comprimidos efervescentes, inyectable en caja de 5 ampollas x 3ml; Oral 200mg caja x 30 sobres y Oral 100mg caja x 30 sobres.

<sup>239</sup> Correo 30. Comunicación del 7 de octubre de 2008, 02:52 p.m.

de dicha cadena «hasta las 4pm del día viernes, regresa[ban] al precio anterior»<sup>240</sup>.

476. De manera similar a las comunicaciones de junio y julio de 2008, los correos electrónicos analizados permiten observar, en primer lugar, que Fasa habría mostrado su disposición a cumplir con los precios que Lukoll había comunicado para los productos de su línea Fluimucil, bajo el entendido que respondía a coordinaciones que se realizaron con otras cadenas de farmacias. También permiten constatar el significativo apoyo que Lukoll podría haber prestado a las cadenas para lograr incrementos coordinados en los precios de estos productos.
477. Si bien, a juicio de esta Comisión, en el «control de precios» de los productos de la línea Fluimucil para el 9 de octubre de 2008, se podría inferir que tanto Fasa como Arcángel podrían haber participado de tales coordinaciones, considerando que ambas empresas habrían condicionado su actuación –aunque en distintas oportunidades– a la nivelación de sus competidores para este producto, en particular al cumplimiento de Eckerd. No obstante, las series de precios remitidas por las empresas investigadas no muestran, alrededor del 9 de octubre de 2008, un comportamiento compatible con un eventual incremento coordinado entre Fasa, Arcángel y Eckerd, únicas empresas expresamente aludidas en las comunicaciones de junio y octubre de 2008.

**Cuadro 12**  
**Producto 37: Fluimucil 100mg/5ml jarabe frasco x 120 ml**  
**Precio Fijado S/. 27.20 por unidad**

Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
03-oct-08	25.88	25.8	27.3
04-oct-08	25.88	25.8	25.89
05-oct-08	24.03	25.8	25.89
06-oct-08	25.76	25.8	25.89
07-oct-08	25.88	25.8	25.89
08-oct-08	25.88	25.8	27.2
09-oct-08	25.64	25.8	27.2
10-oct-08	25.88	25.8	27.2
11-oct-08	25.88	25.8	27.1
12-oct-08	25.88	25.8	27.1
13-oct-08	25.88	25.8	27.1

**Producto 38: Fluimucil oral 100 mg granulos caja x 30 sobres**  
**Precio Fijado S/. 1.47 por unidad**

Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
03-oct-08	1.26	1.43	1.40
04-oct-08	1.43	1.43	1.43
05-oct-08	1.26	1.43	1.43
06-oct-08	1.46	1.43	1.43
07-oct-08	1.46	1.43	1.43
08-oct-08	1.46	1.43	1.47
09-oct-08	1.33	1.43	1.47
10-oct-08	1.26	1.43	1.47

<sup>240</sup> Correo 30. Comunicación del 7 de octubre de 2008, 03:30 p.m.

11-oct-08	1.44	1.43	1.40
12-oct-08	1.36	1.43	1.40
13-oct-08	1.26	1.43	1.40

**Producto 39: Fluimucil oral 200 mg granulos caja x 30 sobres  
Precio Fijado S/. 1.88 por unidad**

Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
03-oct-08	1.62	1.82	1.82
04-oct-08	1.54	1.82	1.80
05-oct-08	1.85	1.82	1.80
06-oct-08	1.54	1.82	1.80
07-oct-08	1.85	1.82	1.80
08-oct-08	1.80	1.82	1.89
09-oct-08	1.85	1.82	1.89
10-oct-08	1.54	1.82	1.89
11-oct-08	1.54	1.82	1.80
12-oct-08	1.85	1.82	1.80
13-oct-08	1.85	1.82	1.80

**Producto 40: Fluimucil oral 600 mg caja x 20 comprimidos efervescentes  
Precio Fijado S/. 3.23 por unidad**

Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
03-oct-08	3.19	3.08	2.95
04-oct-08	3.19	3.08	3.08
05-oct-08	3.19	3.08	3.08
06-oct-08	3.10	3.08	3.08
07-oct-08	2.94	3.08	3.08
08-oct-08	3.19	3.08	3.23
09-oct-08	3.19	3.08	3.23
10-oct-08	3.19	3.08	3.23
11-oct-08	3.19	3.08	3.20
12-oct-08	3.19	3.08	3.20
13-oct-08	3.03	3.08	3.20

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

### c. Conclusión

478. Existen comunicaciones que muestran una cierta voluntad de Arcángel (en junio) y Fasa (en octubre) por cumplir con un incremento de precios de distintas presentaciones de Fluimucil, bajo el entendido de que otras cadenas habían formado parte de las coordinaciones y también cumplirían con el «control de precios» en distintas presentaciones de la línea de productos Fluimucil. No obstante, la evidencia económica muestra que los precios de las cadenas aludidas (Arcángel y Fasa) no se comportaron de una manera compatible con un eventual acuerdo de precios entre ellas.
479. Finalmente, estas conclusiones no impiden a esta Comisión observar que tanto Arcángel como Fasa mostraron una clara disposición a establecer precios coordinados con otras cadenas, lo cual resulta coherente con la conducta mostrada por estas investigadas en relación con los precios de productos de otros laboratorios. Asimismo, las comunicaciones también revelan que Lukoll

(laboratorio) habría manifestado a Arcángel y Fasa su apoyo a una eventual estandarización de precios a nivel de las cadenas.

### 6.3.5. Ranbaxy (agosto 2008)

#### a. Incrementos coordinados para agosto de 2008

480. El 26 de agosto de 2008, Alberto Villagomez, Gerente de Unidad de Negocios Trade de Ranbaxy – PRP Perú S.A.C. (en adelante, Ranbaxy), solicitó vía correo electrónico a Magaly Hurtado, Jefa de Compras de Arcángel, regularizar el precio de venta al público de Enhancin 500/125mg x 10 tabletas. De acuerdo con dicha comunicación, Magaly Hurtado de Arcángel sabía que el precio de dicho producto «debía ser» S/ 35.00 o S/ 3.50 por unidad y no el precio que en ese momento tenía de S/ 20.60 o S/ 2.06 por unidad<sup>241</sup>.

481. Magaly Hurtado le solicitó a Julio Casiano, Jefe de Precios de Arcángel, el apoyo para las gestiones que solicitaba el proveedor<sup>242</sup>. En respuesta, Julio Casiano le respondió que no subirían a S/ 35.00, sino únicamente a S/ 30.50 a nivel nacional, pues era el precio de Eckerd (Inkafarma)<sup>243</sup>.

Ante el reclamo de Magaly Hurtado de Arcángel a Alberto Villagomez de Ranbaxy por el precio al que Eckerd estaba ofreciendo el Enhancin<sup>244</sup>, este le respondió que Ranbaxy regularizaría ese problema inmediatamente<sup>245</sup>.

482. Dos días después, el 28 de agosto, Alberto Villagomez de Ranbaxy solicitó a Magaly Hurtado de Arcángel corregir el precio de Enhancin 625mg x 10 tabletas, debido a que Arcángel aún lo estaba ofreciendo a S/ 20.60 en Arequipa, de acuerdo con una verificación realizada el día anterior por la tarde<sup>246</sup>.

En respuesta, Magaly del Pilar le preguntó a Julio Casiano de Arcángel si el precio de Enhancin de Arcángel era ocasionado por la competencia<sup>247</sup>. Julio Casiano respondió que el precio había sido cambiado el mismo día que conversaron, es decir, el 26 de agosto, por lo cual solicitó que «verifiquen bien»<sup>248</sup>.

483. Las comunicaciones entre Arcángel y Ranbaxy reflejan una clara disposición de Arcángel por coordinar sus precios conjuntamente con otras cadenas, condicionando un eventual incremento al incremento de precios de Eckerd.

---

<sup>241</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 07:58 a.m.

<sup>242</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 08:50 a.m.

<sup>243</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 09:48 a.m.

<sup>244</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 09:55 a.m.

<sup>245</sup> Correo 21. Comunicación del 26 de agosto de 2008, 10:28 a.m.

<sup>246</sup> Correo 22. Comunicación del 28 de agosto de 2008, 06:52 a.m.

<sup>247</sup> Correo 22. Comunicación del 28 de agosto de 2008, 08:27 a.m.

<sup>248</sup> Correo 22. Comunicación del 28 de agosto de 2008, 09:14 a.m.

Asimismo, reflejan el interés de Ranbaxy por contribuir con estas coordinaciones, sirviendo de intermediario para generar un entendimiento entre cadenas.

484. No obstante, más allá del interés demostrado por Arcángel, a juicio de esta Comisión no es posible determinar, fuera de duda razonable, que alguna otra cadena haya mostrado un interés equivalente, sea adhiriéndose a estas coordinaciones, sea condicionando sus precios al de sus competidores o sea monitoreando su cumplimiento.
485. Por el contrario, subsiste la duda razonable de que, por lo menos en los supuestos que revelan las comunicaciones, la única cadena aludida –Eckerd (Inkafarma)– haya determinado sus precios de Enhancin 500/125mg x 10 tabletas con independencia de los precios que Ranbaxy había comunicado como «precio regulado». Más aún, en lugar de seguir este precio, Arcángel también decidió nivelar sus precios por debajo, observando el comportamiento aparentemente competitivo de Eckerd.
486. Además, según la evidencia económica, Arcángel mantuvo sus precios de Enhancin 500/125mg x 10 tabletas, por debajo de los de Eckerd en 15% (S/ 3.05 vs S/ 3.50), lo cual resulta incompatible con un supuesto incremento coordinado de sus precios a niveles mínimos.
487. En tal sentido, no resulta posible afirmar de manera concluyente que las coordinaciones observadas entre Arcángel y Ranbaxy se desarrollaron o se ejecutaron de manera similar con Eckerd o alguna otra cadena investigada. Es decir, no es posible sostener, fuera de duda razonable, que las demás cadenas condicionaron sus precios y desarrollaron comunicaciones que reflejen la intención de lograr un entendimiento entre estas para incrementar sus precios de manera conjunta, en lugar de seguir los precios indicados por el laboratorio.

#### **b. Conclusión**

488. Las comunicaciones analizadas resultan ilustrativas en el sentido que permiten observar la evidente disposición de Arcángel para coordinar sus precios con otras cadenas, lo cual resulta coherente con la conducta de Arcángel en otros episodios de coordinación analizados. No obstante, a criterio de esta Comisión, no existe evidencia suficiente que permita vincular a alguna otra de las empresas investigadas con estas coordinaciones para incrementar los precios de alguna presentación del producto Enhancin, a través de Ranbaxy, alrededor de las fechas de las comunicaciones analizadas.

### **6.3.6. Medco (setiembre 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para setiembre de 2008**

489. Antes de analizar las comunicaciones que se desarrollaron entre las cadenas imputadas respecto a los productos del laboratorio Corporación Medco S.A.C. (en adelante, Medco<sup>249</sup>), esta Comisión considera importante tener presente que, en

---

<sup>249</sup> Hoy denominada Teva Perú S.A.

un correo del 4 de setiembre de 2008<sup>250</sup> a Francisco Venero, Gerente Comercial de Líneas Propias de Albis, a propósito de las coordinaciones con Fasa sobre los precios de dicho laboratorio, Carlos Ruiz, Gerente de Ventas de Arcángel, señaló lo siguiente:

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 10:16 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios de IKF

*Como dato, te comento que FASA no quiere respetar precios (es una percepción personal).*  
**Por qué?... Acabo de hablar con MEDCO, donde también salíamos con precios nivelados, todos nos ajustamos, pero FASA ha pateado el tablero (...).**

[Énfasis agregado]

Como se puede observar, Arcángel reconoció que, por lo menos a comienzos de setiembre, existieron coordinaciones entre las cadenas para «nivelar» los precios de los productos de Medco, lo cual habría sido cumplido por «todos», con excepción de Fasa.

490. Días después, el 15 de setiembre, Milenka Carrillo, Sub-Gerente de Unidad de Negocios OTC de Fasa, envió a Antenor Mauny, Gerente Comercial de la Unidad de Negocios Farma de esta misma cadena, un archivo que listaba los productos de Medco en 4 grupos, según las indicaciones de dicho correo<sup>251</sup>:
- (i) 14 productos cuyos precios Fasa incrementaría al «Precio Público Conciliado - PPC».
  - (ii) 4 productos cuyos precios Fasa ya tenía por encima PPC.
  - (iii) 55 productos cuyos precios Fasa no consideraba «viable» incrementar.
  - (iv) 10 productos «problema», en los cuales existía un incremento de costos que, de respetar el PPC, no serían trasladados al consumidor.

A continuación, se muestra el resumen de la versión no confidencial de la lista correspondiente al grupo (i), de los productos que serían incrementados por Fasa al precio público conciliado:

[Ver lista en la siguiente página]

---

<sup>250</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 10:16 a.m.

<sup>251</sup> Correo 27. Comunicación del 15 de setiembre de 2008, 04:55 p.m.

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.

Codigo Fasa	Descripcion	Px Fasa Actual	PPC	Var PP	Decisión
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	10.20	10.70	5%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G	18.63	19.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP FCO/150ML	14.40	15.00	4%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML	14.75	16.00	8%	Subir a PPC - No hay Var Costos
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	95.00	100.00	5%	Subir a PPC - No hay Var Costos
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	177.11	180.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	26.70	29.28	10%	Subir a PPC - No hay Var Costos
300089	PALTOMEL AD.JBE FCO/200ML	18.31	20.00	9%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP
3618	ESCAPIN COMPTO.DISP/100 TAB	78.80	80.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM.AMP/5ML	5.87	6.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos
112042	DOLOREX 30MG INY CJA/3 AMPX2ML	32.10	32.13	0%	Subir a PPC - No hay Var Costos
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G	21.42	22.50	5%	Subir a PPC - No hay Var Costos
162082	TRINEURAL COMPTO.NF.INY.X2.AMP(X3MLY2ML)	11.33	12.00	6%	Subir a PPC - No hay Var Costos
1000336	ACI BASIC UVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML	17.27	17.50	1%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP

491. Luego de las coordinaciones realizadas, el 19 de setiembre, Milenka Carrillo de Fasa remitió a Luis Prado (Gerente de Unidad de Negocios Productos de Marca) y Mónica Arce (Sub Gerente de Cuentas Clave) de Medco, con copia a Christian Randich y Antenor Mauny de Fasa, una comunicación en que revelaba su estrategia de precios a ser aplicada a partir del 23 de setiembre, solicitando su conformidad<sup>252</sup>.

La estrategia de precios se encontraba contenida en un archivo Excel con tres hojas, la primera de las cuales contenía un resumen de la lista de 14 productos antes referida, a los cuales Fasa aplicaría el precio público conciliado a partir del siguiente martes, 23 de setiembre de 2008 y una lista adicional con incrementos que serían implementados de manera escalonada:

Hoja de cálculo «Incremento PPC»

Codigo Fasa	Descripcion	PPC
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	10.7
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G	19
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP FCO/150ML	15
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML	16
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	100
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	180
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	29.28
300089	PALTOMIEL AD.JBE FCO/200ML	20
3618	ESCAPIN COMPTO.DISP/100 TAB	80
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM.AMP/5ML	6
112042	DOLOREX 30MG INY CJA/3 AMPX2ML	32.13
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G	22.5
162082	TRINEURAL COMPTO.NF.INY.X2.AMP(X3MLY2ML)	12
1000336	ACI BASIC UVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML	17.5

[Ver segunda hoja de cálculo en la siguiente página]

<sup>252</sup> Correo 29. Comunicación del 19 de setiembre de 2008, 07:16 p.m.

Hoja de cálculo «Incremento Escalonado»

DOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.				Martes 23 de Setiembre	Martes 7 de Octubre	Martes 21 de Octubre	Martes 28 de Octubre
Descripcion	Px Fasa Actual	PPC	Var PP	1er Incremento	2do Incremento	3er Incremento	4to Incremento
BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/340ML	22.00	27.00	23%	24.0	27.0		
ACI BASIC 800-60MG/10ML SUSP.FCO/220ML.	17.90	24.00	34%	19.5	21.5	24.0	
OMEPRAL 20MG CJA/100 CAP.	170.00	240.00	41%	187.0	205.0	220.0	240.0
NEOPRAL 20MG CJA/20 CAP L.P	58.00	84.00	45%	63.8	70.0	80.0	84.0
NEOPRAL 40MG CJA/16 CAP L.P	65.60	80.00	22%	72.0	80.0		

492. En respuesta, el 22 de setiembre, Luis Prado de Medco, le comunicó a Milenka Carrillo de Fasa que estaba de acuerdo con lo planteado<sup>253</sup>. Con esta respuesta, Milenka Carrillo le solicitó a otra funcionaria de Fasa, Susana Estrada, Analista Comercial de la Unidad de Negocio OTC, que los precios de los productos mencionados sean actualizados, conforme al cuadro, a partir del día siguiente, 23 de setiembre<sup>254</sup>.

Milenka Carrillo agregó que era muy importante realizar un levantamiento de precios para que, en caso existan distorsiones, Medco tomaría las acciones necesarias para «regularlos» de manera inmediata.

493. Más tarde el mismo día, Marco de Paz, Analista Operador de Precios de Fasa, indicó a Milenka Carrillo, Susana Estrada y otros funcionarios de Fasa, que se había procedido a «grabar los precios indicados» y que figurarían a primera hora del día siguiente, 23 de setiembre, en los distintos establecimientos de Fasa<sup>255</sup>.

494. Como se puede advertir, las comunicaciones analizadas reflejan que Fasa se adhirió a un incremento de precios coordinado, con el apoyo de Medco, con «la competencia». No obstante, estas comunicaciones entre Fasa y Medco no contienen elementos de juicio que permitan a esta Comisión inferir la identidad de por lo menos alguna otra cadena que haya tenido un comportamiento similar al de Fasa, comprometiéndose a respetar la lista con los «precios públicos conciliados» de los distintos productos de Medco, ni reflejan algún condicionamiento de alguna otra de las cadenas investigadas al comportamiento de Fasa o de otros competidores, ni evidencian acciones de monitoreo o reclamos para exigir el cumplimiento de tales coordinaciones.

495. Si bien la comunicación del 4 de setiembre muestra a Arcángel manifestando que Fasa estaba incumpliendo coordinaciones de precios sobre los productos de Medco, dicha mención no permite a esta Comisión, fuera de duda razonable, relacionar tales coordinaciones a los productos que formarían parte de la «nivelación» programada para el 23 de setiembre.

<sup>253</sup> Correo 29. Comunicación del 22 de setiembre de 2008, 03:22 p.m.

<sup>254</sup> Correo 29. Comunicación del 22 de setiembre de 2008, 04:48 p.m.

<sup>255</sup> Correo 29. Comunicación del 22 de setiembre de 2008, 05:54 p.m.

## **b. Conclusión**

496. Las comunicaciones analizadas resultan ilustrativas, en el sentido que permiten evidenciar la disposición de Arcángel y Fasa para coordinar sus precios sobre los productos de Medco. No obstante, a criterio de esta Comisión, no existe evidencia suficiente que permita vincular a ambas cadenas, o a otras investigadas, en los incrementos coordinados de precios que, con el apoyo de Medco, se programaron para el 23 de setiembre de 2008.

### **6.3.7. Otras posibles coordinaciones (octubre 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para octubre de 2008**

497. El 15 de octubre de 2008, Marcelo Bazan, Gerente General de BTL se comunicó con Monica Pezantes, Sub Gerente de Compras de BTL, para comentarle que se había conseguido la cancelación de la promoción del 10% de descuento en los precios de los días lunes ofrecida por Mifarma (cadena vinculada al laboratorio Química Suiza), por lo que le solicitó que informara a «Arcángel, Fasa y ByS la noticia para congelar cualquier posibilidad de iniciar una guerra de precios»<sup>256</sup>.

498. Al respecto, esta Comisión considera que esta comunicación permite corroborar que el contexto en el que operaban las cadenas se caracterizaba por las frecuentes coordinaciones para uniformizar los precios minoristas de diversos productos farmacéuticos incluso recurriendo a ciertos mecanismos de presión para incentivar a que las cadenas cumplieran lo coordinado. Ello, debido a que la única explicación razonable para que las cadenas de farmacias suspendieran iniciar conjuntamente una «guerra de precios» contra Mifarma, era porque esta se estaría adhiriendo a las coordinaciones previamente efectuadas entre las cadenas de farmacias sobre los precios de distintos productos, exceptuando de su promoción los productos involucrados en las coordinaciones.

499. No obstante, esta comunicación por sí misma, no permite a esta Comisión identificar, dentro del listado de productos investigados según la Resolución de Inicio, aquellos que concretamente se habrían visto envueltos en esta coordinación, así como tampoco determinar cuáles serían los precios coordinados o la fecha en que deberían ejecutarse eventuales incrementos concertados, sino que únicamente resulta relevante para entender el escenario en el que operarían las cadenas de farmacias durante este periodo.

#### **b. Conclusión**

500. La comunicación resulta relevante para entender el contexto en el que operaban las cadenas «BTL, BYS, Arcángel y Mifarma», caracterizado por las constantes coordinaciones entre las cadenas para uniformizar los precios minoristas de diversos productos farmacéuticos y evitar la «guerra de precios». No obstante, esta Comisión considera que debido a que no es posible vincular la comunicación con algún producto específicamente considerado por la Secretaría Técnica en su

---

<sup>256</sup> Correo 31. Comunicación del 15 de octubre de 2008, 05:16 p.m.

Resolución de Inicio o con algún otro producto, no podría considerarse a tales empresas como participantes de un episodio en particular.

### **6.3.8. Laboratorios Bagó del Perú (diciembre 2008)**

#### **a. Incrementos coordinados para diciembre de 2008**

501. El 11 de diciembre de 2008, Miguel Medina, Gerente de Ventas de Distrimed<sup>257</sup>, informó a Milenka Carrillo, Subgerente de la Unidad de Negocio OTC de Fasa, que se había comunicado con una «cadena», –sin indicar su nombre– para exigirle el respeto del precio conciliado de Flogodisten entre S/ 2.40 y S/ 2.50, que dicha «cadena» había aceptado con anterioridad. Además, precisó que, si la «cadena» no nivelaba sus precios, acudiría a sus oficinas al día siguiente para exigir el respeto de los niveles coordinados. Finalmente, recalcó que estaría en alerta con la «cadena» y «todas las demás» a fin de evitar que estos «impases» dificultaran sus relaciones comerciales<sup>258</sup>.

Esta comunicación fue remitida como respuesta al reclamo de Milenka Carrillo de Fasa a Marianella Chávez, Gerente de Producto de Línea OTC de Bagó del Perú, porque el laboratorio no le había entregado la boleta de venta de Flogodisten de la «cadena» con el precio nivelado, con lo cual no podía «sustentar» su precio vigente.

502. Como se puede observar, Fasa era la principal interesada en que las demás cadenas de farmacias nivelaran sus precios del Flogodisten. Ello es coherente con la evidencia económica analizada líneas abajo, que muestra que Fasa ofertaba desde fines de octubre el comprimido de Flogodisten a S/ 2.50. A criterio de esta Comisión, ello explica que Fasa haya exigido que las otras cadenas incrementasen sus precios a los niveles que ella mantenía.
503. Días después, el 15 de diciembre, Marianella Chávez de Bagó del Perú se comunicó con Milenka Carrillo de Fasa para informarle que el Jefe de Ventas de Distrimed, Miguel Medina, se encontraba en el local de Eckerd con todas las boletas de venta de Arcángel, cuyos precios oscilaban entre S/ 2.40 y S/ 2.50 por comprimido de Flogodisten. Por ello, le solicitó que tuviera «un poquito de paciencia» con la nivelación de precios, comprometiéndose a solucionar las diferencias a más tardar al día siguiente por la tarde<sup>259</sup>.

En respuesta a la referida comunicación, Milenka Carrillo de Fasa indicó que le preocupaba el silencio del laboratorio frente a sus reclamos y que le había sorprendido saber que Eckerd también era parte de las coordinaciones de precios. Indicó además que se comunicarían por teléfono para buscar una solución que no perjudicara «el negocio».

---

<sup>257</sup> Distrimed S.A.C es el distribuidor exclusivo del laboratorio Bagó del Perú S.A.

<sup>258</sup> Correo 32. Comunicación del 11 de diciembre de 2008, 02:42 p.m.

<sup>259</sup> Correo 32. Comunicación del 15 de diciembre de 2008, 04:57 p.m.

504. Como puede inferirse, cuando en el correo del 11 de diciembre Miguel Medina de Distrimed hizo referencia a una «cadena» que debía nivelar el precio de Flogodisten, se refería necesariamente a Arcángel, pues es sobre la base de las boletas de Arcángel que Bagó del Perú explicó su visita a Eckerd el 15 de diciembre para informarle sobre el precio que estaba siendo implementado por las otras cadenas y que también Eckerd debía respetar<sup>260</sup>.

Esta interpretación de las comunicaciones es coherente con la evidencia económica, que muestra que Arcángel incrementó el precio de Flogodisten de S/ 2.15 a S/ 2.60, es decir, superó el precio mínimo coordinado de S/ 2.40 o S/ 2.50<sup>261</sup>.

505. Debido a que Fasa aún no recibía una respuesta por parte de Distrimed o Bagó del Perú hasta el 18 de diciembre acerca de las coordinaciones que estaba realizando con las otras cadenas, Milenka Carillo de Fasa solicitó a Antenor Mauny, Gerente Comercial de la Unidad de Negocio Farma de Fasa, que se comunicara con Renán Villamonte, Gerente Comercial, o Jacqueline Vargas, Gerente General de Bagó del Perú para obtener una explicación<sup>262</sup>.
506. Horas después, Marianella Chavez de Bagó del Perú reenvió a Milenka Carrillo de Fasa, el correo remitido por el Jefe de Ventas de Distrimed, Miguel Medina. En dicha comunicación se explicó que luego de varias conversaciones con Eckerd – y previa corroboración por parte de la cadena del análisis de precios efectuado por Distrimed– Eckerd aceptó nivelar sus precios en S/ 2.40 a partir del día siguiente, 19 de diciembre<sup>263</sup>.

Asimismo, Miguel Medina recordó que el precio «conciliado» era entre S/ 2.40 y S/ 2.50 y explicó que de acuerdo con el análisis de precios realizado la semana anterior, «Arcángel tenía Flogodisten a S/.2.60, lo mismo que Mifarma y las demás cadenas a S/. 2.50»<sup>264</sup>.

507. El que Eckerd aceptara incrementar sus precios a partir del 19 de diciembre, se corrobora con la evidencia económica que, como se verá líneas abajo,

---

<sup>260</sup> Como era típico del cártel, una vez que el laboratorio tenía a su disposición las boletas de las cadenas de farmacias con los nuevos precios, acudía a aquella que aún no nivelaba, en este caso Eckerd, para mostrarle dicha información y generar mayores «incentivos» para que se alineara a los precios concertados.

<sup>261</sup> En la comunicación del 15 de diciembre, enviada por Marianella Chavez de Bagó del Perú a Milenka Carrillo de Fasa a las 4.57 p.m., se hace referencia a que uno de los funcionarios de Distrimed se encontraba en el local de Eckerd con todas las boletas de Arcángel con los precios que oscilaban entre S/. 2.40 y S/. 2.50. Cabe precisar que la evidencia económica muestra que el incremento de precios de Arcángel se produjo el 16 de diciembre, ello se debería a que el ajuste del precio se realizó el 15 de diciembre por la tarde (4.57 p.m.), lo que generó que el incremento recién se apreciara al día siguiente.

<sup>262</sup> Correo 32. Comunicación del 18 de diciembre de 2008, 03:08 p.m.

<sup>263</sup> Correo 33. Comunicación del 18 de diciembre de 2008, 06:27 p.m.

<sup>264</sup> Adicionalmente, Miguel Medina solicitó a Marianella Chávez que se comunicara con Milenka Carrillo de Fasa para informarle que Distrimed «estuvo detrás de esta regulación de precios y que estarían en todo momento sigilosos de los precios del mercado», además de que había tomado su tiempo lograr una nivelación de precios debido a que tenía que presentar un análisis de precios de las diferentes cadenas y que, luego, dicha información era verificada por ellas.

efectivamente muestra que en la fecha indicada Eckerd incrementó el precio por comprimido de Flogodisten de S/ 2.09 a S/ 2.49.

**b. Análisis de evidencia económica (diciembre 2008)**

508. El análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel, Eckerd y Fasa, a través de Bagó, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada el precio de venta al público de un producto comercializado por las imputadas el 19 de diciembre de 2008. Se evaluará si el precio de venta del producto de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio coordinado. Para la identificación de los productos que mostraron incrementos se seguirá el procedimiento descrito en el considerando 382 de la presente Resolución.
509. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizada líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el día 19 de diciembre de 2008 como fecha para el incremento de los precios en un (1) producto. El producto involucrado que fue considerado en la Resolución de Inicio se presenta en el siguiente cuadro:

**Cuadro 13**  
**Producto con precio coordinado para el 19 de diciembre de 2008<sup>265</sup>**

N°	Nombre del producto	Precio coordinado (S/)
36	Flogodisten 300/250 mg caja x 120 comprimidos	2.40 – 2.50

Nota: Número de producto según el Anexo 4  
Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

510. Para el presente análisis, se comparó el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas en el periodo de ajuste antes mencionado. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja.
511. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que a partir del 11 de diciembre de 2008 se iniciaron las coordinaciones para llevar a cabo los incrementos, cuando se exigió el respeto del precio conciliado a las demás cadenas<sup>266</sup>. En el caso de Fasa, las comunicaciones indican que dicha cadena había establecido el precio del producto en cuestión al nivel acordado fechas antes

<sup>265</sup> Los productos investigados han sido listados en el Anexo 4 y han sido ordenados del 1 al 75. En principio, los productos son listados según su número de orden.

<sup>266</sup> Correo 32. Comunicación del 11 de diciembre de 2008, 02:42 p.m.

del periodo de ajuste, exigiendo que el resto de cadenas incrementen el precio a dicho nivel.

512. Además, Eckerd se había comprometido a incrementar sus precios el 19 de diciembre de 2008, luego de revisar las boletas de Arcángel que había recibido<sup>267</sup>. Esto haría suponer que se esperó como máximo hasta esa fecha para que todas las cadenas incrementen sus precios, exceptuando a Eckerd quien se tomaría unos días adicionales. Se verificó que esta última cadena incrementó sus precios el 19 de diciembre de 2008.
513. Por lo señalado anteriormente, el periodo de ajuste de precios para el producto involucrado comprendería desde el 11 de diciembre de 2008 hasta el 19 de diciembre de 2008. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó si existieron incrementos de precios en dos o más cadenas identificando en la fecha coordinada para el producto involucrado. En el siguiente cuadro se muestran las fechas en que se dieron los incrementos de precios en dos o más cadenas.

**Cuadro 14**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa
36	16/12/2008	19/12/2008	Constante

Nota: Se presenta la fecha en la que se verificó el incremento de precios.

«Constante» indica que la serie de precios no se incrementó en el periodo de ajuste. En el caso de Fasa tenía el precio del producto al nivel acordado antes del periodo de ajuste, como lo revelan las comunicaciones.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

514. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios en un rango fijado entre S/2.40 y S/ 2.50, o en su defecto, por encima de este. Por otro lado, como se señaló anteriormente, las comunicaciones indican que Fasa había establecido el nivel de precios al nivel acordado antes del periodo de ajuste de precios.
515. Así, las cadenas que formaron parte del acuerdo de precios debieron fijar sus precios al nivel acordado o en su defecto por encima del nivel acordado en las comunicaciones a excepción de Fasa quien ya tendría dicho precio desde antes de que se iniciaran las comunicaciones. Considerando dichas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior realizadas por las cadenas alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este.

[Ver cuadro en la siguiente página]

<sup>267</sup> Correo 33. Comunicación del 18 de diciembre de 2008, 06:27 p.m.

**Cuadro 15**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Eckerd	Fasa
36	2.50	2.60	2.49	2.50

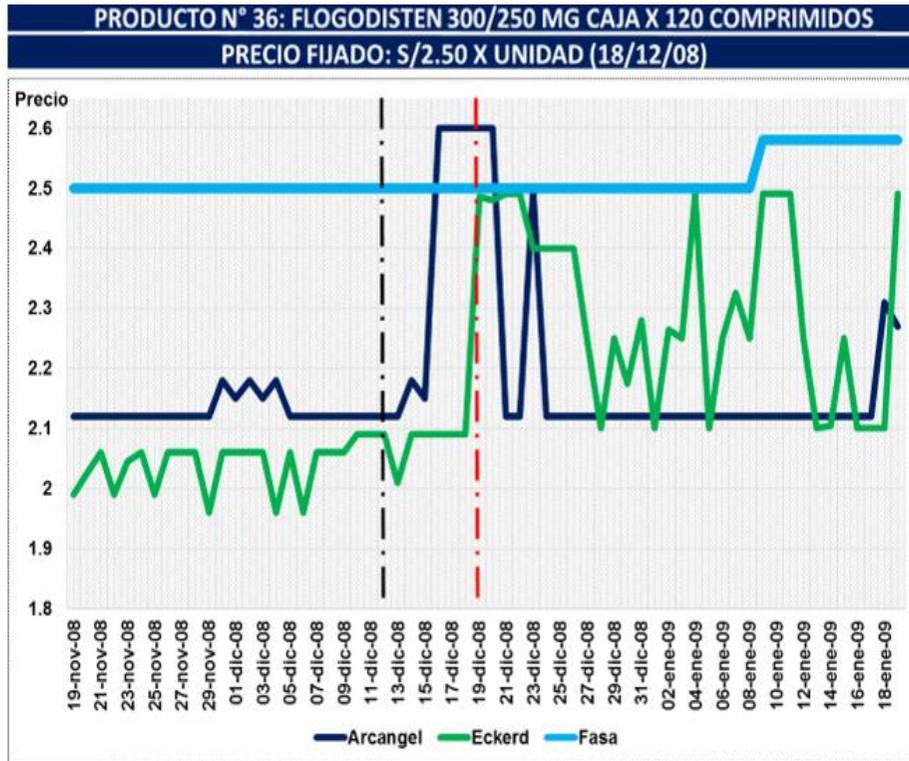
Nota: Se presenta el precio que se alcanzó en la fecha en la que se verificó el incremento de precios.  
 Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

516. Considerando los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en un (1) producto de Bagó<sup>268</sup> hubo un incremento coherente con la infracción analizada.
517. El siguiente gráfico presenta la evolución del precio del producto de Bagó, Flogodisten 300/250 mg caja de 120 comprimidos, que estuvo involucrado en la práctica colusoria. Dicho gráfico muestra la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráfico a partir de la siguiente página]

<sup>268</sup> Que corresponde al producto N° 36.

Gráfico 45



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa*
12-dic-08	2.12	2.09	2.50
13-dic-08	2.12	2.01	2.50
14-dic-08	2.18	2.09	2.50
15-dic-08	2.15	2.09	2.50
16-dic-08	<b>2.60</b>	2.09	2.50
17-dic-08	2.60	2.09	2.50
18-dic-08	2.60	2.09	2.50
<b>19-dic-08</b>	2.60	<b>2.49</b>	2.50
20-dic-08	2.60	2.48	2.50
21-dic-08	2.12	2.49	2.50
22-dic-08	2.12	2.49	2.50
23-dic-08	2.50	2.40	2.50
24-dic-08	2.12	2.40	2.50
25-dic-08	2.12	2.40	2.50
26-dic-08	2.12	2.40	2.50
27-dic-08	2.12	2.25	2.50
28-dic-08	2.12	2.10	2.50
29-dic-08	2.12	2.25	2.50
30-dic-08	2.12	2.18	2.50
31-dic-08	2.12	2.28	2.50
01-ene-09	2.12	2.10	2.50
02-ene-09	2.12	2.27	2.50
03-ene-09	2.12	2.25	2.50

— · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios y fin de las comunicaciones.

- · - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

518. Por tanto, a partir de la evidencia económica, esta Comisión considera que el producto N° 36 formó parte del acuerdo de precios realizado por las Investigadas.
519. En el siguiente cuadro se muestran el producto y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 16**  
**Resumen de los productos y cadenas que formaron parte del episodio de Bagó del Perú (diciembre 2008) analizado en la sección 6.3.8.b**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa
36	X	X	X

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

### c. Conclusión

520. El análisis de los elementos de juicio permite a esta Comisión tener por acreditado que Arcángel, Fasa y Eckerd, a través de Bagó del Perú y su distribuidor Distrimed, habrían coordinado el incremento de los precios de Flogodisten. Este episodio constituye otro ejemplo de las permanentes coordinaciones que existían entre las cadenas para elevar conjuntamente los precios de distintos productos, con la ayuda de los laboratorios.
521. Cabe precisar que si bien se ha observado que en una comunicación se hace referencia a que en el monitoreo de precios se habría detectado que «Mifarma y las demás cadenas» tendrían precios similares a los coordinados, dicha mención por sí misma no permite a esta Comisión acreditar de manera concluyente que Mifarma u otras cadenas hayan participado en las coordinaciones analizadas en el presente episodio. Ello, en la medida que persiste una duda razonable de que esta comunicación implique solo un reporte que realizó el laboratorio sobre los precios vigentes de dicha empresa en el mercado y no necesariamente la verificación del cumplimiento de un precio coordinado<sup>269</sup>.

### 6.3.9. Grünenthal (enero 2009)

#### a. Incrementos coordinados para enero de 2009

522. El 28 de enero de 2009, Mariella Linares, representante de Grünenthal, envió un correo a Magaly Hurtado, Jefa de Compras de Arcángel, con copia a otros funcionarios de Arcángel y Grünenthal, señalando lo siguiente:

**De:** Linares, Mariella [Grünenthal]  
**Enviado el:** Miércoles, 28 de Enero de 2009 09:11 a.m.  
**Para:** 'Hurtado, Magaly del Pilar' [Arcángel]; 'fcastillo@albis.com.pe'; 'edgard.sandoval@albis.com.pe'; 'esandoval@albis.com.pe'; 'Julio Casiano' [Arcángel]  
**CC:** Arellano, Alí [Grünenthal]  
**Asunto:** precio público Zaldiar PRODUCTO RENTABLE  
**Datos adjuntos:** fasazaldiar3soles.pdf (504 KB); btlzaldiar3soles.pdf (233 KB)

<sup>269</sup> Incluso, Mifarma, ByS, BTL tenían estos precios desde julio y agosto de 2008, lo cual no es coherente con un escenario de incremento de precios.

**Tal como acordamos les estoy adjuntando las boletas de FASA y BTL con ZALDIAR 3,00 soles precio público la unidad. Zaldiar es un producto rentable por lo que le pido que dé la indicación para igualar el precio a nivel país 3,00 soles la unidad, es de nuestro interés apoyar la mejora en la rentabilidad general, para lo cual también necesitamos su colaboración<sup>270</sup>.**

Saludos

**Mariella Linares**  
Grüenthal Peruana S.A.  
Línea Comercial – DL3

[Énfasis agregado]

523. La comunicación de manera expresa indica que Arcángel y Grüenthal habrían coordinado la entrega de boletas de otras cadenas para asegurarse de que se estaban cobrando los precios indicados por el laboratorio, con la finalidad de incrementar Zaldiar al mismo nivel de S/ 3.00.
524. Ese mismo día, cerrando la tarde, Mariella Linares de Grüenthal volvió a insistir a Arcángel para que iguale el precio a S/ 3.00 indicando que otras empresas ya lo habían hecho, adjuntando boletas de BTL, Fasa y ByS. En respuesta, Magaly del Pilar Hurtado de Arcángel le indicó que ya se había efectuado el cambio de precios en los locales de la cadena<sup>271</sup>.
525. Posteriormente, el 30 de enero de 2009, Mariella Linares de Grüenthal envió un correo a Ale Corro, Ejecutivo de Compras de Mifarma, pidiéndole incrementar sus precios como habían hecho Arcángel y otras cadenas<sup>272</sup>:

**De:** Linares, Mariella [mailto:Mariella.Linares@Grüenthal.com]  
**Enviado el:** Viernes, 30 de Enero de 2009 10:57 a.m.  
**Para:** Ale Corro 1026 [Mifarma]  
**CC:** Arellano, Alí [Grüenthal]  
**Asunto:** Precio público Zaldiar

**Tal como conversamos, le adjunto las boletas con precio público unitario ZALDIAR.**

ByS 3 soles  
Nortfarma 3 soles  
BTL 3 soles  
FASA 3 soles  
Arcángel también está a 3 soles pero no pude conseguir boleta [pues] está reponiendo stock por cierre.

*Esta modificación es a nivel País, por lo que le pido su gestión para que MIFARMA confirme también su precio en 3 soles mínimo.*

---

<sup>270</sup> Correo 34. Comunicación del 28 de enero de 2009, 09:11 a.m.

<sup>271</sup> Correo 34. Comunicación del 28 de enero de 2009, 06:48 p.m.

<sup>272</sup> Correo 37. Comunicación del 30 de enero de 2009, 10:57 a.m.

Saludos

**Mariella Linares**  
Grünenthal Peruana S.A.  
Línea Comercial – DL3

[Énfasis agregado]

526. De manera similar a las coordinaciones con Arcángel, Grünenthal envió a Mifarma las boletas de otras cadenas «conforme a lo conversado», para que realice el cambio en sus precios. Puede por lo tanto inferirse que Mifarma había condicionado el incremento de sus precios al envío de boletas por parte de Grünenthal, requiriendo que el nuevo precio sea constatado en sus demás competidores.
527. Finalmente, Mariella Linares de Grünenthal envió un correo a Julio Casiano de Arcángel<sup>273</sup>, en el cual le agradeció la colaboración en el incremento del precio del producto Zaldiar, solicitándole que cualquier variación en los precios le sea informada para poder tomar acciones de ajuste necesarias, pues el incremento del precio en este producto era un logro que deseaban mantener.
528. A partir de las comunicaciones, se observa que tanto Arcángel como Mifarma condicionaron el incremento de sus precios a la verificación, a través de Grünenthal, del cumplimiento de estos precios por parte de otras cadenas. Con ello, a criterio de esta Comisión, queda acreditado para este episodio que las decisiones sobre sus precios en el producto Zaldiar no fueron tomadas de manera independiente, sino expresamente supeditadas al incremento los precios de sus competidores.
529. Cabe anotar que Mifarma ha sostenido que la Secretaría Técnica y la Comisión no debería obtener conclusiones en base a un análisis conjunto de las comunicaciones, debido a que los indicios deben ser «razonables» e «independientes», es decir, para cada uno debe existir una relación directa entre los hechos y las conclusiones obtenidas.

Al respecto, contrariamente a lo indicado por Mifarma, esta Comisión considera, en línea con el marco teórico, que la prueba obtenida como consecuencia de la evaluación conjunta de los distintos elementos de juicio obrantes en el expediente no solo constituye una facultad de la autoridad, sino una obligación compatible con el principio de verdad material reconocido en la Ley<sup>274</sup>, que tiene como

---

<sup>273</sup> Correo 38. Comunicación del 30 de enero de 2009, 11:05 a.m.

<sup>274</sup> **Ley del Procedimiento Administrativo General**  
**Artículo IV.- Principios del procedimiento administrativo**  
**1.11. Principio de verdad material.-** En el procedimiento, la autoridad administrativa competente deberá verificar plenamente los hechos que sirven de motivo a sus decisiones, para lo cual deberá adoptar todas las medidas probatorias necesarias autorizadas por la ley, aun cuando no hayan sido propuestas por los administrados o hayan acordado eximirse de ellas.

**Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**  
**Artículo 30.- Actuaciones de instrucción.-**

finalidad que la autoridad pueda comprender la real dimensión de la conducta investigada.

**b. Análisis de evidencia económica (enero 2009)**

530. El análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel y Mifarma, a través de Grünenthal, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada el precio de venta al público de un producto comercializado por las imputadas el 28 de enero de 2009. Se evaluará si el precio de venta del producto de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio coordinado. Para ello, se seguirá el procedimiento descrito en el considerando 382 de la presente Resolución.
531. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizada líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el 28 de enero de 2009 como fecha para el incremento de los precios en un (1) producto. El producto involucrado que fue considerado en la Resolución de Inicio se presenta en el siguiente cuadro:

**Cuadro 17**  
**Producto con precio coordinado para el 28 de enero de 2009<sup>275</sup>**

N°	Nombre del producto	Precio Coordinado (\$)
75	Zaldiar caja x 10 y x 60 comprimidos recubiertos	3.00

Nota: Número de producto según el Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

532. Para el presente análisis, se comparó el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas en el periodo de ajuste antes mencionado. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja.
533. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que se iniciaron las coordinaciones para llevar a cabo los incrementos a partir del 28 de enero de 2009, cuando se exigió el respeto del precio conciliado a las demás cadenas<sup>276</sup>.

---

30.1. La Secretaría Técnica está facultada, en razón de su competencia, a realizar de oficio cuantas actuaciones probatorias resulten necesarias para el examen de los hechos, recabando los documentos, información u objetos que sean relevantes para determinar, en su caso, la existencia o no de la infracción administrativa que se imputa.

<sup>275</sup> Los productos investigados han sido listados en el Anexo 4 y han sido ordenados del 1 al 75. En principio, los productos son listados según su número de orden.

<sup>276</sup> Correo 34. Comunicación del 28 de enero de 2009, 09:11 a.m.

534. Además, el 30 de enero de 2009, las comunicaciones muestran que le habrían solicitado a Mifarma que incrementara sus precios como ya lo habían realizado las demás cadenas, adjuntando para ello las boletas de las demás cadenas entre ellas Arcángel<sup>277</sup>. Esto haría suponer que Mifarma solicitó que las demás incrementaran sus precios antes de hacerlo ella, por lo que se le habría esperado unos días adicionales a la fecha pactada para que cumpliera con incrementar su precio al nivel acordado. Se verificó que esta última cadena incrementó sus precios el 6 de febrero de 2009.
535. Por lo señalado anteriormente, el periodo de ajuste de precios comprendería desde el 28 de enero de 2009 hasta el 6 de febrero de 2009 para el producto involucrado. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó si respecto de este producto mostró incrementos de precios en las dos cadenas involucradas identificando la fecha de dichos incrementos. En el siguiente cuadro se muestran las fechas en que se dieron los incrementos de precios.

**Cuadro 18**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Mifarma
75	28/01/2009	06/02/2009

Nota: Se presenta la fecha en la que se verificó el incremento de precios.  
Fuente: Información entregada por las empresas investigada  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

536. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios a un nivel fijado o, en su defecto, por encima de este.
537. Considerando estas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior realizadas por las cadenas alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este.

**Cuadro 19**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Mifarma
75	3.00	3.00	3.10

Nota: Se presenta el precio que se alcanzó en la fecha en la que se verificó el incremento de precios.  
Fuente: Información entregada por las empresas investigadas  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

538. Teniendo en cuenta los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en un (1) producto de Grünenthal<sup>278</sup> hubo un incremento coherente con la infracción analizada.

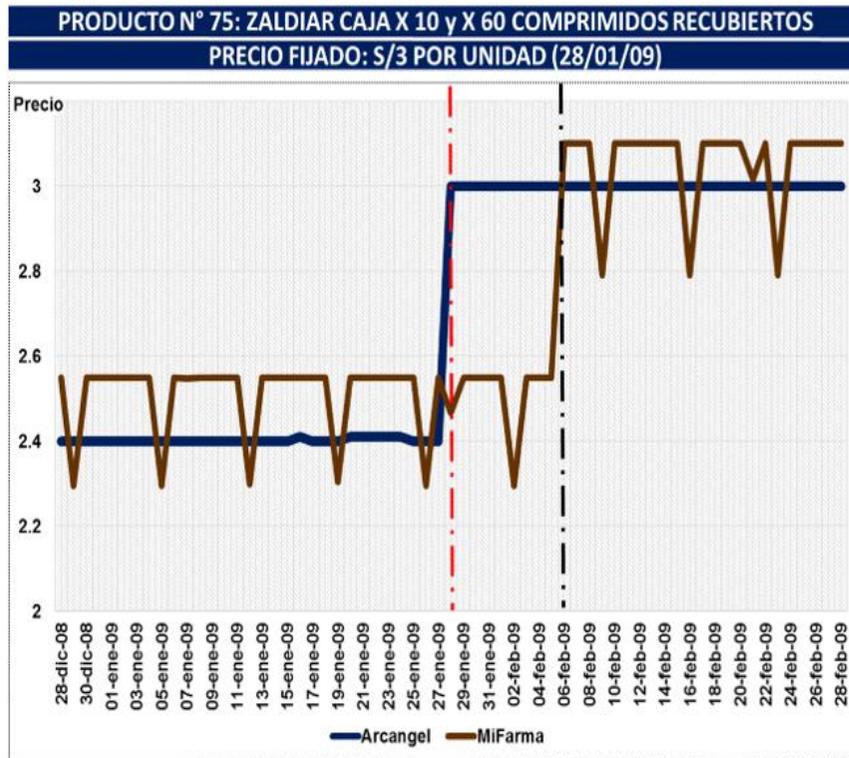
<sup>277</sup> Correo 37. Comunicación del 30 de enero de 2009, 10:57 a.m.: «Tal como lo conversamos, le adjunto las boletas con precio público unitario Zaldiar [...] Esta modificación es a nivel País, por lo que le pido su gestión para que MIFARMA confirme también su precio en 3 soles mínimo»

<sup>278</sup> Que corresponde al producto N° 75.

539. El siguiente gráfico presenta la evolución de los precios del producto de Grünenthal que estuvo involucrado en la práctica colusoria. Dicho gráfico muestra la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráfico en la siguiente página]

Gráfico 46



Fecha	Arcangel	MiFarma
21-ene-09	2.41	2.55
22-ene-09	2.41	2.55
23-ene-09	2.41	2.55
24-ene-09	2.41	2.55
25-ene-09	2.40	2.55
26-ene-09	2.40	2.30
27-ene-09	2.40	2.55
<b>28-ene-09</b>	<b>3.00</b>	2.47
29-ene-09	3.00	2.55
30-ene-09	3.00	2.55
31-ene-09	3.00	2.55
01-feb-09	3.00	2.55
02-feb-09	3.00	2.30
03-feb-09	3.00	2.55
04-feb-09	3.00	2.55
05-feb-09	3.00	2.55
06-feb-09	3.00	<b>3.10</b>
07-feb-09	3.00	3.10
08-feb-09	3.00	3.10
09-feb-09	3.00	2.79
10-feb-09	3.00	3.10
11-feb-09	3.00	3.10
12-feb-09	3.00	3.10

— · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios y el inicio de las comunicaciones.

— · — Representa la fecha referente en la que se daría el fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

540. Por tanto, a partir de la evidencia económica, esta Comisión considera que el producto N° 75 formó parte del acuerdo de precios realizado por las Investigadas.
541. El siguiente cuadro se muestran los productos y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 20**  
**Resumen del producto y cadenas que formaron parte del episodio de Grünenthal (enero 2009) analizado en la sección 6.3.9.b**

#	Arcángel	Mifarma
75	X	X

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

### c. Conclusión

542. Esta Comisión considera acreditado que existieron coordinaciones entre Arcángel y Mifarma a través de Grünenthal para lograr incrementar el precio de Zaldiar de manera conjunta a S/ 3.00. Asimismo, la evidencia económica muestra que Arcángel incrementó el precio de Zaldiar hacia el 28 de enero de 2009, seguido de Mifarma días después de recibir las boletas de dicha cadena.
543. Cabe mencionar que el hecho que Grünenthal haya remitido boletas de BTL, ByS, Nortfarma y Fasa resulta en gran medida sospechoso. No obstante, a criterio de esta Comisión, este hecho por sí solo no permitiría acreditar, fuera de duda razonable, que dichas cadenas hayan subordinado un eventual incremento de sus precios al cumplimiento de las demás cadenas de un precio coordinado.

## 6.3.10. Pfizer, Grupo Farmakonsuma y Schering Plough

### a. Incrementos coordinados para febrero de 2009

544. El 11 de febrero de 2009, Antenor Mauny de Fasa se comunicó con Ana Tenorio, Trade Sales Manager de Pfizer para informarle que los productos de la lista que adjuntaba habían tenido una baja de precios considerable en los locales de Eckerd (Inkafarma). Por ello, le solicitó que «tomara cartas en el asunto tan pronto como sea posible para que los precios se regularicen, porque no podían subsidiar la venta de la línea del laboratorio a costa de su propia rentabilidad». Finalmente le comentó que Fasa tenía mucho interés en que sus productos siguieran creciendo en la cadena pero con un «win-win»<sup>279</sup>.
545. Dos horas después, Ana Tenorio (Pfizer) le reenvió el correo anterior a Gina Wright, Gerente de Compras de Los Andes (Eckerd), indicándole que conversarían sobre este tema en su próxima visita<sup>280</sup>. Estas comunicaciones, a su vez, fueron reenviadas por Gina Wright al Gerente General de Eckerd, Leandro Gracia<sup>281</sup>.

<sup>279</sup> Correo 40. Comunicación del 11 de febrero de 2009, 3:37 p.m.

<sup>280</sup> Correo 40. Comunicación del 11 de febrero de 2009, 05:35 p.m.

<sup>281</sup> Correo 40. Comunicación del 25 de febrero de 2009, 12:39 p.m.

546. De forma similar al tenor de la comunicación remitida por Fasa a Pfizer, el 12 de febrero de 2009, Antenor Mauny de Fasa se comunicó con Henry Conde de Grupo Farmakonsuma para informarle que Eckerd (Inkafarma) había tenido una baja de precios considerable en los productos Kid Cal y Calcibone. Por ello, le solicitó que «revisara este tema y disponga la regularización de los precios en el mercado tan pronto como sea posible, porque no podían subsidiar la venta de la línea del laboratorio a costa de su propia rentabilidad»<sup>282</sup>. Finalmente le comentó que Fasa tenía «mucho interés en que sus productos siguieran creciendo en la cadena pero con el deterioro de margen era imposible»<sup>283</sup>.
547. Ante esta situación, horas después, Henry Conde (Farmakonsuma) explicó a Antenor Mauny (Fasa) que se encontraba en la sierra central pero que al día siguiente se encargaría de comunicarse con la persona responsable en Eckerd (Inkafarma) para identificar el problema, analizar la situación y darle una solución a la brevedad<sup>284</sup>. No obstante, debido a que Fasa no obtenía respuesta alguna de Farmakonsuma, el 19 de febrero, Milenka Carrillo (Fasa) reiteró a Henry Conde (Farmakonsuma) que el deterioro de los precios impactaba directamente en la rentabilidad de su línea dentro de Fasa, por lo que requería su apoyo para darle solución a este tema a la brevedad<sup>285</sup>.
548. Más tarde, Henry Conde (Farmakonsuma) le comunicó a Milenka Carrillo (Fasa) que el día martes ingresaron a Eckerd (Inkafarma) las respectivas boletas de los productos involucrados para que realizaran el cambio. Eckerd (Inkafarma) se tomaría dos días en volver a revisar los precios y luego emitiría una respuesta sobre el cambio de sus precios<sup>286</sup>.
549. Por otro lado, en la misma línea de las comunicaciones remitidas por Fasa a Pfizer y Grupo Farmakonsuma, el 11 de febrero de 2009, Antenor Mauny (Fasa) se comunicó con Juan Rojas de Schering – Plough para informarle que Eckerd (Inkafarma) había tenido una baja de precios considerable en los productos de la lista que adjuntaba. Por ello, le solicitó que «dispusiera la regularización de los precios en el mercado tan pronto como sea posible, porque no podían subsidiar la venta de la línea del laboratorio a costa de su propia rentabilidad»<sup>287</sup>. Finalmente le comentó que Fasa tenía mucho interés en que sus productos siguieran creciendo en la cadena pero con el deterioro de margen era imposible.
550. Horas después, en respuesta a dicha comunicación, Juan Rojas (Schering – Plough) envió un correo- con copia al Gerente General de Schering – Plough

---

<sup>282</sup> Correo 42. Comunicación del 12 de febrero de 2009, 07:17 p.m.

<sup>283</sup> Ídem.

<sup>284</sup> Correo 42. Comunicación del 12 de febrero de 2009, 11:17 p.m.

<sup>285</sup> Correo 42. Comunicación del 19 de febrero de 2009, 07:34 p.m.

<sup>286</sup> Correo 42. Comunicación del 19 de febrero de 2009, 11:51 p.m.

<sup>287</sup> Correo 39. Comunicación del 11 de febrero de 2009, 05:36 p.m.

(Hugo Nisenbom), indicando a Fasa que no podían acordar precios ni con clientes ni proveedores porque era contra la Ley<sup>288</sup>.

**De:** Rojas, Juan <juan.rojas@spcorp.com>

**Para:** Antenor Mauny [Fasa]

**CC:** Nisenbom, Hugo hugo.nisenbom@spcorp.com [Schering-Plough]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; Lozano, Monica monica.lozano@spcorp.com [Schering-Plough]; Camacho, Antonio antonio.camacho@spcorp.com [Schering-Plough]

**Enviado:** Wed Feb 11 19:10:08 2009

**Asunto:** RE: precios inkafarma

*Estimado Antenor:*

**Como tu sabes nosotros no podemos acordar precios porque es contra la ley, ni con clientes ni con proveedores.**

*Sí podemos mejorar márgenes, como te comenté, a través de descuentos por volumen y teniendo inventarios en todos los puntos de la cadena.*

*Saludos,*

*Juan José Rojas*

[Énfasis agregado]

551. Estas comunicaciones, revelan el interés de «Fasa» por persuadir a diversos laboratorios para que la ayuden a incentivar a otras cadenas (en particular, Eckerd) a estandarizar sus precios en forma sincronizada. Ello confirma el rol activo de Fasa como promotor del incremento o estandarización conjunta de precios. Asimismo, estas comunicaciones reflejan el interés de Pfizer y Grupo Farmakonsuma por contribuir con estas coordinaciones, pues eliminarían la competencia entre las cadenas de farmacias, la cual podría estar afectando su rentabilidad. Únicamente Schering-Plough fue enfática en rechazar su colaboración en un acuerdo de precios, por ser una conducta ilegal.
552. Asimismo, si bien Eckerd (Inkafarma), a través de Pfizer y Grupo Farmakonsuma, habría tomado conocimiento del interés de Fasa por estandarizar sus precios de forma conjunta, no resulta posible afirmar de manera concluyente que las coordinaciones observadas entre Fasa y ambos proveedores se desarrollaron o se ejecutaron de manera similar con Eckerd o alguna otra cadena investigada. Es decir, no es posible afirmar, fuera de duda razonable, que Eckerd o las demás cadenas condicionaron sus precios y desarrollaron comunicaciones que reflejen la intención de lograr un entendimiento entre estas para incrementar sus precios de manera conjunta.

### c. Conclusión

553. Las comunicaciones analizadas resultan ilustrativas en el sentido que permiten observar la evidente disposición de Fasa para coordinar sus precios con otras cadenas, en particular con Eckerd (Inkafarma), lo cual resulta coherente con la

---

<sup>288</sup> Correo 39. Comunicación del 11 de febrero de 2009, 07:10 p.m.

conducta de Fasa en otros episodios de coordinación analizados. No obstante, a criterio de esta Comisión, no existe evidencia suficiente que permita vincular a alguna otra de las Investigadas con estas coordinaciones para incrementar los precios de algunos de los productos considerados en la Resolución de Inicio, a través de Pfizer y Grupo Farmakonsuma, alrededor de las fechas de las comunicaciones analizadas.

554. Estas comunicaciones también revelan que una vez que Pfizer y Grupo Farmakonsuma tomaron conocimiento del reclamo realizado por Fasa, cedieron a la presión e intentaron influir en la política de precios de Eckerd que «distorsionaba los precios» del mercado, informando sobre los reclamos realizados por Fasa, con la finalidad de eliminar la incertidumbre sobre sus acciones futuras e incentivar a que se adhiriera o acordara los precios sobre distintos productos.

### 6.3.11. Boehringer-Ingelheim

#### a. Incrementos coordinados para febrero - marzo de 2009

555. El 12 de febrero de 2009, Milenka Carrillo de Fasa comunicó a Elvis Yglesias, Jefe de Ventas de Boehringer-Ingelheim, que se mantenían los problemas de precios, advirtiéndole que si no se tomaban acciones inmediatas, tendrían que bajar sus precios lo que generaría que el «problema fuese mayor para todos»<sup>289</sup>. Para sustentar dicha afirmación, incluyó información tomada en Chiclayo sobre los precios de Arcángel y Eckerd (Inkafarma) del producto Kiddi Pharmaton 100 ml y 200 ml, afirmando que estaban considerablemente por debajo de los suyos.

Esta comunicación, a criterio de esta Comisión, constituye un ejemplo claro de la presión que ejercía Fasa con la finalidad de que el laboratorio adoptara las acciones pertinentes para influir en la política de precios de las cadenas de farmacias competidoras que «distorsionaban los precios» del mercado. Esta conducta evidencia la voluntad de Fasa de estandarizar sus precios en forma sincronizada con Arcángel y Eckerd y evitar una guerra de precios.

556. Ante esta situación –minutos después– Elvis Yglesias de Boehringer-Ingelheim, luego de confirmar a Fasa que estaría «viendo el tema» de los precios de Kiddi Pharmaton<sup>290</sup>, solicitó a Julio Casiano de Arcángel que regularizara sus precios urgentemente antes de que «todos se tir[asen] al piso», recordándole que el precio de las presentaciones de Kiddi Pharmaton eran S/. 29. 50 (100 ml) y S/. 39.50 (200 ml)<sup>291</sup>.
557. Días después, Elvis Yglesias (Boehringer-Ingelheim) se volvió a comunicar con Magaly Hurtado de Arcángel, solicitándole que revisara la «propuesta comercial

---

<sup>289</sup> Correo 44. Comunicación del 12 de febrero de 2009, 09:26 a.m

<sup>290</sup> Correo 44. Comunicación del 12 de febrero de 2009, 09:48 a.m

<sup>291</sup> Correo 41. Comunicación del 12 de febrero de 2009, 10:00 a.m

para el 2009»<sup>292</sup> que sería discutida en la reunión programada para el 23 de febrero de 2009<sup>293</sup>. La propuesta se encontraba contenida en una presentación e incluía como acciones a seguir por las cadenas, el «acuerdo de precios» y la «inclusión de nuevos productos en el programa de recomendación». Asimismo, precisó que el acuerdo de precios sería efectivo al 100% desde el lunes 2 de marzo, asegurando que «ya se [había] coordinado con las demás cadenas»<sup>294</sup>.

A criterio de esta Comisión, las comunicaciones descritas evidencian, por lo menos, un intento de Boehringer-Ingelheim por apoyar a las cadenas en evitar guerras de precios, colaborando con la estandarización de precios de venta al público para sus productos.

Ciertamente, resulta sospechoso que Arcángel reciba este tipo de comunicaciones, y reprochable que Boehringer-Ingelheim apoyara la eliminación de competencia en precios a nivel de las cadenas. Sin embargo, ambas comunicaciones por sí mismas, no permiten acreditar, fuera de duda razonable, que Arcángel, participó en la coordinación de los precios de Boehringer-Ingelheim, o que hubiera vinculado su decisión sobre sus precios al cumplimiento de las otras cadenas.

558. Por su parte, debido a que Fasa no obtenía respuesta alguna de Boehringer-Ingelheim, entre el 16 y 18 de febrero, reiteró que el asunto de los precios era muy relevante para ellos y que necesitaban conocer cuál sería su posición respecto con las acciones que estaba tomando la competencia sobre los precios<sup>295</sup>.
559. Como respuesta, Elvis Yglesias (Boehringer-Ingelheim) le informó que Eckerd (Inkafarma) se habría comprometido a regularizar sus precios a más tardar al día siguiente y que su eventual retraso a adherirse a los nuevos precios de Kiddi Pharmaton se debía a que Fasa también estaría generando la «distorsión de precios». Finalmente, le solicitó que una vez solucionado este tema, evaluaran la propuesta que tenían –la cual había sido también remitida a Arcángel– y que entraría en vigencia el 2 de marzo, recordándole que a pesar de la agresividad en el mercado, habían controlado los precios en Lima durante el 2008 y que habían «contratado gente en provincia» para que logaran lo mismo<sup>296</sup>.

Esta comunicación, a criterio de esta Comisión, evidencia la voluntad de Eckerd (Inkafarma) de estandarizar sus precios en forma sincronizada, por lo menos, con Fasa, en la medida que se puede observar que Eckerd (Inkafarma) habría aceptado adherirse a estas coordinaciones, condicionando su decisión de incrementar sus precios al comportamiento de Fasa.

---

<sup>292</sup> La propuesta comercial para el 2009 también estaba dirigida a Eckerd, BTL, ByS, Fasa, Nortfarma, Grupo Farbo, Grupo Farmacom y Lives.

<sup>293</sup> Correo 43. Comunicación del 16 de febrero de 2009, 05:32 p.m.

<sup>294</sup> Ídem.

<sup>295</sup> Correo 44. Comunicación del 16 de febrero de 2009, 4:35 p.m. y 18 de febrero de 2009, 12:47 p.m.

<sup>296</sup> Correo 44. Comunicación del 18 de febrero de 2009, 06:11 p.m.

560. El 3 de marzo, un día después de la fecha pactada para la nivelación de precios, Milenka Carrillo de Fasa se comunicó con Elvis Yglesias (Boehringer-Ingelheim) para reclamarle que «el tema [de precios] seguía sin solución» y que esa semana marcarían nuevos precios de Bisolvon Linctus en sus distintas presentaciones, que generaría que «la guerra de precios [fuese] mayor»<sup>297</sup>.
561. Si bien, a juicio de esta Comisión, en las coordinaciones de precios de los productos de la línea Kiddi Pharmaton, se podría inferir que tanto Fasa como Eckerd habrían participado de tales coordinaciones, considerando que ambas empresas habrían condicionado su actuación –en distintas oportunidades– a la nivelación de sus competidores para este producto.

No obstante, de las propias comunicaciones se infiere que el intento por coordinar no habría resultado exitoso, lo cual es coherente con lo observado en las series de precios remitidas por las Investigadas, la cual no muestra, alrededor de las fechas de las comunicaciones analizadas, un comportamiento de precios compatible con un eventual incremento coordinado entre Fasa, Eckerd y Arcángel, únicas empresas expresamente aludidas en las comunicaciones.

#### **b. Conclusión**

562. Existen comunicaciones que muestran una cierta voluntad de Fasa y Eckerd por cumplir con un incremento de precios de distintas presentaciones de Kiddi Pharmaton, bajo el entendido de que por lo menos ambas cadenas habían formado parte de las coordinaciones y también cumplirían con el incremento de precios. No obstante, la evidencia económica muestra que los precios de las cadenas aludidas (Fasa y Eckerd) no se comportaron de una manera compatible con un eventual cumplimiento de un acuerdo de precios entre ellas.
563. Resulta sospechoso que Arcángel reciba comunicaciones en las que se le solicite que incremente sus precios advirtiéndole que sino «todos se tirarían al piso», o que la propuesta comercial que se le remita incluya como una estrategia entre las cadenas de farmacias el «acuerdo de precios» y la «inclusión de nuevos productos en el programa de recomendación». Sin embargo, por sí mismas, las comunicaciones no permiten acreditar, fuera de duda razonable, que Arcángel, participó en la coordinación de los precios de Boehringer-Ingelheim, o que hubiera vinculado su decisión sobre sus precios al cumplimiento de las otras cadenas.
564. Finalmente, estas conclusiones no impiden a esta Comisión observar que tanto Fasa como Eckerd (Inkafarma) mostraron una clara disposición a establecer precios coordinados, por lo menos, entre ellas, lo cual resulta coherente con la conducta mostrada por estas empresas en relación con los precios de productos de otros laboratorios. Asimismo, las comunicaciones también revelan que Boehringer-Ingelheim (laboratorio) habría manifestado a Fasa, Arcángel y Eckerd su apoyo a una eventual estandarización de precios a nivel de las cadenas.

---

<sup>297</sup> Correo 44. Comunicación del 3 de marzo de 2009, 07:04 p.m.

### 6.3.12. Medifarma (marzo 2009)

#### a. Incrementos coordinados para marzo de 2009

565. En 29 de enero de 2009, Mónica Hurtado, representante de Medifarma S.A. (en adelante, Medifarma) solicitó a Magaly Hurtado, Gerente de Compras Nacionales de Arcángel, incrementar el precio del Electroral (solución para uso oral x 1 lt.) «en coordinación con las otras cadenas para el martes 3 de febrero»<sup>298</sup>. Según la boleta remitida por Medifarma, dicho producto estaba siendo comercializado por Arcángel en S/ 4.30, cuando los precios «debían ser» S/ 5.30 para Electoral adulto y S/ 5.50 para Electoral pediátrico<sup>299</sup>.
566. A criterio de esta Comisión, el que Medifarma solicitara a Magaly Hurtado de Arcángel «ajustar el precio en coordinación con las otras cadenas» sobre el producto Electroral adulto y pediátrico, evidencia que Arcángel tenía conocimiento de las coordinaciones que Medifarma había emprendido con otras cadenas de farmacias para determinar incrementos concertados de los precios de este producto de Medifarma. Ello constituye un fuerte indicador de que Arcángel, para este período, no definiría de forma unilateral su política de precios sino como resultado de las permanentes coordinaciones entre las cadenas de farmacias con la colaboración de sus proveedores.
567. A pesar de que estas coordinaciones iniciales no habrían resultado exitosas pues, de acuerdo con la evidencia económica, no se identifican incrementos en los precios de Electoral compatibles con lo indicado por Medifarma, las comunicaciones muestran que las cadenas de farmacias continuaron coordinando la implementación de los nuevos precios de dicho producto para el siguiente mes.
568. En efecto, el 4 de marzo de 2009, por la noche, Carlos Valencia, Category Manager 2 de la Unidad de Negocio Rx de Fasa, comunicó a Cristhian Randich, Sub-Gerente de Negocios Rx y otro funcionario de Fasa, que debían modificar urgentemente los precios de venta al público de Electroral en todos los locales de la cadena, conforme al «precio coordinado» de S/ 5.30 (adulto) y S/ 5.50 (pediátrico)<sup>300</sup>.
569. Este requerimiento urgente tendría sentido en el comportamiento de Arcángel pues, de acuerdo con la evidencia económica, ese mismo 4 de marzo de 2009 Arcángel incrementó el precio de Electroral NF (adulto) de S/ 4.57 (anís) y S/ 4.67 (fresa) a S/. 5.30 en ambas presentaciones, es decir, el precio indicado para este producto en las comunicaciones previamente analizadas. Ello habría sido detectado por Fasa, ya sea por sus propios funcionarios o a través de la consultora, y, en consecuencia, dispuso que también se cumpliera con el incremento a la brevedad.

---

<sup>298</sup> Correo 35. Comunicación del 29 de enero de 2009, 09:17 p.m.

<sup>299</sup> Cabe precisar que en la Resolución de inicio únicamente se incluyó a Electroral NF Solución para uso oral x 1 litro (fresa y anís).

<sup>300</sup> Correo 47. Comunicación del 4 de marzo de 2009, 08:45 p.m.

570. En efecto, de acuerdo con lo dispuesto por Carlos Valencia, al día siguiente, el 5 de marzo, Fasa cumplió con incrementar el precio de Electroral NF (anís y fresa) a S/ 5.30. La evidencia económica muestra que Fasa mantuvo ese precio por dos días, bajándolo entre el 7 y el 10 de marzo –probablemente debido al precio de Eckerd– e incrementándolo nuevamente el 11 de marzo a S/ 5.30 al constatar que el precio de Eckerd se había incrementado a alrededor de S/ 5.28.

Este precio se mantuvo ininterrumpidamente hasta el 19 de marzo cuando, por un día, Fasa bajó su precio a S/. 4.70, probablemente, porque Eckerd había vuelto a incumplir el precio de S/ 5.30 y reducido sus precios a alrededor de S/ 5.00 (fresa) y S/ 5.20 (anís). De manera similar, los movimientos de precios registrados por Eckerd también pueden explicarse por el «incumplimiento» por parte de Fasa.

571. Precisamente, la disminución en el precio de Fasa del 19 de marzo fue detectada el mismo día por Medifarma. Por ello, Chandy Morales de Medifarma se comunicó con Antenor Mauny y otros funcionarios de Fasa, adjuntándoles el reporte remitido por su personal sobre los precios de Arcángel, BTL, ByS, Eckerd y Fasa<sup>301</sup>, enfatizando que se estaba haciendo un «esfuerzo importante» por nivelar los precios de Electroral adulto, indicando que Fasa estaría «bajando los precios en primera instancia» y que ello había provocado que Eckerd bajase los suyos.

Finalmente, Chandy Morales de Medifarma solicitó a Fasa que nivelase su precio a S/ 5.20 (Electroral adulto), puesto que era el precio que Eckerd también colocaría al día siguiente. Incluso, Chandy Morales indicó que el mantener constantes los niveles de precios en este producto les permitiría hacer lo mismo con «los 10 ítems más vendidos», y obtener así incrementos significativos en sus márgenes.

572. Aproximadamente 2 horas después de la observación realizada por Medifarma a Fasa sobre sus precios, Carlos Valencia de Fasa insistió a Christian Randich, Sub-Gerente de Negocios Rx y otros funcionarios de Fasa (analistas de precios) que incrementasen el precio de Electroral NF, explicándoles que «*estaban perdiendo márgenes al no subir los precios de este producto cuando [era] un acuerdo con todas las cadenas*»<sup>302</sup>. Asimismo, les solicitó que le indicaran la fecha en la que realizarían el incremento «para que todas las cadenas también subieran el mismo día»<sup>303</sup>.

573. Analizadas en conjunto, las referidas comunicaciones permiten a esta Comisión tener por acreditado que tanto Fasa como Eckerd no solo tenían conocimiento de las coordinaciones de precios realizadas a través de Medifarma, sino que habrían supeditado las decisiones sobre sus precios entre sí. Ello permite a esta Comisión tener por acreditada la participación de Eckerd y Fasa en la coordinación de precios, por lo menos para el producto Electroral NF (adulto) alrededor de las fechas de las comunicaciones.

---

<sup>301</sup> Correo 50. Comunicación del 19 de marzo de 2009, 02:04 p.m.

<sup>302</sup> Correo 47. Comunicación del 19 de marzo de 2009, 04:19 p.m.

<sup>303</sup> Cabe precisar que en la Resolución de inicio únicamente se incluyó a Electroral NF Solución para uso oral x 1 litro (fresa y anís).

Cabe observar que, si bien en su comunicación del 19 de marzo de 2009, Medifarma hizo referencia a los precios de BTL y ByS, para esta Comisión, aunque dicha mención es sospechosa, en ausencia de mayores elementos de juicio, no es posible acreditar fuera de duda razonable que ByS y BTL hayan subordinado la fijación de sus precios al cumplimiento de las demás cadenas de un precio coordinado.

574. Finalmente, como se explica a continuación, la evidencia económica muestra que Arcángel, quien tenía conocimiento anticipado de las coordinaciones de precios que se estaban realizando a través de Medifarma para el producto Electroral NF (adulto), respetó el precio de S/ 5.30 a partir del 4 de marzo, ininterrumpidamente, hasta mediados de abril.

#### **b. Análisis de evidencia económica (marzo 2009)**

575. El análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel, Eckerd y Fasa, a través de Medifarma, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada el precio de venta al público de dos (2) productos comercializados por las imputadas el 5 de marzo de 2009. Se evaluará si el precio de venta de los productos de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio coordinado. Para la identificación de los productos que mostraron incrementos se seguirá el procedimiento descrito en el considerando 382 de la presente Resolución.
576. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizadas líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el 5 de marzo de 2009 como fecha para el incremento de los precios en dos (2) productos. Los productos involucrados que fueron considerados en la Resolución de Inicio se presentan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 21**  
**Productos con precios coordinados para el 5 de marzo de 2009**

N°	Nombre del producto	Precio Coordinado (S/)
<b>24</b>	Electroral NF solución para uso oral sabor a anís solución frasco x 1 l	5.30
<b>25</b>	Electroral NF solución para uso oral sabor a fresa solución frasco x 1 l	5.30

Nota: Número de producto según el Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

577. Para el presente análisis, se comparó el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas en el periodo de ajuste antes mencionado. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja.
578. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que se iniciaron las coordinaciones para incrementar los precios a partir del 29 de enero

de 2009, cuando se solicitó a Arcángel que incrementara el precio de determinados productos como se había coordinado con otras cadenas<sup>304</sup>. Sin embargo, este incremento no se ejecutó en el mercado. Posteriormente, en el correo del 4 de marzo, se puede notar que las coordinaciones para el incremento de precio se empezaban a hacer efectivas<sup>305</sup>.

579. Además, el 19 de marzo de 2009, las comunicaciones muestran que se solicitó a Fasa que incrementara sus precios pues Eckerd había reducido los suyos en respuesta a la caída del precio de Fasa en la fecha de la comunicación<sup>306</sup>. Esto haría suponer que Arcángel, Eckerd y Fasa incrementaron sus precios entre el 4 y 19 de marzo, y que debido a que Eckerd detectó que Fasa bajó sus precios este último día, también habría optado por reducir sus precios.
580. Por lo señalado anteriormente, el periodo de ajuste de precios comprendería desde el 4 de marzo de 2009 hasta el 19 de marzo de 2009 para los productos involucrados. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó los productos que mostraron incrementos de precios en dos o más cadenas identificando la fecha de dichos incrementos. En el siguiente cuadro se muestran las fechas en que se dieron los incrementos de precios en dos o más cadenas.

**Cuadro 22**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa
24	04/03/2009	07/03/2009	05/03/2009
25	04/03/2009	07/03/2009	05/03/2009

Nota: Se presenta la fecha en la que se verificó el incremento de precios  
Fuente: Información entregada por las empresas investigadas  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

581. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios a un nivel fijado o, en su defecto, por encima de este. Sin embargo, Eckerd habría mantenido el privilegio, otorgado en los anteriores episodios, de fijar un precio por debajo del acordado para las demás cadenas, ya que las comunicaciones no muestran reclamos por esta conducta y en cambio muestran reclamos ante desvíos de las demás<sup>307</sup>.
582. Considerando estas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior realizadas por las cadenas alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este.

<sup>304</sup> Correo 35. Comunicación del 29 de enero de 2009, 09:17 p.m.

<sup>305</sup> Correo 47. Comunicación del 4 de marzo de 2009, 08:45 p.m.

<sup>306</sup> Correo 50. Comunicación del 19 de marzo de 2009, 02:04 p.m.

<sup>307</sup> Correo 50. Comunicación del 19 de marzo de 2009, 02:04 p.m.

**Cuadro 23**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Eckerd	Fasa
24	5.30	5.30	5.28	5.30
25	5.30	5.30	5.28	5.30

Nota: Se presenta el precio que se alcanzó en la fecha en la que se verificó el incremento de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

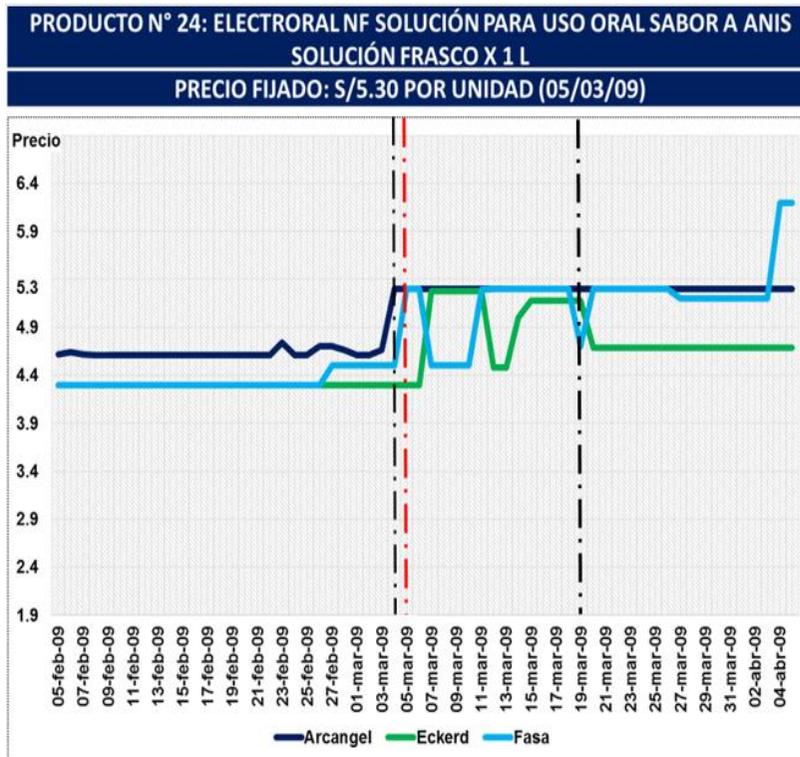
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

583. Teniendo en cuenta los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en dos (2) productos de Medifarma<sup>308</sup> hubo incrementos coherentes con la infracción analizada. El incremento coordinado es compatible con el análisis efectuado de las comunicaciones examinadas, tanto en niveles de precios como en rangos de fechas.
584. Los siguientes gráficos presentan la evolución de precios de los dos (2) productos de Medifarma que estuvieron involucrados en la práctica colusoria. Dichos gráficos muestran la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráficos a partir de la siguiente página]

<sup>308</sup> Que corresponde a los productos N° 24 y 25.

Gráfico 47



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa
26-feb-09	4.70	4.30	4.30
27-feb-09	4.70	4.30	4.50
28-feb-09	4.67	4.30	4.50
01-mar-09	4.61	4.30	4.50
02-mar-09	4.61	4.30	4.50
03-mar-09	4.67	4.30	4.50
04-mar-09	<b>5.30</b>	4.30	4.50
<b>05-mar-09</b>	5.30	4.30	<b>5.30</b>
06-mar-09	5.30	4.30	5.30
07-mar-09	5.30	<b>5.28</b>	4.50
08-mar-09	5.30	5.28	4.50
09-mar-09	5.30	5.28	4.50
10-mar-09	5.30	5.28	4.50
11-mar-09	5.30	5.28	5.30
12-mar-09	5.30	4.48	5.30
13-mar-09	5.30	4.48	5.30
14-mar-09	5.30	5.00	5.30
15-mar-09	5.30	5.18	5.30
16-mar-09	5.30	5.18	5.30
17-mar-09	5.30	5.18	5.30
18-mar-09	5.30	5.18	5.30
19-mar-09	5.30	5.18	4.70
20-mar-09	5.30	4.69	5.30

—•—•— Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

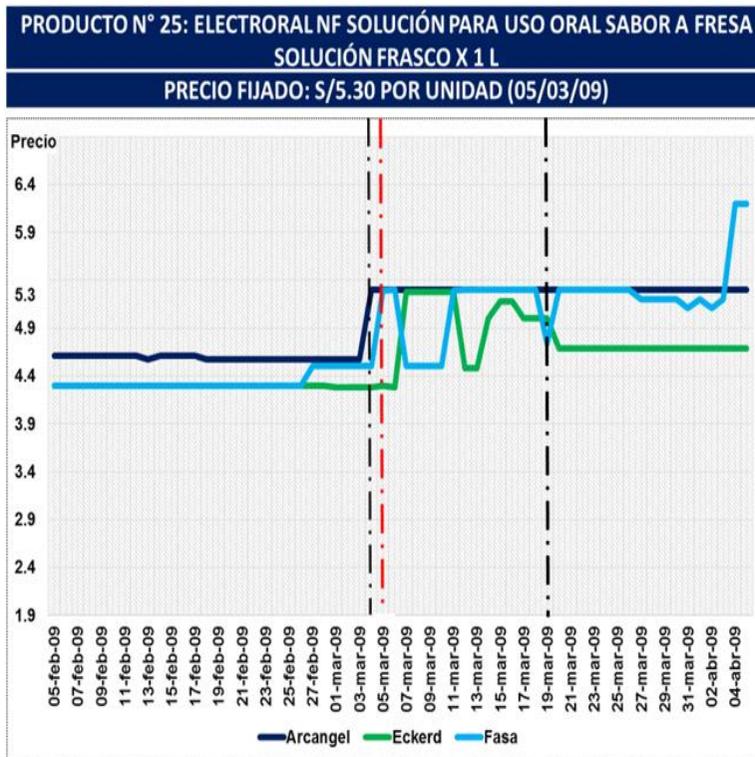
—•—•— Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

Gráfico 48



Fecha	Arcangel	Eckerd	Fasa
26-feb-09	4.57	4.30	4.30
27-feb-09	4.57	4.30	4.50
28-feb-09	4.57	4.30	4.50
01-mar-09	4.57	4.28	4.50
02-mar-09	4.57	4.28	4.50
03-mar-09	4.57	4.28	4.50
04-mar-09	5.30	4.28	4.50
05-mar-09	5.30	4.30	5.30
06-mar-09	5.30	4.28	5.30
07-mar-09	5.30	5.28	4.50
08-mar-09	5.30	5.28	4.50
09-mar-09	5.30	5.28	4.50
10-mar-09	5.30	5.28	4.50
11-mar-09	5.30	5.28	5.30
12-mar-09	5.30	4.48	5.30
13-mar-09	5.30	4.48	5.30
14-mar-09	5.30	5.00	5.30
15-mar-09	5.30	5.18	5.30
16-mar-09	5.30	5.18	5.30
17-mar-09	5.30	5.00	5.30
18-mar-09	5.30	5.00	5.30
19-mar-09	5.30	5.00	4.74
20-mar-09	5.30	4.69	5.30

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios

--- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

585. Por tanto, a partir de la evidencia económica, esta Comisión considera que los productos N° 24 y 25 formaron parte del acuerdo de precios realizado por las Investigadas.
586. En el siguiente cuadro se muestran los productos y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 24**  
**Resumen de los productos y cadenas que formaron parte del episodio de Medifarma (marzo 2009) analizado en la sección 6.3.12.b**

#	Arcángel	Eckerd	Fasa
24	X	X	x
25	X	X	x

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

### c. Conclusión

587. Los elementos de juicio a los que esta Comisión ha tenido acceso, analizados en conjunto, permiten acreditar que Arcángel, Fasa y Eckerd habrían coordinado el incremento de Electrol NF (anís y fresa) en marzo de 2009, en evidente contravención a lo dispuesto en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. Las cadenas de farmacias habrían contado con la colaboración de Medifarma, quien se habría encargado de comunicar el precio coordinado, y solicitar a quien correspondía, una oportuna corrección en sus precios, para alinearse al precio coordinado por las cadenas de farmacias.
588. Cabe observar que, si bien en su comunicación del 19 de marzo de 2009, Medifarma hizo referencia a los precios de BTL y ByS, para esta Comisión, aunque dicha mención es sospechosa, no permite acreditar, fuera de duda razonable, que ByS y BTL hayan subordinado la fijación de sus precios al cumplimiento de las demás cadenas de un precio coordinado. De hecho, la evidencia económica muestra que BTL mantuvo precios de alrededor de S/ 6.38 para Electrol NF (anís y fresa) sin variaciones significativas, por lo menos desde enero a abril de 2009. Finalmente, en relación con ByS, esta Comisión no ha contado con información de precios del producto investigado para este período.

### 6.3.13. Abbot (marzo 2009)

#### a. Incrementos coordinados para marzo de 2009

589. El 29 de enero de 2009, Patricio Pflucker, Sales Manager de Abbott Laboratorios S.A. (en adelante, Abbott) solicitó a Miriam Aguilar<sup>309</sup>, Ejecutiva de Compras 1 de Mifarma, una explicación sobre lo que estaba sucediendo con los precios de Pediasure y Ensure en Jaén, distrito de Cajamarca.

Ello, debido a que se le había informado que Mifarma, en su nueva sucursal en Jaén (ubicada al lado de un local de Eckerd), tenía precios de los productos Pediasure y Ensure por debajo de los precios de Eckerd (S/ 30.40 y S/ 61.20 vs.

<sup>309</sup> Correo 36. Comunicación del 29 de enero de 2009, 07:13 p.m.

S/ 34.10 y S/ 69.00). Por esta razón, la encargada de realizar el monitoreo le solicitó «solucionar el problema de precios debido a que perjudicaba el mercado de las otras farmacias»<sup>310</sup>, lo cual indicaría un reclamo de Eckerd (Inkafarma) sobre ambos productos.

590. Como respuesta, el 2 de febrero, Miriam Aguilar de Mifarma indicó a Patricio Pflucker de Abbott que, tal como le había comentado a Renzo Rodriguez (Coordinador de Cuentas Claves de Abbott), los precios reportados se debían a que los lunes ofrecían un descuento especial para sus clientes afiliados pero que los demás días sus precios eran S/ 34.00 y S/ 69.00<sup>311</sup>, es decir, los mismos precios ofrecidos por Eckerd.
591. Horas después, Patricio Pflucker de Abbott solicitó conversar personalmente con los funcionarios de Mifarma, debido a que tenía entendido que los descuentos de los días lunes no se aplicaban a sus productos nutricionales<sup>312</sup>. Dicho pedido fue reiterado por Renzo Rodriguez de Abbott, precisando que era un tema urgente.
592. Por su parte, Miriam Aguilar de Mifarma se comunicó con el Gerente General de Mifarma, Edmundo Yáñez, informándole que los funcionarios de Abbott estaban solicitando una reunión para el día siguiente, martes 3 de febrero a las 4:30 p.m., «para ver el tema de precios pues refieren que nosotros estamos distorsionando los precios de las leches (similac, ensure, pediasure) con los descuentos del 10% de los lunes y el cupón del 5% de los martes y jueves, Inkafarma los está presionando y han indicado que bajarán sus precios por debajo de su costo»<sup>313</sup>.
593. Como respuesta al reclamo realizado por Eckerd a Abbott sobre los precios de Mifarma, el Gerente General de Mifarma, Edmundo Yáñez, indicó a Miriam Aguilar y otros funcionarios de Mifarma que «en este caso se había podido evitar el conflicto que se estaba armando» y precisó que cualquier respuesta sobre su política de precios o promociones debía ser coordinada con él para evitar mayores problemas<sup>314</sup>.
594. Al respecto, el hecho que Abbott transmitiera los reclamos realizados por Eckerd hacia Mifarma con la finalidad de influir en su política de precios, así como la del hecho que Mifarma aceptase este tipo de coordinaciones con Abbott, incluso a nivel de la Gerencia General, muestra que por lo menos Eckerd y Mifarma habrían tenido un comportamiento tendiente a alinear precios<sup>315</sup>. En particular, esta Comisión considera bastante gráfica la «defensa» esbozada por Mifarma, al señalar que sus descuentos generaban la diferencia solo una vez por semana a

---

<sup>310</sup> Correo 36. Comunicación del 29 de enero de 2009, 07:06 p.m.

<sup>311</sup> Correo 36. Comunicación del 2 de febrero de 2009, 09:31 a.m.

<sup>312</sup> Correo 36. Comunicación del 2 de febrero de 2009, 03:14 p.m.

<sup>313</sup> Correo 36. Comunicación del 2 de febrero de 2009, 06:34 p.m.

<sup>314</sup> Correo 36. Comunicación del 3 de febrero de 2009, 12:29 p.m.

<sup>315</sup> Este tipo de conductas es, además, coherente con el comportamiento de Mifarma en otros episodios, en particular, aquellos sobre productos de Grünenthal y de Albis en 2009.

un número reducido de afiliados, mientras que el resto de días respetaba el precio que también Eckerd cobraba.

595. Si bien Mifarma ha señalado, apoyándose en lo sostenido por la Secretaría Técnica en el Informe Técnico, que la secuencia de comunicaciones previamente descrita no contiene evidencia de una conducta anticompetitiva, dicha afirmación resulta solo parcialmente cierta.

Al respecto, si bien la Secretaría Técnica observó que, aisladamente, esta comunicación no produce evidencia concluyente, esta Comisión considera que el correo muestra que, por intermedio de Abbott, Eckerd buscaba eliminar los descuentos de Mifarma para los productos nutricionales de dicho laboratorio. Contrariamente a lo señalado en sus alegatos, Mifarma no rechazó esta injerencia, sino que justificó el descuento de los días lunes y, a continuación, coordinó una reunión para conversar sobre dicho tema.

596. Por otro lado, a criterio de esta Comisión, la presión que ejerció Eckerd al comunicar su intención de «bajar sus precios por debajo de sus costos» si Mifarma no incrementaba los suyos<sup>316</sup>, confirma que buscaba, a través del laboratorio, una actuación coordinada con Mifarma en relación con sus precios. Eckerd se muestra, así como una de las empresas que ejercía mayor presión para incentivar a las cadenas a respetar precios coordinados.
597. Cabe mencionar además que el hecho de que Mifarma ofreciera descuentos del 10% los lunes a sus clientes fidelizados, no solo habría afectado las coordinaciones entre las cadenas de farmacias a través de Abbott, sino también aquellas impulsadas por otros laboratorios, como Albis. En efecto, la comunicación del 18 de febrero de 2009, remitida por Francisco Venero, Gerente Comercial de Líneas Propias de Albis, a Julio Casiano, Jefe de Precios de Arcángel, da cuenta de que dicho descuento también ocasionó que los precios de ciertos productos de Albis «se distorsionaran» pues Eckerd los utilizaba como «excusa» para no nivelar sus precios de conformidad con lo coordinado<sup>317</sup>.

De hecho, Francisco Venero de Albis informó a Julio Casiano de Arcángel, que, luego de diversas reuniones, Edmundo Yáñez, Gerente General de Mifarma, había decidido acatar la «nivelación de precios» de martes a domingo, mientras que los lunes mantendría su promoción del 10% de descuento, política comercial de fidelización compatible con los beneficios ofrecidos por otras cadenas a algunos clientes<sup>318</sup>.

598. Más adelante, siguiendo las coordinaciones sobre Ensure, el 12 de marzo de 2009, Edmundo Yáñez de Mifarma solicitó explicaciones a Miriam Aguilar de Mifarma sobre la caída en la rentabilidad del producto<sup>319</sup>. En respuesta, Miriam

---

<sup>316</sup> Correo 36. Comunicación del 2 de febrero de 2009, 06:34 p.m.

<sup>317</sup> Correo 46. Comunicación del 18 de febrero de 2009, 03:45 p.m.

<sup>318</sup> Ídem.

<sup>319</sup> Correo 48. Comunicación del 12 de marzo de 2009, 09:44 p.m.

Aguilar respondió que el precio al que adquirirían Ensure había subido en enero y precisó que Abbott próximamente indicaría «el [nuevo] precio sugerido para recuperar el margen, pero aún esta[ba] en conversación con las cadenas»<sup>320</sup>.

A criterio de esta Comisión, esta comunicación da cuenta de que Mifarma conocía de las coordinaciones que Abbott estaba realizando con las demás cadenas, y que el cumplimiento oportuno de estos precios de forma conjunta aseguraría la recuperación de los márgenes. En líneas con las comunicaciones antes analizadas, esta Comisión puede ratificar la participación de Mifarma en las permanentes coordinaciones que se realizaron con las demás cadenas de farmacias a través de Abbott, y descartar que existió independencia en la formación y determinación de sus precios.

599. El 17 de marzo, unos días después de que Mifarma reconociera que se estaban coordinando los nuevos «precios sugeridos» de Abbott, Lorena Ávalos, Category Manager de la Unidad de Negocio Front End de Fasa, comunicó a Miguel Sánchez, analista de precios, y otros funcionarios de Fasa que «[e]l día viernes [20 de marzo] estamos teniendo un alza de precios públicos de Abbott para incrementar los márgenes; este incremento es a nivel total mercado»<sup>321</sup>. En la referida comunicación, se adjuntó la lista de productos con «precios sugeridos» remitida por Abbott:

ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	HYP	ESTADO	Costo (IGV)	INDICAR SUGERIDO	Mg		
Isomil 12300	LECHE ISOMIL DF LTA/8 OZ(237ML)	24F08A	ELIMINADO		8	Vigente		
Isomil 1002171	LECHE ISOMIL ADVANCE C/EYE Q POLV./400G.	24F08A			45.5			
Isomil 1002172	LECHE ISOMIL ADVANCE C/EYE Q POLV./900G.	24F08A			92			
SIMILAC 11179	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE.Q LTA/400G	24F02A		C O N F I D E N C I A L	45.5		C O N F I D E N C I A L	
SIMILAC 11180	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE.Q LTA/900G	24F02A			95.5			
SIMILAC 12123	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE.Q LTA/400G	24F04A			45.5			
SIMILAC 102042	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 POLV.LTA/400G.	24F04A			38			
SIMILAC 102071	LECHE SIMILAC ADVANCE S/LACTOSALTA/375G	24F08A			42.5			
SIMILAC 12696	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE.Q LTA/900G	24F04A			95.5			
SIMILAC 101145	LECHE SIMILAC ADVANCE LTA/400G.	24F02A			38			
SIMILAC 101159	LECHE SIMILAC ADVANCE LTA/900G.	24F02A			79			
GAIN 16331	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 C/EYE Q X900G.	24F06A			55.2			
GAIN 12124	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 C/EYE Q X400G.	24F06A			27.6			
PEDIASURE 16072	PEDIASURE POLV.FRESALTA/400G	24F06A			35.5			
PEDIASURE 101009	PEDIASURE POLV.VAINILLA LTA/400G	24F06A			35.5			
PEDIASURE 101221	PEDIASURE POLV.CHOCOLATE LTA/400G	24F06A			35.5			
PEDIASURE 15203	PEDIASURE POLV.VAINILLA LTA/900G	24F06A			72			
PEDIASURE 101072	PEDIASURE LIQ.CHOCOLAT LTA/237ML(8 OZ)	24F06A			8			
PEDIASURE 101115	PEDIASURE LIQ.VAINILLA LTA/237ML(8 OZ)	24F06A			8			
PEDIASURE 101114	PEDIASURE LIQ.FRES LTA/237ML(8 OZ)	24F06A	ELIMINADO		8			Vigente
ENSURE 11140	ENSURE C/FOS POLV.CHOCOL LTA/400G	10V06D			35.5			
ENSURE 11141	ENSURE C/FOS POLV.VAINILLA LTA/400G	10V06D			35.5			
ENSURE 11142	ENSURE C/FOS POLV.VAINILLA LTA/1000G	10V06D			82.4			
ENSURE 11143	ENSURE C/FOS POLV.FRESALTA/400G	10V06D			35.5			
ENSURE 1002747	ENSURE LIQ.VAINILLA TRIPACK LTA/8 OZ C/U	10V06D			21.9			
ENSURE 1003859	ENSURE FRESAX.1000GR. *1	10V06D			82.4			
OTROS 12131	GLUCERNA SR POLV.SAB.VAINILLA LTA/400G	10V06D			47.9			
OTROS 315022	PEDIALYTE 45 MANZANA FCO/500ML	10A07G			7.8			
OTROS 403115	FORMANCE LTA/300G	10V06D			25			

Como se puede observar, la lista incluye diversas presentaciones de Ensure, Pediasure y Similac, indicando que entre el lunes 23 y miércoles 25 se realizaría la revisión en los locales y, con la información proporcionada por la consultora, se revisaría que «estos precios se hayan implementado en el mercado». Finalmente, precisó que en el caso que los nuevos precios no fueran respetados, «lamentablemente tendríamos que cambiarlos nuevamente a lo que indica el mercado».

<sup>320</sup> Correo 48. Comunicación del 13 de marzo de 2009, 11:11 a.m.

<sup>321</sup> Correo 49. Comunicación del 17 de marzo de 2009, 08:50 p.m.

600. El día pactado para el incremento de precios, Verónica Pinto de Fasa informó a otros funcionarios de Fasa que Renzo Rodríguez de Abbott le comunicó que Arcángel estaba subiendo sus precios de manera paulatina y que por la tarde ya tendría «el precio correcto en todos sus locales». Asimismo, indicó que «Inkafarma esperará a que Arcángel suba todos sus precios para realizar el cambio»<sup>322</sup>.
601. Estas comunicaciones reflejan que además de Mifarma y Eckerd, también Arcángel y Fasa participaron activamente en las coordinaciones realizadas a través de Abbott. Por un lado, Fasa expresamente estaba subordinando sus precios a los precios que las demás cadenas iban a implementar en respeto a las coordinaciones realizadas a través de Abbott. Por su parte, precisamente en la fecha pactada para el incremento de precios, Arcángel reportó a Renzo Rodríguez de Abbott que nivelaría sus precios paulatinamente, a efectos de cumplir con lo coordinado<sup>323</sup>.

Asimismo, las comunicaciones demuestran que Fasa tenían conocimiento de que tanto Eckerd como Arcángel también incrementarían sus precios de acuerdo con lo coordinado a través de Abbott. Finalmente, nuevamente se observa que Eckerd condicionó el cumplimiento de los precios conciliados al cumplimiento de las demás cadenas de farmacias involucradas, lo cual permite a esta Comisión afirmar que la definición de su política dependía de la alineación conjunta de precios con las demás cadenas de farmacias y no como resultado de una decisión unilateral.

602. En una entrevista ante la Secretaría Técnica, Abbott ha reconocido que envía listas con precios sugeridos a las distintas cadenas de farmacias. Asimismo, las comunicaciones muestran que estas listas de precios eran «conversadas con las cadenas». Finalmente, otras comunicaciones revelan que las cadenas se comprometían a cumplir con los incrementos coordinados y el laboratorio se encargaba de trasladar estas confirmaciones entre las distintas cadenas.

En tal sentido, la lista con los nuevos precios de venta al público y las confirmaciones enviadas –por lo menos– entre Fasa, Arcángel, Eckerd y Mifarma, aproximadamente con 3 días de anticipación a la fecha pactada para el incremento de precios, habrían permitido a todas ellas cumplir con estos precios concertados.

603. En efecto, como se explica a continuación la evidencia económica permite observar que este incremento de precios de la lista remitida por Abbott resultó exitoso en la medida que fue cumplido por todas las participantes de las coordinaciones. En particular, Arcángel, Eckerd y Mifarma incrementaron los

---

<sup>322</sup> Correo 51. Comunicación del 20 de marzo de 2009, 10:45 a.m.

<sup>323</sup> Ídem.

precios de venta al público de todos los productos de la lista entre el 20 y 21 de marzo<sup>324</sup>. En las mismas fechas, Fasa incrementó el precio de doce productos<sup>325</sup>.

Si bien Eckerd ofreció un precio de unos S/. 0.20 menores al coordinado, a criterio de esta Comisión, la diferencia no es significativa en relación con los precios concertados y, en todo caso, habría sido aceptado por las demás cadenas, de manera similar a lo ocurrido en relación con los productos de Albis.

604. Posteriormente, el 24 de marzo se observa un reclamo de Lorena Ávalos de Fasa a Abbott, producto de un monitoreo en el que habrían detectado «precios en competencia» de Eckerd, BTL y Arcángel, quienes tenían «distorsiones en sus precios» mientras que Fasa estaba cumpliendo con los incrementos coordinados<sup>326</sup>. Finalmente le solicitó una respuesta inmediata pues no podrían seguir con estos precios si nadie cumplía<sup>327</sup>. Dicho pedido fue inmediatamente reiterado por Verónica Pinto de Fasa<sup>328</sup>.

Cabe precisar que, si bien en esta comunicación se hace referencia a BTL, como una de las empresas que presentaba «distorsiones en sus precios», a criterio de esta Comisión, dicha frase por sí misma no permite acreditar, fuera de duda razonable, que BTL estaría incumpliendo las coordinaciones realizadas con las demás cadenas.

#### **b. Análisis de evidencia económica (marzo 2009)**

605. El análisis de los correos electrónicos revela que las coordinaciones entre Arcángel, Eckerd, Fasa y Mifarma, a través de Abbott, habrían tenido como finalidad incrementar de manera concertada el precio de venta al público de los productos comercializados por las imputadas el 20 de marzo de 2009. Se evaluará si el precio de venta de los productos de las empresas investigadas siguió el patrón descrito en las comunicaciones, es decir, si el precio de venta al público se incrementó en las fechas y al nivel de precio coordinado. Para la identificación de los productos que mostraron incrementos se seguirá el procedimiento descrito en el considerando 382 de la presente Resolución.
606. En relación al **periodo de ajuste de precios**, la revisión de los correos electrónicos realizada líneas arriba ha permitido verificar que las cadenas coordinaron y fijaron el 20 de marzo de 2009 como fecha para el incremento de

---

<sup>324</sup> Cabe observar que, de acuerdo con la información que obra en el Expediente, Arcángel no comercializó durante el periodo investigado Pediasure Vainilla Líquido lata x 237 ml (8 oz). En tal sentido, cumplió con incrementar los precios de todos los productos que comercializó en dicho periodo.

<sup>325</sup> De acuerdo con la evidencia económica, Fasa no comercializó durante el periodo investigado Ensure fresa x 1000 gr.

<sup>326</sup> Correo 54. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 11:54 a.m.

<sup>327</sup> Otro reclamo a Abbott se realizó el 22 de marzo de 2009, cuando Carlos Ramos de Fasa reportó a Miguel Sánchez y otros funcionarios de Fasa que Eckerd seguía ofreciendo Ensure Pol. Vainilla LTA/1000 gr a S/. 73.40. Al respecto, la detección de este supuesto incumplimiento se debería a que, de conformidad con la evidencia económica, recién ese día, Eckerd incrementó el precio del producto señalado.

<sup>328</sup> Correo 54. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 11:55 a.m.

los precios en quince (15) productos. Los productos involucrados que fueron considerados en la Resolución de Inicio se presentan en el siguiente cuadro:

**Cuadro 25**  
**Productos con precios coordinados para el 20 de marzo de 2009**

N°	Nombre del producto	Precio coordinado (S/)
27	Ensure c/fos polvo chocolate lata x 400 gr	35.50
28	Ensure c/fos polvo fresa lata x 400 gr	35.50
29	Ensure c/fos polvo vainilla lata x 1000 gr	82.40
30	Ensure c/fos polvo vainilla lata x 400 gr	35.50
31	Ensure fresa x 1000 gr	82.40
48	Leche Similac advance 1 c/eye. q lata x 400 gr	45.50
49	Leche Similac advance 1 c/eye. q lata x 900 gr	95.50
50	Leche Similac advance 2 c/eye. q lata x 400 gr	45.50
51	Leche Similac advance 2 c/eye. q lata x 900 gr	95.50
52	Leche Similac advance 2 polv. lata x 400 gr	38.00
61	Pediasure chocolate polvo lata x 400 gr	35.50
62	Pediasure fresa polvo lata x 400 gr	35.50
63	Pediasure vainilla líquido lata x 237 ml (8 oz)	8.00
64	Pediasure vainilla polvo lata x 400 gr	35.50
65	Pediasure vainilla polvo lata x 900 gr	72.00

Nota: Número de producto según el Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

607. Para el presente análisis, se comparó el precio señalado en las comunicaciones con el precio diario aplicado por las cadenas investigadas en el periodo de ajuste antes mencionado. Debido a que las transacciones que involucran la compra de estos productos pudieron realizarse en cantidades menores a una caja, se calculó el precio fijado por unidad (tableta, pastilla, etc.) dividiendo el valor de venta entre el número de unidades que contiene cada caja.
608. En relación a la fecha de inicio, las comunicaciones permiten observar que se iniciaron las coordinaciones para incrementar los precios a partir del 12 de marzo de 2009. Esto se puede observar en la comunicación de Mifarma donde se dice que está en coordinaciones con Abbott, quien le trasladará los precios acordados luego de que se llegue a un consenso con las demás cadenas<sup>329</sup>.
609. Además, el 17 de marzo de 2009, Mifarma comunicó internamente que subirían sus precios el 20 de marzo y que entre el 23 y el 25 de marzo de 2009 realizarían acciones de monitoreo para verificar que el incremento se respete<sup>330</sup>. Esto haría suponer que se esperó que todas las cadenas incrementen sus precios hasta el 25 de marzo.
610. Por lo señalado anteriormente, el periodo de ajuste de precios comprendería desde el 12 de marzo de 2009 hasta el 25 de marzo de 2009 para los productos involucrados. Considerando dicho periodo de ajuste, se analizó los productos que

<sup>329</sup> Correo 48. Comunicación del 13 de marzo de 2009, 11:11 a.m.

<sup>330</sup> Correo 49. Comunicación del 17 de marzo de 2009, 08:50 p.m.

mostraron incrementos de precios en dos o más cadenas identificando la fecha de dichos incrementos. En el siguiente cuadro se muestran las fechas donde se dieron los incrementos de precios en dos o más cadenas.

**Cuadro 26**  
**Fechas de incremento de precios en el periodo de ajuste de precios**

Código	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma
27	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
28	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
29	21/03/2009	22/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
30	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
31	20/03/2009	21/03/2009		20/03/2009
48	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
49	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
50	20/03/2009	22/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
51	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
52	20/03/2009	21/03/2009		20/03/2009
61	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
62	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
63	.	21/03/2009		20/03/2009
64	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009
65	21/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009

Nota: Se presenta la fecha en la que se verificó el incremento de precios

Las celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios o que tuvieron una reducción de precios o que no se realizaron transacciones durante el periodo de ajuste establecido.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

611. En relación al **nivel de precios acordado**, las comunicaciones analizadas también muestran que las empresas involucradas debían incrementar sus precios a un nivel fijado o, en su defecto, por encima de este. Sin embargo, Eckerd habría mantenido el privilegio, otorgado en los anteriores episodios, de fijar un precio por debajo del acordado.
612. Considerando estas características respecto al nivel de precios acordado, se analizó si los incrementos de precios de las fechas señaladas en el cuadro anterior realizadas por las cadenas alcanzaron el nivel acordado o fueron superiores a este.

**Cuadro 27**  
**Niveles de precios alcanzados en la fecha del incremento de precios**

Código	Precio Fijado	Arcángel	Eckerd	Fasa	Nortfarma
27	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
28	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
29	82.40	82.40	82.10	82.40	82.40
30	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
31	82.40	82.40	82.10		82.40
48	45.50	45.50	45.30	45.51	45.50
49	95.50	95.50	95.30	95.50	95.50
50	45.50	43.05	45.30	45.51	45.50
51	95.50	95.50	95.30	95.50	95.50
52	38.00	38.00	45.30		38.00

61	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
62	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
63	8.00		7.80		8.00
64	35.50	35.50	35.30	35.50	35.50
65	72.00	72.00	71.70	72.00	72.00

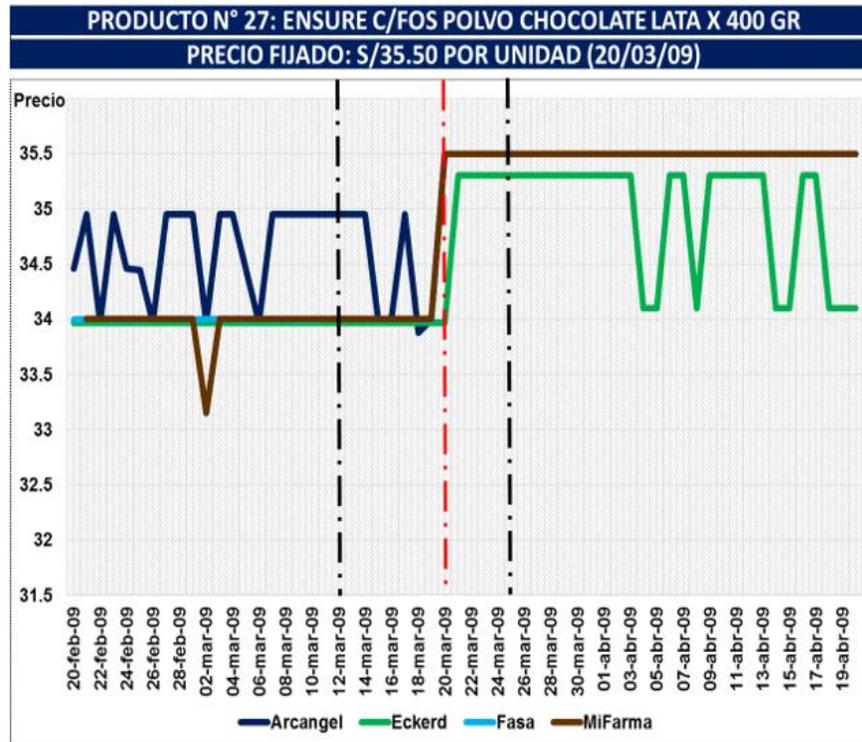
Nota: Se presenta el precio que se alcanzó en la fecha en la que se verificó el incremento de precios.  
Las celdas vacías corresponden a cadenas que no incrementaron sus precios o que no ajustaron sus precios al nivel de precio acordado o que no registraron transacciones.  
Fuente: Información entregada por las empresas investigadas  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

613. Teniendo en cuenta los incrementos que se realizaron en el **periodo de ajuste de precios** y si correspondieron al **nivel de precios acordado**, se puede concluir que existe evidencia suficiente para afirmar que en quince (15) productos de Abbott<sup>331</sup> hubo incrementos coherentes con la infracción analizada.
614. Los siguientes gráficos presentan la evolución de los precios de los quince (15) productos de Abbott que estuvieron involucrados en la práctica colusoria. Dichos gráficos muestran la fecha de inicio y final del periodo de ajuste de precios, la fecha referente para realizar el incremento coordinado y un cuadro con el nivel de precios de las empresas Investigadas que participaron en el acuerdo.

[Ver gráficos a partir de la siguiente página]

<sup>331</sup> Que corresponde a los siguientes productos: N° 27, 28, 29, 30, 31, 48, 49, 50, 51, 52, 61, 62, 63, 64, 65.

Gráfico 49



Fechas	Arcángel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	34.95	33.97	34.00	34.00
14-mar-09	34.95	33.97	34.00	34.00
15-mar-09	33.97	33.97	34.00	34.00
16-mar-09	34.00	33.97	34.00	34.00
17-mar-09	34.95	33.97	34.00	34.00
18-mar-09	33.88	33.97	34.00	34.00
19-mar-09	34.00	33.97	34.00	34.00
<b>20-mar-09</b>	<b>35.50</b>	33.97	<b>35.50</b>	<b>35.50</b>
21-mar-09	35.50	<b>35.30</b>	35.50	35.50
22-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
23-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
24-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
25-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
26-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
27-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
28-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
29-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
30-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
31-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
01-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
02-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
03-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
04-abr-09	35.50	34.10	35.50	35.50

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

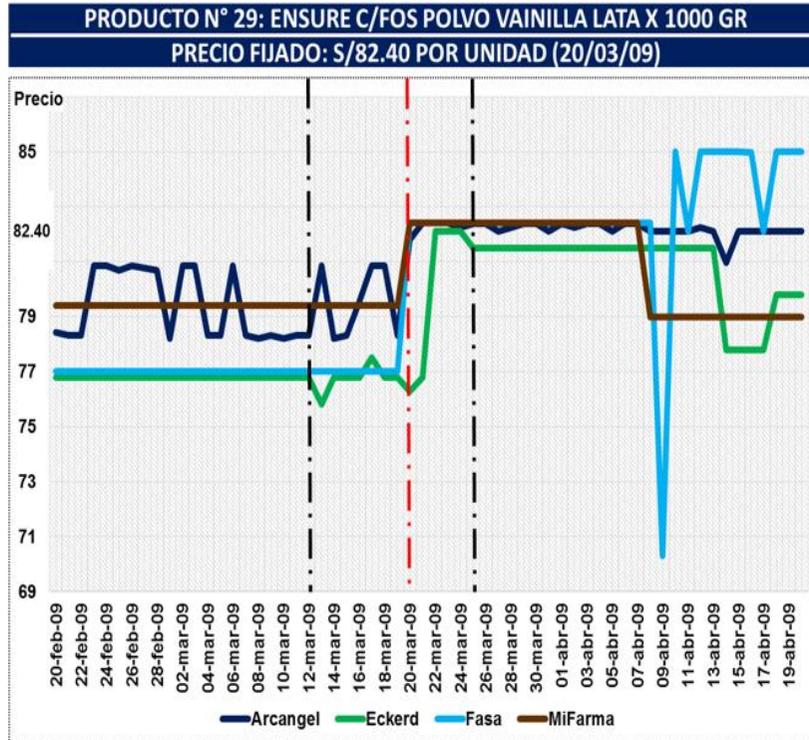
Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia



Gráfico 51



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	80.84	75.80	77.00	79.40
14-mar-09	78.22	76.80	77.00	79.40
15-mar-09	78.33	76.80	77.00	79.40
16-mar-09	79.59	76.80	77.00	79.40
17-mar-09	80.84	77.53	77.00	79.40
18-mar-09	80.84	76.80	77.00	79.40
19-mar-09	78.33	76.80	77.00	79.40
<b>20-mar-09</b>	<b>81.80</b>	<b>76.30</b>	<b>82.40</b>	<b>82.40</b>
21-mar-09	<b>82.40</b>	76.80	82.40	82.40
22-mar-09	82.40	<b>82.10</b>	82.40	82.40
23-mar-09	82.40	82.10	82.40	82.40
24-mar-09	82.25	82.10	82.40	82.40
25-mar-09	82.39	81.50	82.40	82.40
26-mar-09	82.39	81.50	82.40	82.40
27-mar-09	82.10	81.50	82.40	82.40
28-mar-09	82.25	81.50	82.40	82.40
29-mar-09	82.39	81.50	82.40	82.40
30-mar-09	82.39	81.50	82.40	82.40
31-mar-09	82.10	81.50	82.40	82.40
01-abr-09	82.39	81.50	82.40	82.40
02-abr-09	82.25	81.50	82.40	82.40
03-abr-09	82.39	81.50	82.40	82.40
04-abr-09	82.39	81.50	82.40	82.40

 Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

 Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

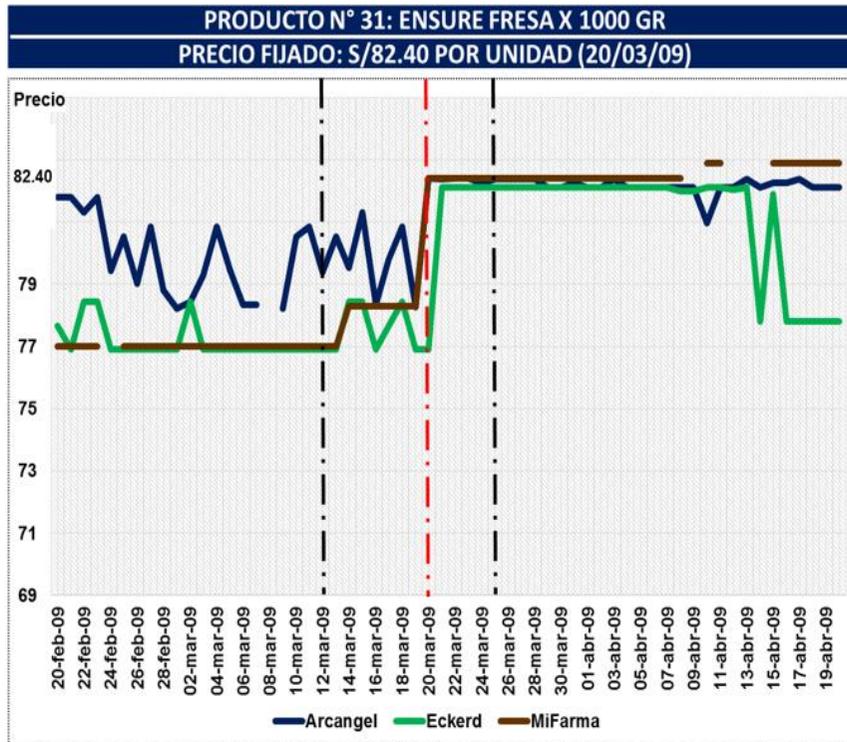
Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia



Gráfico 53



Fechas	Arcangel	Eckerd	MiFarma
13-mar-09	80.53	76.90	77.00
14-mar-09	79.53	78.43	78.30
15-mar-09	81.32	78.43	78.30
16-mar-09	78.33	76.90	78.30
17-mar-09	79.80	77.67	78.30
18-mar-09	80.84	78.43	78.30
19-mar-09	78.28	76.90	78.30
<b>20-mar-09</b>	<b>82.40</b>	76.90	<b>82.40</b>
21-mar-09	82.39	<b>82.10</b>	82.40
22-mar-09	82.40	82.10	82.40
23-mar-09	82.40	82.10	82.40
24-mar-09	82.25	82.10	82.40
25-mar-09	82.39	82.10	82.40
26-mar-09	82.39	82.10	82.40
27-mar-09	82.39	82.10	82.40
28-mar-09	82.39	82.10	82.40
29-mar-09	82.10	82.10	82.40
30-mar-09	82.10	82.10	82.40
31-mar-09	82.25	82.10	82.40
01-abr-09	82.10	82.10	82.40
02-abr-09	82.10	82.10	82.40
03-abr-09	82.39	82.10	82.40
04-abr-09	82.10	82.10	82.40

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

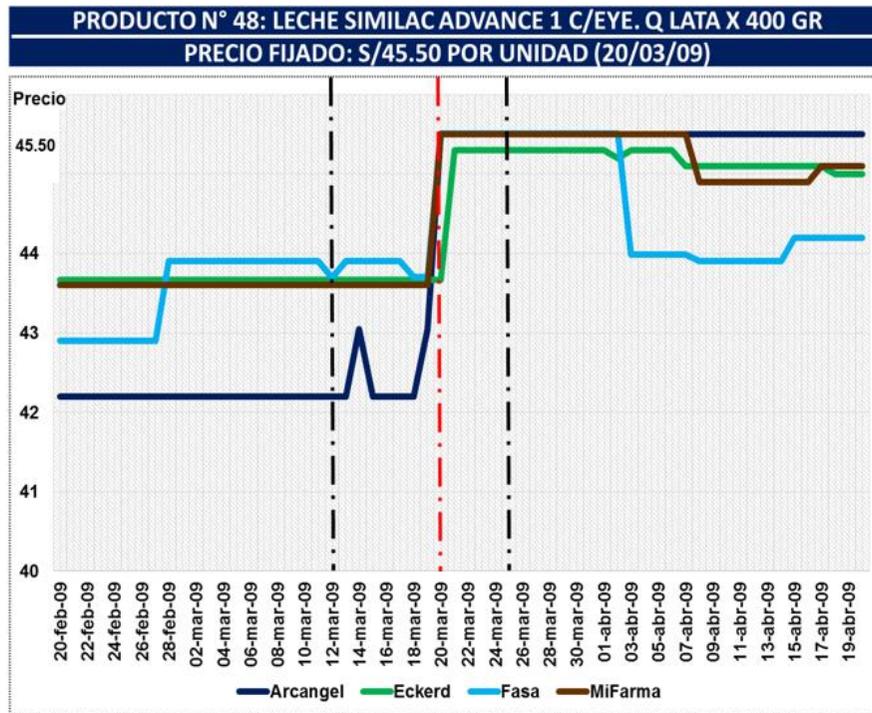
— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 54



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	42.20	43.67	43.90	43.60
14-mar-09	43.05	43.67	43.90	43.60
15-mar-09	42.20	43.67	43.90	43.60
16-mar-09	42.20	43.67	43.90	43.60
17-mar-09	42.20	43.67	43.90	43.60
18-mar-09	42.20	43.67	43.70	43.60
19-mar-09	43.05	43.67	43.70	43.60
<b>20-mar-09</b>	<b>45.50</b>	43.67	<b>45.51</b>	<b>45.50</b>
21-mar-09	45.50	<b>45.30</b>	45.51	45.50
22-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
23-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
24-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
25-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
26-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
27-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
28-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
29-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
30-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
31-mar-09	45.50	45.30	45.51	45.50
01-abr-09	45.50	45.30	45.51	45.50
02-abr-09	45.50	45.20	45.51	45.50
03-abr-09	45.50	45.30	43.99	45.50
04-abr-09	45.50	45.30	43.99	45.50

—•— Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

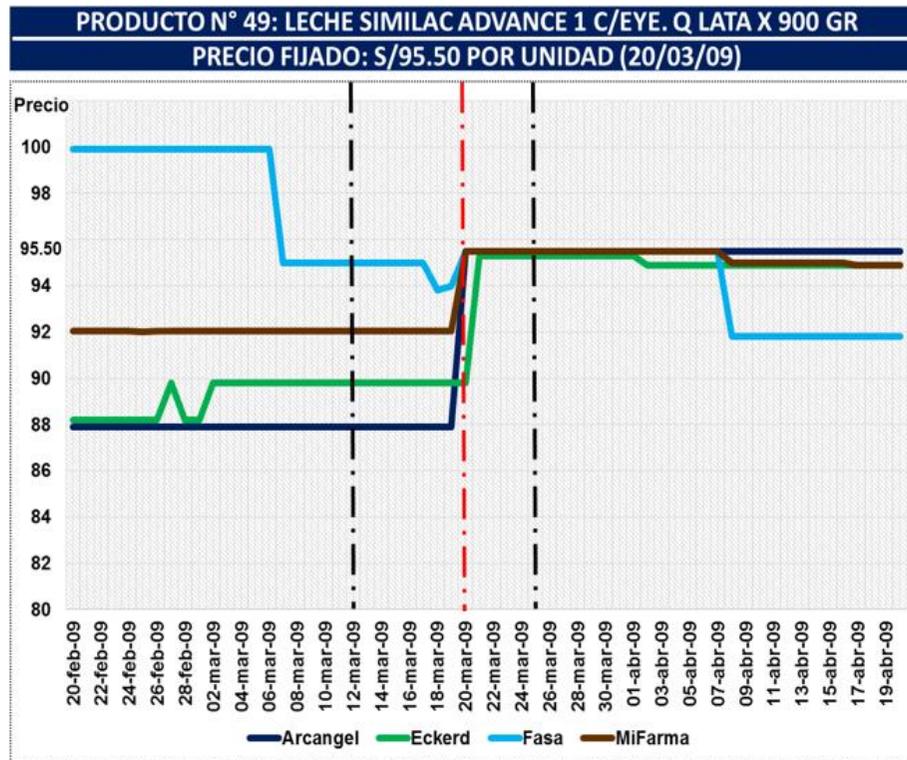
—•— Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 55



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	87.90	89.80	94.99	92.05
14-mar-09	87.90	89.80	94.99	92.05
15-mar-09	87.90	89.80	94.99	92.05
16-mar-09	87.90	89.80	94.99	92.05
17-mar-09	87.90	89.80	94.99	92.05
18-mar-09	87.90	89.80	93.80	92.05
19-mar-09	87.90	89.80	93.99	92.05
<b>20-mar-09</b>	<b>95.50</b>	<b>89.80</b>	<b>95.50</b>	<b>95.50</b>
21-mar-09	95.50	<b>95.30</b>	95.50	95.50
22-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
23-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
24-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
25-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
26-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
27-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
28-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
29-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
30-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
31-mar-09	95.50	95.30	95.50	95.50
01-abr-09	95.50	95.30	95.50	95.50
02-abr-09	95.50	94.90	95.50	95.50
03-abr-09	95.50	94.90	95.50	95.50
04-abr-09	95.50	94.90	95.50	95.50

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

- - - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indica la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado

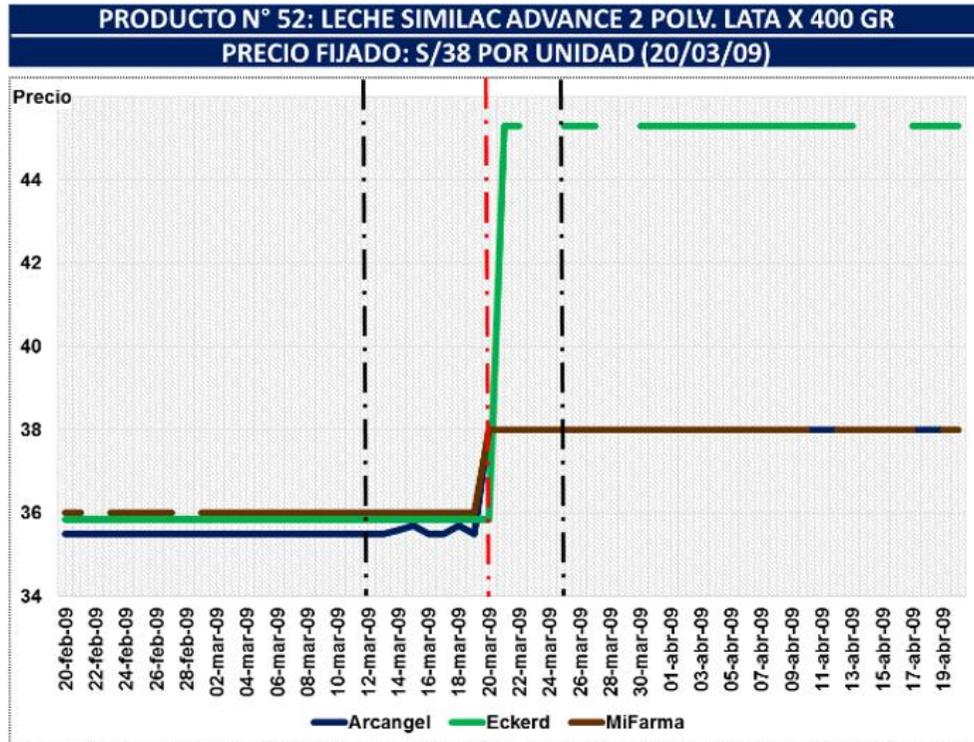
Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia





Gráfico 58



Fechas	Arcangel	Eckerd	MiFarma
13-mar-09	35.50	35.84	36.00
14-mar-09	35.60	35.84	36.00
15-mar-09	35.69	35.84	36.00
16-mar-09	35.50	35.84	36.00
17-mar-09	35.50	35.84	36.00
18-mar-09	35.69	35.84	36.00
19-mar-09	35.50	35.84	36.00
<b>20-mar-09</b>	<b>38.00</b>	35.84	<b>38.00</b>
21-mar-09	38.00	<b>45.30</b>	38.00
22-mar-09	38.00	45.30	38.00
23-mar-09	38.00		38.00
24-mar-09	38.00		38.00
25-mar-09	38.00	45.30	38.00
26-mar-09	38.00	45.30	38.00
27-mar-09	38.00	45.30	38.00
28-mar-09	38.00		38.00
29-mar-09	38.00		38.00
30-mar-09	38.00	45.30	38.00
31-mar-09	38.00	45.30	38.00
01-abr-09	38.00	45.30	38.00
02-abr-09	38.00	45.30	38.00
03-abr-09	38.00	45.30	38.00
04-abr-09	38.00	45.30	38.00

— — — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

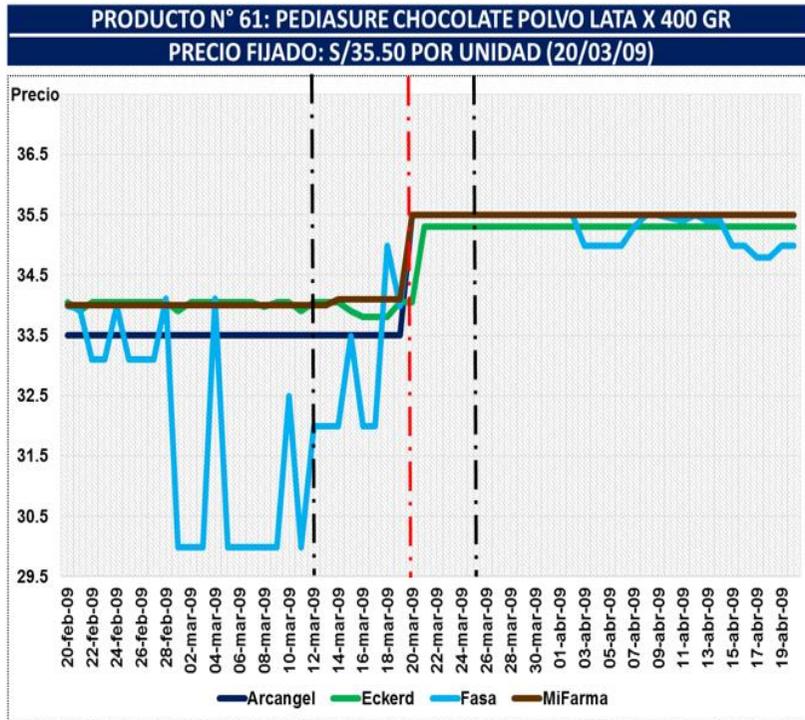
- · - · - Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado. Las celdas vacías indican una fecha donde la cadena no realizó ventas del producto.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 59



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	33.50	34.05	31.99	34.00
14-mar-09	33.50	34.05	31.99	34.10
15-mar-09	33.50	33.90	33.49	34.10
16-mar-09	33.50	33.80	31.99	34.10
17-mar-09	33.50	33.80	31.99	34.10
18-mar-09	33.50	33.80	34.99	34.10
19-mar-09	33.50	34.05	33.99	34.10
<b>20-mar-09</b>	<b>35.50</b>	34.05	<b>35.50</b>	<b>35.50</b>
21-mar-09	35.50	<b>35.30</b>	35.50	35.50
22-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
23-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
24-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
25-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
26-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
27-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
28-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
29-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
30-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
31-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
01-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
02-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
03-abr-09	35.50	35.30	34.99	35.50
04-abr-09	35.50	35.30	34.99	35.50

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

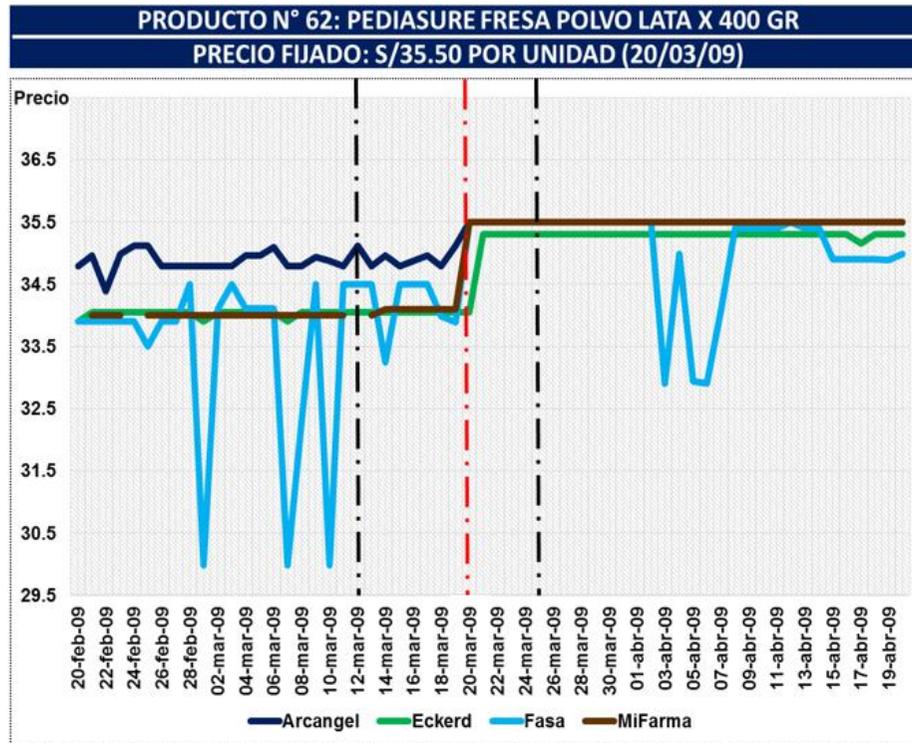
-.- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 60



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	34.79	34.05	34.50	34.00
14-mar-09	34.96	34.05	33.24	34.10
15-mar-09	34.79	34.05	34.50	34.10
16-mar-09	34.88	34.05	34.50	34.10
17-mar-09	34.96	34.05	34.50	34.10
18-mar-09	34.79	34.05	33.99	34.10
19-mar-09	35.12	34.05	33.89	34.10
<b>20-mar-09</b>	<b>35.50</b>	34.05	<b>35.50</b>	<b>35.50</b>
21-mar-09	35.50	<b>35.30</b>	35.50	35.50
22-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
23-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
24-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
25-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
26-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
27-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
28-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
29-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
30-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
31-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
01-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
02-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
03-abr-09	35.50	35.30	32.90	35.50
04-abr-09	35.50	35.30	34.99	35.50

--- Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

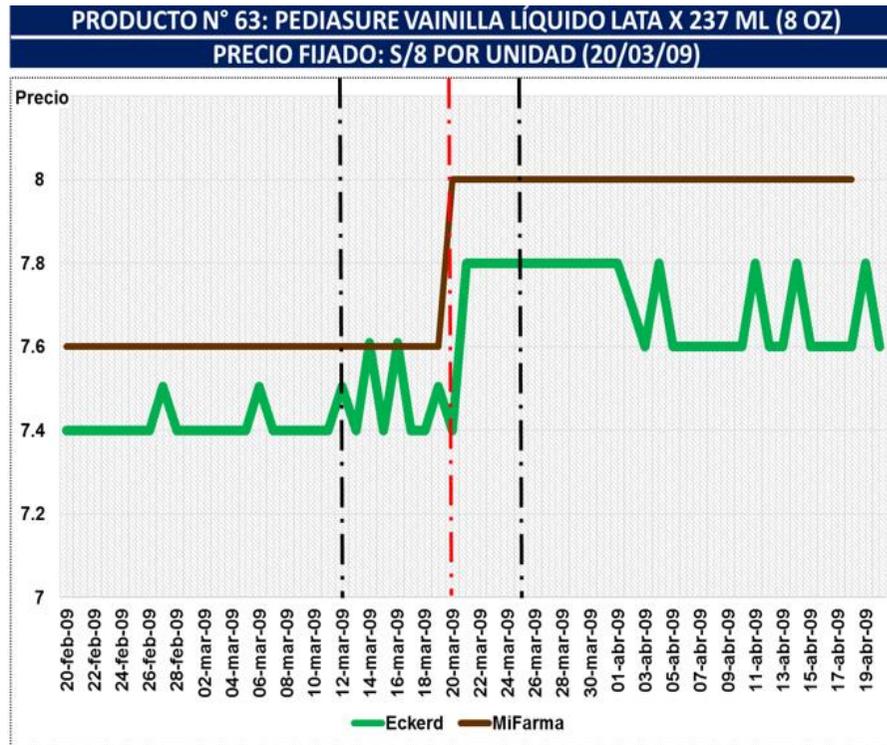
-.- Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 61



Fechas	Eckerd	MiFarma
13-mar-09	7.40	7.60
14-mar-09	7.61	7.60
15-mar-09	7.40	7.60
16-mar-09	7.61	7.60
17-mar-09	7.40	7.60
18-mar-09	7.40	7.60
19-mar-09	7.51	7.60
<b>20-mar-09</b>	7.40	<b>8.00</b>
21-mar-09	<b>7.80</b>	8.00
22-mar-09	7.80	8.00
23-mar-09	7.80	8.00
24-mar-09	7.80	8.00
25-mar-09	7.80	8.00
26-mar-09	7.80	8.00
27-mar-09	7.80	8.00
28-mar-09	7.80	8.00
29-mar-09	7.80	8.00
30-mar-09	7.80	8.00
31-mar-09	7.80	8.00
01-abr-09	7.80	8.00
02-abr-09	7.70	8.00
03-abr-09	7.60	8.00
04-abr-09	7.80	8.00

— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

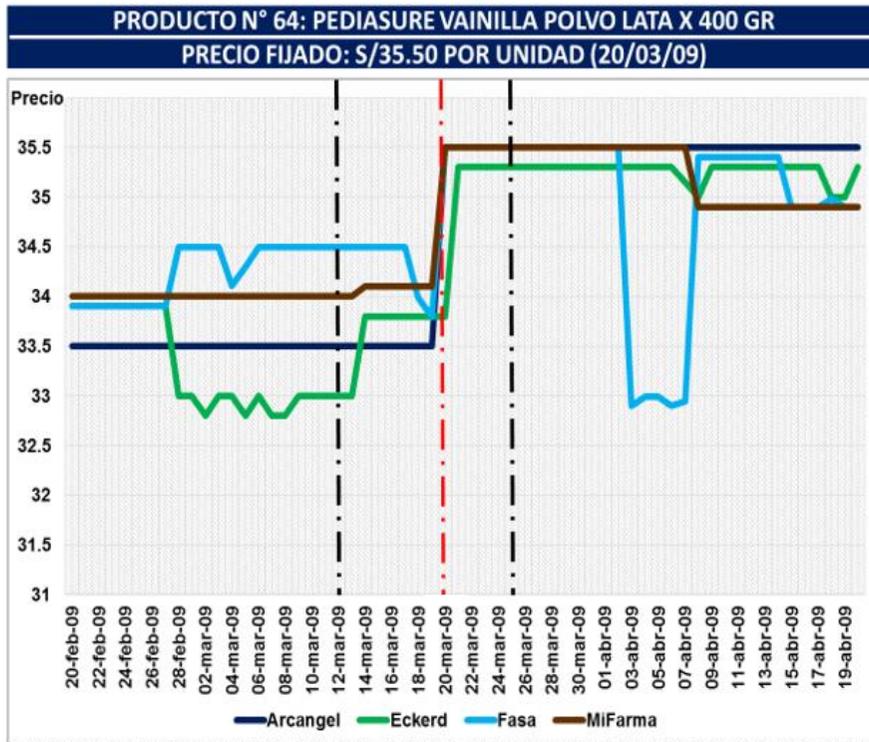
— · — · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 62



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	33.50	33.00	34.50	34.00
14-mar-09	33.50	33.80	34.50	34.10
15-mar-09	33.50	33.80	34.50	34.10
16-mar-09	33.50	33.80	34.50	34.10
17-mar-09	33.50	33.80	34.50	34.10
18-mar-09	33.50	33.80	33.99	34.10
19-mar-09	33.50	33.80	33.80	34.10
<b>20-mar-09</b>	<b>35.50</b>	33.80	<b>35.50</b>	<b>35.50</b>
21-mar-09	35.50	<b>35.30</b>	35.50	35.50
22-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
23-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
24-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
25-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
26-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
27-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
28-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
29-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
30-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
31-mar-09	35.50	35.30	35.50	35.50
01-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
02-abr-09	35.50	35.30	35.50	35.50
03-abr-09	35.50	35.30	32.90	35.50
04-abr-09	35.50	35.30	32.99	35.50

— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

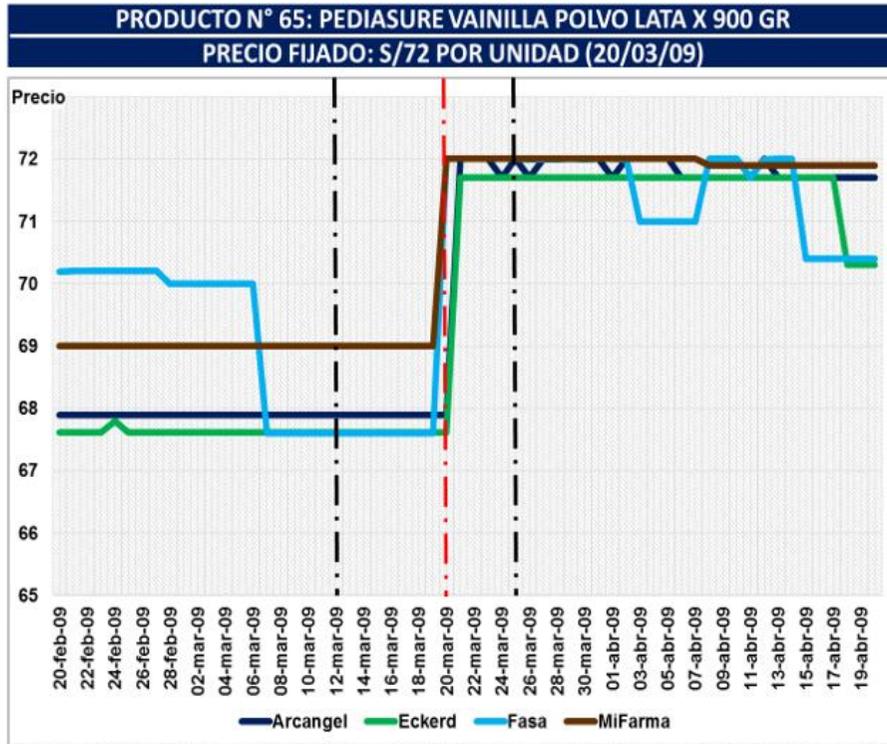
— · — · — · Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

Gráfico 63



Fechas	Arcangel	Eckerd	Fasa	MiFarma
13-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
14-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
15-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
16-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
17-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
18-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
19-mar-09	67.90	67.61	67.60	69.00
<b>20-mar-09</b>	67.90	67.61	<b>72.00</b>	<b>72.00</b>
21-mar-09	<b>72.00</b>	<b>71.70</b>	72.00	72.00
22-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
23-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
24-mar-09	71.70	71.70	72.00	72.00
25-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
26-mar-09	71.70	71.70	72.00	72.00
27-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
28-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
29-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
30-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
31-mar-09	72.00	71.70	72.00	72.00
01-abr-09	71.70	71.70	72.00	72.00
02-abr-09	72.00	71.70	72.00	72.00
03-abr-09	72.00	71.70	71.00	72.00
04-abr-09	72.00	71.70	71.00	72.00

— — — Representa la fecha referente en la que se daría el incremento de precios.

— · — Representa la fecha referente en la que se daría el inicio y fin de las comunicaciones.

Las celdas sombreadas en el cuadro indican la fecha cuando el precio alcanzó el nivel de precio acordado.

Fuente: Información de precios entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

615. De los elementos de juicio a los que se ha tenido acceso, puede afirmarse que Arcángel, Fasa, Eckerd y Mifarma habrían coordinado el incremento conjunto de los precios de los productos N° 27, 28, 29, 30, 31, 48, 49, 50, 51, 52, 61, 62, 63, 64, 65.
616. En el siguiente cuadro se muestran los productos y las cadenas que formaron parte de la práctica anticompetitiva.

**Cuadro 28**  
**Resumen de los productos y cadenas que formaron parte del episodio de Abbot**  
**(marzo 2009) analizado en la sección 6.3.13.b**

#	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma
27	X	X	X	X
28	X	X	X	X
29	X	X	X	X
30	X	X	X	X
31	X	X		X
48	X	X	X	X
49	X	X	X	X
50	X	X	X	X
51	X	X	X	X
52	X	X		X
61	X	X	X	X
62	X	X	X	X
63		X		X
64	X	X	X	X
65	X	X	X	X

Nota: Número de producto Anexo 4

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

### c. Conclusión

617. De los elementos de juicio a los que esta Comisión ha tenido acceso, puede afirmarse que Arcángel, Fasa, Eckerd y Mifarma habrían coordinado el incremento conjunto de los precios de la lista de quince productos remitida por Abbott el 18 de marzo de 2009 y que debía ejecutarse a partir del 20 de marzo de 2009, en contravención a lo dispuesto en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. Las cadenas de farmacias habrían contado con la colaboración de Abbott, quien se habría encargado de comunicar el precio coordinado, y solicitar a quien correspondía, una oportuna corrección en sus precios, para alinearse al precio coordinado por las cadenas de farmacias.
618. Cabe precisar que si bien en esta comunicación se hace referencia a BTL, como una de las empresas que presentaba «distorsiones en sus precios», a criterio de esta Comisión, dicha frase por sí misma no permite acreditar, fuera de duda razonable, que BTL estaría incumpliendo las coordinaciones realizadas con las demás cadenas, cuando no existen elementos adicionales de coordinación, monitoreo o condicionamiento de sus precios a los precios de las demás cadenas. Con ello, un eventual incremento o caída en los precios de dicha empresa también

podría haber sido producto de una decisión unilateral de cumplir con los precios sugeridos por su proveedor.

En tal sentido, si bien resulta sospechosa, esta Comisión no considera que la mención antes indicada pueda explicar, de manera concluyente y fuera de duda razonable, que BTL participó en las coordinaciones que para este episodio.

#### **6.3.14. Otras posibles coordinaciones (marzo 2009)**

##### **a. Incrementos coordinados para marzo de 2009**

619. El 24 de marzo de 2009, en una comunicación interna de Fasa, Verónica Pinto (Category Manager 1 de la Unidad de Negocio Rx) solicitó a Alex Tenorio Vásquez (Analista de Precios de Rx), que averiguara en campo los precios de distintas presentaciones de Feranin debido a que se suponía que las «demás cadenas incluida Inka [Eckerd]» ya tenían el precio sugerido real, por lo que necesitaba la confirmación de dichos precios<sup>332</sup>. En particular, la Resolución de Inicio consideró como parte de los productos investigados a Fernanin en gotas y Feranin en jarabe, cuyo «precio real sugerido» para ambas presentaciones era S/. 24.50.
620. En respuesta a dicha comunicación, el mismo día por la tarde, Alex Tenorio informó a Verónica Pinto que la consultora le había enviado un reporte con los precios vigentes de Eckerd (Inkafarma) sobre la lista de productos consultados<sup>333</sup>.
621. Luego de revisar el reporte, Verónica Pinto comentó a Cristhian Randich (Sub Gerente de Negocios Rx de Fasa) que los proveedores de estos productos le habían indicado que estaban «conciliados» pero que no era tan cierto (Feranin gotas a S/. 19.00 y Feranin jarabe a S/. 21.70), por lo que propuso subir únicamente el precio de aquellos productos que se encontraban por debajo de los ofrecidos por Eckerd (Inkafarma)<sup>334</sup>. Finalmente, ambos funcionarios de Fasa coincidieron en que debían colocar sus precios «parity con Inka [Eckerd]»<sup>335</sup>.
622. Esta Comisión considera que el comportamiento de Fasa resulta compatible con una finalidad consciente de estandarizar sus precios «en forma sincronizada con las demás cadenas». Sin embargo, no es posible acreditar, fuera de duda razonable, que la mención a Eckerd evidencie, por sí mismas, que también dicha empresa para este caso concreto se haya adherido a esta política concertada o que haya condicionado el incremento de sus precios al comportamiento de otras cadenas de farmacias.
623. Más aún, en línea con el Informe Técnico, para la fecha de supuesta ejecución de un eventual acuerdo, 24 de mayo de 2009, las series de precios remitidas por las Investigadas no muestran que los precios de Eckerd o Fasa hayan tenido un

---

<sup>332</sup> Correo 53. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 10:53 a.m.

<sup>333</sup> Correo 55. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 03:25 p.m.

<sup>334</sup> Correo 55. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 03:35 p.m.

<sup>335</sup> Correo 55. Comunicación del 24 de marzo de 2009, 03:57 y 03:58 p.m.

comportamiento coherente con el cumplimiento coordinado sobre las distintas presentaciones de Feranin.

### **c. Conclusión**

624. Existen comunicaciones que muestran una cierta voluntad de Fasa por cumplir con un incremento de precios en las distintas presentaciones de Feranin, bajo el entendido de que otras cadenas, en particular Eckerd, habían formado parte de las coordinaciones y también cumplirían con los «precios controlados». No obstante, la evidencia no permite establecer que alguna otra investigada haya condicionado sus incrementos de precios a los precios de las demás cadenas. Con ello, no es posible afirmar de manera concluyente y más allá de una duda razonable que dos o más investigadas coordinaron el incremento de sus precios en la fecha analizada, más aún si la evidencia económica muestra que los precios de las cadenas aludidas (Arcángel y Eckerd) no se comportaron de una manera compatible con un eventual acuerdo de precios entre ellas.
625. Sin perjuicio de lo señalado, esta Comisión considera que las comunicaciones analizadas brindan información sumamente gráfica acerca de la predisposición de Fasa para incrementar precios de manera coordinada con sus competidores, lo cual es coherente con las conclusiones obtenidas sobre un episodio anteriormente analizado (en relación con los productos de Albis).

## **6.4. Alegaciones adicionales planteadas por las Investigadas**

### **6.4.1. Infracción continuada**

#### Marco conceptual

626. De acuerdo con la Secretaría Técnica, la conducta investigada en el presente procedimiento administrativo califica como una infracción continuada debido a que cumple con los requisitos de unidad de sujeto activo, pluralidad de acciones, pluralidad de violaciones de la misma ley, proximidad temporal y espacial de las acciones infractoras, e identidad de resolución criminal. Al respecto, las Investigadas han rechazado que las evidencias encontradas por la Secretaría Técnica puedan ser consideradas como parte de una sola infracción, sustentando su posición en la multiplicidad de agentes económicos involucrados, las distintas fechas de ejecución de los supuestos acuerdos y en distintos productos de cada laboratorio.
627. Si bien existen discrepancias respecto de la aplicación de una infracción continuada entre la Secretaría Técnica y los argumentos de las Investigadas, ambas concuerdan en las reglas recogidas en el marco teórico desarrollado en el Informe Técnico, en base a los criterios desarrollados en la Resolución 1167-2013/SDC-INDECOPI<sup>336</sup> del Tribunal, criterios que comparte esta Comisión. Considerando que no existe controversia respecto a los criterios esbozados en el marco teórico desarrollado en el Informe Técnico, estos serán la base que esta Comisión utilizará para determinar si en el presente procedimiento administrativo

---

<sup>336</sup> Resolución 1167-2013/SDC-INDECOPI del 15 de julio de 2013, emitida en el Expediente 002-2008/CLC.

sancionador nos encontramos frente a distintas infracciones durante el periodo investigado o frente a una sola infracción continuada.

628. De acuerdo con la decisión del Tribunal del Indecopi antes señalada, para la calificación de una infracción como ilícito continuado se requiere de los siguientes elementos constitutivos<sup>337</sup>:
- i. Pluralidad de conductas realizadas.- Debe verificarse la existencia de varias acciones materiales que puedan ser entendidas como una única acción en sentido jurídico.
  - ii. Pluralidad de violaciones a la misma ley o una de similar naturaleza.- Ello presupone que se deben tratar de acciones similares que contravengan la misma ley o una similar. Ello, sin perjuicio de las particularidades que pueda presentar cada una de aquellas acciones y que sean pasibles de ser individualizadas o individualmente consideradas.
  - iii. Proximidad espacial y temporal de los hechos imputados.- Las diversas acciones deben ser realizadas en momentos diferentes pero vinculados en un contexto espacio temporal.
  - iv. Identidad de resolución criminal.- Este requisito hace referencia a la existencia de una determinación del sujeto activo que se propone la ejecución de los diversos actos que conforman la infracción continuada, lo cual responde a la realización de un plan preconcebido o al aprovechamiento de una idéntica oportunidad.

#### Aplicación al presente caso

629. Las Investigadas cuestionan la calificación de las coordinaciones como una infracción continuada principalmente alegando, por un lado, la errónea subsunción de los hechos en los elementos descritos anteriormente, pero además, que es necesaria la presencia de los mismos sujetos, los mismos productos y la identidad de la resolución criminal durante los distintos momentos que conforman la presunta infracción continuada.
630. En línea con lo señalado por la Secretaría Técnica, las infracciones continuadas se encuentran conformadas por una serie de acciones que podrían ser consideradas como diferentes entre sí; sin embargo, adquieren cohesión debido a factores como la proximidad espacial y temporal de los hechos imputados y, principalmente, a la identidad de resolución criminal que comparten las infractoras. Esta identidad, según las Investigadas, se encontraría ausente en el presente caso.
631. Como se ha observado, en el presente caso se ha acreditado una pluralidad de acciones materiales que, de cumplirse con el criterio de identidad de resolución criminal, podrán ser entendidas como una única acción en sentido jurídico. En tal sentido, el aspecto central de la determinación de la unidad en la conducta

---

<sup>337</sup> Al respecto, véase el numeral 81 de la Resolución 1167-2013/SDC-INDECOPI.

investigada dependerá de la posibilidad de acreditar que todos los episodios analizados responden a una misma resolución criminal.

632. En atención a ello, a continuación, esta Comisión analizará si el conjunto de episodios analizados constituye un grupo de acciones parciales que se identifican con una resolución criminal común entre las Investigadas o si, por el contrario, se trata de actuaciones independientes y sin conexión entre sí. Por ello, será necesario identificar si existió una causa común que motivó a las cadenas imputadas a la realización de la práctica anticompetitiva.
633. De acuerdo con lo desarrollado al analizar la conducta investigada, el contexto en el que habría tenido lugar la conducta anticompetitiva investigada fue uno de intensa competencia y baja constante de los precios. Así, la competencia entre las cadenas habría generado una reducción considerable de los precios, motivándolas ocasionalmente a vender determinados productos por debajo de su costo de compra a los laboratorios, situación denominada por ellas como «guerra de precios».
634. Dicha circunstancia motivó a las cadenas a participar en el intento de «regularizar» la situación descrita anteriormente, a través de coordinaciones realizadas con el apoyo de los laboratorios para adherirse de manera conjunta con las demás cadenas a una lista coordinada de precios (episodio Albis de febrero de 2008). La evidencia económica y las comunicaciones analizadas dan cuenta de un actuar siempre coordinado entre dos o más de las Investigadas, quienes conscientemente supeditaron sus incrementos de precios a los incrementos de precios de las demás.
635. Como se puede apreciar, las cadenas participaron de manera conjunta en la «regularización» de los precios, es decir, en el incremento de los precios de los productos de determinados laboratorios. A criterio de esta Comisión, la única explicación razonable de tales incrementos en los productos investigados es la nivelación coordinada de sus precios en el periodo investigado.
636. En ese sentido, esta Comisión considera razonable concluir que la intención común de las Investigadas fue reducir la competencia de precios y aumentar sus márgenes en los productos de distintos laboratorios a través de la coordinación en la ejecución de su política de precios. Por tanto, el primer elemento constitutivo de la infracción continuada se encuentra conformado por la intención común descrita anteriormente.
637. Ahora bien, la intención común de las Investigadas en aumentar sus márgenes fue ejecutada a través de una pluralidad de acciones. Conforme ha acreditado esta Comisión, las cadenas imputadas incrementaron de manera coordinada los precios de una multiplicidad de productos de Albis (febrero y setiembre 2008), Bagó del Perú (diciembre 2008), Grünenthal (enero 2009), Medifarma (marzo

2009) y Abbott (marzo 2009)<sup>338</sup>. Esto significa que la intención común de las Investigadas se concretó en coordinaciones para una multiplicidad de episodios.

638. En los episodios en que se encuentran acreditados incrementos coordinados, esta Comisión ha identificado la ejecución de un mecanismo común, consistente en que las cadenas recurrieron al apoyo de los laboratorios para sus coordinaciones de precios, compartiendo entre ellas información determinante como el monto de los incrementos coordinados, la fecha del cumplimiento de tales incrementos, el compromiso de las demás cadenas para cumplir con lo acordado y las acciones de monitoreo correspondientes.
639. La intención común de las Investigadas de incrementar de manera coordinada sus márgenes en diferentes productos a través de los distintos laboratorios se ve reflejada en múltiples oportunidades, en comunicaciones como la siguiente<sup>339</sup>:

*De: Ruiz, Carlos*  
*Enviado el: Jueves, 04 de Septiembre de 2008 10:16 a.m.*  
*Para: Venero, Francisco*  
*CC: Bravo, Gustavo; Gocht, Stefan*  
*Asunto: RE: Precios de IKF*

*Como dato, te comento que FASA no quiere respetar precios (es una percepción personal).*  
*Por qué?... Acabo de hablar con MEDCO, donde también salíamos con precios nivelados, todos nos ajustamos, pero FASA ha pateado el tablero....*  
*Te lo dejo como dato de cómo se está comportando FASA.*

*Saludos cordiales,*

*CRuiz*

[Énfasis agregado]

640. Como se puede apreciar, las conductas de las cadenas no habrían correspondido a actuaciones aisladas por cada laboratorio cuyos productos eran objeto de coordinación de precios. Las comunicaciones analizadas en cada episodio reflejan que las cadenas tenían un conocimiento compartido respecto a las coordinaciones para «nivelar» precios que no solamente abarcaba los productos de algún laboratorio en específico, sino una multiplicidad de productos de varios laboratorios.
641. Ahora bien, las Investigadas también han argumentado que para la existencia de una misma resolución criminal se requiere la identidad de los sujetos participantes de la infracción, es decir, que para poder calificar al conjunto de episodios como una infracción continuada, en cada episodio debe acreditarse que las mismas cadenas actuaron de manera coordinada con la colaboración del mismo

---

<sup>338</sup> De hecho, esta Comisión considera que en otras varias ocasiones existió una voluntad o disposición evidente en las cadenas investigadas por adherirse a listas de precios coordinadas, a pesar de que no ha sido posible identificar, fuera de duda razonable, qué otras cadenas serían las contrapartes de estas coordinaciones.

<sup>339</sup> Correo 26. Comunicación del 4 de setiembre de 2008, 10:16 a.m.

laboratorio. Sin embargo, a criterio de esta Comisión, la conclusión de las Investigadas es errónea.

642. Esta Comisión ha podido determinar, más allá de una duda razonable, que por lo menos Arcángel, Eckerd y Fasa habrían adoptado una relación coordinada en sus políticas de precios durante el período investigado (de enero de 2008 a marzo de 2009), que implicaba la concertación –con el apoyo de distintos laboratorios– de incrementos de precios de diversos productos investigados en fechas específicas. Asimismo, esta Comisión ha podido verificar, analizando los diversos episodios de coordinación, que Nortfarma (de enero a setiembre 2008) y Mifarma (de enero a marzo 2009) también habrían participado de estas coordinaciones, por lo menos, en parte del período investigado.
643. Como se puede apreciar, existe una estructura común de participantes en los episodios con incrementos coordinados: Arcángel, Eckerd y Fasa. Si bien Nortfarma y Mifarma no participan en la totalidad de episodios, ello no fragmenta la unidad de las coordinaciones para el incremento de precios como una infracción continuada. La participación temporal de un agente económico en dicha infracción será considerada solamente para la individualización de responsabilidad de dicho agente en la infracción. Este criterio se encuentra en línea con lo sostenido por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea:

**«Si una empresa ha participado directamente en uno o varios comportamientos contrarios a la competencia que componen una infracción única y continuada, pero no se ha acreditado que, mediante su propio comportamiento, intentase contribuir a la totalidad de los objetivos comunes perseguidos por los otros participantes en el cartel y que tenía conocimiento de todos los otros comportamientos infractores previstos o ejecutados por los citados participantes para alcanzar los mismos objetivos o que pudiera de forma razonable haberlos previsto y estuviera dispuesta a asumir el riesgo, la Comisión únicamente puede imputarle la responsabilidad de los comportamientos en los que participó directamente»<sup>340</sup>.**

[Énfasis agregado]

644. En línea con lo señalado, esta Comisión considera que el hecho que en una infracción continuada no se haya acreditado la participación de uno o varios investigados para la totalidad del acuerdo no quebranta la unidad de dicha infracción, sino que únicamente delimita la responsabilidad de los investigados a los episodios o comportamientos en los que directamente hayan participado.
645. Por otro lado, las Investigadas también han cuestionado que exista una infracción continuada, indicando que para su existencia es necesario que en cada episodio participe el mismo laboratorio y las coordinaciones versen sobre los mismos productos.
646. Esta Comisión no comparte tal afirmación, pues observa que el objetivo perseguido por las Investigadas fue incrementar sus márgenes a través de

---

<sup>340</sup> Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Cuarta) de 6 de diciembre de 2012 en el caso Comisión Europea contra Verhuizingen Coppens NV. Asunto C-441/11 P.

incrementos coordinados de precios en diferentes productos. Como se ha explicado al describir el mercado investigado, las cadenas imputadas comercializan una gran cantidad de productos de diferentes laboratorios. En ese sentido, un incremento coordinado entre las cadenas de los precios de dichos productos requerirá, o por lo menos generará de manera frecuente, la colaboración de una pluralidad de laboratorios, según el mecanismo de coordinaciones descrito anteriormente.

647. Sin embargo, la necesaria presencia de los laboratorios no debe ser entendida como la necesaria identidad de un mismo laboratorio en cada episodio. El fin perseguido por las Investigadas requería, por el tipo de esquema de coordinación implementado, la participación de dichos laboratorios, pero el centro de interés de las cadenas se encontraba no en tales laboratorios sino en los productos comunes cuyos precios buscaron incrementar durante el período investigado.
648. La subsunción de la conducta investigada a los criterios aplicables para determinar la calificación de dicha conducta como una infracción continuada no puede llevarse a cabo sin ponderar los elementos característicos del mercado que también caracterizan el acuerdo entre los competidores. De tal manera, la existencia de distintos laboratorios y distintos productos no elimina la calificación de la conducta de las Investigadas como una infracción continuada. Por el contrario, dicho elemento es característico de los incrementos coordinados en los cuales participaron las Investigadas.
649. Por tanto, la participación de los laboratorios como colaboradores para las coordinaciones era necesaria para viabilizar el mecanismo desarrollado por las cadenas; no obstante, la identidad del laboratorio no era indispensable pues se encontraba sujeta al producto que las Investigadas habrían determinado que sería parte del incremento coordinado.
650. Finalmente, habiendo acreditado que en la pluralidad de conductas analizadas (episodios) existe una idéntica resolución criminal, corresponde determinar si tales episodios de coordinación acreditados corresponden a una pluralidad de violaciones de la misma ley u otra de naturaleza similar y si entre ellos existe proximidad temporal y espacial.
651. Por un lado, en todos los episodios en que se ha acreditado la existencia de incrementos coordinados se vulneraron las mismas disposiciones de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. Así, cada episodio, considerado de manera individual, tuvo como finalidad restringir la competencia entre las cadenas de farmacias para incrementar sus precios, lo cual constituye una forma de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación de precios, sancionables bajo una prohibición absoluta conforme a lo dispuesto por los artículos 1 y 11.2, literal a) de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
652. Por otro lado, respecto a la proximidad temporal y espacial de los hechos imputados, esta Comisión considera que dicho elemento se encuentra acreditado debido a que los incrementos coordinados se efectuaron, a nivel nacional, alrededor de febrero, setiembre y diciembre de 2008; y enero y marzo de 2009. Ello, incluso sin considerar otros episodios que demuestran una clara voluntad de

las cadenas (en particular, Arcángel y Fasa) por coordinar con sus competidores (en particular, Eckerd), los precios de una multiplicidad de productos comunes provistos por distintos laboratorios.

En tal sentido, esta Comisión considera que los distintos episodios acreditados de coordinación de precios se encuentran vinculados tanto de manera temporal como espacial, por las fechas en que se materializaron y por el ámbito geográfico que involucraron tales coordinaciones entre las Investigadas.

653. Por tanto, en aplicación al caso concreto de los criterios para determinar una infracción continuada, las conclusiones de esta Comisión son las siguientes:

- i. Identidad de resolución criminal: Esta Comisión ha podido determinar, más allá de una duda razonable, que las Investigadas habrían adoptado una relación coordinada en sus políticas de precios durante el período investigado (enero 2008 a marzo de 2009), que implicaba la coordinación –a través de distintos laboratorios– de incrementos de precios de diversos productos investigados en fechas específicas.

En ese sentido, la intención común de las Investigadas fue reducir la competencia de precios y aumentar sus márgenes en los productos de distintos laboratorios a través de la materialización de una política de precios común, supeditando su accionar al actuar conjunto de las demás cadenas.

- ii. Pluralidad de acciones realizadas: La intención común de las Investigadas en aumentar sus márgenes fue ejecutada a través una pluralidad de acciones. Conforme ha acreditado esta Comisión, las cadenas imputadas incrementaron de manera coordinada los precios de determinados productos de los laboratorios Albis (febrero y setiembre 2008), Bagó del Perú (diciembre 2008), Grünenthal (enero 2009), Medifarma (marzo 2009) y Abbott (marzo 2009).
- iii. Pluralidad de violaciones de la misma ley u otra de naturaleza similar: La pluralidad de acciones desarrolladas por las Investigadas como parte de la ejecución de la común intención de incrementar sus precios y, por tanto, sus márgenes representaron infracciones a las normas de libre competencia, específicamente a los artículos 1 y 11.2 literal a) de la Ley de Represión de Conducta Anticompetitivas.
- iv. Proximidad temporal y espacial de los hechos imputados: Las coordinaciones entre las Investigadas se encuentran también conectadas entre sí por su proximidad temporal y espacial. De acuerdo con la evidencia de las comunicaciones, las Investigadas coordinaron incrementos de precios, por lo menos, en febrero, setiembre (Albis) y diciembre (Bagó del Perú) de 2008, así como en enero (Grünenthal) y marzo (Medifarma y Abbott) de 2009.

654. En tal sentido, esta Comisión considera que la infracción en la cual participaron, por lo menos, Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma, constituye una infracción continuada entre febrero de 2008 y marzo de 2009 con la finalidad de

incrementar los precios de los productos investigados, con la colaboración de los laboratorios.

#### 6.4.2. Precios sugeridos y reclamos por mejores condiciones comerciales

655. Las cadenas de farmacias investigadas en sus descargos y sus alegatos al Informe Técnico han señalado que las comunicaciones que sustentaron la Resolución de Inicio han sido cursadas en el marco de relaciones verticales típicas entre proveedor y cliente, y no acreditarían un supuesto acuerdo para fijar precios. En algunos casos, las comunicaciones reflejarían la interacción entre los laboratorios con las cadenas de farmacias encaminadas a sugerir precios. En otros casos, se trataría de negociaciones bilaterales entre cadenas y proveedores con la finalidad de obtener mejores condiciones comerciales.
656. Al respecto, cabe precisar que resulta usual que en relaciones verticales existan comunicaciones entre los agentes económicos de ambos lados de la cadena productiva, que pueden versar sobre todos aquellos aspectos que las partes consideren relevantes para llevar a cabo de manera adecuada sus políticas comerciales<sup>341</sup>. Por ello, los criterios adoptados por esta Comisión al analizar los cincuenta y cinco correos que sustentaron el inicio del presente procedimiento no están dirigidos a cuestionar la legalidad de las eventuales sugerencias de precios efectuadas por los proveedores<sup>342</sup> sino, concretamente y de manera exclusiva, a demostrar o descartar que las cadenas de farmacias hayan fijado precios de forma coordinada, de manera directa o indirecta, durante el período investigado y sobre los productos que formaron parte de la imputación de cargos.
657. Ahora bien, cabe observar que las políticas de precios sugeridos de los proveedores se caracterizan por ser, precisamente, no vinculantes. En esencia, se trata de recomendaciones unilaterales del proveedor, que no se sustentan en la voluntad de los distribuidores por controlar los precios aguas abajo, y cuya aplicación efectiva dependerá de cada uno de estos distribuidores, como producto de una decisión también individual.
658. Con ello, el hecho de que un proveedor sugiera precios de determinados productos, no justifica ni constituye una razón válida para que los distribuidores utilicen esta plataforma para coordinar dichos precios entre sí, condicionar su cumplimiento al de los otros distribuidores o de alguna otra manera, subordinar

---

<sup>341</sup> Como ha señalado la Corte Suprema de los Estados Unidos: «*los distribuidores constituyen una fuente importante de información para los proveedores. Con la finalidad de poner en práctica un sistema adecuado de comercialización, proveedores y distribuidores deben coordinar sus políticas constantemente para asegurar que su producto llegue al consumidor de manera persuasiva y eficiente*».

Traducción libre de: «*distributors are an important source of information for manufacturers. In order to assure an efficient distribution system, manufacturers and distributors constantly must coordinate their activities to assure that their product will reach the consumer persuasively and efficiently*». En: *Monsanto Co. v. Spray-Rite Svc. Corp.*, 465 U.S. 752 (1984), sentencia de la Corte Suprema de los Estados Unidos del 20 de marzo de 1984.

<sup>342</sup> Las comunicaciones entre proveedores y distribuidores pueden ser lícitas y no necesariamente corresponder a conductas anticompetitivas. No obstante, en la decisión del Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el caso *T-Mobile (Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea T-mobile Netherlands y otros, C-8/08, EU:C:2009:343)*, se señaló que dichas comunicaciones no deben suponer la reducción o eliminación de la incertidumbre que debería existir respecto de las estrategias comerciales de los competidores.

las decisiones sobre sus precios a las decisiones de sus competidores sobre los suyos. Bajo la misma lógica, un aparente escenario de precios sugeridos no será considerado como tal si únicamente constituye una fachada o es indebidamente utilizado para encubrir lo que no es otra cosa que un cártel de precios.

659. Incluso, de acuerdo con la teoría económica, los precios sugeridos emitidos por empresas proveedoras, incluidos los precios tope y los precios piso<sup>343</sup>, pueden servir como un factor que permite o facilita una práctica colusoria entre las empresas comercializadoras minoristas debido a que pueden ser utilizados como punto focal<sup>344</sup> para la coordinación entre ellas, práctica que se dificultaría en otro escenario<sup>345</sup>.
660. En el caso bajo análisis, esta Comisión ha podido acreditar fuera de una duda razonable que, por lo menos, Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma adoptaron conscientemente una relación coordinada en sus políticas de precios en fechas específicas, supeditando o condicionando sus incrementos de precios a los incrementos de precios de las demás cadenas<sup>346</sup>. En efecto, las comunicaciones demuestran la presión que ejercían las cadenas investigadas sobre sus proveedores para que se asegure que las demás cadenas cumplan con su compromiso o el condicionamiento a la aceptación masiva de las demás cadenas antes de adherirse a los precios coordinados. Ello no es coherente con un contexto en el que las cadenas de farmacias deciden cumplir los «precios sugeridos» de forma unilateral.
661. En un escenario normal de competencia, si una empresa decidiera cumplir de forma independiente con los precios sugeridos para determinados productos de su proveedor, y luego verificase que sus competidores están ofertando dichos productos a precios menores, puede resultar razonable que esta empresa opte por reducir sus precios u ofrecer otras condiciones más competitivas. Por el contrario, no resulta legítimo exigir al proveedor que se asegure de que todas las cadenas de farmacias respeten los precios bajo la amenaza de evitar una guerra de precios, como se ha podido verificar de las comunicaciones analizadas.

---

<sup>343</sup> Los precios tope pueden facilitar la realización de un acuerdo al permitir la coordinación entre distintos agentes económicos. Véase KNITTEL, C. R. y V. STANGO, *Price Ceilings as Focal Points for Tacit Collusion: Evidence from Credit Cards*, *The American Economic Review* 93(5), 2003, páginas 1703 a 1729.

Asimismo, los precios piso pueden constituir un importante elemento en el diseño de acuerdos colusivos. Véase CLARK, R. y J. F. HOUDE, *Collusion with Asymmetric Retailers: Evidence from a Gasoline Price-Fixing Case*, *American Economic Journal: Microeconomics*, 5(3), 2013, páginas 97 a 123.

<sup>344</sup> Schelling (1987) introduce el concepto de los puntos focales o convenciones indicando que pueden ser mecanismos que faciliten la coordinación de agentes económicos. SCHELLING, Thomas. *The Strategy of Conflict*. Harvard University Cambridge, Massachusetts London. En ese sentido, los puntos focales pueden ser usados por las empresas como referencia o umbral para poder concertar. Ver: MOTTA, Massimo. *Competition Policy: Theory and Practice*, Cambridge University Press, 2004. Capítulo 4.

<sup>345</sup> Si los precios no fueran observables la colusión sería difícil de sostener. Ver: Edward GREEN y Robert PORTER, *Loc. Cit.*

<sup>346</sup> A manera de ejemplo, se pueden ver los correos 1, 2, 3, 4, 8, 20, 26, 35, 37, 47, 52 y otros.

662. En tal sentido, a diferencia de lo argumentado por las cadenas investigadas respecto a que las comunicaciones únicamente evidencian la interacción con los laboratorios sobre «precios sugeridos», esta Comisión considera que la única explicación razonable de la mayoría de las comunicaciones es la existencia de permanentes coordinaciones entre las cadenas de farmacias -a través de los laboratorios- para determinar los precios de venta al público de diversos productos investigados<sup>347</sup>, por lo que no resulta atendible lo formulado por las cadenas investigadas.
663. Por otro lado, según las cadenas, el seguimiento que efectuaban sobre los precios de sus competidoras constituía una práctica normal y buscaba analizar si los proveedores podrían estar ofreciéndoles mejores condiciones comerciales. En otras palabras, si el monitoreo realizado por las cadenas mostraba que sus rivales podían establecer un precio de venta al público menor al de ellas, tal situación podría significar que estarían recibiendo descuentos significativos o menores precios de compra por parte de sus proveedores. Por ello, las quejas que las cadenas dirigían a sus proveedores tenían como finalidad que brinden las mismas condiciones comerciales a todas las cadenas y evitar de esta forma que algunas pierdan márgenes de venta.
664. Al respecto, esta Comisión comparte el criterio de la Secretaría Técnica, respecto a que si las coordinaciones que revelan los correos electrónicos corresponderían a monitoreos realizados por las cadenas con la finalidad de analizar si los proveedores podrían estar ofreciendo a sus rivales mejores condiciones comerciales, se esperarían respuestas de los proveedores confirmando o negando las mejores condiciones comerciales que se podrían haber ofrecido a otras cadenas, o simplemente absteniéndose de contestar dichos reclamos.
665. Sin embargo, las comunicaciones analizadas no muestran que los proveedores hayan dado respuestas en ese sentido sino que ante la exigencia de las cadenas para que se asegure que las demás cadenas cumplan con su compromiso, los proveedores solicitaban el respeto por los precios previamente coordinados, lo cual no guarda relación con la supuesta finalidad de conseguir mejores condiciones comerciales, ya que no resulta coherente que la búsqueda de tal objetivo dependa de una actuación conjunta de las cadenas consistente en seguir un precio determinado.
666. Por ello, esta Comisión considera que las hipótesis esbozadas por las cadenas sobre la interpretación de las comunicaciones analizadas no resulta atendible en la medida que las quejas no se realizaban con el propósito de lograr que los proveedores mejoraran sus descuentos u otras condiciones comerciales, sino de que el proveedor asegurase que todas las cadenas de farmacias respetaran los precios o se comprometieran a nivelarse bajo el entendido que otras cadenas cumplirían con dichos precios, lo cual resulta compatible con la existencia de una práctica colusoria.

---

<sup>347</sup> La voluntad coordinada se revela cuando (i) los proveedores transmitían a las cadenas la confianza de que el resto de competidores ya había sido informado de los incrementos; (ii) las cadenas dirigían quejas hacia los proveedores sobre el incumplimiento de los competidores; o, (iii) cuando los proveedores prometían interceder por ellos ante otros competidores para lograr que aquellos cumplan con los ajustes de precios.

### 6.4.3. Ausencia de factores que faciliten la realización de prácticas colusorias

667. Durante la tramitación del procedimiento, Mifarma, Arcángel y Nortfarma han sostenido que el mercado de venta minorista de productos farmacéuticos carece de las condiciones requeridas para que una práctica colusoria sea sostenible y viable, debido a la inexistencia de barreras a la entrada, la volatilidad de las cuotas de mercado y la asimetría de los costos que cada empresa enfrenta. En tal sentido, consideraron que la Secretaría Técnica, al no valorar estos factores, había errado al concluir que existió una práctica colusoria, debido a que la probabilidad de que las cadenas de farmacias hubieran participado de un cártel es baja.
668. Al respecto, a criterio de esta Comisión, la existencia o ausencia de los factores señalados por las empresas investigadas únicamente constituyen condiciones que podrían facilitar u obstaculizar la realización de una práctica colusoria, pero no son determinantes para comprobar o descartar que la conducta infractora existió.
669. Ello debido a que, el hecho de que un determinado mercado carezca de una o varias condiciones que faciliten la realización de una práctica colusoria, no impide que la conducta se realice o que no pueda ocurrir. En efecto, a pesar de que la realización de una conducta anticompetitiva resulte aparentemente improbable por no presentarse todas las condiciones que facilitarían su existencia, no impide que un cartel se materialice y que se cuente con evidencia concluyente que permita acreditar dicha infracción.
670. En ese sentido, incluso asumiendo que dichos factores no se presenten de manera concurrente en el presente caso, ello no ha impedido a esta Comisión acreditar a través de las comunicaciones analizadas y de la evidencia económica que la conducta infractora se ha materializado durante el período investigado. Sin perjuicio de ello, esta Comisión ha considerado pertinente analizar la concurrencia de dichos factores, como se detalla a continuación:

#### a. Barreras a la entrada

671. Las barreras a la entrada son aquellos factores que limitan la entrada de nuevos competidores y permiten que las firmas establecidas puedan elevar los precios de manera sostenida, por encima de los niveles que regirían en un entorno competitivo<sup>348</sup>. De esta manera, será más difícil que se configuren prácticas colusorias si las barreras a la entrada en un mercado son bajas, pues los beneficios extraordinarios que obtendrían los agentes coludidos atraerían a nuevos competidores, volviendo insostenible el acuerdo<sup>349</sup>. Las barreras a la entrada pueden ser legales, económicas o estratégicas<sup>350</sup>.

---

<sup>348</sup> Ver numerales 217 a 237 del anexo de la Resolución 045-2009-INDECOPI/CLC, del 25 de Junio de 2009.

<sup>349</sup> IVALDI, Marc, et al., *Op. Cit.*, páginas 16 a 19.

<sup>350</sup> Las barreras legales son las restricciones impuestas por entidades gubernamentales y pueden incluir permisos, licencias, cuotas, estándares, entre otros. Por su parte, entre las principales barreras económicas figuran las economías de escala, ventajas absolutas en costos, costos hundidos, diferenciación de productos, y requerimientos de capital. Por otro lado, entre las principales barreras estratégicas se encuentran los precios

672. Las empresas investigadas han argumentado que el mercado en cuestión no tiene barreras a la entrada, lo que implica que no existirían condiciones que faciliten el presunto acuerdo colusorio.
673. Con relación a las barreras legales, las empresas investigadas argumentaron que el principal problema de las normas vigentes era la exigencia de contar con un químico farmacéutico colegiado presente en cada establecimiento, durante todo el horario de atención al público<sup>351</sup>.
674. Sin embargo, se observa que el número de establecimientos ha tenido una tendencia creciente a nivel nacional, tanto por el lado de las cadenas de farmacias como por el de las boticas o farmacias independientes, por lo que la contratación de químicos farmacéuticos colegiados no constituiría una restricción relevante. Ello puede ser explicado por la posibilidad de que un químico farmacéutico sea regente en más de una farmacia o botica siempre que permanezca en el establecimiento durante el horario de atención; además, porque de acuerdo al ordenamiento, en las localidades donde no existan más de tres químico-farmacéuticos en ejercicio, la presencia de este profesional en las farmacias o boticas será obligatoria solo por cuatro horas, si aquel asume la regencia en más de un establecimiento<sup>352</sup>. En ese sentido, la exigencia de contar con un químico farmacéutico colegiado presente en el establecimiento durante todo el horario de atención al público se relajaría.
675. Las empresas investigadas también argumentaron que el dinamismo observado en el mercado mediante las compras entre cadenas y el aumento sostenido del número de puntos de venta entre 1998 y 2011 demostraba que los costos de infraestructura, instalación y puesta en marcha de una farmacia no constituían barreras a la entrada en este mercado<sup>353</sup>.
676. En relación con este punto, cabe señalar que entre el 2000 y 2009 se observó la entrada de las cadenas Nortfarma (2001), América Salud (2003) y Mifarma (2005). Posteriormente, las cadenas establecidas se enfocaron en la apertura de nuevos puntos de venta pasando de 616 en 2006 a 1,260 en 2009 (105%).
677. Nortfarma ingresó al mercado obteniendo el 10% de participación de las ventas de las cadenas en el año 2001, principalmente, por su estrategia de posicionamiento en los departamentos fuera de Lima, porcentaje que se fue reduciendo hasta alcanzar un 5% en el 2009. Mifarma registró una participación

---

límite, los precios predatorios, la inversión para reducir costos, la inversión para aumentar costos, y las restricciones verticales.

<sup>351</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>352</sup> Según lo establecido en el Decreto Supremo N° 021-2001-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, que se encontraba vigente a la fecha de emisión de la Resolución de Inicio. Cabe precisar que esta norma ha sido derogada por el Decreto Supremo 014-2011-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, publicado el 27 de julio de 2011.

<sup>353</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

de 2% en el año 2007 que se incrementó hasta alcanzar el 5% en año 2009. Por lo tanto, se puede observar que el ingreso de nuevas empresas no afectó en gran medida la estructura del mercado. El ingreso significativo de Nortfarma en el 2001 se debió a que se concentró en la venta minorista fuera de Lima, donde las cadenas establecidas aún no contaban con una gran presencia. Posteriormente la competencia se trasladó a esos lugares y la participación de Nortfarma se redujo considerablemente.

678. Se debe precisar que, de acuerdo con las empresas investigadas, para poner en funcionamiento una botica o farmacia es necesario una inversión inicial de S/ 25,000 que incluye el alquiler del local y mobiliario que cumpla con los requerimientos de las autoridades<sup>354</sup>. Sin embargo, las cadenas se caracterizan por la búsqueda de una escala de operación eficiente que les permita acceder a descuentos por volumen. Bajo esta perspectiva, las empresas investigadas han señalado que la escala de operación eficiente se alcanzaría al tener 160 puntos de venta, lo que significa una inversión aproximada entre US\$ 3.2 y 4.8 millones, sin contar los costos de aprendizaje y gastos de operación<sup>355</sup>.
679. Para la apertura de cada establecimiento, no se exige mayores características especializadas ni específicas (podrían ser fácilmente utilizados para otro tipo de negocio). Solo se exige contar con una infraestructura y equipamiento que garantice la conservación y almacenamiento adecuado de los productos, áreas específicas para la atención al público y, en caso que se elaboren fórmulas oficiales y/o magistrales, se debe contar con un área exclusiva para ello<sup>356</sup>. Incluso en el caso en el que la cadena tenga un establecimiento especial para almacenar todos sus productos, los requerimientos para estos locales son poco específicos (áreas con dimensiones apropiadas, separación entre las áreas de recepción, almacenamiento y embalaje, etc.) y no implican inversiones con altos costos hundidos<sup>357</sup>.
680. Por estos motivos, aunque la inversión inicial que enfrenta una cadena es alta, los costos de infraestructura, instalación y puesta en marcha no constituyen activos específicos a la actividad y no tienen un componente de costo hundido importante. En ese sentido, dichos costos no son barreras a la entrada en el mercado.

---

<sup>354</sup> Según la Opinión Técnica de Intelfin presentada por Mifarma en su escrito del 29 de noviembre de 2012.

<sup>355</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>356</sup> Según lo establecido en el Decreto Supremo N° 021-2001-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos que se encontraba vigente a la fecha de emisión de la Resolución de Inicio. Cabe precisar que esta norma ha sido derogada por el Decreto Supremo 014-2011-SA, Reglamento de Establecimientos Farmacéuticos, publicado el 27 de julio de 2011.

<sup>357</sup> Según lo establecido en el Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento de Productos Farmacéuticos y Afines, aprobado por Resolución Ministerial N°585-99-SA/DM que se encontraba vigente a la fecha de emisión de la Resolución de Inicio.

681. Otro argumento de las empresas investigadas refiere a que el nivel de inversión en publicidad sería un indicador de mayor competencia en el mercado para retener y ganar participación y no se debería considerar como una barrera a la entrada<sup>358</sup>.
682. Respecto de este argumento, la publicidad puede contribuir a crear reputación, recordación y lealtad del consumidor a un producto o marca. Este efecto se logra si la publicidad está destinada a reforzar la experiencia del consumidor a los productos o marcas de las empresas establecidas. Se trata de un mecanismo que permite a las empresas capturar una parte del mercado y reducir la elasticidad de la demanda, teniendo un efecto diferenciador en los productos o marcas que proveen<sup>359</sup>. Las inversiones en publicidad son un costo hundido que no puede ser recuperado aún si la empresa decide salir del mercado. Por lo tanto, retrasaría el ingreso al mercado afectando la rentabilidad de la entrada<sup>360</sup>.
683. De la información brindada por las empresas investigadas, se puede observar un aumento de la inversión en publicidad en el periodo 2007 - 2009. Eckerd aumentó su inversión en 45%, alcanzando los S/. 6.7 millones en el año 2009; mientras que Fasa aumentó en 114%, alcanzando los S/. 3 millones; Mifarma aumentó en 30%, alcanzando S/. 1.6 millones, Arcángel aumentó 218% alcanzando S/. 0.7 millones; BTL disminuyó en 79%, alcanzando S/. 0.2 millones y ByS disminuyó en 76%, alcanzando S/. 0.1 millones<sup>361</sup>.
684. Los montos invertidos en publicidad impactaron en los niveles de recordación de la marca de las cadenas. Así, en el año 2009, Eckerd fue la marca mejor posicionada del sector con un 81,2% de recordación, seguida de lejos por BTL (51,7%), Fasa (45,2%), Arcángel (28,6%) y Mifarma (16,5%)<sup>362</sup>. De esta manera se observa que las cadenas que más invirtieron en publicidad durante el año 2009, como Eckerd, Fasa y Arcángel, alcanzaron una alta recordación de su marca entre los consumidores.
685. Además, la recordación de la marca influye fuertemente en las participaciones que las cadenas tienen en las ventas totales. Al respecto, Eckerd habría tenido una cuota de 40% en el 2009, mientras que Arcángel, BTL y ByS el 15%, 13% y 9%, respectivamente<sup>363</sup>.

<sup>358</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012, fojas 3088 y 3089 y el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>359</sup> BAIN, J. S. *Barriers to New Competition: Their Character and Consequences in Manufacturing Industries*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1956; COMANOR, W. S. y T. A. WILSON, *Advertising and Market Power*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.

<sup>360</sup> De acuerdo a Sutton (1991) la publicidad y la inversión en investigación y desarrollo serían costos hundidos en industrias con bienes o servicios homogéneos o diferenciados horizontalmente y en industrias con bienes o servicios diferenciados verticalmente. Al respecto, ver SUTTON, John. *Sunk Costs and Market Structure*, Cambridge, MA: The MIT Press, 1991.

<sup>361</sup> De acuerdo al escrito de descargos presentado por Eckerd el 29 de octubre de 2012, fojas 3088 y 3089.

<sup>362</sup> Los porcentajes cuentan el total de menciones que la cadena recibió del total de personas encuestadas. De acuerdo al reportaje *Eckerd y un liderazgo que está consolidando*, 25 de mayo del 2009, Día\_1, suplemento del diario El Comercio.

<sup>363</sup> Según la Opinión Técnica de Intelfin presentada por Mifarma en su escrito del 29 de noviembre de 2012.

686. En el caso de Mifarma, última cadena en entrar al mercado, se observó que poseía noventa y siete (97) puntos de venta en el año 2009, lo que le habría supuesto un capital inicial de US\$ 2.9 millones o S/. 8.5 millones<sup>364</sup>, y una inversión en publicidad del 18.8% del capital inicial que no podrían ser recuperados si la empresa decidiera salir del mercado. Las inversiones realizadas por Mifarma le habrían permitido obtener una participación del mercado cercana al 5% en el 2009 desde el 2% que tenía en el año 2007. Sin embargo, Mifarma no tendría un nivel de recordación importante en el público por el poco tiempo que llevaba operando.
687. Como señalaron las empresas investigadas, la publicidad está básicamente destinada a dar a conocer sus campañas de descuento o de precios reducidos mediante su eslogan de «más salud al mejor precio» para Eckerd y el descuento de 10% los lunes para el caso de Mifarma. Así, la publicidad buscaría la fidelización de los clientes a la marca de la cadena con el objetivo de diferenciarse de la competencia, captar y retener consumidores<sup>365</sup>.
688. De esta manera podemos concluir que la inversión en publicidad constituye una barrera de entrada al tener un componente elevado de costos hundidos que podría retrasar el ingreso de potenciales competidores al mercado.

#### **b. Número de empresas y nivel de concentración**

689. Uno de los principales factores que influyen en la sostenibilidad de un acuerdo colusorio es el número de empresas. Es menos probable la realización de una práctica colusoria en industrias donde hay muchos competidores, debido a la dificultad de coordinación entre todos los participantes y de detectar el incumplimiento de alguno de ellos, sobre todo si una empresa pequeña incumple, lo que limita la adopción de acciones de castigo<sup>366</sup>. Asimismo, un mayor número de empresas implica que los beneficios derivados de la colusión sean menores para cada empresa, lo que reduce los incentivos a participar en este tipo de prácticas<sup>367</sup>.
690. Por el contrario, a menor número de empresas involucradas en una práctica colusoria, el acuerdo de voluntades resulta menos costoso, por lo que alinear objetivos, supervisar acciones y establecer compensaciones por el acuerdo colusorio se vuelve menos complicado<sup>368</sup>. De esta forma, los beneficios de la colusión son mayores y el acuerdo es sostenible en el tiempo.

---

<sup>364</sup> Considerando la inversión de US\$ 4.8 millones necesaria para alcanzar la escala eficiente de 160 puntos de venta que las empresas investigadas habían manifestado, se tendría una inversión necesaria de US\$ 30 000 mil por punto de venta o de S/. 87 780 al tipo de cambio promedio anual del año 2009 de 2.926 soles por dólar.

<sup>365</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Eckerd del 29 de octubre de 2012, foja 3089 y 3090, y al escrito de descargos de Mifarma del 24 de octubre de 2012, foja 2514.

<sup>366</sup> GROUT, Paul A. y SONDEREGGER, Silvia. *Structural approaches to cartel detection*. En: EHLERMANN, Claus-Dieter e Isabela ATANASIU (Ed.). *European Competition Law Annual 2006: Enforcement of Prohibition of Cartels*. Hart Publishing, 2007, páginas 83 a 104.

<sup>367</sup> IVALDI, Marc, et al., *Op. Cit.*, página 12.

<sup>368</sup> Ver numerales 87 y 88 del Informe Técnico 003-2010/ST-CLC-INDECOPI, emitido en el procedimiento administrativo sancionador iniciado de oficio contra Praxair Perú S.R.L., Aga S.A. y Messer Gases del Perú S.A., por presuntas prácticas restrictivas de la competencia en la modalidad de reparto de mercado.

691. Sobre el particular, las empresas investigadas señalaron que, según la información de IMS, las cadenas son un canal absolutamente minoritario de venta. De acuerdo con esta información, en el período 2008 - 2010 representaron apenas el 27% del mercado total, es decir, la cuarta parte de la oferta nacional.
692. De igual manera, las empresas investigadas señalaron que compiten en la distribución de medicamentos con farmacias y boticas del sector privado, pero también con establecimientos públicos (por ejemplo, boticas municipales), hospitales públicos y clínicas privadas, siendo estos tres últimos canales más importantes que las cadenas.
693. Asimismo, manifestaron que un eventual intento de concertar precios entre algunas boticas y farmacias resultaría ilógico, pues ello solo hubiera originado oportunidades de diferenciación por precio para otras boticas y farmacias, en un mercado de alta competencia. Las diez (10) cadenas de farmacias y las setecientos cincuenta (750) principales farmacias independientes ofrecen los mismos medicamentos, permitiendo al consumidor final elegir entre las farmacias con el precio más conveniente.
694. Respecto de la participación en las ventas de medicamentos, se debe precisar que la información remitida por las imputadas se refiere a la venta mayorista de medicamentos y otros productos que realizan los laboratorios y droguerías a distintos agentes, entre ellos las cadenas. Así, en el segmento mayorista las cadenas representarían un 27% de las ventas de los laboratorios y droguerías. Sin embargo, la práctica investigada habría estado destinada a afectar las ventas minoristas.
695. Como se ha señalado anteriormente, en el segmento minorista, las boticas y farmacias son el principal canal de suministro de productos farmacéuticos y afines a los consumidores. Asimismo, existen elementos diferenciadores entre las cadenas de boticas y farmacias privadas, en comparación con otros establecimientos minoristas, tales como el mayor número de establecimientos y la mayor variedad de productos; lo cual suprimiría la competencia efectiva entre estos canales.
696. Por otro lado, las cadenas poseen diversas ventajas en ingresos por local, número de locales y costos, en comparación con las boticas y farmacias independientes; además poseen importantes elementos diferenciadores que les permiten atraer una mayor cantidad de consumidores a sus locales. Esto reduciría la competencia efectiva que pudiera ocurrir entre las cadenas y las boticas y farmacias independientes.
697. El número de cadenas fue de diez (10) en el 2009<sup>369</sup>, de las cuales solo cuatro tenían cuotas superiores al 10% y representaban aproximadamente más del 80% de la participación en las ventas realizadas por las cadenas, siendo Eckerd la empresa líder con 40% de las ventas señaladas. El reducido número de cadenas

---

<sup>369</sup> Según la Opinión Técnica de Intelfin presentada por Mifarma en su escrito del 29 de noviembre de 2012.

y la alta concentración del mercado facilitarían la realización de acuerdos colusorios por parte de las cadenas.

698. En ese sentido, se concluye que la alta participación de boticas y farmacias en las ventas de medicamentos y otros productos, el nivel de diferenciación entre cadenas e independientes, el reducido número y alta concentración de las cadenas podrían facilitar la adopción de acuerdos colusorios por parte de las empresas investigadas.

### **c. Volatilidad de las cuotas de mercado**

699. En términos generales, la volatilidad de las cuotas de mercado es un factor que desincentiva la realización de prácticas colusorias. La inestabilidad de las cuotas de mercado puede limitar la capacidad de detección de los posibles desvíos del acuerdo por parte de los miembros del cártel<sup>370</sup>.
700. Sin embargo, bajo ciertas condiciones, la volatilidad de cuotas de mercado sí puede ser compatible con la realización de prácticas colusorias. En concreto, si la información sobre los costos de las empresas refleja las cuotas de mercado de cada una de ellas y si existe un canal suficientemente desarrollado que les comunique esta información, entonces la colusión resulta mucho más factible<sup>371</sup>.
701. Sobre el particular, las imputadas manifestaron que las participaciones de mercado de los productos incluidos en la investigación varían de manera considerable de un mes a otro, situación que no puede explicarse en un escenario de concertación. De acuerdo con estas empresas, en caso existiera colusión, la participación de mercado de cada una de ellas no presentaría variaciones tan marcadas ya que la política de precios dejaría de ser motivo para que el comprador migre de una empresa a otra.
702. Debe tenerse presente que la volatilidad en las participaciones de mercado de los medicamentos investigados no constituye necesariamente un factor que disuada por completo la realización de un acuerdo colusorio, en un contexto donde exista intercambio de información privada entre empresas que compiten a nivel horizontal. Como ya se ha visto al analizar los correos electrónicos en la sección 6.3, la información sobre precios y acciones futuras de una cadena fue transmitida hacia las demás, a través de sus proveedores.
703. En ese sentido, se puede concluir que el mecanismo de información implementado habría permitido a las empresas investigadas el intercambio de información privada, incluida información sobre precios futuros. Por ello, se considera que aún en el caso que las cuotas de mercado de las empresas investigadas hayan sido volátiles, el mecanismo de intercambio de información habría facilitado la realización de un acuerdo colusorio por parte de empresas que compiten a nivel horizontal.

---

<sup>370</sup> HARRINGTON, Joseph, Jr. *How Do Cartels Operate?* En: *Foundations and Trends in Microeconomics*, Vol. 2 No. 01, 2006.

<sup>371</sup> ATHEY, Susan y BAGWELL, Kyle. *Optimal Collusion with Private Information*. En: *The RAND Journal of Economics*, Vol. 32, No. 3, otoño de 2001, páginas 428 a 465.

#### d. Asimetría en costos

704. La asimetría en los costos de las empresas podría dificultar la realización de un acuerdo colusorio. En efecto, llegar a un acuerdo de precios es menos probable si las empresas tienen costos distintos debido a que no existiría un precio de referencia en el que puedan coincidir<sup>372</sup>. En este caso, las empresas que enfrenten menores costos tendrían incentivos para incumplir el acuerdo en la medida en que obtendrían grandes beneficios del desvío, y las pérdidas asociadas a la penalización por el incumplimiento serían menores en términos relativos<sup>373</sup>.
705. No obstante, como ya se ha indicado, en tanto exista un mecanismo de comunicación efectivo que permita el flujo de información privada sobre los costos de las empresas que compiten de forma horizontal, será posible la existencia de un acuerdo colusorio, incluso entre empresas de costos asimétricos.
706. En sus descargos, las cadenas investigadas manifestaron que cada una de ellas mantenía estructuras de costos distintas, lo cual dificultaba llegar a un consenso sobre el nivel de precio debido a que las empresas con menor costo buscarían establecer un precio menor al resto. Por lo tanto, las empresas con menores costos no se beneficiarían al participar de un acuerdo con sus competidoras. Asimismo, señalaron que, en el caso de los productos investigados, las cadenas de farmacias negocian sus adquisiciones de manera independiente, por lo que tienen costos de adquisición distintos, situación que haría inviable una fijación concertada de precios.
707. Sin embargo, cabe reiterar que la existencia de costos de adquisición asimétricos entre las cadenas puede ser compatible con la realización de un acuerdo colusorio si existe un mecanismo de intercambio de información entre ellas que les permita acceder a la información sobre sus costos y márgenes. En la sección 6.3. se ha constatado que las comunicaciones indican la existencia de un mecanismo que permitió el intercambio de información referida a las políticas comerciales de precios de las empresas investigadas, precios que consideran los costos que dichas empresas enfrentaban en la provisión de los productos. En este sentido, el mecanismo permitió el intercambio de información privada que reflejaría los costos de las empresas en la medida que los precios acordados se determinan considerando un margen adecuado para las cadenas.
708. Por lo expuesto, aún en el caso de que exista asimetría de costos, el mecanismo de intercambio de información entre las cadenas habría facilitado la realización de un acuerdo colusorio.

---

<sup>372</sup> GROUT y SONDEREGGER, *Loc. Cit.*

<sup>373</sup> Adicionalmente, si el objetivo del acuerdo es maximizar los beneficios de la industria, luego se buscará maximizar la eficiencia productiva, requiriendo que se le asigne a las empresas de bajo costo cuotas de mercado altas (transferencia de cuotas de mercado de empresas de alto costo a las de bajo costo). Para ello se requiere continuas negociaciones entre las empresas y mecanismos de pago. Los problemas que enfrenta el acuerdo colusorio bajo este escenario se exacerban si la información de costos es privada. Las empresas tienen incentivos para presentar información que refleje que su empresa es de costo bajo para obtener una mayor cuota de mercado. Ver: KAPLOW, Louis y SHAPIRO, Carl. *Antitrust*. En: POLINSKY, Mitchell and Shavell STEVEN. *Handbook of Law and Economics*, North Holland, Amsterdam, Vol. 2, 2007, página 1114.

#### 6.4.4. Alza de los costos de adquisición de los productos investigados

709. Según afirmaron las empresas investigadas<sup>374</sup>, el incremento de los precios de los productos bajo análisis puede explicarse debido a un incremento en los costos de compra impuesto por los proveedores. No obstante, según dichas empresas, tal incremento habría ocurrido antes del periodo del presunto acuerdo colusorio, lo cual indicaría que el aumento en los precios de los productos no se debió a un acuerdo entre las empresas investigadas<sup>375</sup>.
710. Para verificar este argumento, se consideró la información de costos de compra remitida por las empresas investigadas y se aplicaron determinados ajustes para obtener el precio pagado por cada cadena a sus proveedores. El detalle de los ajustes realizados se presenta en el Anexo 3<sup>376</sup>.

---

<sup>374</sup> De acuerdo con los escritos de descargos de ByS, del 22 de octubre de 2012; de Mifarma, del 24 de octubre de 2012; de BTL, del 25 de octubre de 2012; de Eckerd, del 29 de octubre de 2012; de Fasa, del 30 de octubre de 2012 y de Arcángel, del 14 de mayo de 2014; y los escritos de alegatos de Mifarma, del 9 de junio de 2016; de Eckerd, del 9 de junio de 2016; de Nortfarma, del 12 de junio de 2016; y de ByS, del 17 de junio de 2016.

El número de productos investigados cuyos incrementos de precios han sido justificados por las empresas mediante el incremento de sus costos son los siguientes: tres (3) productos de Arcángel, veintitrés (23) productos de ByS, cuatro productos de BTL, veinte (20) productos de Eckerd y siete productos de Mifarma. En cuanto a Fasa y Nortfarma, estas empresas señalaron de manera general que los costos explicarían la variación de los precios.

<sup>375</sup> Al respecto, en su escrito del 24 de octubre de 2012, Mifarma justificó, mediante un modelo de Datos de Panel, que el costo del producto explicaría únicamente los cambios de los precios del producto y no un posible acuerdo entre las empresas investigadas. Sin embargo, no se muestra el marco teórico que sustente el modelo de regresión planteado, lo cual impide interpretar de manera adecuada los coeficientes estimados. En efecto, si el modelo presentado corresponde a la forma reducida de un modelo estructural, debe especificarse las variables exógenas que expliquen el modelo y la forma cómo interpretar los coeficientes obtenidos. Esta consideración es de especial importancia para las estimaciones de ecuaciones de oferta y demanda de un bien o servicio, ya que el precio y la cantidad se determinan de manera conjunta, por lo que la estimación del modelo que se plantea en el anexo del escrito mencionado puede presentar el problema de que los coeficientes recojan efectos contrapuestos de oferta y demanda. Por otro lado, en el caso que se tratase de una forma reducida se podrían estar excluyendo variables relevantes, lo que generaría problemas de variable omitida y así sesgo en las estimaciones. Por último, dado que se consideran datos de panel para 75 productos (N=75) que tienen una dimensión temporal de datos diarios durante dos años (T=730) se debe considerar las características propias de las series de tiempo como la presencia de raíz unitaria o quiebres estructurales que podría generar regresiones espurias en un contexto datos de panel.

Para más consideraciones sobre el sesgo de estimar ecuaciones de oferta o demanda o sobre los efectos de la raíz unitaria en datos de panel revisar:

- ENTORF, Horst. *Random Walks with Drifts: Nonsense Regression and Spurious Fixed-Effect Estimation*. *Journal of Econometrics* 80, 1997, páginas 287 a 296.
- IM, KyungSo, M. Hashem PESARAN, Yongcheol SHIN. Testing for Unit Roots in Heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, vol. 115, 2003, páginas 53 a 74.
- NIEBERDING, James. *Estimating Overcharges in Antitrust Cases Using a Reduced-Form Approach: Methods and Issues*. *Journal of Applied Economics*, vol. IX, No. 2, 2006, páginas 361 a 380.

<sup>376</sup> El ajuste realizado consistió en la creación de tres filtros para identificar el costo pagado por la empresa. El primer filtro consideró las compras que una cadena realiza en locales de sus competidoras, en la medida que dichas transacciones estarían asociadas a las políticas de levantamiento de precios y no a adquisiciones de productos a los proveedores. El segundo filtro consideró las compras que muestran montos pagados negativos o ceros. Por último, el tercer filtro consideró las compras que muestran valores extremos (aquellas compras que muestran costos unitarios por debajo del 6% o por encima del 180% en relación con los costos unitarios pagados en el periodo 2008 - 2009) y asociados a compras de volúmenes pequeños (aquellas compras por debajo del 10% en relación con las unidades compradas promedio del periodo 2008 - 2009). Para mayor detalle, ver Anexo 3.

711. Las empresas investigadas señalaron que los incrementos de costos se realizaron hasta tres meses antes del inicio de la práctica colusoria. Al respecto, el costo de adquisición de un producto en un determinado momento puede afectar el precio mediante el cual es comercializado al público tiempo después, en el caso que la gestión de inventarios sea un aspecto relevante de la política comercial de una empresa. Tal situación habría ocurrido con las empresas investigadas, pues en sus descargos mencionaron que el ajuste de precios estaba condicionado al inventario existente, entre otros factores<sup>377</sup>.
712. Para obtener tales incrementos de costos, estos se han calculado considerando la tasa de crecimiento semanal acumulada en el periodo comprendido entre tres meses y una semana antes de las fechas en la que las cadenas incrementaron sus precios al público de los treinta y seis (36) productos que indican la existencia de una práctica colusoria horizontal<sup>378</sup>. Luego, se determinó las semanas en las que se observó un incremento de costos. En caso de existir más de un incremento positivo o negativo de costos en el periodo evaluado se tomó en cuenta el mayor incremento.
713. El siguiente cuadro muestra los incrementos de costos que experimentaron dos o más cadenas en el periodo evaluado y que podrían corresponder a un incremento conjunto de costos, es decir, a un incremento que habría sido experimentado por todas las cadenas por igual y que podría explicar, a su vez, el incremento conjunto de precios. El análisis reveló que veintinueve (29) productos<sup>379</sup> mostraron un aumento de costos en más de dos cadenas. Estos productos corresponden a quince (15) que incrementarían sus precios el 1 de setiembre de 2008 y a catorce (14) que incrementarían sus precios alrededor del 20 de marzo de 2009.

**Cuadro 29**  
**Resultado del análisis de la evolución de los costos**  
**Conteo de número de productos**

Fechas	Productos	Incremento de Costos
01/02/2008	15	0
01/09/2008	17	15
19/12/2008	1	0
28/01/2009	1	0
05/03/2009	2	0
20/03/2009	15	14

Fuente: Información sobre costos remitida por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

<sup>377</sup> Escritos de ByS, del 22 de octubre de 2012; de Mifarma, del 24 de octubre de 2012; de BTL, del 25 de octubre de 2012; de Eckerd, del 29 de octubre de 2012; de Fasa, del 30 de octubre de 2012 y Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>378</sup> Se calculó la tasa de crecimiento semanal acumulada como el producto de las tasas de crecimiento diarias de los días de la semana menos 1. Por ejemplo, si los días 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 tienen los siguientes costos: 1.5, 1.5, 1.5, 1.6, 1.6, 1.6 y 1.6, entonces las tasas de crecimiento para los días 2, 3, 4, 5, 6 y 7 serían 1 (de 1.5/1.5), 1 (de 1.5/1.5), 1.067 (de 1.6/1.5), 1 (de 1.6/1.6), 1 (de 1.6/1.6) y 1 (de 1.6/1.6) respectivamente, donde la tasa de crecimiento semanal acumulada sería igual a 6.7% (en la medida que  $[1*1*1.067*1*1*1]-1=0.067$ ).

<sup>379</sup> Que corresponden a los siguientes productos: N° 3, 4, 12, 16, 17, 27, 28, 29, 30, 31, 41, 42, 43, 44, 45, 48, 49, 50, 51, 52, 58, 61, 62, 64, 65, 67, 68, 70 y 71.

714. No obstante, el análisis también reveló que los incrementos de costos observados en más de dos cadenas no ocurren de manera simultánea en el mismo periodo. Por el contrario, algunos de estos incrementos se produjeron con varias semanas de distancia entre ellos.
715. Como puede apreciarse en el siguiente cuadro, mientras que algunas cadenas experimentaron un incremento de costos una semana antes de la fecha en la que se produjo el incremento coordinado de precios, otras lo experimentaron hasta diez (10) semanas antes de la fecha referente.

Los veintinueve (29) productos cuyos costos se incrementaron pueden agruparse, según la fecha referente para el incremento conjunto de precios, en dos grupos con fechas diferentes. El detalle de los incrementos de costos, por semana, puede verse en el Anexo 3.

**Cuadro 30**  
**Fecha específica del Incremento de Costos<sup>380</sup>**  
**Conteo de Número de Productos**

Fechas	Productos	Incremento de Costos	Semana Mínima	Semana Máxima
01/09/2008	17	15	1	6
20/03/2009	15	14	1	10

Fuente: Información sobre costos remitida por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

716. Los veintinueve (29) productos que mostraron incremento de costos en dos o más cadenas están asociados a incrementos de precios que se realizarían en dos fechas, según las comunicaciones. En todos los casos las propias comunicaciones evidencian que tal incremento de costos fue el motivo del inicio de las coordinaciones realizadas entre las cadenas. En efecto, las comunicaciones indican que el precio acordado entre las cadenas consideraba el incremento de costos que el proveedor había realizado a algunas cadenas meses atrás, permitiéndoles recuperar el margen en dichos productos.
717. Por ejemplo, en el Correo 19 –referido al incremento de precios del 1 de setiembre de 2008– Francisco Venero de Albis indica lo siguiente: «(...) les hago llegar los PPSUG. que regirán a partir del 1/set/08 Hora; 8 AM. Ya se coordinó con las demás cadenas y respecto a los archivos Otros A y Otros B con Inkafarma. Este incremento se considera en función a la última alza de precios de LP Albis (5%) (...)». De la frase transcrita se puede concluir que el incremento de precios coordinado para el 1 de setiembre de 2008 consideraba el aumento de costos del 5% que habían sufrido algunas cadenas.
718. De igual manera, en el Correo 48 –referido al incremento de precios del 20 de marzo de 2009– Miriam Aguilar de Mifarma señala: «Ensure ha subido de precio en Enero (...); Abbott recién está alcanzándonos el precio sugerido para recuperar el margen, pero aún está en conversación con las cadenas (...)». La mencionada

<sup>380</sup> Se indica la semana donde se registra la tasa de crecimiento acumulada más elevada.

comunicación indica que el incremento de costos fue considerado para incrementar el precio de Ensure, producto cuyo margen había tenido una reducción por el incremento del costo. Adicionalmente, en el Correo 49 –también referido al incremento de precios del 20 de marzo de 2009– Lorena Avalos de Fasa señaló «El día viernes estamos teniendo un alza de precios públicos de Abbott para incrementar los márgenes; este incremento es a nivel total mercado».

Al respecto, en dicha comunicación se adjunta la lista de precios y se indican los costos de los productos involucrados en el incremento de precios, costos que ya consideraban el aumento que habían registrado con anterioridad al 20 de marzo de 2009. En ese sentido, el incremento del 20 de marzo 2009 incluía el incremento de costos que las cadenas habían enfrentado, costos que habrían afectado el margen que las cadenas obtenían de la venta de dichos productos, de manera que el incremento de precios buscó incrementar el margen de los productos involucrados en el acuerdo. Por ello, se puede concluir que el incremento coordinado de los precios del 20 de marzo de 2009 consideraba el incremento de costos que el laboratorio había aplicado meses atrás en dicho producto<sup>381</sup>.

719. De esta manera, se puede ver que el incremento de costos en dos o más cadenas asociado a las fechas del 1 de setiembre de 2008 y del 20 de marzo de 2009 formaba parte de la práctica colusoria en la que incurrieron las cadenas investigadas.
720. Por lo tanto, esta Comisión considera que el argumento expresado por las cadenas y analizado en este apartado no explica satisfactoriamente el incremento conjunto de precios de los treinta y seis (36) productos identificados.

#### **6.4.5. Tratamiento de la información**

721. Como parte de sus argumentos, las cadenas investigadas criticaron la manera en la que se elaboró las series de precios de la Resolución de Inicio y del Informe Técnico. En ese sentido, sus argumentos se centraron en el tratamiento de la base de datos utilizada y en la metodología de cálculo de la serie de precios.
722. En relación al primer punto, las empresas indicaron que el uso de filtros para el cálculo de la serie de precios, como la eliminación de los registros con cantidades positivas y valores de venta iguales a cero, podrían alterar el precio calculado.
723. Respecto a la metodología de cálculo de las series de precios, las Investigadas argumentaron que el precio promedio simple utilizado en la Resolución de Inicio no permitía recoger adecuadamente la variabilidad que presenta el precio ya que estos suelen fluctuar según las cantidades adquiridas, la zona donde se compra, y los días de la semana<sup>382</sup>. Para el caso del Informe Técnico, las Investigadas

---

<sup>381</sup> Este hecho se puede apreciar en las series de costos, donde los productos que provee Abbott (Ensure, Pediasure y Similac) mostraron incrementos de costos entre enero, febrero y marzo de 2009.

<sup>382</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014, al escrito de descargos de Eckerd del 21 de enero de 2014, al escrito de descargos de Fasa del 20 de enero de 2014 y al escrito de descargos de Mifarma del 24 de octubre de 2012.

alegaron que para que las cadenas pudieran calcular el precio mediana tenían que realizar un censo diario<sup>383</sup>. Por ello, las Investigadas propusieron el uso del precio mínimo<sup>384</sup> y el precio promedio ponderado<sup>385</sup>, el cual toma en cuenta el tamaño relativo de cada precio según el número de unidades vendidas. Por otro lado, indicaron que para utilizar el precio promedio simple se debía realizar un análisis de resistencia estadística que muestre que dicha medida es invariante ante valores extremos<sup>386</sup>.

724. Adicionalmente, señalaron que la frecuencia utilizada en el análisis de los precios no era adecuada. En particular, las Investigadas argumentaron que el uso de precios promedios semanales en los gráficos contenidos en la Resolución de Inicio redujo el impacto de aquellas políticas comerciales que influyen en el comportamiento de los precios durante la semana como, por ejemplo, los descuentos que Mifarma otorga los días lunes. Como consecuencia de ello, las investigadas propusieron el uso de precios promedios diarios<sup>387</sup>.
725. Teniendo en cuenta estos cuestionamientos, a efectos de la elaboración de la presente Resolución, esta Comisión decidió hallar una medida de valor de tendencia de central idónea y que sirva para observar adecuadamente el comportamiento de los precios en el período investigado. El procedimiento utilizado para realizar los ajustes señalados ha sido detallado en el Anexo 4.
726. La evaluación de la conducta investigada parte de la información de ventas de los productos de las empresas en el periodo 2008 - 2009. De acuerdo con las comunicaciones, la conducta investigada habría buscado incrementar los precios de venta al público o al consumidor final. Por ello, se excluyó del análisis las ventas realizadas por las empresas investigadas a empresas de seguros, droguerías, entre otros<sup>388</sup>. Asimismo, las comunicaciones indican que el ajuste de precios sería a nivel nacional, por lo que se evaluó conjuntamente la información de ventas en Lima y el resto de departamentos del Perú.
727. Una característica de la conducta investigada es la forma en la cual las cadenas habrían monitoreado su ejecución, para verificar si sus competidoras efectivamente cumplían con las coordinaciones realizadas a través de sus

---

<sup>383</sup> De acuerdo al escrito de alegatos de Mifarma del 9 de junio de 2016 y del 27 de julio de 2016.

<sup>384</sup> De acuerdo al escrito de alegatos de Fasa del 8 de junio de 2016, de Mifarma del 9 de junio de 2016 y del 27 de julio de 2016.

<sup>385</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014 y al escrito de descargos de Eckerd del 21 de enero de 2014.

<sup>386</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>387</sup> De acuerdo al escrito de descargos de Fasa del 20 de enero de 2014 y al escrito de descargos de Mifarma del 24 de octubre de 2012.

<sup>388</sup> Cabe precisar que los precios de los productos farmacéuticos y afines para otras cadenas, boticas, farmacias, clínicas, empresas prestadoras de salud, entre otras, contarían con descuentos especiales derivados de convenios entre la cadena y este tipo de clientes. Tampoco se han considerado otros datos que podrían afectar el análisis realizado, como por ejemplo, las notas de crédito. Al respecto, en el Anexo 4 se describe de forma detallada el procedimiento que se ha seguido para el tratamiento de los precios de venta al público.

proveedores. Para ello, recababan regularmente información acerca de los precios de venta al público de las demás cadenas (mecanismo denominado por ellas como «levantamiento de precios») mediante la compra de determinados productos<sup>389</sup>. Al respecto, las comunicaciones muestran que se realizaban compras de determinados productos y que estos eran remitidos por los proveedores para que se pudiera verificar el cumplimiento de la presunta conducta anticompetitiva.

728. Las cadenas han señalado que el mecanismo de levantamiento de precios habría tenido una frecuencia mensual, semanal e incluso diaria<sup>390</sup>. Adicionalmente, las comunicaciones revelan que el monitoreo implicaba la recolección de boletas de venta de determinados productos, las cuales eran remitidas por el proveedor a las cadenas; que contenían información sobre transacciones puntuales de un producto en un determinado día asociado a un número reducido de unidades de cada producto<sup>391</sup>. Por ello, se considerará que el monitoreo de precios se efectuaba sobre los precios de venta al público diarios a través de compras del producto de un número reducido de unidades por transacción en los locales de las cadenas.
729. Cabe indicar que las empresas investigadas han señalado que los precios diarios que se utilice en la evaluación de los precios de venta al público deberían representar adecuadamente los precios cobrados por ellas. En particular, las cadenas han señalado que los precios de venta pueden diferir en el día y entre locales, por lo que la medida de tendencia central que represente adecuadamente los precios de venta debe ser robusta<sup>392</sup>. Entre las medidas que, a consideración de las Investigadas, deberían ser consideradas están el precio mínimo y el precio promedio ponderado como se mencionó líneas arriba.
730. Se considera que las cadenas no podrían observar el precio mínimo mediante el monitoreo que realizaban. El precio mínimo es un valor extremo no típico de la serie de precios diarios, siendo un valor difícil de ser observado por las cadenas. En efecto, el número de transacciones con el precio mínimo solo representó el

---

<sup>389</sup> No obstante, las cadenas investigadas aseguraron en sus descargos que el seguimiento de precios que realizaban es una práctica común en el mercado y que les permite hacer ajustes a sus precios siguiendo el comportamiento de la competencia. Al respecto, revisar el escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014, de BTL del 25 de octubre de 2012, de Eckerd del 30 de octubre de 2012, de Fasa del 30 de octubre de 2012 y de Mifarma del 24 de octubre de 2012.

<sup>390</sup> Al respecto, revisar el escrito de descargos de Fasa del 30 de octubre de 2012 y de Mifarma del 24 de octubre de 2012.

<sup>391</sup> El monitoreo implicaba la compra de un número bajo de unidades del producto. Por ejemplo, el correo 35 contiene boletas de venta del producto Electrolal NF Fresa Fco x 1000ML con transacciones de un máximo de una unidad. También se realizaban compras de bajo volumen en el caso de productos cuya presentación era de volúmenes mayores. Por ejemplo, el correo 14 contiene boletas de venta del producto Fluimucil 100 Mg. x 30 Sob de diversas cadenas que son remitidas por un laboratorio; a pesar que este producto se comercializa en cajas de 30 sobres, las boletas contienen información de la compra de 3 unidades de dicho producto. Por otra parte, los correos 34 y 37 contienen boletas de venta del producto Zalciar; dicho producto es comercializado en cajas de 30 y 60 unidades, sin embargo, en las boletas solo se pueden observar transacciones de un máximo de dos unidades.

<sup>392</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012. Una medida es robusta si es invariable a valores extremos, como se detalla en el Anexo 4 de la presente Resolución.

1.5%<sup>393</sup> de las transacciones totales, porcentaje que se reduce a 0.5% si se consideran los días que tienen transacciones con distintos precios<sup>394</sup>.

Adicionalmente, el precio mínimo no sería un valor observado por las cadenas si se considera la forma como realizaban el monitoreo de precios a través de la adquisición de bajo volumen por producto<sup>395</sup>. Al respecto, el número de unidades por transacción que fueron adquiridas al precio mínimo fueron 1.34 veces<sup>396</sup> las unidades adquiridas en una transacción promedio, proporción que se incrementa

---

<sup>393</sup> Del total de 10 782 602 de transacciones, solo en 159 378 se obtuvo el precio mínimo.

<sup>394</sup> Hay días donde no se registra precios por transacción distintos en el día debido a que solo hay una transacción o porque todas las transacciones en el día tuvieron el mismo precio. Por ejemplo, en el caso de Arcángel el día 16 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas solo tuvo una transacción por lo que el precio mínimo sería igual a cualquiera de las medidas de tendencia central que se quieran calcular. Por otro lado, el día 17 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas tuvo dos transacciones por lo que el precio mínimo sería igual a cualquiera de las medidas de tendencia central que se quieran calcular.

<sup>395</sup> Como parte de sus argumentos para sostener que el precio mínimo diario es una mejor medida, Mifarma, en sus escritos del 9 de junio y 27 de julio de 2016, señaló que las cadenas fácilmente podían detectar los desvíos del acuerdo de precios, observando precios por debajo del precio presuntamente acordado entre ellos, el precio mínimo. Para sustentar dicha afirmación, calcularon el total de transacciones necesarias para que la probabilidad de no encontrar un precio por debajo del nivel acordado sea menor a 10%, considerando un nivel de confianza del 90% y utilizando el porcentaje de transacciones diarias que están por debajo de dicho precio en el periodo del acuerdo. Cabe señalar que el valor máximo de 10% es un elemento importante en el análisis planteado en la medida que permite concluir cuantas transacciones son necesarias para que la probabilidad de no encontrar un precio por debajo del nivel acordado sea suficientemente baja, o cuantas transacciones se requerían para detectar el desvío. Mifarma llegó a la conclusión que para detectar el desvío del acuerdo era necesario realizar un número de compras menor al 1% del total de transacciones.

En relación a dicho argumento, es pertinente precisar por Mifarma no señala los supuestos que considera en el análisis planteado, por lo que no se puede conocer si las conclusiones a las que arriba son correctas. En particular, Mifarma considera un nivel de confianza del 90% pero no se señala el modelo estadístico asociado en el análisis planteado. Se establece un valor máximo de 10% para la probabilidad de encontrar un precio por debajo del nivel de precio; sin embargo, no señala si dicho valor está asociado al nivel de confianza o si es un valor elegido de manera discrecional. En el caso que esté asociado al nivel de confianza, el 10% se podría interpretar como el nivel de significancia, y así la probabilidad de encontrar un precio por debajo del nivel de precio planteada sería equivalente a un p-value (valor p). Sin embargo, Mifarma no señala el sustento del análisis planteado, tomando en cuenta que el p-value es la probabilidad que un estadístico de un grupo de datos analizados sea igual o diferente a un valor dado condicionado a un modelo estadístico específico.

Por otro lado, el cálculo del porcentaje de transacciones que eran necesarias para detectar desvíos del acuerdo se ha realizado considerando como el total de transacciones a todas aquellas realizadas en el periodo que duró el acuerdo (es decir, consideró la suma de transacciones de varios días). Sin embargo, en el análisis planteado por Mifarma se considera el número de transacciones diarias, por lo que el porcentaje de transacciones debería ser calculado respecto al número de transacciones diarias (promedio) y no sobre el número total de transacciones del todo el periodo que duró el acuerdo.

Por último, como se señala más adelante, en el periodo del acuerdo las empresas infractoras registraron precios mediana al nivel del precio acordado en las comunicaciones. El precio mediana es un valor de tendencia central de precios y representa los valores típicos de precios de cada cadena. En ese sentido, en el periodo del acuerdo transacciones con precios por debajo del precio mediana o del precio acordado (en el periodo del acuerdo eran el precio mediana y el precio acordado eran similares), que incluyen precios mínimos, serían valores atípicos que difícilmente eran observados por las cadenas de acuerdo a la forma como realizaban el monitoreo de precios. Así, en el periodo del acuerdo el precio mínimo sería un valor extremo no típico de la serie de precios diarios, siendo un valor difícil de ser observado por las cadenas.

<sup>396</sup> Por ejemplo, el día 14 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas tuvo seis transacciones en la cadena Arcángel. De las tres transacciones solo en una se registró al precio mínimo; en dichas transacciones se vendieron cuatro (4) unidades del producto que dos (2) veces de lo que se compró en el resto de transacciones.

El número 1.34 corresponde al promedio del ratio diario del volumen de cada transacción que reporta el precio mínimo con el volumen por transacción general, es decir de todas las transacciones.

a 1.51 si se consideran los días que tienen transacciones con distintos precios. Así, es posible afirmar que las transacciones realizadas con el precio mínimo corresponderían a compras de mayor volumen y no habrían formado parte del monitoreo realizado por las cadenas.

731. Por otro lado, tomando en cuenta la información proporcionada por las empresas investigadas, la dispersión de precios que puede presentarse en sus locales en un determinado día, y la forma cómo realizaron el monitoreo de precios, las empresas investigadas habrían observado un valor de tendencia central de la serie de precios diario al público de las cadenas rivales.

En efecto, las cadenas monitoreaban los precios de las cadenas rivales de manera mensual, semanal e incluso diaria mediante compras de productos de bajo volumen por transacción en los locales de las cadenas.

Considerando que en un día se realizan varias transacciones a distintos precios y que el monitoreo involucraba la compra de productos para verificar el precio de la cadena competidora, el precio observado por las cadenas sería aquel que corresponda a un valor que está al centro de la distribución de los precios diarios, es decir un valor típico de la serie de precios, el cual corresponde a un valor de tendencia central de la serie de precios<sup>397</sup>.

732. Así, se evaluó distintas medidas de valor de tendencia central, como el promedio ponderado diario, el promedio diario, la mediana diaria y la moda diaria<sup>398</sup>. El análisis consideró diversas variables, tales como si la medida pudo ser observada por las empresas investigadas, el nivel de variabilidad o dispersión de los precios diarios alrededor de la medida y si la medida es robusta ante presencia de valores extremos.
733. En relación al precio promedio ponderado por cantidades como valor de tendencia central –medida que, según las empresas investigadas, es la que debería utilizarse en el presente caso–, es necesario advertir que existen determinadas dificultades para su aplicación. En particular, el cálculo del precio promedio ponderado requeriría que las cadenas conozcan el número exacto de unidades que vendía cada uno de sus competidores por día, lo cual habría requerido a su vez de un censo diario o de un muestreo representativo. Ello habría resultado muy complicado y costoso, ya que el número de unidades vendidas por cada cadena y producto no es constante en el tiempo y, por lo tanto, no constituye un valor idóneo para el cálculo de una muestra representativa. En consecuencia, no es probable que las cadenas hayan utilizado dicha medida como aproximación a los precios diarios que cobraban las empresas competidoras.
734. En cambio, al comparar los precios promedio, mediana y moda como valores de tendencia central, se revela que el precio mediana representaría una medida

---

<sup>397</sup> Las medidas de tendencia central resumen el valor típico de una variable. WEISBERG Herbert, *Central Tendency and Variability*, Edición 83, SAGE, 1992, página 15.

<sup>398</sup> Para mayor información sobre estas medidas de tendencia central, revisar: WEISBURD, David y BRITT, Chester. *Statistics in Criminal Justice*. Springer, 2007, página 65-93.

adecuada. El análisis, detallado en el Anexo 3, consistió en comparar las medidas de valor de tendencia central señaladas tomando como criterios la dispersión y la robustez de cada medida. En relación con la dispersión se consideró el coeficiente de variación asociada a cada medida<sup>399</sup>. En el análisis de robustez se calculó la sensibilidad de cada medida ante los valores *outliers* o extremos utilizando muestras restringidas, siendo más robusta aquella medida que presentara menores cambios ante la presencia de valores *outliers*.

735. El análisis realizado permitió determinar que el precio promedio diario es la medida menos robusta, ya que solo un 57% de los datos no cambiaron cuando se eliminaron observaciones en la muestra, a diferencia de lo ocurrido con las otras medidas examinadas.
736. El precio moda diario, al ser el precio más recurrente en un día, podría ser una aproximación adecuada al precio de venta diario que utilizaban las cadenas para observar el precio de sus competidoras. Sin embargo, el precio moda genera una pérdida de observaciones en 6.6% respecto del total de datos analizados. Incluso, si se analiza la información de cada cadena, el nivel de pérdida de datos por producto se incrementa hasta el 46% de las observaciones disponibles entre el 2008 y 2009<sup>400</sup>.
737. Ello se debe a que, en algunos casos, la información diaria no presenta un solo precio moda, sino varios, lo cual refleja la característica multimodal de la serie de precios diaria. Este aspecto podría dificultar el monitoreo de los precios de las cadenas competidoras si utilizan el precio moda, debido a que pueden contar con más de dos medidas alternativas para ciertos días: un «precio moda mínimo diario» o un «precio moda máximo diario». Teniendo en cuenta que no existe un criterio específico para determinar cuál de dichas medidas sería la más adecuada, se considera que ni el precio moda mínimo ni el precio moda máximo podrían representar efectivamente el precio diario más recurrente.
738. En cambio, a partir del análisis realizado en el Anexo 3, se tiene que el precio mediana diario es una medida robusta ante la presencia de valores extremos, poco dispersa y no elimina información como el precio moda. El resultado anterior contrasta con el hecho que la mediana, en general, es una medida que tiene la ventaja de ser más estable y robusta respecto a la media ante la presencia de valores *outlier*<sup>401</sup>.
739. Adicionalmente, el precio mediana es igual al precio moda diario en más del 80% de los casos, lo cual corroboraría que existe cierta similitud entre estas medidas y que el precio mediana se asemejaría en gran medida al que sería el precio más

---

<sup>399</sup> El coeficiente de variación indica la magnitud de la desviación estándar de un grupo de datos con relación al valor medio. La desviación estándar es la raíz cuadrada de la varianza, siendo la varianza al promedio de la diferencia entre las observaciones y la medida de tendencia central al cuadrado. El coeficiente de variación es igual al ratio entre el valor medio y la desviación estándar. La principal ventaja del coeficiente de variación es que no es sensible a la escala de medida (o al nivel de precios en nuestro caso), permitiendo la comparación entre distribuciones o medidas de tendencia central.

<sup>400</sup> El precio moda elimina el 46% de las observaciones en el caso del producto N° 56 para Mifarma.

<sup>401</sup> OECD, Guidelines for Micro Statistics on Household Wealth, 2013, página 164. DEATON, Angus. *The Analysis of Household Surveys A Microeconomic Approach to Development Policy*, 1997, World Bank, pag 59.

recurrente en un día determinado. Por ello, se considera al precio mediana como una medida de valor de tendencia central idónea para la aproximación al precio diario que monitoreaban las empresas investigadas.

740. Los escritos de alegatos de Eckerd de 8 de junio de 2016 y de Mifarma de 09 de junio de 2016 señalaron que, a partir del análisis de todas las transacciones de las cadenas, los precios de los productos investigados correspondientes a un día y para la misma cadena eran diferentes, mostrando dispersión, lo cual no sería coherente con una práctica concertada.
741. Lo sostenido por las Investigadas es consecuencia de un análisis realizado a partir de todas las transacciones involucradas en los productos investigados de las cadenas, información que fue remitida por las Investigadas en el marco del presente procedimiento. Sin embargo, sus conclusiones no son sostenibles pues para realizar dicho análisis era necesario contar con la información de todas las transacciones de las cadenas investigadas, escenario que no era posible pues ninguna de las empresas tenía la disponibilidad de dicha información durante el periodo investigado.
742. Las comunicaciones revelan que las cadenas realizaban actividades de monitoreo para obtener información de los precios de sus competidoras a nivel horizontal. Como se ha señalado anteriormente, el monitoreo se basaba en realizar compras específicas de los productos en los establecimientos de sus competidores. Las cadenas solo podían observar los precios de determinadas transacciones y no los precios de todas las transacciones de la cadena competidora. En tal sentido, el precio que podían observar las cadenas correspondía al valor típico de los precios, es decir un valor de tendencia central, que viene a ser el precio mediana, tal como se ha señalado anteriormente.

En línea con lo anterior, las Investigadas no observaban todos los precios de las cadenas para cada producto, sino solo el precio mediana que corresponde a un valor típico de los precios diarios cobrados por estas. Así, la práctica concertada buscó incidir en el precio de los productos que las cadenas podían observar entre sí, es decir en el precio promedio que corresponde al precio mediana. La dispersión de precios indicada por las Investigadas no era observable por ellas. En ese sentido, lo señalado por las Investigadas no contradice la existencia de una práctica concertada que afectó el precio de venta al público de los productos, medido por el precio mediana.

#### **6.4.6. Análisis de sustituibilidad**

743. Las investigadas argumentaron que la realización de una práctica anticompetitiva entre las cadenas de farmacias no tendría sustento puesto que los productos investigados no cuentan con patentes, además existe un gran número de fuentes de aprovisionamiento donde los consumidores pueden comprar productos farmacéuticos y otros productos; y los consumidores podían revisar los precios de los productos en las cadenas de farmacias y boticas independientes mediante el

sistema de seguimiento de precios de la Digemid<sup>402</sup>. Entre las fuentes de aprovisionamiento alternativas que tiene el consumidor se mencionan a las farmacias de ESSALUD y el SIS y a las farmacias de las clínicas privadas, así como a las farmacias y boticas independientes. Esto mostraría que la demanda tendría posibilidades de desviarse hacia opciones de compra más baratas.

744. Sobre el particular, se debe precisar que el sistema de información de precios farmacéuticos entró en vigencia con la Resolución Ministerial 040-2010/Minsa. Luego, el sistema de precios referido se implementó en una fecha posterior al periodo de la realización del acuerdo y no habría permitido a los consumidores realizar el seguimiento indicado de precios de las cadenas e independientes.
745. En efecto, las fuentes de aprovisionamiento en la comercialización minorista de productos farmacéuticos y otros productos son: las boticas y farmacias privadas; las entidades públicas como el MINSA o ESSALUD; y las clínicas privadas. Sin embargo, de todas las fuentes de aprovisionamiento el consumidor peruano muestra una alta preferencia por farmacias o boticas privadas. Así, como se mencionó anteriormente, en los años 2008 y 2009, el gasto en medicamentos realizado en farmacias y boticas privadas alcanzó el 87% y 88%, respectivamente.
746. Asimismo, durante el período comprendido entre 2004 y 2010, en promedio, el 86% del gasto en medicamentos fue efectuado en farmacias y boticas privadas y el 14% restante se realizó en establecimientos de salud públicos, clínicas privadas y otros lugares de venta de medicamentos.
747. De igual manera, respecto de la adquisición de otros productos, los consumidores peruanos también muestran una mayor preferencia por realizar las compras en las boticas y farmacias. Como se ha señalado anteriormente, la ENAPREF muestra que más del 85% de las personas que compran preparados para lactantes y preparados complementarios lo realizaron a través de las boticas y farmacias dejando de lado a los supermercados, mercados y bodegas.
748. Por otra parte, la mayor preferencia del consumidor por las boticas y farmacias privadas está relacionado con el número de establecimientos que estas poseen, lo que les permite estar cerca de la demanda, aspecto que es valorado por los consumidores. De esta forma, las boticas y farmacias tendrían ventajas en la provisión de medicamentos y otros productos respecto a otros establecimientos en razón de su cercanía al consumidor y a la mayor variedad de productos que ofrecen. Estas características diferenciarían a las boticas y farmacias de otros establecimientos en la venta minorista de medicamentos y otros productos por lo que no existiría competencia efectiva entre estos canales.
749. Por otro lado, las boticas y farmacias privadas se pueden dividir en cadenas de farmacias e independientes. Estas se diferencian entre sí en diversos aspectos que resultan relevantes para el consumidor.

---

<sup>402</sup> De acuerdo con los escritos de alegatos de BTL del 17 de junio de 2016 y del 27 de Julio de 2016; y de Nortfarma del 2 de Julio de 2016.

750. Ciertamente, las cadenas ofrecen una amplia gama de productos farmacéuticos (éticos y OTC) y otros productos (como, por ejemplo, complementos nutricionales), lo cual le permite al consumidor realizar la compra de productos diversos en un solo establecimiento. Asimismo, cada cadena cuenta con un mayor número de locales que las boticas independientes, lo que les permite un mejor manejo de los inventarios de los productos asegurando la disponibilidad de los mismos en el punto de venta.
751. Esta mayor gama de productos genera que las cadenas puedan registrar mayores ventas por local respecto de las independientes. Como se mencionó en la Sección V, en el 2009 las cadenas registraron aproximadamente S/. 948 mil en ventas por cada local mientras que las independientes solo alcanzaron aproximadamente S/. 90,4 mil por cada local.
752. Además, las cadenas realizan compras en grandes volúmenes, lo cual les permite reducir los costos unitarios de adquisición y acceder a descuentos (o, en general, a mejores condiciones comerciales) por parte de los laboratorios y distribuidores mayoristas<sup>403</sup> y, finalmente, ejercer un mayor poder de negociación frente a dichos proveedores.
753. Por otro lado, como se señaló anteriormente, las cadenas buscan brindar una mejor atención a sus consumidores mediante el ofrecimiento de diversos servicios. Entre estos se pueden mencionar: (i) mejor atención a los consumidores mediante el uso de locales más grandes, uso de equipamiento moderno, capacitación al personal y servicios de *delivery*; (ii) servicios complementarios mediante programas de atención médica o de asesoría de salud alimentaria, servicios de inyectables y medidas de presión para los consumidores; (iii) servicios adicionales mediante plataformas para el pago de servicios públicos, agentes financieros y ventas de entradas a eventos.
754. Así, se puede concluir que las cadenas tienen diversas ventajas en ingresos por local, número de locales y costos, en comparación con las boticas y farmacias independientes; además poseen importantes elementos diferenciadores que les permiten atraer una mayor cantidad de consumidores a sus locales. Estas características reducirían la competencia efectiva que pudiera ocurrir entre las cadenas y las boticas y farmacias independientes.
755. Por otra parte, las Investigadas también argumentaron que los productos presuntamente concertados poseen un gran número de productos sustitutos y equivalentes en el mercado<sup>404</sup>. Para sustentar la afirmación, se basaron en el informe remitido por la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas –

---

<sup>403</sup> SEINFELD, Janice y LA SERNA, Karlos *¿Por qué la protección de los datos de prueba en el mercado farmacéutico no debe ser un impedimento para firmar el TLC con los EEUU?* Universidad del Pacífico, Documento de Trabajo, DD/05/06, Setiembre 2005, página 96.

<sup>404</sup> De acuerdo con los escritos de alegatos de Fasa del 8 de junio de 2016; Mifarma del 9 de junio de 2016; BTL del 17 de junio de 2016 y del 27 de julio de 2016; de Nortfarma del 2 de julio de 2016; y de Arcángel del 27 de julio de 2016.

DIGEMID mediante Oficio 1753-2014-DIGEMID-DG-DAUM-EOPPF/MINSA (en adelante, el Informe de Digemid) del 26 de agosto de 2014.

756. El Informe de Digemid hace un listado de las ventas en unidades y valores de un grupo de productos farmacéuticos; su clasificación según la categoría ATC (Anatomical, Therapeutic, Chemical)<sup>405</sup> a la que pertenece; el laboratorio que lo produce; y si se expende con receta médica. Dicho grupo de productos incluyen a los que son investigados y a aquellos que se encuentran clasificados dentro de la misma categoría ATC.
757. Según las empresas el número de productos sustitutos para los productos investigados sería alto, si se consideran aquellos que están dentro de la misma categoría ATC, con lo que la hipótesis de concertación de precios queda debilitada pues los consumidores podrían optar por comprar el producto sustituto de aquel que presenta un incremento de su precio producto de la concertación<sup>406</sup>.
758. Al respecto, se debe precisar que la demanda de productos farmacéuticos se diferencia de otros productos debido a que en la decisión de compra intervienen otros agentes distintos al paciente (consumidor final) como el médico o el químico farmacéutico<sup>407 408</sup>. El papel que cumple cada agente dependerá de si el paciente requiere de receta médica o no para adquirir los productos.
759. En el caso de los medicamentos que se venden con receta (medicamentos éticos), la decisión de compra recae en el médico que se encarga de hacer el diagnóstico, escoger entre diferentes tratamientos y realizar la prescripción o receta médica. En el caso de los medicamentos que se venden sin receta médica (medicamentos

---

<sup>405</sup> El sistema ATC identifica los productos farmacéuticos tomando en cuenta cinco niveles en la clasificación: (i) el primer nivel o nivel anatómico, (ii) el segundo nivel o subgrupo terapéutico, (iii) el tercer nivel o subgrupo farmacológico, (iv) el cuarto nivel o subgrupo químico, (v) nombre del principio activo usando la DCI. Ver: WHO COLLABORATING CENTRE FOR DRUG STATISTICS METHODOLOGY, *Guidelines for ATC classification and DDD assignment* 2013. Oslo, 2012.

<sup>406</sup> Sobre el Informe de Digemid, Fasa, en su escrito de 08 de junio de 2016, concluye que los setenta y seis (76) productos investigados contaban con al menos novecientos treinta y cinco (935) productos sustitutos; por otro lado Mifarma, en su escrito de 09 de junio de 2016, menciona que cuarenta y tres (43) de los sesenta (60) medicamentos analizados poseen productos sustitutos mientras que los quince (15) nutrientes generales poseen sustitutos cercanos en otras marcas; además BTL, en su escrito de 17 de junio de 2016, menciona que todos los productos investigados cuentan con sustitutos adecuados por lo que la sensibilidad de la demanda al precio del producto farmacéutico es alta.

Cabe precisar que el informe de Digemid no se refiere a la sustituibilidad de medicamentos de manera expresa ni a los criterios que se pueden utilizar para evaluar si un producto es sustituto a otro. Digemid solo ofrece información de la clasificación que utiliza para los medicamentos comercializados en el territorio nacional.

<sup>407</sup> Cleanthous, Paris, *Evaluating Innovation in the Pharmaceutical Industry*, New York University, Abril 2004, p 13.

<sup>408</sup> A diferencia de otros mercados donde el consumidor escoge el producto, la cantidad y el método de pago; en el mercado de medicamentos la decisión de compra es compartida entre el paciente, el médico y el químico farmacéutico. Esto se debe a que el consumidor no posee la información completa sobre los costos de los distintos tratamientos que le permitan curarse, de manera que no tiene la oportunidad de escoger ellos a menos que incurra en costos por el aprendizaje. Es así que la decisión de compra se inicia con la consulta al médico quien debe escoger el tratamiento que brinde el máximo beneficio a su paciente; el médico evaluará su experiencia previa y la historia clínica del paciente para elegir el medicamento que recetará entre todos los que puedan curar al paciente ya que un medicamento puede impactar de manera diferente a un grupo de pacientes. Crawford, Gregory and Shum, Matthew, *Uncertainty and Learning in Pharmaceutical Demand*, *Econometrica*, Vol. 73, No. 4, July 2005, p 1137–1173.

populares u OTC) los pacientes no requieren ir a un médico previamente; sin embargo, su decisión de compra estaría influenciada por la información que le proporciona el químico-farmacéutico en el punto de venta. En efecto, en el momento de la compra el químico-farmacéutico puede ofrecer las alternativas al paciente orientando la compra hacia un producto en particular.

760. A diferencia de lo que señalan las Investigadas, la decisión del consumidor de sustituir un producto por otro estaría limitada. En efecto, la mayoría de productos investigados se venden con receta médica. Según el Informe de Digemid, cincuenta y ocho (58) de los setenta y cinco (75) productos investigados se expenden con receta médica. De los diecisiete (17) restantes, quince (15) corresponden a productos asociados al cuidado nutricional de niños y adultos mientras que dos (2) corresponden a medicamentos.
761. La mayoría de productos se venden con receta médica. Así, la decisión del consumidor de sustituir un medicamento por otro se encuentra determinada por la decisión del médico<sup>409</sup>, e influenciada por la sugerencia que realiza el personal en el local de la cadena (químico-farmacéutico), quien brinda de información relevante al consumidor<sup>410</sup>. Por su parte, en el caso de los productos que se venden sin receta la decisión de sustituir un producto por otro se encuentra influenciada por la información que brinde el personal de la cadena en el local.
762. Asimismo, una forma de evaluar el nivel de sustitución que enfrentaron los productos que formaron parte del acuerdo colusorio es a través de la relación entre los precios y los ingresos por ventas. En general, si los ingresos de las cadenas se incrementan ante un incremento de precios de los productos, ello reflejaría que el incremento de los precios no supuso una migración importante de consumidores hacia otros productos de forma tal que los ingresos que percibieron las cadenas no se vieron afectados. Por lo tanto, un acuerdo de precios sobre este tipo de productos habría sido beneficioso para las cadenas en la medida que no enfrentaban sustitutos cercanos<sup>411</sup>.
763. Al respecto, si se compara los ingresos<sup>412</sup> obtenidos por las cadenas una semana antes a la semana de la fecha referente donde se coordinó la realización del acuerdo colusorio con los ingresos obtenidos por las cadenas una semana

---

<sup>409</sup> Según el artículo 26 de la Ley 26842, Ley General de Salud, los médicos, cirujanos dentistas y las obstetras están autorizados a prescribir medicamentos y deben consignar obligatoriamente su Denominación Común Internacional (DCI) que es la denominación oficial con que se reconoce a un principio activo farmacológico.

<sup>410</sup> Según el artículo 33 de la Ley 26842, Ley General de Salud, el químico-farmacéutico está facultado para ofrecer al usuario alternativas de medicamentos química y farmacológicamente equivalentes al prescrito en la receta, en igual forma farmacéutica y dosis.

<sup>411</sup> En el caso de productos con una demanda inelástica, un incremento en el precio de los productos genera un aumento de los ingresos totales debido a que el efecto del precio predomina sobre el efecto de las cantidades. Mankiw, N. Gregory, Principles of Microeconomics, Cengage Learning, Febrero 2014, p 94-95.

<sup>412</sup> Se consideran ingresos reales, tomando como deflactor el Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana mensual con base en el año 2009 de la siguiente forma: Ingreso real = (Ingreso corriente \* 100) / Deflactor, donde el Deflactor es el IPC mensual. Por ejemplo, si el ingreso obtenido por la venta de un producto durante la primera semana de 2008, equivale a S/. 11,504.13 y el IPC de enero de 2008 equivale a S/. 93.84, entonces el ingreso real será igual a:  $(11,504.13 * 100) / 93.84 = S/. 12,259.16$ .

después<sup>413</sup>, se observa que en cuatro (4) de las seis (6) fechas referentes, que agrupan al 92% de los productos investigados, los ingresos totales se incrementaron a pesar del incremento del precio<sup>414</sup>.

764. Por estas consideraciones, se concluye que los consumidores enfrentarían limitaciones para sustituir los productos bajo análisis. La mayoría de productos se adquirieron con receta médica, donde la decisión de los consumidores de sustituirlos por otros productos dependió de la decisión del médico en primer término. Asimismo, en todos los productos el personal (químico-farmacéutico) de la cadena en el local brinda información relevante al consumidor que afecta la decisión de sustituir un producto por otro. Así, el incremento del precio de los productos no supuso un desplazamiento importante de los consumidores a otros productos en la medida que en las fechas referentes que agrupan al 92% de los productos el incremento de precios estuvo acompañado por un incremento de las ventas.

#### **6.4.7. Comportamiento independiente y ajuste tendencial**

765. Mifarma<sup>415</sup> señaló que los cambios en los precios de nueve (9) productos<sup>416</sup> se deben a su accionar independiente. Indica que una característica relevante del mercado farmacéutico es el monitoreo constante de los precios de la competencia; la información obtenida era utilizada para realizar cambios en los precios de sus productos.

766. Al respecto, si bien el monitoreo de precios se puede utilizar como un mecanismo para competir en el mercado, la evidencia revela que el monitoreo de precios se utilizó como mecanismo para que las cadenas coordinen el incremento de precios de los productos involucrados. Luego, los cambios de precios observados en las fechas específicas señaladas en el análisis de episodios de la sección 6.3., solo pueden explicarse por un comportamiento coordinado de las cadenas que buscaba incrementar los precios de venta al público de diversos productos y no a un posible comportamiento independiente.

767. Por otro lado Mifarma<sup>417</sup> señaló que los incrementos de precios de quince (15) productos<sup>418</sup> podrían explicarse por la existencia de ajustes tendenciales de los

---

<sup>413</sup> Por ejemplo, el producto N° 3 Aneurin Forte Caja x30 Grageas tiene como fecha referente el 1 de febrero de 2008; esta fecha corresponde a la quinta (5) semana del año 2008 por lo que se comparan los ingresos obtenidos por la venta de dicho producto durante la cuarta y sexta semana del año 2008. En la cuarta semana se reportaron ingresos reales por S/. 17,546.32 mientras que en la sexta semana, S/. 24,555.66 lo que representó un incremento del 39.95%.

<sup>414</sup> Las otras dos fechas referentes, que agrupan al 8% de los productos, el ingreso se redujo luego del incremento de precio. Sin embargo, los precios aumentaron en más del 13%, incremento superior al incremento de precios promedio observado en el resto de fechas.

<sup>415</sup> Escrito de Mifarma del 9 de junio de 2016.

<sup>416</sup> Corresponde a los productos N° 10, 15, 18, 24, 25, 44, 45, 60 y 72.

<sup>417</sup> Escrito de Mifarma del 9 de junio de 2016.

<sup>418</sup> Corresponde a los productos N° 3, 4, 12, 16, 17, 19, 41, 42, 43, 58, 67, 68, 69, 70 y 71.

precios, es decir por un comportamiento por el cual los niveles de precios retornan a un nivel de precios observado previamente, luego de un periodo de precios con niveles bajos.

768. Al respecto, Mifarma no precisa cuáles son las razones que explican el comportamiento de precios antes señalado, comportamiento por el cual los precios regresan a niveles en periodos anteriores luego de registrar niveles de precios bajos. En particular, no precisa las razones que determinan que los precios retornen a un nivel observado entre dos semanas a 3 meses previos. Se debe tomar en cuenta que pueden existir una serie de factores que explican el comportamiento indicado por Mifarma, incluyendo entre dichos factores la existencia de una práctica anticompetitiva. Del análisis desarrollado en la sección 6.3 se desprende que el incremento de precios realizado por Mifarma<sup>419</sup> solo puede explicarse por la existencia de una práctica anticompetitiva de fijación de precios. En ese sentido, el comportamiento de precios indicado por Mifarma se debe al accionar coordinado de las Investigadas.

## **6.5. Conclusiones**

### **6.5.1. Sobre la infracción acreditada**

769. Del análisis de los elementos de juicio que obran en el Expediente, conforme a lo desarrollado en las secciones anteriores, esta Comisión considera acreditado fuera de duda razonable que Arcángel, Fasa, Eckerd, Mifarma y Nortfarma participaron en una práctica colusoria horizontal que abarcó, en el periodo comprendido entre febrero de 2008 y marzo de 2009, coordinaciones sobre, por lo menos, treinta y seis (36) productos de cinco (5) laboratorios en seis (6) fechas distintas. Todas las coordinaciones acreditadas tuvieron características similares y fueron ejecutadas, como se ha señalado, en función a una misma resolución infractora, teniendo por objetivo esencial incrementar los precios de venta al público a un nivel previamente acordado.
770. La infracción acreditada se encuentra prohibida por los artículos 1 y 11.2 literal a) de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas y es sancionable bajo una prohibición absoluta, es decir, independientemente de las alegaciones que puedan esbozar las Investigadas en relación con las posibles justificaciones y efectos concretos de la conducta investigada.

### **6.5.2. Fechas de los incrementos de precios**

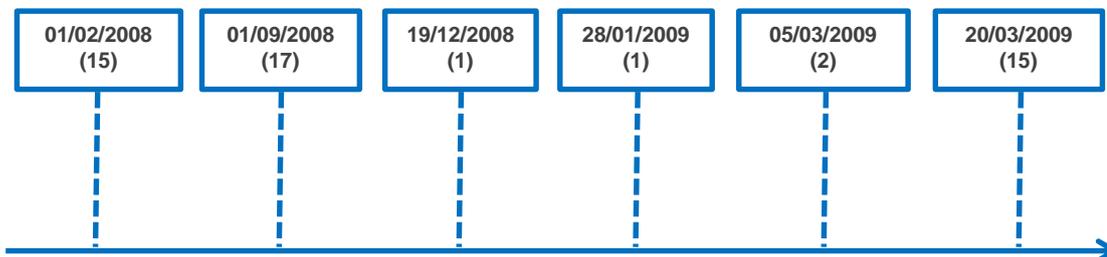
771. En cuanto a las fechas de los incrementos de precios, los treinta y seis (36) productos en los que esta Comisión encontró evidencia del incremento conjunto de precios se concentran en tres fechas durante el 2008 (entre febrero y diciembre) y tres fechas durante el 2009 (entre enero y marzo).

[Ver gráfico en la siguiente página]

---

<sup>419</sup> Correspondiente a los productos N° 27, 28, 29, 30, 31, 48, 49, 50, 51, 52, 61, 62, 63, 64, 65 y 75.

**Gráfico 64**  
**Fechas de incremento de precios\***



Fuente: Información entregada por las Investigadas  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

\* Los números entre paréntesis hacen referencia al número de productos sobre los que se tiene evidencia de la conducta colusoria.

772. Tres fechas referentes agrupan al 89% de los productos que forman parte de la práctica colusoria identificada: 1 de febrero y 1 de setiembre de 2008 (con 17 productos) y 20 de marzo de 2009 (con 15 productos). Se debe considerar que algunos productos incrementaron sus precios en más de una fecha referente. Específicamente, 15 productos incrementaron sus precios tanto el 1 de febrero de 2008 y el 1 de setiembre de 2008<sup>420</sup>. Las cadenas infractoras incrementaron los precios de los productos identificados en las fechas referentes señaladas en las comunicaciones y en fechas alrededor de estas.
773. En total, se identificaron ciento setenta y cinco (175) incrementos realizados en los treinta y seis (36) productos identificados<sup>421</sup>. Mientras que un 43% de dichos incrementos se dieron en la fecha referente<sup>422</sup>, otro 44% de estos sucedieron dos días antes o dos días después de las fechas referentes. El 13% restante de los incrementos se dieron más de dos días antes o después de dichas fechas.
774. Cabe destacar que este mecanismo de ajuste de precios es similar al encontrado en el caso de colusión entre cadenas de farmacias en Chile. En dicho caso, las cadenas chilenas incrementaron sus precios de manera progresiva y en días diferentes donde los periodos de ajuste tuvieron una extensión hasta de diecisiete

<sup>420</sup> En todos estos productos, el nivel de precios de la segunda fecha fue superior al nivel de precios de la primera fecha.

<sup>421</sup> Cabe recordar que, respecto de los incrementos de precios de cada producto, participaron un número determinado de empresas que no siempre coincidió con el número total de empresas investigadas. Así, por ejemplo, en el producto N° 3, cuyo aumento de precios se programó para el 1 de febrero de 2008, incrementaron sus precios tres empresas: Arcángel, Eckerd y Nortfarma. En este mismo producto, pero en el incremento de precios programado para el 1 de setiembre de 2008, estuvieron involucradas cuatro cadenas: Arcángel, Eckerd, Fasa y Nortfarma.

De esta forma, sumando el número de empresas que incrementaron sus precios en cada producto, se obtiene ciento setenta y cinco (175) incrementos en total. En setenta y seis (76) de ellos, las empresas incrementaron sus precios el mismo día de la fecha referente.

<sup>422</sup> Por ejemplo, en los productos que tuvieron como fechas referentes el 1 de febrero de 2008 y el 20 de marzo de 2009, en el 64% y el 70% de los casos registraron incrementos en las mismas fechas.

(17) días, concentrándose el 97.5% de los incrementos en un periodo de dos a seis días<sup>423</sup>.

### 6.5.3. Trato particular a Eckerd

775. Los incrementos de precios de la mayoría de productos siguieron un patrón: en el 92% de los casos en que Eckerd participó fue la última empresa que aumentó los precios de productos involucrados. Dicho patrón se observó principalmente en los productos que tenían como fechas referentes el 1 de setiembre de 2008 y 20 de marzo de 2009. Ello pudo haberle permitido obtener mayores beneficios durante el periodo de ajuste al mantener sus precios por debajo del nivel acordado<sup>424</sup>.
776. No solo eso. Las comunicaciones y el análisis de precios revelan que Eckerd podía tener un precio menor al resto de las demás cadenas<sup>425</sup>. Esta característica se observó en el 92% de los productos en los que Eckerd participó. De esta forma, en línea con lo señalado por lo Secretaría Técnica, el cártel mantuvo un trato diferenciado para Eckerd, al permitir que en la mayoría de productos fuera la última cadena en incrementar los precios y a un nivel inferior que el resto de cadenas.
777. Esta Comisión considera que este trato diferenciado habría buscado resolver los problemas de coordinación derivados de las diferencias existentes entre las cadenas que participaron en la práctica colusoria identificada. Debe recordarse, conforme a la descripción del mercado investigado, que en el 2009 las cadenas tenían distintas participaciones de mercado, donde Eckerd ostentaba una cuota de 40%, seguida por Arcángel con 15%, Fasa con 14%, BTL con 13%, ByS con 9%, Mifarma con 5%, y finalmente Nortfarma con 4%, aproximadamente, de las ventas realizadas.

Asimismo, Eckerd poseía la red de distribución más grande con trescientos ocho (308) locales durante el año 2009, seguida por Arcángel con ciento noventa y seis (196) locales, Fasa con ciento ochenta y dos (182) locales, BTL con ciento sesenta y seis (166) locales, ByS con ciento cincuenta y seis (156) locales, Mifarma con ciento dos (102) locales y finalmente Nortfarma con cincuenta y dos (52) locales.

778. Las diferencias señaladas se deberían a los distintos costos que enfrentan las cadenas. Al tener un gran número de locales y mayor volumen de ventas, Eckerd tenía la capacidad de realizar compras en grandes volúmenes con menores costos unitarios que sus competidoras<sup>426</sup>. Asimismo, según la información brindada por

---

<sup>423</sup> A propósito, revisar el considerando centésimo vigésimo octavo de la Sentencia N° 119/2012, emitida por el Tribunal de Defensa de la Competencia de Chile el 31 de enero del 2012.

<sup>424</sup> Como puede verse en la siguiente cita extraída del Correo 28: «(...) respecto a la diferencia de precios con IKF, existe un acuerdo con nuestra Gerencia General que en LPALBIS deberá haber un diferencial a favor de ellos en todos los prods. (...)».

<sup>425</sup> Ver el apartado 6.3.1. de la presente Resolución.

<sup>426</sup> Las empresas con distintos costos o heterogéneas pueden enfrentar problemas para llegar a un acuerdo o una estrategia cooperativa. Los problemas se deben a que la empresa de menor costo (más eficiente) buscará fijar un precio menor que las empresas de mayores costos (menos eficientes), de forma tal que las empresas menos eficientes obtendrían más beneficios si no acuerdan fijar un mismo precio. Sin embargo, es posible que empresas heterogéneas establezcan un mecanismo para resolver el problema de coordinación. El mecanismo consiste en

las propias cadenas, la estructura de costos de Eckerd le permitía ser la empresa líder a través de su estrategia de precios bajos en las categorías de mayor rotación<sup>427</sup>.

779. De esta manera, el cártel permitió a la empresa más eficiente elevar sus precios en último lugar y a un nivel inferior del que se había fijado para las demás cadenas<sup>428 429</sup>. En efecto, se puede comprobar que, en el 92% de los productos donde Eckerd participó fue la última cadena en incrementar los precios. Por otro lado, en el 92% de estos productos estableció un precio por debajo del resto de cadenas.

#### 6.5.4. Magnitud de los incrementos observados

780. Respecto de la magnitud de los incrementos de precios efectuados, la práctica colusoria identificada comprendió incrementos de precios superiores al 5% en la mayoría de productos. En particular, el 61% de los productos registraron incrementos promedio<sup>430</sup> de precios por encima del 5% en términos nominales, mientras que el 19% de los productos registraron aumentos promedios de precios por encima del 10%<sup>431</sup>.
781. Las cadenas tenían incentivos para ejecutar los incrementos coordinados de precios, ya que –como indican las comunicaciones– las cadenas se encontraban

---

que las empresas menos eficientes permitan que la empresa más eficiente mantenga su participación en el mercado. Si las empresas compiten en precios, el mecanismo puede permitir establecer un precio inferior a la empresa más eficiente a un nivel tal que le permita mantener su participación del mercado. Para mayor detalle, véase, BAIN, Joe S. *Output Quotas in Imperfect Cartels*. En: *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 62, No. 4 (agosto de 1948), páginas 617 a 622.

<sup>427</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>428</sup> Este comportamiento concuerda con lo explicado por la doctrina en los casos de acuerdos colusorios con empresas que presentan asimetrías en costos. Si el objetivo del acuerdo es maximizar los beneficios de la industria, entonces se asigna a las empresas más eficientes altas cuotas de mercado. En el presente caso, las cadenas realizaron continuas negociaciones para establecer un mecanismo a través del cual se permitiera que la cadena más eficiente pudiera mantener una mayor participación del mercado. Para mayor detalle, véase, KAPLOW y SHAPIRO, Op. Cit., 2007, pp. 1114. Ver también: HARRINGTON, Joseph, *The determination of price and output quotas in a heterogeneous cartel*, *International Economic Review*, Vol. 32 N°4, 1991.

<sup>429</sup> Respecto del trato diferenciado que recibía Eckerd en el presente caso, los escritos de alegatos de Nortfarma del 2 de julio de 2016 y de Eckerd del 8 de junio de 2016 señalan que dicho trato debilitaría el argumento de la existencia de un acuerdo de precios. Sobre el particular, esta Comisión considera que este trato diferenciado buscaba resolver los problemas de coordinación entre las cadenas permitiendo la participación de la cadena más eficiente en el acuerdo.

<sup>430</sup> Incremento promedio de un producto se refiere al promedio del incremento de precios que mostraron las cadenas que participaron de la concertación en un producto determinado. Por ejemplo, respecto del incremento programado para el 1 de febrero de 2008, Arcángel, Eckerd y Nortfarma incrementaron los precios del producto N°3 en 3.9%, 2.5% y 3.9%, respectivamente. Considerando estos datos, se tiene un incremento promedio de 3.4%.

<sup>431</sup> En los productos que incrementaron sus precios alrededor del 1 de febrero de 2008, 1 de setiembre de 2008 y el 20 de marzo de 2009, se observaron incrementos de precios superiores al 5% en el 64%, 41% y 64% de los casos, respectivamente. Por otra parte, en estas mismas fechas se observaron incrementos promedios de 10%, 5% y 6%.

en una «guerra de precios»<sup>432</sup>. Esta situación impactaba negativamente en las ganancias que obtenían las cadenas en la comercialización de los productos, por lo que la concertación de precios mínimos fue un intento por revertir esta situación y eliminar las pérdidas al permitir a las cadenas fijar un precio más alto.

782. El acuerdo habría permitido incrementar los márgenes de los productos que formaron parte del acuerdo. Si se considera que el margen unitario promedio<sup>433</sup> que resulta del ratio entre la diferencia del precio de venta al público y el costo de adquisición de los productos<sup>434</sup> respecto al costo de adquisición, se obtiene que el acuerdo incrementó los márgenes unitarios de los productos. Ello se revela cuando se compara los márgenes una semana antes de implementadas las coordinaciones de precios y una semana después de ejecutadas<sup>435</sup>.
783. Específicamente, una semana antes del inicio de cada incremento de precios, se observó que del total de casos (cadenas y productos)<sup>436</sup>:
- i. En el 7% de las empresas tenían un margen unitario negativo.
  - ii. En el 43% de las empresas presentaron márgenes entre 0% a 10%.
  - iii. En el 41% de las empresas que los aplicaron presentaron márgenes entre 10% a 40%.
  - iv. Solo en el 9% de las empresas que los aplicaron mostraron márgenes superiores al 40%.

---

<sup>432</sup> En algunas de las comunicaciones se muestra la preocupación de las cadenas por el hecho de que la guerra de precios les estaba generando pérdida de margen. Por ejemplo, el Correo 1 menciona: «(...) *no podemos pisar el palito para que ellos me pidan mejores descuentos y perdamos margen no debemos entrar a una guerra de precios tratando de vender solo por factor precio (...)*». En el mismo sentido, en el Correo 6 se menciona lo siguiente: «(...) *la situación no cambia ya que la cadena saca otra relación de productos en los que no tiene rentabilidad y solicita se le arregle sus márgenes (...)*». Al igual que en estas comunicaciones, en el Correo 12, Correo 23, Correo 24, Correo 31, Correo 47, Correo 48 y Correo 50 se hace mención a la guerra de precios y a la mejora de margen que buscaba la conducta anticompetitiva.

<sup>433</sup> El margen unitario promedio se calcula tomando en cuenta los precios de venta al público promedio (precio mediana) y el costo de adquisición promedio simple. El detalle del cálculo del costo de adquisición se encuentra en el Anexo 3.

<sup>434</sup> Según el informe de IMS Health presentado por Mifarma como Anexo 4 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012, el costo de adquisición es el componente más importante de los costos de producción que enfrentan las cadenas y representa aproximadamente el 70% del precio final.

<sup>435</sup> Para el cálculo del margen semanal se consideran las cantidades y el valor de las ventas semanales y los costos unitarios. Por ejemplo, en el incremento de precios programado para el 1 de setiembre de 2008, Arcángel aumentó los precios del producto N° 2 el 30 de agosto del 2008. El margen antes de la fecha de acuerdo es el obtenido entre el 23 y el 29 de agosto de 2008 y el margen después de iniciado el acuerdo es el obtenido entre el 30 de agosto y 6 de setiembre de 2008.

En la semana del 23 al 29 de agosto de 2008 se vendieron un total de S/. 3,974.46 (tres mil novecientos setenta y cuatro y 00/100 Nuevos Soles) y dos mil doscientas setenta y tres (2273) unidades, obteniendo un precio promedio unitario de S/. 1.748553, y un costo unitario de S/. 1.243582, con lo cual el margen fue (S/. 1.748553 - S/. 1.243582) / S/. 1.243582 = 40.606%.

En la semana del 30 de agosto de 2008 al 5 de setiembre de 2008 se vendieron un total de S/. 4,871.64 (cuatro mil ochocientos setenta y un y 64/100 Nuevos Soles) y dos mil seiscientos sesenta y seis (2666) unidades, obteniendo un precio promedio de S/ 1.827321, y un costo unitario de S/. 1.243582, con lo cual el margen fue 46.940%.

<sup>436</sup> Como se señaló en el numeral 732, el número total de incrementos de precios que se llevaron a cabo fue de ciento setenta y cinco (175).

En cambio, una semana luego del inicio de cada incremento de precios ya no se registraron márgenes negativos y se observó que del total de casos (cadenas y productos):

- i. En el 34% de las empresas que los aplicaron obtuvieron márgenes entre 0% a 10%.
- ii. En el 52% de las empresas que los aplicaron obtuvieron márgenes entre 10% a 40%.
- iii. En el 14% de las empresas que los aplicaron obtuvieron márgenes superiores a 40%<sup>437</sup>.

La situación descrita puede resumirse en el siguiente gráfico:

**Gráfico 65**  
**Comparación de márgenes antes y después de los incrementos coordinados**

		Márgenes una semana antes de los incrementos (% de casos)	Márgenes una semana después de los incrementos (% de casos)
<b>Margen</b>	<b>Negativo</b>	7%	N/A
	<b>0 - 10%</b>	43%	34%
	<b>10 - 40%</b>	41%	52%
	<b>Más de 40%</b>	9%	14%

Fuente: Información entregada por las Investigadas.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

784. Como puede apreciarse, la concertación de precios permitió a las empresas eliminar los márgenes negativos y obtener, en la mayoría de los casos, márgenes superiores al 10%<sup>438</sup>.

#### 6.5.5. Representatividad de las empresas participantes

785. Sobre las empresas que participaron de los incrementos de precios, en la mayoría de productos, se verificó que las empresas involucradas en estos correspondían a aquellas que más los comercializaban.

<sup>437</sup> Los márgenes negativos a los que se ha hecho referencia se observaron en los productos que incrementaron sus precios alrededor de las siguientes fechas: 1 de febrero de 2008, 1 de setiembre de 2008 y 20 de marzo de 2009 en un 4%, 0% y 14%, respectivamente. Una semana después del inicio de los incrementos, estos márgenes negativos desaparecieron.

En cuanto a los márgenes que estaban por encima del 40% una semana antes de los incrementos de precios, estos se observaron en los productos que incrementarían sus precios alrededor de las siguientes fechas: 1 de febrero de 2008 y 1 de setiembre de 2008 en el 6% y 20%, respectivamente. Una semana luego de iniciados los incrementos, sus márgenes alcanzaron un 15% y 25%, respectivamente.

<sup>438</sup> Respecto de este punto, en el escrito de alegatos de Eckerd de 8 de junio de 2016 se argumentó que algunas cadenas obtuvieron beneficios negativos derivados del acuerdo en algunos productos, lo que no tendría lógica dentro del desarrollo de un acuerdo de precios. Sobre el particular es necesario aclarar que, al valorar el conjunto de los productos involucrados en el acuerdo, las cadenas habrían obtenido beneficios positivos; además, los márgenes de todos los productos se incrementaron luego de iniciada la práctica anticompetitiva, por lo que se mantiene la lógica de esta.

786. En efecto, si se considera la semana correspondiente a cada fecha referente, las cadenas que participaron del incremento representaron el 72% de las ventas totales de los treinta y seis (36) productos identificados<sup>439</sup>. Asimismo, en las fechas referentes de 1 de febrero, 1 de setiembre de 2008 y 20 de marzo de 2009 –que agrupan el mayor número de productos que incrementaron los precios- las cadenas tuvieron una participación de 66.9%, 78.4% y 71.9% respectivamente<sup>440</sup>.

#### 6.5.6. Impacto sobre los consumidores

787. El acuerdo habría afectado a los consumidores que adquirieron los productos a un precio superior respecto al precio que se hubiera fijado individualmente por cada cadena en competencia. Por ende, considerando que las boticas y farmacias representaron el 88% del gasto total de medicinas e insumos realizados por los hogares en el 2009, puede afirmarse que los efectos de la conducta anticompetitiva fueron perjudiciales.

Este impacto no solo habría tenido incidencia directa en la renta disponible de los consumidores para gastos en productos farmacéuticos, preparados para lactantes, preparados complementarios para niños y complementos alimentarios, sino que, por su naturaleza, habrían podido tener mayores consecuencias por su incidencia en la vida y salud, así como en el bienestar de los consumidores.

De los treinta y seis (36) productos involucrados en la infracción, veintiuno (21) son productos farmacéuticos, que en su mayoría se venden bajo receta médica, y sobre los cuales los consumidores enfrentan limitaciones para sustituirlos por otros productos. Los productos farmacéuticos tienen un efecto directo en la salud en la medida que son destinados al tratamiento y curación de una enfermedad, o a la conservación, mantenimiento, recuperación y rehabilitación de la salud.

Asimismo, el resto de productos, los preparados para lactantes, preparados complementarios para niños y complementos alimentarios, tienen como objetivo complementar la ingesta de alimentos y se insertan en la matriz alimentaria normal de los consumidores para su cuidado nutricional, los cuales pueden ser lactantes, niños o adultos.

---

<sup>439</sup> Se está considerando como ventas totales a las ventas que realizaron las 7 cadenas investigadas.

<sup>440</sup> Los escritos de descargos de Fasa, Nortfarma y BTL señalaron que los productos involucrados dentro del acuerdo de precios no representan más del 5% de sus ingresos totales, por lo que no habrían tenido incentivos para coordinar los precios de dichos productos. Asimismo, señalaron que el hecho que solo un grupo de las cadenas participe en el acuerdo de precios debilitaría el argumento de la existencia del mismo.

Al respecto, las comunicaciones revelan que los productos, a diferencia de lo señalado por las cadenas, eran importantes para ellas. Es así que las coordinaciones buscaron incrementar el precio de los productos coordinados con el objeto de mejorar el margen de los mismos.

Por otro lado, si bien la evidencia permite señalar que un grupo de cadenas participó en el acuerdo de precios, estas eran las empresas más importantes. En efecto, las cadenas que participaron del incremento representaron el 72% de las ventas totales de los treinta y seis (36) productos identificados. Asimismo, en las fechas referentes de 1 de febrero, 1 de setiembre de 2008 y 20 de marzo de 2009 –que agrupan el mayor número de productos que incrementaron los precios- las cadenas tuvieron una participación de 66.9%, 78.4% y 71.9% respectivamente.

788. Estos efectos son significativos considerando que, como se ha señalado, a nivel de fechas referentes, las cadenas que participaron de los incrementos poseían una cuota de mercado de 72% de las ventas de los treinta y seis (36) productos.

#### **6.5.7. Síntesis**

789. En resumen, la infracción acreditada consistió en una práctica colusoria horizontal que tenía por objeto incrementar los precios de treinta y seis (36) productos, estableciendo precios mínimos, y permitiendo un ajuste gradual en el que Eckerd fue la última cadena en realizar dicho ajuste en la mayoría de productos donde participó. Eckerd era la cadena con mayor participación y la de menores costos según las empresas investigadas. El mecanismo implementado buscó la participación de Eckerd tomando en cuenta estas características particulares.

790. Asimismo, la concertación de precios permitió a las cadenas incrementar sus beneficios al aumentar los márgenes unitarios promedio de los treinta y seis (36) productos. Asimismo, las cadenas que formaron parte de esta concertación tuvieron una participación significativa en los productos involucrados, lo que habría generado efectos perjudiciales para los consumidores y para el proceso competitivo.

### **VII. DETERMINACIÓN DE LA SANCIÓN**

791. Habiéndose demostrado, más allá de toda duda razonable, que Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma incurrieron en una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público de treinta y seis (36) productos, corresponde determinar una sanción adecuada para cada una de las empresas infractoras.

#### **7.1. Reglas para la determinación de la sanción**

792. Habiéndose acreditado la existencia de una infracción a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas; corresponde imponer una sanción adecuada para las empresas infractoras, atendiendo al alcance de las conductas realizadas.

793. Para tal efecto, antes de calcular la cuantía de la multa, es necesario determinar la gravedad de la infracción cometida por los agentes económicos, ya que esta calificación permitirá identificar el límite máximo de la multa a imponerse a las empresas infractoras. Este límite variará dependiendo de la calificación que se otorgue a la infracción que, de conformidad con lo establecido en el artículo 43.1 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, podrá ser leve, grave o muy grave.

#### ***Artículo 43.- El monto de las multas.-***

*43.1. Las conductas anticompetitivas serán sancionadas por la Comisión, sobre la base de Unidades Impositivas Tributarias (UIT), con las siguientes multas:*

- a) Si la infracción fuera calificada como **leve, una multa de hasta quinientas (500) UIT**, siempre que dicha multa no supere el **ocho por ciento (8%)** de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la expedición de la resolución de la Comisión;
- b) Si la infracción fuera calificada como **grave, una multa de hasta mil (1 000) UIT**, siempre que dicha multa no supere el **diez por ciento (10%)** de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión; o,
- c) Si la infracción fuera calificada como **muy grave, una multa superior a mil (1 000) UIT**, siempre que dicha multa no supere el **doce por ciento (12%)** de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión».

[Énfasis agregado]

794. Desde la emisión de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, tanto la Comisión como la Secretaría Técnica –con independencia de sus conformaciones– consideraron que la disposición antes citada únicamente consideraba topes máximos dependiendo de la calificación de la gravedad de la infracción, es decir, las multas por infracciones leves, graves y muy graves, estaban sujetas a límites del 8, 10 y 12% de los ingresos brutos del infractor o de su grupo económico, respectivamente. En ningún caso en que se haya determinado la existencia de infracciones muy graves, se consideró la existencia de un umbral o monto mínimo de multas aplicables a este tipo de infracciones<sup>441</sup>.
795. Sin embargo, para el caso particular de las infracciones calificadas como muy graves, esta Comisión no puede dejar de observar que el texto expreso de la Ley establece que existirá un monto mínimo en las multas aplicables. En efecto, como se puede observar, el legislador ha optado por determinar que las infracciones muy graves deben ser sancionadas con una multa mínima superior a 1000 UIT, y que el monto de la multa únicamente estará sujeto al tope del doce por ciento (12%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor o su grupo económico, en el ejercicio inmediato anterior al de la resolución final de la Comisión.
796. A criterio de esta Comisión, la severidad con que el legislador ha optado por reprimir las infracciones muy graves, se debe a que dicha calificación está reservada para aquellas conductas anticompetitivas que por su naturaleza

<sup>441</sup> Ver: Resolución 019-2016/CLC-INDECOPI del 10 de febrero de 2016, sobre una práctica colusoria horizontal en la modalidad de acuerdo de fijación de precios en el mercado de servicios de hemodiálisis en Lima y Callao. Resolución 031-2014/CLC-INDECOPI del 18 de julio de 2014, sobre una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios en el mercado de transporte público de pasajeros en la ruta Taricá-Huaraz-Bedoya. Resolución 022-2014-2014/CLC-INDECOPI del 2 de junio de 2014, sobre una práctica colusoria horizontal en el mercado de servicios de transporte regional de pasajeros en la ruta Juliaca-Pucará-Choquehuanca y viceversa. Resolución 010-2013/CLC-INDECOPI del 22 de febrero de 2013, sobre una práctica colusoria vertical en la modalidad de negativa concertada e injustificada de satisfacer las demandas de compra en el mercado de venta de cementos Portland gris Tipo I, IP, IPM, MS y ICo en las Regiones de Lima, Ica, Ayacucho, Ancash, Huancavelica, Huánuco, Pasco y Junín.

particularmente lesiva generan o están en capacidad de generar un impacto significativamente perjudicial sobre el proceso competitivo y el bienestar de los consumidores, pudiendo incluso afectar mercados sensibles que involucran necesidades fundamentales de los consumidores. Por ello, el legislador ha optado por adoptar las más severas medidas frente a las infracciones muy graves, a fin de cumplir con el objetivo esencial de las sanciones, es decir, disuadir o desincentivar la realización de estas infracciones particularmente perjudiciales.

797. Ahora bien, para determinar la cuantía de la sanción, el numeral 3 del artículo 230 de la Ley 27444 consagra el principio de razonabilidad como uno de los principios especiales de la potestad sancionadora administrativa, en los siguientes términos:

**3. Razonabilidad.-** *Las autoridades deben prever que la comisión de la conducta sancionable no resulte más ventajosa para el infractor que cumplir las normas infringidas o asumir la sanción. Sin embargo, las sanciones a ser aplicadas deberán ser proporcionales al incumplimiento calificado como infracción, debiendo observar los siguientes criterios que en orden de prelación se señalan a efectos de su graduación:*

- a) La gravedad del daño al interés público y/o bien jurídico protegido;*
- b) El perjuicio económico causado;*
- c) La repetición y/o continuidad en la comisión de la infracción;*
- d) Las circunstancias de la comisión de la infracción;*
- e) El beneficio ilegalmente obtenido; y*
- f) La existencia o no de intencionalidad en la conducta del infractor.*

798. Las sanciones de tipo administrativo tienen como principal objetivo disuadir o desincentivar la realización de infracciones por parte de los administrados. Ello implica que la magnitud de dichas sanciones debe ser igual o superior al beneficio de realizar las infracciones. El objetivo es garantizar que las sanciones administrativas tengan realmente un efecto disuasivo, no solo sobre las empresas infractoras sino sobre el resto de agentes económicos del mercado. Sin perjuicio de ello, la autoridad de competencia tiene la posibilidad de graduar la sanción, incrementándola o reduciéndola, en función de los respectivos criterios agravantes o atenuantes que resulten aplicables en cada caso concreto.

799. Al respecto, el artículo 44 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas establece los siguientes criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción en los procedimientos sobre conductas anticompetitivas:

- El beneficio ilícito esperado por la realización de la infracción;
- La probabilidad de detección de la infracción;
- La modalidad y el alcance de la restricción de la competencia;
- La dimensión del mercado afectado;
- La cuota de mercado del infractor;
- El efecto de la restricción de la competencia sobre los competidores efectivos o potenciales, sobre otras partes en el proceso económico y sobre los consumidores;
- La duración de la restricción de la competencia;
- La reincidencia de las conductas prohibidas; o,
- La actuación procesal de la parte.

800. Los dos primeros criterios, el beneficio ilícito esperado y la probabilidad de detección de la infracción, están directamente vinculados con el principio de razonabilidad. En efecto, considerando que la sanción debe cumplir una función disuasiva, debe procurarse que sea mayor que los beneficios que el infractor obtendría como consecuencia de su conducta ilícita.
801. El beneficio ilícito esperado es el beneficio extraordinario real o potencial que obtuvo o pudo haber obtenido el infractor a la norma y que motivó su decisión de participar en una conducta anticompetitiva. En ese sentido, desincentivar la realización de una conducta anticompetitiva implica que el infractor y los demás agentes económicos del mercado internalicen que todo el beneficio extraordinario derivado de una infracción les será extraído cuando la autoridad de competencia detecte la existencia de dicha infracción.
802. La probabilidad de detección consiste en la probabilidad de que la autoridad de competencia descubra la realización de una conducta anticompetitiva. Este elemento es importante debido a que el infractor podría considerar que, aun cuando pierda el beneficio extraordinario como consecuencia de la imposición de una sanción, le conviene realizar la infracción si no existe mayor riesgo de ser detectado.
803. Por lo tanto, para desincentivar una infracción que difícilmente será detectada, es necesario imponer una multa superior al beneficio extraordinario, con la finalidad de que los infractores reciban el mensaje de que, si bien puede ser difícil que la autoridad de competencia detecte su infracción, cuando ello ocurra, la sanción correspondiente será incrementada en una proporción equivalente a esta dificultad de detección.
804. Estos dos criterios permitirán determinar un monto base de la multa que, en atención al principio de razonabilidad, garantice el cumplimiento de la función disuasiva de la sanción.
805. No obstante, también debe considerarse otras circunstancias vinculadas con la conducta infractora, que permitirán apreciar su real dimensión y, en tal sentido, motivarán el incremento o la disminución de la multa base, en virtud del principio de proporcionalidad<sup>442</sup>.
806. Así, criterios como la dimensión del mercado afectado, los efectos reales y potenciales generados sobre otros competidores y los consumidores, la participación de mercado del infractor y la duración de la conducta ilícita, son factores que permiten apreciar las repercusiones de la conducta infractora y, de esta manera, ayudan a establecer la gravedad de la infracción.

---

<sup>442</sup> «En efecto, es en el seno de la actuación de la Administración donde el principio de proporcionalidad cobra especial relevancia, debido a los márgenes de discreción con que inevitablemente actúa la Administración para atender las demandas de una sociedad en constante cambio, pero también, debido a la presencia de cláusulas generales e indeterminadas como el interés general o el bien común, que deben ser compatibilizados con otras cláusulas o principios igualmente abiertos a la interpretación, como son los derechos fundamentales o la propia dignidad de las personas (...).» Ver fundamento jurídico 17 de la sentencia del Tribunal Constitucional del 11 de octubre de 2004, recaída en el Expediente 2192-2004-AA /TC.

807. Del mismo modo, y siguiendo la jurisprudencia de la Sala, criterios como la indebida actuación procesal y la reincidencia pueden ser considerados como agravantes de la sanción y, por lo tanto, pueden incrementar la multa base determinada a partir del principio de razonabilidad<sup>443</sup>.

## **7.2. Determinación de la gravedad de la infracción**

808. Para realizar la calificación de la conducta infractora, esta Comisión considerará los criterios establecidos en el artículo 44 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, con la finalidad de determinar la gravedad de la conducta infractora acreditada en el presente procedimiento. Esta calificación permitirá determinar los límites (mínimos o máximos) de las multas que se impondrán a los infractores.

809. Al respecto, esta Comisión coincide con la Secretaría Técnica en que la modalidad de la infracción acreditada constituye una de las prácticas más nocivas para la competencia, y que ciertamente podría haber impactado en la vida y la salud de los consumidores, en relación con productos comercializados en el canal preferido por los consumidores al adquirir medicamentos y productos afines. Estos elementos permitirían determinar que la conducta investigada ha revestido en una especial gravedad.

No obstante, esta Comisión considera necesario introducir otros elementos en la determinación de la gravedad de la conducta. En primer lugar, debe considerarse que, a pesar de tratarse de una infracción continuada, durante el periodo comprendido entre enero del 2008 a marzo del 2009, esta Comisión ha acreditado un número inferior de episodios en que se ejecutó la infracción al considerado por la Secretaría Técnica<sup>444</sup>.

Más aún, esta Comisión ha determinado la participación de un menor número de empresas infractoras<sup>445</sup> y un menor número de productos afectados<sup>446</sup> al considerado por la Secretaría Técnica. Incluso, debe considerarse que, en algunos productos involucrados en la infracción acreditada, el incremento de precios tuvo una corta duración (entre 2 y 25 días).

810. Considerando estos elementos de juicio, es posible concluir que los efectos sobre el proceso competitivo, y en particular, sobre el bienestar de los consumidores, han sido inferiores a los considerados por la Secretaría Técnica al formular sus

---

<sup>443</sup> Sobre la obligación de las partes de observar una adecuada conducta procesal y la consideración del incumplimiento de este deber como factor agravante, ver Resolución 0352-2008/TDC-INDECOPI del 26 de febrero de 2008. Respecto de la reincidencia como factor agravante para la imposición de una multa, ver Resolución 0839-2009/TDC-INDECOPI del 29 de abril de 2008.

<sup>444</sup> Así, por ejemplo, la Secretaría Técnica incluyó episodios de coordinación sobre productos de Grünenthal, Johnson & Johnson y Medco en 2008.

<sup>445</sup> Mientras la Secretaría Técnica consideró la participación de todas las Investigadas para todos los episodios de coordinación investigados, esta Comisión ha determinado la exclusión de BTL y ByS.

<sup>446</sup> Mientras la Secretaría Técnica consideró que cincuenta y cinco (55) productos habrían sido objeto del cártel, esta Comisión ha considerado treinta y seis (36) productos.

recomendaciones en el Informe Técnico. En tal sentido, en estricto cumplimiento del principio de razonabilidad, esta Comisión considera que una evaluación integral de las condiciones relevantes de la infracción acreditada permite que esta sea calificada como una infracción grave.

### 7.3. Cálculo de las multas correspondientes a las empresas infractoras

811. De acuerdo con las reglas antes desarrolladas, las sanciones serán calculadas en base al beneficio extraordinario y la probabilidad de detección, de modo que el monto obtenido cumpla con la función de disuadir la infracción.
812. De acuerdo con lo anterior, para el cálculo de la multa base, se ha considerado el beneficio extraordinario y la probabilidad de detección. De este modo, a mayor beneficio extraordinario, mayor deberá ser la multa. De forma similar, a menor probabilidad de detección, mayor deberá ser la multa. En ese sentido, el cálculo de la multa se realizará partiendo de la siguiente fórmula<sup>447</sup>:

$$\frac{B_{Ext}}{P_{det}} \leq Multa$$

813. En primer lugar, se determinará el beneficio ilícito extraordinario, concepto que incluye el beneficio anticompetitivo real o potencialmente obtenido por las empresas infractoras como consecuencia de la realización de la infracción. Luego, se determinará la Multa Base dividiendo el beneficio ilícito extraordinario entre la probabilidad de detección de la conducta anticompetitiva.
814. En el presente caso, el beneficio ilícito extraordinario está representado por las ganancias obtenidas por Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma como consecuencia del incremento conjunto de precios de aquellos productos que formaron parte de la práctica colusoria horizontal en la que participaron.
815. Así, la Multa Base en el presente caso, se deriva de la aplicación de la siguiente fórmula:

<sup>447</sup> Formalmente se llega a dicho resultado de la siguiente manera:

$$BE^{NL} = (B^{NL} - Multa)(P_{det}) + (B^{NL})(1 - P_{det})$$

$$BE^{NL} = B^{NL} \cdot P_{det} - Multa \cdot P_{det} + B^{NL} - B^{NL} \cdot P_{det}$$

$$BE^{NL} = B^{NL} - Multa \cdot P_{det} \leq B^L$$

$$(B^{NL} - B^L) - Multa \cdot P_{det} \leq 0$$

$$B_{Ext} \leq Multa \cdot P_{det}$$

$$\frac{B_{Ext}}{P_{det}} \leq Multa$$

Donde:

$BE^{NL}$	=	Beneficio esperado de no cumplir la ley
$B^{NL}$	=	Beneficio de no cumplir la ley
$B^L$	=	Beneficio de cumplir la ley
$P_{det}$	=	Probabilidad de detección
$B_{Ext}$	=	Beneficio extraordinario

$$Multa\ Base = \frac{(P_{concertación}^i - P_{competitivo}^i) * Q^i}{Pr_d}$$

Donde:

$P_{concertación}^i$	:	Es el precio concertado.
$P_{competitivo}^i$	:	Es el precio antes de la concertación.
$Q^i$	:	Es la cantidad de unidades vendidas durante el periodo de infracción.
$Pr_d$	:	Es la probabilidad de detección de la conducta.

816. El símbolo  $i$  de la ecuación anterior es un símbolo diferenciador por empresa, por lo que existirán beneficios ilícitos extraordinarios y multas distintas por empresa infractora. Sin perjuicio de ello, considerando que se trata de una práctica colusoria horizontal realizada en conjunto por las empresas infractoras, la probabilidad de detección será común a todas ellas.
817. Cabe precisar que para el cálculo de los precios concertados y los precios competitivos se utilizará el precio de venta al público, debido a que el acuerdo buscó incrementar dicho precio, como lo señalan las comunicaciones. Al respecto, como se ha señalado, la mejor medida que aproxima al precio de venta al público era el precio mediana diario.
818. Así, de acuerdo con lo señalado en el artículo 44 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, entre los criterios para determinar la gravedad de la infracción y graduar la sanción en los procedimientos sobre conductas anticompetitivas se considerará el beneficio ilícito esperado por la realización de la infracción. En tal sentido, el precio mediana representa una medida de valor idónea del precio que utilizaron las empresas infractoras para estimar el beneficio que podrían obtener de la conducta ilícita.
819. En lo que se refiere a la determinación del precio concertado, se consideró el precio mediana promedio de los productos y las cadenas durante el periodo que duró la conducta anticompetitiva. Por su parte, el precio competitivo corresponde al precio que regía antes del inicio de la práctica colusoria, es decir, el precio que había resultado de la libre interacción entre la oferta y la demanda, sin la influencia de la conducta anticompetitiva de las empresas infractoras<sup>448</sup>. Esta Comisión utilizará el precio mediana diario promedio una semana antes del inicio de la práctica colusoria.
820. Respecto al periodo de duración de la restricción de la competencia, este será particular para cada producto. Aunque las comunicaciones no indican la fecha en que la ejecución de las coordinaciones habría finalizado, esta se ha verificado a

<sup>448</sup> Para el caso específico de Fasa en el producto N°36, se utilizará como precio competitivo el promedio del precio competitivo de las otras dos empresas que participaron del incremento coordinado de precios de este producto, puesto que Fasa mantenía sus precios al nivel acordado antes del periodo de ajuste de precios. Al respecto, el correo 32 mostraba que Fasa estaba interesada en que las demás empresas involucradas incrementen sus precios a un rango fijado que ella había alcanzado previamente.

partir del análisis de precios realizado. Así, se ha considerado como fecha de inicio de cada incremento el día en el cual las cadenas aumentaron sus precios a los niveles coordinados, mientras que la fecha de fin corresponde al momento en el que se produce la primera reducción significativa de precios<sup>449</sup>. Ambas fechas determinan la duración total de cada incremento detectado.

821. Cabe recalcar que las comunicaciones señalan que el precio fijado era un precio mínimo. En tal sentido, es posible afirmar que el fin de la conducta colusoria se produjo cuando una de las empresas redujo sus precios de manera significativa por debajo del nivel fijado<sup>450</sup>.
822. En el caso de los productos cuyos incrementos se realizaron alrededor del 1 de febrero, 1 de setiembre, y 20 de marzo de 2009 –que agrupan el mayor número de productos– la duración promedio varió entre veinticinco (25) y doscientos cuarenta y seis (246) días<sup>451</sup>.
823. Por su parte, las cantidades a utilizarse para el cálculo de la multa corresponden a las unidades vendidas por las cadenas durante el periodo comprendido entre la fecha de inicio y de fin de cada incremento concertado. Así, las cantidades variarán dependiendo de las ventas realizadas por cada cadena sobre cada producto involucrado.
824. De acuerdo con lo anterior, la multa base actualizada correspondientes a las empresas infractoras asciende, en total, a mil seiscientos treinta y cinco y 86/100 (1,635.86) Unidades Impositivas Tributarias (UIT), como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

---

<sup>449</sup> Una reducción de precios será significativa si existe evidencia estadística de ella. Para ello, se considera la prueba de Andrews, como se detalla en el Anexo 5. ANDREWS, Donald, *Test for Parameter Instability and Structural Change With Unknown Change Point*, *Econometría*, Volume 61, N° 4, 1993. Páginas 821-856.

Cabe precisar que en la serie de precios se observan incrementos de precios meses después del inicio del acuerdo, específicamente, para los incrementos que tienen como fecha referente el 1 de setiembre de 2008 se observan incrementos de precios en noviembre o diciembre de ese año. Dado ello, y considerando que el acuerdo establecía que el precio fijado era un precio mínimo, se considera que las cadenas aún permanecían dentro del acuerdo incluso si existen posteriores incrementos de precios a la fecha referente.

Sobre la prueba realizada, en el escrito de Mifarma de 9 de junio de 2016, Eckerd 8 de junio de 2016 y Arcángel de 8 de junio de 2016, las cadenas han argumentado que habría un sesgo a incrementar la duración del acuerdo pues no evalúa la información que se encuentra en una fecha posterior a la que se había considerado como posible fecha final. Sobre el particular se debe aclarar que para la aplicación de la referida prueba se ha considerado 90 días posteriores a la posible fecha donde se habría dado el fin de acuerdo. Luego, la prueba si consideró información posterior a la posible fecha final.

Por otra parte, en los mismos escritos argumentaron que en el periodo del presunto acuerdo hay fechas donde la caída de precios es superior a aquella donde se determinó que habría finalizado el acuerdo. Al respecto, se debe precisar que dichas fechas corresponden a caídas de precios eventuales y de poca duración – de un día en la mayoría de casos- luego de la cual el nivel de precios regresó al nivel de precios acordado. Dichas fechas estarían reflejando la aplicación de descuentos específicos por parte de las cadenas y no la finalización del acuerdo.

<sup>450</sup> Cabe precisar que en la serie de precios se han observado incrementos de precios meses después del inicio del acuerdo. Específicamente, en los incrementos que tienen como fecha referente el 1 de setiembre de 2008 se observan incrementos de precios en noviembre de ese año. Dado ello, y considerando que el acuerdo establecía que el precio fijado era un precio mínimo, se ha considerado que las cadenas aún permanecían dentro del acuerdo incluso si existen posteriores incrementos de precios a la fecha referente.

<sup>451</sup> El detalle de la fecha de inicio y fin de cada incremento de precios por producto se muestra en el Anexo 5.

**Cuadro 31**  
**Cálculo de la Multa Base Actualizada\***

Cadena	Beneficio Extraordinario (S/.)	Probabilidad de Detección	Beneficio Esperado (S/.)	Beneficio Esperado Ajustado por Inflación (S/.)	UIT
<b>Arcángel</b>	295,217.70	0.15	1,968,118.00	2,446,161.23	<b>619.28</b>
<b>Eckerd</b>	317,082.70	0.15	2,113,884.67	2,627,333.68	<b>665.15</b>
<b>Fasa</b>	118,900.01	0.15	792,666.72	985,200.38	<b>249.42</b>
<b>Mifarma</b>	11,117.78	0.15	74,118.53	92,121.45	<b>23.32</b>
<b>Nortfarma</b>	37,511.23	0.15	250,074.87	310,816.45	<b>78.69</b>

\* La Unidad Impositiva Tributaria es equivalente S/. 3,950 para el presente año. Para un mayor detalle del análisis realizado por cada producto considerado en el cálculo de la multa, ver el Anexo 5.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

825. Dichos montos se han obtenido considerando los beneficios extraordinarios de cada uno de los productos que fueron objeto de la fijación concertada de precios por parte de las empresas infractoras, resultando en total S/ 779,829.42 (setecientos setenta y nueve mil ochocientos veintinueve y 42/100 Soles).

Finalmente, los montos obtenidos como beneficios extraordinarios han sido divididos entre la probabilidad de detección. A criterio de esta Comisión, la probabilidad de detección deriva, esencialmente, de la capacidad de la autoridad de competencia en detectar comportamientos anticompetitivos. Por ello, existen factores que pueden incidir de manera considerable en la probabilidad de detección, entre los que se encuentra el mecanismo por el cual se desarrolló la conducta infractora, así como los medios de comunicación utilizados para llevar a cabo coordinaciones, entre otros.

Por ello, esta Comisión discrepa con la probabilidad de detección del 60% propuesta por la Secretaría Técnica. Al respecto, de acuerdo con el análisis de la conducta realizado por esta Comisión en la Sección anterior, las Investigadas realizaron coordinaciones para incrementar de manera conjunta los precios de los productos imputados en la Resolución de Inicio. No obstante, las coordinaciones no habrían tenido lugar directamente entre las Investigadas, sino que fueron encausadas a través de comunicaciones con sus proveedores comunes, esto es, los laboratorios. En tal sentido, las comunicaciones de las Investigadas con los laboratorios habrían brindado una apariencia de legalidad a las coordinaciones analizadas, pero en realidad sirvieron como escenario para desarrollar tales coordinaciones para incrementar precios de manera conjunta, evitando ser detectadas.

Además de la evidente dificultad que representa para la autoridad detectar conductas anticompetitivas que se desarrollan a través de un tercero, es necesario observar que dicha dificultad incluso se incrementa al tomar en consideración el contenido de las comunicaciones analizadas por esta Comisión. Así, las Investigadas habrían evitado realizar comunicaciones por escrito, pues de esta manera evitaban dejar evidencia de las coordinaciones para incrementar sus precios<sup>452</sup>.

<sup>452</sup> *De: Gocht, Stefan [Albis]*  
*Enviado el: miércoles, 09 de julio de 2008 11:39 a.m.*

Como se puede apreciar, las características de las coordinaciones realizadas por las Investigadas para incrementar sus precios de manera conjunta generaron a la autoridad una excepcional dificultad para detectar esta infracción y, asimismo, introdujeron una especial complejidad en su análisis.

Ello explica que la Secretaría Técnica únicamente pudo obtener elementos de juicio sobre la infracción investigada a través de las visitas de inspección realizadas en marzo y setiembre de 2009, es decir, una actuación estrictamente de oficio.

Esta situación es diferente a los demás casos resueltos por esta Comisión donde las infracciones investigadas se motivaron por la denuncia de los consumidores, a través de las Oficinas Regionales del Indecopi<sup>453</sup>; o de los compradores afectados, cuando se trata de licitaciones<sup>454</sup>. En estos casos, la Comisión había optado por utilizar una probabilidad de detección del 60%.

En atención a lo expuesto, debido a la especial dificultad en la detección de la conducta investigada; así como la complejidad en su persecución y acreditación; y a que no se inició mediante una denuncia, esta Comisión considera que la probabilidad de detectar la práctica colusoria realizada por las cadenas era particularmente reducida. Por ello, esta Comisión considera que corresponde aplicar en el presente caso la probabilidad de detección de 15%, lo cual es además coherente con diversos estudios indican que la probabilidad de detección para este tipo de infracciones estaría entre 10% y 20%<sup>455</sup>.

---

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: Atención orden de compra InkaFarma

Eliana,

Como estan con los precios? Se han nivelado?

Pf que **toda comunicación con IKF sea directa (NADA POR ESCRITO pf)** personalmente. Por ultimo via teléfono (...)

StG

[Énfasis agregado]

<sup>453</sup> Al respecto, revisar las Resoluciones 002-2015/CLC-INDECOPI, 019-2015/CLC-INDECOPI, 030-2015/CLC-INDECOPI, 075-2015/CLC-INDECOPI, 022-2014/CLC-INDECOPI, 023-2014/CLC-INDECOPI, 029-2014/CLC-INDECOPI y 031-2014/CLC-INDECOPI.

<sup>454</sup> Al respecto, revisar las Resoluciones 019-2016/CLC-INDECOPI y 040-2014/CLC-INDECOPI.

<sup>455</sup> Diversos estudios, utilizando información de cárteles descubiertos en Estados Unidos y la Unión Europea, estiman que la probabilidad de detección entre 13% y 17%. Al respecto, considerando los cárteles descubiertos en Estados Unidos entre 1961 y 1988 se estima que la probabilidad de detección estaría en el rango de 13 al 17%. Ver: BRYANT, Peter y ECKARD, Woodrow. *Price Fixing: The Probability of Getting Caught*. En: *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 3, No. 3 (agosto de 1991), páginas 531 a 536. Asimismo, considerando los cárteles descubiertos entre 1969 y 2007 en la Unión Europea se estima que la probabilidad de detección estaría en el rango de 12.9% a 13.2% Ver COMBE, Emmanuel, MONNIER, Constance y LEGAL Renaud. *Cartels: the Probability of getting caught in the European Union*. Bruges European Economic Research papers, marzo de 2012. Disponible en: <https://www.coleurope.eu/sites/default/files/research-paper/beer12.pdf>. En un estudio más reciente, tomando los cárteles descubiertos entre 1984 y 2009 en la Unión Europea, se estima que la probabilidad de detección estaría en el rango de 10% y 20% en la mayoría de veces en el periodo evaluado. Ver ORMOSI, Peter. *A Tip of the Iceberg? The Probability of Catching Cartels*, Journal of Applied Econometrics, 2014, p549-566.

Aplicando una probabilidad de detección del 15%, se ha obtenido una multa base de S/ 5'198,862.79 (cinco millones ciento noventa y ocho mil ochocientos sesenta y dos y 79/100 Soles).

Por último, se ha actualizado la multa base a la fecha de la presente Resolución utilizando el Índice de Precios al Consumidor (IPC)<sup>456</sup>, por lo que el monto final de las multas ascendería, en total, a S/ 6'461,633.19 (seis millones cuatrocientos sesenta y un mil seiscientos treinta y tres y 19/100 Soles).

826. Finalmente, esta Comisión considera que, a efectos de graduar adecuadamente la cuantía de la multa, en el presente caso corresponde aplicar un factor agravante del 20% a la multa base actualizada, debido a que los productos involucrados en la infracción acreditada están vinculados con la vida y la salud de los consumidores.

De los treinta y seis (36) productos involucrados en la infracción, veintiuno (21) son productos farmacéuticos, que en su mayoría se venden bajo receta médica, y sobre los cuales los consumidores enfrentan limitaciones para sustituirlos por otros productos. Los productos farmacéuticos tienen un efecto directo en la salud en la medida que son destinados al tratamiento y curación de una enfermedad, o a la conservación, mantenimiento, recuperación y rehabilitación de la salud.

Asimismo, el resto de productos son preparados para lactantes, preparados complementarios para niños y complementos alimentarios tienen como objetivo complementar la ingesta de alimentos y se insertan en la matriz alimentaria normal de los consumidores, que pueden ser lactantes, niños o adultos. Dichos productos son destinados al cuidado nutricional de niños y adultos y así en la vida y salud.

827. Adicionalmente, es necesario introducir un segundo factor agravante. En efecto, considerando que la conducta tuvo impacto en todo el territorio nacional, corresponde imponer otro factor agravante del 20% de la multa base actualizada, para todas las cadenas, con excepción de Nortfarma, quien únicamente tenía locales en la zona norte del país.
828. Considerando el cálculo efectuado, el monto de la multa base actualizada, incrementado por los factores agravantes de 40% para todas las cadenas, excepto para Nortfarma cuyo factor agravante es de 20%, asciende en total a S/ 8'984,123.17 (ocho millones novecientos ochenta y cuatro mil ciento veintitrés y

---

de detección estaría en el rango de 10% y 20% en la mayoría de veces en el periodo evaluado. Ver ORMOSI, Peter. *A Tip of the Iceberg? The Probability of Catching Cartels*, Journal of Applied Econometrics, 2014, p549-566.

La probabilidad de detección estimada en los estudios citados podría estar sobreestimada en la medida que solo considera carteles descubiertos. Asimismo, la probabilidad de detección puede ser más reducida en países distintos a los utilizados en las estimaciones. Organisation for Economic Co-operation and Development, *Report on the Nature and Impact of Hard Core Cartels and Sanctions Against Cartels Under National Competition Laws*, 2002, p13. Disponible en <http://www.oecd.org/competition/cartels/2081831.pdf>

<sup>456</sup> Se ha utilizado el Índice de Precios al Consumidor de Lima entre diciembre de 2009 (100.104976) y setiembre de 2016 (124.419832). Así, el factor de ajuste es  $1.24289358 = 124.419832 / 100.104976$ .

17/100 Soles) o a 2,274.46 (dos mil doscientas setenta y cuatro y 46/100) UIT, como se muestra en el cuadro siguiente:

**Cuadro 32**  
**Multa después de factor agravante\***

Cadena	Beneficio Esperado Ajustado por Inflación (S/.)	Beneficio Esperado Ajustado por Inflación y Factores Agravantes(S/.)	UIT
<b>Arcángel</b>	2,446,161.23	3,424,625.72	<b>866.99</b>
<b>Eckerd</b>	2,627,333.68	3,678,267.15	<b>931.21</b>
<b>Fasa</b>	985,200.38	1,379,280.54	<b>349.18</b>
<b>Mifarma</b>	92,121.45	128,970.03	<b>32.65</b>
<b>Nortfarma</b>	310,816.45	372,979.74	<b>94.43</b>

\* La Unidad Impositiva Tributaria es equivalente S/. 3,950 para el presente año. Para un mayor detalle del análisis realizado por cada producto considerado en el cálculo de la multa, ver el Anexo 5.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

829. Por último, teniendo en cuenta que se ha calificado la conducta infractora como grave, de acuerdo con el literal b) del artículo 43.1 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas<sup>457</sup> corresponde graduar la multa impuesta de forma tal que no exceda el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por cada cadena infractora.
830. Al respecto, para determinar el límite máximo de las multas se solicitó información a las empresas sobre sus estados financieros al cierre del año 2015. Los ingresos brutos de cada una de las cadenas infractoras sobrepasan los cien (100) millones de soles para el año 2015, por lo que el valor final de la multa antes calculada no supera el 10% de los ingresos brutos de cada una de ellas.
831. Por tanto, las multas aplicables a las cadenas Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma ascenderían a 866.99, 931.21, 349.18, 32.65 y 94.43 UIT, respectivamente.

## **7.4. Medidas correctivas**

### **7.4.1. Marco aplicable**

832. Sin perjuicio de las multas determinadas para cada una de las empresas infractoras, esta Comisión considera pertinente, en línea con la recomendación formulada por la Secretaría Técnica, dictar una medida correctiva que satisfaga adecuadamente el objetivo de afirmar el proceso competitivo, evitando que en el futuro se presenten condiciones que provoquen, promuevan o faciliten la conducta infractora objeto de la presente decisión.

<sup>457</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 43.- El monto de las multas.-**

43.1. Las conductas anticompetitivas serán sancionadas por la Comisión, sobre la base de Unidades Impositivas Tributarias (UIT), con las siguientes multas:

b) Si la infracción fuera calificada como grave, una multa de hasta mil (1 000) UIT, siempre que dicha multa no supere el diez por ciento (10%) de las ventas o ingresos brutos percibidos por el infractor, o su grupo económico, relativos a todas sus actividades económicas, correspondientes al ejercicio inmediato anterior al de la resolución de la Comisión.

833. Al respecto, conforme a la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, es una atribución de esta Comisión defender y promover condiciones de libre y efectiva competencia<sup>458</sup>, para lo cual está en capacidad de imponer sanciones y dictar medidas correctivas<sup>459</sup>. Estas atribuciones deben ser, naturalmente, ejercidas respetando los principios de razonabilidad y proporcionalidad.
834. En la medida que las conductas anticompetitivas tienen por objeto o efecto restringir –esto es– obstaculizar o «interrumpir», el libre desenvolvimiento del proceso competitivo, las medidas correctivas en el marco de los procedimientos sobre conductas anticompetitivas tienen por finalidad restablecer la situación afectada por la comisión de tales infracciones, eliminando las condiciones que provocaron o permitieron la ocurrencia de la infracción o introduciendo mecanismos para prevenir futuras restricciones, promoviendo de esta manera el respeto a la Ley por parte de los agentes infractores en el mercado en el cual se produjo la restricción acreditada.

De esta manera, frecuentemente las medidas correctivas tienen un carácter complementario pero determinante pues, para proteger el funcionamiento eficiente del proceso competitivo y el bienestar de los consumidores, muchas veces no basta con identificar y sancionar las conductas anticompetitivas, sino que resulta indispensable corregir las condiciones que las produjeron o que podrían facilitar la reincidencia.

835. La capacidad de esta Comisión de dictar medidas correctivas ha sido reconocida por el Tribunal Constitucional como una de las facultades esenciales o inherentes con que cuenta la autoridad de competencia para el adecuado cumplimiento de

---

<sup>458</sup> **Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada mediante Decreto Legislativo 1033, publicado el 25 de junio de 2008**

**Artículo 2.- Funciones del INDECOPI.-**

2.1 El INDECOPI es el organismo autónomo encargado de:

b) Defender la libre y leal competencia, sancionando las conductas anticompetitivas y desleales y procurando que en los mercados exista una competencia efectiva;

<sup>459</sup> **Ley de Organización y Funciones del Indecopi**

**Artículo 2.- Funciones del INDECOPI.-**

2.2 Para el cumplimiento de sus funciones, el INDECOPI se encuentra facultado para emitir directivas con efectos generales, supervisar y fiscalizar actividades económicas, **imponer sanciones**, ordenar medidas preventivas y cautelares, **dictar mandatos y medidas correctivas**, resolver controversias, así como las demás potestades previstas en la presente Ley.

**Artículo 21.- Régimen de las Comisiones.-**

Las Comisiones mencionadas en el artículo anterior tienen las siguientes características:

b) Resuelven en primera instancia administrativa los procesos de su competencia, **la adopción de medidas cautelares y correctivas, la imposición de las sanciones correspondientes** y la determinación de costas y costos;

**Artículo 24.- De la Comisión de Defensa de la Libre Competencia.-**

Corresponde a la Comisión de Defensa de la Libre Competencia velar por el cumplimiento de la Ley contra las Prácticas Monopólicas, Controlistas y Restrictivas de la Libre Competencia, la Ley Antimonopolio y Antioligopolio del Sector Eléctrico y de las otras leyes que prohíben y sancionan las conductas anticompetitivas o promueven una competencia efectiva en los mercados, así como de aquellas que complementen o sustituyan a las anteriores.

[Énfasis agregado]

sus objetivos<sup>460</sup>. En ese sentido, las medidas correctivas adquieren relevancia constitucional en el contexto de la promoción y defensa de la libre competencia, roles que el Estado está llamado a cumplir, y que ejerce a través del Indecopi.

836. Pero, además, la imposición de medidas correctivas es una atribución de la Comisión, que complementa y refuerza el ejercicio de su función de represión de conductas anticompetitivas, y es coherente con las atribuciones que corresponden a toda autoridad administrativa que ejerce función sancionadora:

**Ley del Procedimiento Administrativo General**

**Artículo 232.- Determinación de la responsabilidad**

**232.1 Las sanciones administrativas que se impongan al administrado son compatibles con la exigencia de la reposición de la situación alterada por el mismo a su estado anterior, así como con la indemnización por los daños y perjuicios ocasionados, los que serán determinados en el proceso judicial correspondiente.**

[Énfasis agregado]

837. Por ello, el artículo 46 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas ha dispuesto que, además de las sanciones a imponerse, la Comisión puede «dictar

---

<sup>460</sup> Sentencia del Tribunal Constitucional del 5 de diciembre de 2006, recaída sobre el Expediente 1963-2006-PA/TC (Caso de Distribuidora Norte Pacasmayo, DINO):

«8. Esta función reguladora del Estado se encuentra prevista en el artículo 58º de la Constitución, en cuyo tenor se estipula: “la iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura (...)”. Por su parte, el artículo 59º establece que el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo, comercio e industria. Asimismo, el artículo 61º confiere al Estado el deber de proscribir y combatir toda práctica que limite la libre competencia, así como el abuso de posiciones dominantes o monopólicas (...).

9. En coherencia con tales imperativos, se justifica la existencia de una legislación antimonopólica y de desarrollo de los marcos regulatorios que permitan mayores niveles de competencia, para cuyo efectivo cumplimiento los Organismos reguladores y el INDECOPÍ juegan un rol preponderante, tanto en la promoción y defensa de la competencia como en la protección a los consumidores y usuarios. (...)

22. Ahora bien, ¿es posible afirmar que INDECOPÍ, en el cumplimiento de sus funciones de control de las prácticas contrarias al normal funcionamiento del mercado, se encuentre imposibilitado de ordenar el cese de las conductas que atenten contra la libre competencia y la protección a los consumidores y usuarios? Desde luego que no. Admitir que Indecopi no puede ordenar el cese de conductas, sería negarle capacidad real para actuar dentro de sus facultades, las mismas que fueran otorgadas para hacer prevalecer los fines constitucionales de protección a la libre competencia (artículo 61º de la Constitución) y el derecho de los consumidores y usuarios (artículo 65º de la Constitución). (...)

26. (...) [E] INDECOPÍ está facultado para establecer sanciones pecuniarias por las infracciones cometidas contra lo dispuesto en el Decreto Legislativo 701; pero ello no implica que se encuentre imposibilitado de dictar medidas complementarias –distintas a las sanciones- justamente para hacer efectivo lo previsto en dicho dispositivo legal. Afirmer que la actuación de INDECOPÍ deba restringirse únicamente a establecer sanciones pecuniarias y no otras medidas complementarias para garantizar el cumplimiento de la Ley y la Constitución, como, por ejemplo, ordenar el cese de las conductas infractoras sería tan absurdo como admitir que en nuestro sistema jurídico los infractores pueden continuar con sus conductas contrarias a Ley en la medida en que cumplan con pagar el costo económico de su infracción.

El artículo 1 del Decreto Legislativo 701 [antigua Ley de libre competencia] establece que el objetivo de dicha Ley es “eliminar las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia (...)”. Es claro, pues, que dicho objetivo no se cumpliría si tan sólo se sancionara económicamente la infracción, y no se ordenara el cese de las prácticas contrarias a la referida Ley. Pero ello debe ser realizado por el INDECOPÍ bajo un test de razonabilidad y proporcionalidad.»

medidas correctivas conducentes a restablecer el proceso competitivo», previendo un listado abierto de supuestos, entre los cuales se encuentra la posibilidad de ordenar «el cese o la realización de actividades, inclusive bajo determinadas condiciones»<sup>461</sup>.

838. Históricamente, la Comisión ha utilizado medidas correctivas, en particular, en casos de abuso de posición de dominio (por ejemplo, negativas de trato) o prácticas colusorias verticales (por ejemplo, exclusividades) para ordenar la materialización de una conducta específica (por ejemplo, la obligación de contratar<sup>462</sup>) o la eliminación o inoponibilidad de contratos o condiciones restrictivas (por ejemplo, la inaplicación de una cláusula de exclusividad<sup>463</sup>).
839. Ahora bien, en casos de cártel, la Comisión ha optado, en diversas ocasiones, por introducir medidas correctivas de carácter declarativo o abstracto, bajo la fórmula «se dicta como medida correctiva abstenerse de realización el acuerdo o la recomendación anticompetitiva»<sup>464</sup>.
840. Sin embargo, esta Comisión considera que una verdadera medida correctiva no puede consistir en una simple declaración o mandato de respetar el ordenamiento jurídico. Ciertamente, este tipo de medidas no se distinguen de las obligaciones generales ya establecidas en la Ley, y mucho menos permiten evaluar su grado de cumplimiento. En efecto, en caso de infringirse una medida de este tipo, en realidad, se configuraría una nueva infracción, lo cual escapa de la simple

---

<sup>461</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 46.- Medidas correctivas.-**

46.1. Además de la sanción que se imponga por infracción a la presente Ley, la Comisión podrá dictar medidas correctivas conducentes a restablecer el proceso competitivo, las mismas que, entre otras, podrán consistir en:

- a) El cese o la realización de actividades, inclusive bajo determinadas condiciones.
- b) De acuerdo con las circunstancias, la obligación de contratar, inclusive bajo determinadas condiciones; o,
- c) La inoponibilidad de las cláusulas o disposiciones anticompetitivas de actos jurídicos; o,
- d) El acceso a una asociación u organización de intermediación.

46.2. El Tribunal tiene las mismas facultades atribuidas a la Comisión para el dictado de medidas correctivas.

<sup>462</sup> Así, por ejemplo, la Resolución 0407-2007/TDC-INDECOPI, que confirmó la Resolución 037-2005-INDECOPI/CLC, que dispuso, entre otras medidas correctivas, «ordenar a Pilot Station se abstenga de realizar negativas de prestación de servicios de practicaje marítimo de forma injustificada» y «ordenar a Pilot Station y a sus directores y gerentes que dejen sin efecto las cláusulas de exclusividad y las penalidades de los contratos celebrados con los prácticos marítimos del TPC (...) y que dicha empresa se abstenga de celebrar contratos con similares características a los analizados».

<sup>463</sup> Así, por ejemplo, la Resolución 0068-2009/SC1-INDECOPI, que confirmó la Resolución 005-2008-INDECOPI/CLC, que dispuso, entre otras medidas correctivas, «que Quimpac, en tanto mantenga su posición dominante en la producción y distribución de hipoclorito de sodio, se abstenga de establecer relaciones de exclusividad que puedan constituir restricciones verticales a la competencia, así como otras conductas que pudiesen tener un efecto excluyente. Por lo tanto, cuando Quimpac coloque el hipoclorito de sodio en el mercado, deberá cumplir con brindar un trato no discriminatorio a aquellos agentes económicos que demanden el producto».

<sup>464</sup> Así, por ejemplo, la Resolución 052-2012/CLC-INDECOPI dispuso como medida correctiva a dos sindicatos de estibadores «el cese y la prohibición de la conducta consistente en la realización de decisiones o recomendaciones anticompetitivas para la obstaculización de la entrada de competidores en el mercado de trabajo portuario en el Terminal Marítimo de Salaverry, que generen efectos anticompetitivos en dicho mercado»; por su parte, entre otras, la Resolución 040-2014-CLC-INDECOPI dispuso como medida correctiva al Colegio de Ingenieros del Perú y la Asociación Peruana de Consultoría «la abstención de realizar prácticas colusorias horizontales en la modalidad de recomendaciones destinadas a incrementar las tarifas de personal de los servicios de consultoría de ingeniería (...)».

aplicación de medidas coercitivas<sup>465</sup>, siendo por el contrario objeto de un nuevo procedimiento sancionador.

841. En tal sentido, a criterio de esta Comisión, en casos de cártel, una verdadera medida correctiva es aquella que está dirigida a promover el cumplimiento de la Ley mediante acciones específicas que se encuentran contenidas en mandatos que tienen por objetivo eliminar las condiciones que provocaron, promovieron o facilitaron la realización de la conducta infractora, así como cualquier otra condición que esté en capacidad de producir un efecto equivalente o similar al resultante de tal infracción.
842. Finalmente, en virtud al principio de razonabilidad, los mandatos que resulten del dictado de las medidas correctivas deben respetar los criterios de idoneidad (que la medida esté razonablemente dirigida a cumplir con la finalidad propuesta), necesidad (que la medida sea la menos onerosa o restrictiva para cumplir con su objetivo) y proporcionalidad (que la posible afectación que introduzca la medida se vea justificada en los beneficios que se intenta alcanzar).

#### **7.4.2. Medida correctiva aplicable al presente caso**

843. Esta Comisión ha acreditado que Arcángel, Eckerd, Fasa, Mifarma y Nortfarma realizaron una práctica colusoria horizontal en la modalidad de fijación concertada de precios de venta al público de treinta y seis (36) productos. Asimismo, esta comisión considera acreditado que dicha conducta tuvo efectos significativos sobre el bienestar de los consumidores y que una característica central en la ejecución de dicha conducta infractora fue contar con el apoyo de sus proveedores comunes.

Por ello, esta Comisión, tomando en cuenta la recomendación formulada por la Secretaría Técnica, considera pertinente dictar una medida correctiva consistente en la aplicación de un programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia por parte de las empresas infractoras, con la finalidad de contrarrestar aquellas condiciones que puedan promover o permitir una nueva comisión de conductas anticompetitivas como las verificadas en el presente caso.

844. El programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia será propuesto por las empresas infractoras, de manera individual, dentro de los noventa (90) días

---

<sup>465</sup> **Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas**

**Artículo 48.- Multas coercitivas por incumplimiento de medidas correctivas.-**

48.1. Si el obligado a cumplir una medida correctiva ordenada por la Comisión en su resolución final no lo hiciera, se le impondrá una multa coercitiva equivalente al veinticinco por ciento (25%) de la multa impuesta por infracción de la conducta anticompetitiva declarada. La multa coercitiva impuesta deberá ser pagada dentro del plazo de cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales se ordenará su cobranza coactiva.

48.2. En caso de persistir el incumplimiento a que se refiere el párrafo anterior, la Comisión podrá imponer una nueva multa coercitiva, duplicando sucesivamente el monto de la última multa coercitiva impuesta, hasta que se cumpla la medida correctiva ordenada y hasta el límite de dieciséis (16) veces el monto de la multa coercitiva originalmente impuesta.

48.3. **Las multas coercitivas impuestas no tienen naturaleza de sanción por infracción de la conducta anticompetitiva.**

[Énfasis agregado]

hábiles contados a partir de que la presente Resolución haya quedado consentida o firme, según sea el caso, y su contenido será aprobado por la Comisión. Asimismo, el programa deberá aplicarse durante 3 años a partir de su aprobación.

845. El programa que propongan las empresas infractoras deberá comprender, por lo menos, las siguientes actividades:

a. Capacitación anual sobre la normativa en materia de libre competencia

- La empresa encargará a un especialista la realización de una capacitación acerca de las reglas generales establecidas en la normativa vigente en materia de libre competencia: Constitución, Ley de Organización y Funciones del Indecopi y la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, así como los lineamientos vigentes. Esta capacitación, incluirá, asimismo, una explicación sobre el contenido de la presente decisión.

La capacitación debe enfatizar las consecuencias, tanto corporativas como personales, de infringir la normativa en materia de libre competencia, así como los beneficios existentes por colaboración con la autoridad.

- La capacitación estará dirigida al personal de la empresa que participe en el diseño, la ejecución o la supervisión de la política comercial de la empresa, en particular, en lo que concierne a la formación de los precios y la interacción con proveedor y competidores; incluyendo a directores, gerente general, gerentes de línea, jefes y analistas de precios, entre otros.
- La capacitación se realizará dentro de los treinta (30) días de aprobado el programa de cumplimiento y se dejará constancia de la asistencia del personal capacitado. Esta capacitación se repetirá, una vez al año, por los dos años siguientes.
- Culminada la capacitación, el personal capacitado suscribirá una declaración jurada confirmando haber entendido el sentido de la presente decisión y acatar su contenido, así como un compromiso de respetar las normas de libre competencia en el ejercicio de sus funciones.
- La capacitación deberá incluir, además, una evaluación sobre los conocimientos obtenidos, cuyos resultados serán reportados a la Comisión.

b. Identificación y mitigación de riesgos de incumplimiento a la normativa de libre competencia

- La empresa encargará a un especialista que, dentro de los noventa (90) días siguientes a la aprobación del programa de cumplimiento, identifique las áreas donde existe riesgo de que se incumpla la normativa de libre competencia y que proponga medidas para contrarrestar dichos riesgos.

Dentro de los treinta (30) días de emitido su diagnóstico, el especialista informará a la Secretaría Técnica sobre los riesgos identificados, así como las medidas implementadas por la empresa para contrarrestarlos.

La identificación de las áreas de riesgo y la implementación de medidas se repetirá, una vez al año, por los dos años siguientes.

- El especialista tendrá, asimismo, la responsabilidad de facilitar el cumplimiento de la normativa en materia de libre competencia a los funcionarios y empleados de la empresa durante 3 años. Para ello, contará con una cuenta de correo electrónico exclusiva, en la que podrá recibir información de los empleados y funcionarios de la empresa acerca de potenciales riesgos o incumplimientos a la normativa sobre libre competencia.

De existir potenciales riesgos o incumplimientos a la normativa sobre libre competencia, el especialista informará inmediatamente a la Gerencia General o la autoridad con más alto nivel de dirección dentro de la empresa, para que tome las acciones correspondientes dentro del tercer día de recibida la comunicación, manteniendo en reserva la identidad de los funcionarios o empleados que hayan presentado la información.

Una vez al mes, o antes si lo considera necesario, el especialista informará a la Secretaría Técnica sobre los potenciales riesgos o incumplimientos a la normativa sobre libre competencia recibidos, así como sobre las acciones implementadas o pendientes de implementarse por parte de la empresa.

846. Los costos que demande el programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia serán íntegramente asumidos por las empresas. La Secretaría Técnica absolverá las dudas que las empresas puedan manifestar en relación con la presentación de su propuesta de programa de cumplimiento.

Estando a lo previsto en la Constitución Política del Perú, la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas y la Ley del Procedimiento Administrativo General, la Comisión de Defensa de la Libre Competencia;

#### **RESUELVE:**

**PRIMERO:** Declarar no ha lugar las nulidades formuladas por Albis S.A., Boticas y Salud S.A.C., Botica Torres de Limatambo S.A.C., Eckerd Perú S.A., Farmacias Peruanas S.A., Mifarma S.A.C. y Nortfarma S.A.C. en contra de las actuaciones de la Secretaría Técnica en la investigación preliminar, la imputación de cargos y la tramitación del presente procedimiento administrativo sancionador.

**SEGUNDO:** Declarar que Albis S.A., Farmacias Peruanas S.A., Eckerd Perú S.A., Mifarma S.A.C. y Nortfarma S.A.C. incurrieron en la realización de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de los precios de venta al público, a nivel nacional, de diversos productos farmacéuticos y afines, entre enero de 2008 y marzo de 2009.

**TERCERO:** Sancionar a Albis S.A., Farmacias Peruanas S.A., Eckerd Perú S.A., Mifarma S.A.C. y Nortfarma S.A.C. con las siguientes multas:



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI

Empresa	Multa aplicable (UIT)
ALBIS S.A.	866.99
ECKERD PERÚ S.A.	931.21
FARMACIAS PERUANAS S.A.	349.18
MIFARMA S.A.C.	32.65
NORTFARMA S.A.C.	94.43
<b>Total</b>	<b>2,274.46</b>

**CUARTO:** Dictar como medida correctiva que Albis S.A., Farmacias Peruanas S.A., Eckerd Perú S.A., Mifarma S.A.C. y Nortfarma S.A.C. implementen un programa de cumplimiento de la normativa de libre competencia, que será aprobado por esta Comisión y que tendrá por finalidad contrarrestar las condiciones que promuevan o permitan la comisión de conductas anticompetitivas como las acreditadas en el presente procedimiento.

**QUINTO:** Declarar que Boticas y Salud S.A.C. y Botica Torres de Limatambo S.A.C. no son responsables de prácticas colusorias horizontales en la modalidad de fijación concertada de los precios de venta al público, a nivel nacional, de diversos productos farmacéuticos y afines, entre enero de 2008 y marzo de 2009.

**Con el voto favorable de los señores miembros de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia: Ena María Garland Hilbck, Arturo Leonardo Vásquez Cordano, María del Pilar Cebrecos González y Dante Mendoza Antonioli.**

**Ena María Garland Hilbck**  
Presidente

## ANEXO 1

### Listado de correos electrónicos utilizados como evidencia en la elaboración del Resolución 078-2016/CLC-INDECOPI

1. Correos electrónicos entre Francisco Venero Abarca, Gerente Comercial de Líneas Propias de Albis S.A.<sup>1</sup> (en adelante, Francisco Venero de Albis) y Julio Casiano, Jefe de Precios de Arcángel durante el 2008 y Gerente de Servicios de Salud de Arcángel durante el 2009<sup>2</sup> (en adelante, Julio Casiano de Arcángel), con copia a Carlos Ruiz, Gerente de Ventas de Arcángel<sup>3</sup> (en adelante, Carlos Ruiz de Arcángel), Eliana Pacora, Gerente de Marketing Farma de Albis S.A.<sup>4</sup> (en adelante, Eliana Pacora de Albis), Gustavo Bravo, Gerente General de Arcángel<sup>5</sup> (en adelante, Gustavo Bravo de Arcángel) e Iván Robles Reto, representante de la Jefatura Zonal Norte Medio – Arcángel, bajo el asunto «*PRECIOS MERCADO LPAlbis farma*»<sup>6</sup>, del **19 de enero del 2008 al 30 de enero de 2008**<sup>7</sup>.
2. Correos electrónicos entre Alejandro De la Flor, representante de Fasa, Antenor Mauny, Gerente Comercial de la Unidad de Negocio Farma de Fasa<sup>8</sup> (en adelante, Antenor Mauny de Fasa), Christian Randich Tejeda, Sub-Gerente de Negocios Rx de Fasa<sup>9</sup> (en adelante, Christian Randich de Fasa), Francisco Venero de Albis y Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*Precios conciliados LP Albis*»<sup>10</sup>, del **30 de enero de 2008 al 1 de febrero de 2008**<sup>11</sup>.

---

<sup>1</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>2</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>3</sup> Ídem.

<sup>4</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>5</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>6</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>7</sup> La cadena comprende los correos del 19 de enero de 2008 a las 9:10 a.m.; 21 de enero de 2008 a las 8:44 a.m., 10:09 a.m. y 12:41 p.m.; 23 de enero de 2008 a las 6:03 p.m.; 24 de enero de 2008 a las 10:13 a.m., 12:11 p.m., 2:29 p.m., 6:50 p.m. y 7:08 p.m.; 25 de enero de 2008 a las 8:02 a.m.; y 30 de enero de 2008 a las 8:39 a.m., 8:52 a.m., 9:36 a.m., 12:20 p.m. y 12:29 p.m.

<sup>8</sup> Según consta en el Acta de Visita Inspectiva realizada al local de Fasa el 27 de marzo de 2009 y en la información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>9</sup> Ídem.

<sup>10</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa; y a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>11</sup> La cadena comprende los correos del: 30 de enero de 2008 a las 9:22 a.m. y 6:07 p.m.; 31 de enero de 2008 a las 11:41 a.m., 12:59 p.m., 3:10 p.m., 3:13 p.m. y 3:20 p.m.; y del 1 de febrero de 2008 a las 5:11 p.m., 5:58 p.m., 6:22 p.m., 6:28 p.m. y a las 6:46 p.m.

3. Correos electrónicos entre Francisco Venero de Albis, Susana Espejo Kuroki, representante de Nortfarma S.A.C. (en adelante, Susana Espejo de Nortfarma), Luis Yopez Rivasplata, Jefe Regional Zona Norte de Albis S.A. (en adelante, Luis Yopez de Albis) y Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*Precios conciliados LP Albis*»<sup>12</sup>, del **30 de enero de 2008 y 1 de febrero de 2008**<sup>13</sup>.
4. Correo electrónico enviado por Francisco Venero de Albis a María Victoria Manrique, representante de Albis S.A., y posteriormente reenviado por Antenor Mauny de Fasa a Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*Reodenamiento PPSUG. LP Albis.*»<sup>14</sup>, del **4 de febrero de 2008** a las 8:16 a.m.
5. Correos electrónicos enviados por Francisco Venero de Albis a María Victoria Manrique, representante de Albis S.A., bajo el asunto «*Reodenamiento PPSUG. LP Albis.*»<sup>15</sup>, del **4 de febrero de 2008 y 5 de febrero de 2008**<sup>16</sup>.
6. Correo electrónico enviado por Francisco Venero de Albis a Hugo Narrea, Gerente de la Especialidad de Oftalmología y Respiratoria de Albis S.A.<sup>17</sup>, Carmen Torres, Gerente de Especialidad Derma – Ginecológica de Albis S.A.<sup>18</sup>, Víctor Peralta, Gerente de Especialidad Traumatología y Neurológica de Albis S.A.<sup>19</sup>, Javier Quiñónez, Jefe de la Especialidad Pediátrica de Albis S.A.<sup>20</sup> y Patricia Apuy, Gerente de Fuerza Especial – Línea Ferrer de Albis S.A.<sup>21</sup>, con copia a Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*Productos nuevos*»<sup>22</sup>, del **13 de febrero de 2008** a las 10:15 a.m.

---

<sup>12</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>13</sup> La cadena comprende los correos del 30 de enero de 2008 a las 12:59 p.m. y 5:56 p.m.; y del 1 de febrero de 2008 a las 10:54 a.m., 11:06 a.m. y 11:28 a.m.

<sup>14</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>15</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>16</sup> La cadena comprende los correos del 4 de febrero de 2008 a las 8:16 a.m. y del 5 de febrero de 2008 a las 7:00 p.m.

<sup>17</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>18</sup> Ídem.

<sup>19</sup> Ídem.

<sup>20</sup> Ídem.

<sup>21</sup> Ídem.

<sup>22</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

7. Correos electrónicos entre Julio Casiano de Arcángel y Francisco Venero de Albis, con copia a Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*NUCLEO CMP*»<sup>23</sup>, del **13 de febrero de 2008 y 14 de febrero de 2008**<sup>24</sup>.
8. Correos electrónicos entre Luis Yopez de Albis, Fausty Jiménez, Gerente de Especialidad Cardio Gastro Metabólica de Albis S.A.<sup>25</sup>, Carlos Galindo, Jefe de Promoción Región Norte de Albis S.A.<sup>26</sup>, Francisco Venero de Albis y Susana Espejo de Nortfarma, bajo el asunto «*PRECIO DE SEDOTROPINA FLAT 22.02.08*»<sup>27</sup>, del **25 de febrero de 2008**<sup>28</sup>.
9. Correos electrónicos entre Carlos Ruiz de Arcángel y Francisco Venero de Albis, con copia a Stefan Gocht, Gerente General de Albis S.A.<sup>29</sup> (en adelante, Stefan Gocht de Albis), Gustavo Bravo de Arcángel, y a Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*Precios*»<sup>30</sup>, del **26 y 27 de febrero de 2008**<sup>31</sup>.
10. Correos electrónicos entre Francisco Venero de Albis y Carlos Ruiz de Arcángel, con copia a Eliana Pacora de Albis, Stefan Gocht de Albis, Gustavo Bravo de Arcángel y a Julio Casiano de Arcángel, bajo el asunto «*Precios controlados*»<sup>32</sup>, del **28 de febrero de 2008**<sup>33</sup>.
11. Correos electrónicos entre Verónica Pinto, Category Manager 1 de la Unidad de Negocio Rx de Fasa<sup>34</sup> (en adelante, Verónica Pinto de Fasa), Miguel Sánchez, Jefe de Precios de Fasa<sup>35</sup> (en adelante, Miguel Sánchez de Fasa), Christian

---

<sup>23</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>24</sup> La cadena comprende los correos del 13 de febrero de 2008 a las 4:21 p.m. y del 14 de febrero de 2008 a las 9:40 a.m.

<sup>25</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>26</sup> Ídem.

<sup>27</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>28</sup> La cadena comprende dos correos del 25 de febrero de 2008 a las 9:41 a.m. y 9:50 a.m.

<sup>29</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>30</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>31</sup> La cadena comprende los correos del 26 de febrero de 2008 a las 3:25 p.m. y del 27 de febrero de 2008 a las 8:41 a.m.

<sup>32</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>33</sup> La cadena comprende los correos del 28 de febrero de 2008 a las 11:40 a.m. y 11:56 a.m.

<sup>34</sup> Según consta en el Acta de Visita Inspectiva realizada al local de Fasa el 27 de marzo de 2009 y en la información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>35</sup> Ídem.

Randich de Fasa, Mariella Linares, representante de Grunenthal Peruana S.A. (en adelante, Mariella Linares de Grunenthal), Alí Arellano, representante de Grunenthal Peruana S.A. (en adelante, Alí Arellano de Grunenthal), Narda Goyzueta, Gerente General de Intelligence Business Consulting, y Marcos Granda, bajo el asunto «*distorción precio Megacilina oral-Grunenthal*»<sup>36</sup>, del **19 de marzo de 2008 al 28 de marzo de 2008**<sup>37</sup>.

12. Correo electrónico enviado por Mariano Price, representante de Johnson & Johnson del Perú S.A., a Carlos Aquije, Gerente de Logística de Arcángel<sup>38</sup> (en adelante, Carlos Aquije de Arcángel), Magaly del Pilar Hurtado, Jefa de Compras 1 de Arcángel durante el 2008 y Gerente de Compras Nacionales de Arcángel durante el 2009<sup>39</sup> (en adelante, Magaly Hurtado de Arcángel) y a Julio Casiano de Arcángel, con copia a Ana Altamirano, Asistente de Compras de Arcángel durante el 2008 y Jefa de Compras Junior de Arcángel durante el 2009<sup>40</sup> (en adelante, Ana Altamirano de Arcángel), bajo el asunto «*Estandarización de precios al público OTC*», del **7 de mayo de 2008** a las 12.11 p.m.<sup>41</sup>.
13. Correos electrónicos entre Eliana Pacora de Albis, Francisco Venero de Albis, Luis Yopez de Albis, Raúl León, Gerente de Ventas de Albis S.A.<sup>42</sup>, Manuel Ruiz, Administrador de Sucursal Piura de Albis S.A.<sup>43</sup> (en adelante, Manuel Ruiz de Albis), Herbert Lazo, Gerente de Ventas Farma de Albis S.A.<sup>44</sup>, y Manuel Pérez Román, representante de Albis S.A., bajo el asunto «*NORFARMA*»<sup>45</sup>, del **23 de mayo de 2008**<sup>46</sup>.
14. Correo electrónico enviado por Julio Casiano de Arcángel a representantes de Lukoll S.A.C., con copia a Gisela Espejo Yep, Jefa de Compras 2 de Arcángel<sup>47</sup>,

---

<sup>36</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>37</sup> La cadena comprende los correos del 19 de marzo de 2008 a las 4:46 p.m., 27 de marzo de 2008 a las 7:09 p.m., y del 28 de marzo de 2008 a las 11:40 a.m., 11:48 a.m. y 12:41 p.m.

<sup>38</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>39</sup> Ídem.

<sup>40</sup> Ídem.

<sup>41</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>42</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>43</sup> Ídem.

<sup>44</sup> Ídem.

<sup>45</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>46</sup> La cadena comprende los correos del 23 de mayo de 2008 a las 10:44 a.m., 10:51 a.m. y 11:04 a.m.

<sup>47</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

- y posteriormente reenviado a Magaly Hurtado de Arcángel, bajo el asunto «*Precios Lukoll*»<sup>48</sup>, del **17 de junio de 2008 y 16 de julio de 2008**<sup>49</sup>.
15. Correos electrónicos entre Frida Urbina, Analista de Compras Farma de Droguería los Andes S.A.<sup>50</sup>, Francisco Venero de Albis, Gina Wright Falla, Gerente de Compras de Droguería los Andes S.A.<sup>51</sup> (en adelante, Gina Wright de Droguería los Andes), Eliana Pacora de Albis y Stefan Gocht de Albis, bajo el asunto «*Atención orden de compra Inka Farma*»<sup>52</sup>, del **7 y 9 de julio de 2008**<sup>53</sup>.
  16. Correo electrónico enviado por Verónica Pinto de Fasa a Christian Randich de Fasa, con copia a Susana Estrada Llosa, Analista Comercial de la Unidad de Negocio OTC de Fasa<sup>54</sup> (en adelante, Susana Estrada de Fasa), bajo el asunto «*REGULACIÓN DEL PRECIO PÚBLICO CRESADEX*», del **8 de julio de 2008** a las 12:28 p.m.<sup>55</sup>.
  17. Correos electrónicos entre Mariella Linares de Grunenthal, Alí Arellano de Grunenthal, Verónica Pinto de Fasa y Christian Randich de Fasa, bajo los asuntos «*boletas de venta megacilina*» y «*Megacilina Inkafarma*»<sup>56</sup>, del **10 de julio de 2008**<sup>57</sup>.
  18. Correos electrónicos entre Verónica Pinto de Fasa, Christian Randich de Fasa, Mariella Linares de Grunenthal y Alí Arellano de Grunenthal, bajo el asunto «*MEGAINYKIT 14,90*»<sup>58</sup>, del **11 de julio de 2008**<sup>59</sup>.

---

<sup>48</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>49</sup> La cadena comprende los correos del 17 de junio de 2008 a las 11:07 a.m. y del 16 de julio de 2008 a las 12:33 p.m.

<sup>50</sup> Según organigrama vigente hasta octubre del 2009, de acuerdo a la información remitida por Eckerd el 1 de julio de 2010, en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 234-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>51</sup> Según organigrama vigente hasta abril del 2010, de acuerdo a la información remitida por Eckerd el 15 de junio de 2010, en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 234-2010/ST-CLC-INDECOPI. Cabe precisar que Droguería los Andes S.A., hasta abril del 2010, estaba dedicada a la adquisición de productos farmacéuticos y de tocador para su posterior venta a Eckerd.

<sup>52</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>53</sup> La cadena comprende los correos del 7 de julio de 2008 a las 4:42 p.m. y del 9 de julio de 2008 a las 9:10 a.m., 11:34 a.m., y 11:39 a.m.

<sup>54</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>55</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>56</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>57</sup> La cadena comprende los correos del 10 de julio de 2008 a las 12:02 p.m., 12:10 p.m., 7:09 p.m., 7:42 p.m. y 7:43 p.m.

<sup>58</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

19. Correo electrónico enviado por Francisco Venero de Albis a Carlos Ruiz de Arcángel con copia a Julio Casiano de Arcángel y a Magaly Hurtado de Arcángel, bajo el asunto «*PPSUG LP Albis 9/2,008*», del **20 de agosto de 2008** a las 12.03 p.m.<sup>60</sup>.
20. Correos electrónicos entre Francisco Venero de Albis, Jose Giove, Jefe de Equipo de Promotores de Albis S.A.<sup>61</sup>, Christian Randich de Fasa, Alex Tenorio, Analista de Precios Rx de Fasa durante el 2008 y Analista de Precios Junior de Fasa durante el 2009<sup>62</sup> (en adelante, Alex Tenorio de Fasa), y otros, bajo el asunto «*PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008*»<sup>63</sup>, del **20 de agosto de 2008 al 4 de setiembre de 2008**<sup>64</sup>.
21. Correos electrónicos entre Alberto Villagomez, Gerente de Unidad de Negocios Trade de Ranbaxy PRP (Perú) S.A.C. (en adelante, Alberto Villagomez de Ranbaxy), Magaly Hurtado de Arcángel, Ana Altamirano de Arcángel, Julio Casiano de Arcángel y Edgar Sandoval, Asistente de Precios de Arcángel durante el 2008 y Jefe de Precios de Arcángel durante el 2009<sup>65</sup> (en adelante, Edgar Sandoval de Arcángel), bajo el asunto «*PRECIOS DE SALIDA*»<sup>66</sup>, del **26 de agosto de 2008**<sup>67</sup>.
22. Correos electrónicos entre Alberto Villagomez de Ranbaxy, Magaly Hurtado de Arcángel, Ana Altamirano de Arcángel y Julio Casiano de Arcángel, bajo el asunto «*REGULAR PRECIO DE SALIDA*»<sup>68</sup>, del **28 de agosto de 2008**<sup>69</sup>.

---

<sup>59</sup> Los correos aludidos se encuentran divididos en dos cadenas. La primera cadena corresponde a los correos del 11 de julio de 2008 a las 12:18 p.m. y 1.08 p.m. La segunda, a los correos de la fecha mencionada a las 12:18 p.m. (incluye el correo reenviado por Verónica Pinto de Fasa a Christian Randich de Fasa), 1:01 p.m. y 1:04 p.m.

<sup>60</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>61</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>62</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>63</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>64</sup> La cadena comprende los correos del 20 de agosto de 2008 a las 11:42 a.m. y del 4 de setiembre de 2008 a las 9:09 a.m., 9:31 a.m. y 10:25 a.m.

<sup>65</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>66</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>67</sup> La cadena comprende los correos del 26 de agosto de 2008 a las 7:58 a.m., 8:50 a.m., 9:48 a.m., 9:55 a.m. y 10:28 a.m.

<sup>68</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>69</sup> La cadena comprende los correos del 28 de agosto de 2008 a las 6:52 a.m., 8:27 a.m. y 9:14 a.m.

23. Correo electrónico enviado por Diana Cabrera Gálvez, Ejecutiva de Desarrollo de Negocio - Drug & Pharma del Canal de Cadenas de Farmacias de Johnson & Johnson del Perú (en adelante, Diana Cabrera de J&J) a Magaly Hurtado de Arcángel, bajo el asunto «*DOLOFLAM EXTRA FORTE*», del **1 de setiembre de 2008** a las 10:54 a.m.<sup>70</sup>.
24. Correos electrónicos entre Diana Cabrera de J&J, Magaly Hurtado de Arcángel y Carlos Aquije de Arcángel, bajo el asunto «*DOLOFLAM*»<sup>71</sup>, del **3 de setiembre de 2008**<sup>72</sup>.
25. Correo electrónico enviado por Diana Cabrera de J&J a Magaly Hurtado de Arcángel, con copia a Mariano Price y Fernando Portugal, ambos también representantes de J&J, bajo el asunto «*PRECIO DOLOFLAM EXTRA FORTE*», del **3 de setiembre de 2008** a las 11.02 a.m.<sup>73</sup>.
26. Correos electrónicos entre Carlos Ruiz de Arcángel y Francisco Venero de Albis, con copia a Gustavo Bravo de Arcángel, Stefan Gocht de Albis y a Eliana Pacora de Albis, bajo el asunto «*Precios de IKF*»<sup>74</sup>, del **4 de setiembre de 2008 y 5 setiembre de 2008**<sup>75</sup>.
27. Correo electrónico enviado por Milenka Carrillo Purin, Sub-Gerente de la Unidad de Negocio OTC de Fasa<sup>76</sup> (en adelante, Milenka Carrillo de Fasa) a Antenor Mauny de Fasa, con copia a Susana Estrada de Fasa y a Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*Análisis Medco 15 09 08*», del **15 de setiembre de 2008** a las 4:55 p.m.<sup>77</sup>.
28. Correos electrónicos entre Julio Casiano de Arcángel, Magaly Hurtado de Arcángel, Francisco Venero de Albis, Fernando Moreno, Jefe de Marcas Propias de Arcángel<sup>78</sup>, Yrene León, Gerente de Aseguramiento de la Calidad de Arcángel<sup>79</sup>, Yris Dueñas, Jefe de Capacitación de Albis S.A.<sup>80</sup>, y Mariella Oga,

---

<sup>70</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>71</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>72</sup> La cadena comprende los correos del 3 de setiembre del 2008 a las 11.54 a.m., 12:09 p.m. y 12:18 p.m.

<sup>73</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>74</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>75</sup> La cadena comprende los correos del 4 de setiembre de 2008 a las 8:44 a.m., 8:51 a.m., 8:53 a.m., 9:52 a.m., 10:16 a.m., 10:24 a.m. y 5:16 p.m.; y del 5 de setiembre de 2008 a las 4:30 p.m. y 4:36 p.m.

<sup>76</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>77</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>78</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>79</sup> Ídem.

Gerente de Marketing Consumo de Albis S.A.<sup>81</sup>, bajo el asunto «*Diferencia de precios Líneas Propias Inkafarma. Reunión Viernes 19 a las 9am*»<sup>82</sup>, del **17 de setiembre de 2008**<sup>83</sup>.

29. Correos electrónicos entre Milenka Carrillo de Fasa, Christian Randich de Fasa, Antenor Mauny de Fasa, Miguel Sánchez de Fasa, Marco de Paz, Analista Operador de Precios de Fasa<sup>84</sup>, Susana Estrada de Fasa, Luis Prado, Gerente UN Productos de Marca de Corporación Medco S.A.C. (en adelante, Luis Prado de Medco) y Monica Arce Alvarado, Sub Gerente de Cuentas Claves de Corporación Medco S.A.C. (en adelante, Monica Arce de Medco), bajo el asunto «*Estrategia Incremento Px Medco Martes 23 Sept.xls*»<sup>85</sup>, del **19 de setiembre de 2008 al 22 de setiembre de 2008**<sup>86</sup>.
30. Correos electrónicos entre Carlos Valencia, Category Manager 2 de la Unidad de Negocio Rx de Fasa<sup>87</sup> (en adelante, Carlos Valencia de Fasa) y Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*PRECIOS FLUIMUCIL.xls*»<sup>88</sup>, del **7 de octubre de 2008**<sup>89</sup>.
31. Correo electrónico enviado por Marcelo Bazán, Gerente General de BTL<sup>90</sup> a Mónica Pezantes, Sub Gerente de Compras de BTL<sup>91</sup>, y Edgardo Saravia, Gerente Comercial de BTL<sup>92</sup>, bajo el asunto «*Mi farma*», del **15 de octubre de 2008** a las 5:16 p.m.<sup>93</sup>.

---

<sup>80</sup> Según documento «Organigrama Albis corporativo 09.xls», correspondiente a los documentos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de Arcángel.

<sup>81</sup> Ídem.

<sup>82</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>83</sup> La cadena comprende los correos del 17 de setiembre a las 11:07 a.m., 11:12 a.m. y 11:34 a.m.

<sup>84</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>85</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>86</sup> La cadena comprende los correos del 19 de setiembre de 2008 a las 7:16 p.m. y del 22 de setiembre del 2008 a las 3:22 p.m., 4:48 p.m. y 5:54 p.m.

<sup>87</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>88</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>89</sup> La cadena comprende los correos del 7 de octubre de 2008 a las 2:49 p.m., 2:52 p.m. y 3:30 p.m.

<sup>90</sup> Según organigrama remitido por BTL mediante escrito del 14 de julio de 2010, en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 249-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>91</sup> Ídem.

<sup>92</sup> Ídem.

<sup>93</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Marcelo Bazán Gerente General de BTL, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

32. Correos electrónicos entre Milenka Carrillo de Fasa, Antenor Mauny de Fasa, Marianella Chavez, Gerente de Producto Línea OTC de Laboratorios Bagó del Perú S.A. (en adelante, Marianella Chavez de Bagó), Miguel Medina Mosto, Jefe de Ventas de DISTRIMED S.A.C., y Eduardo Chavez, representante de DISTRIMED S.A.C., bajo el asunto «CASO FLOGODISTEN»<sup>94</sup>, del **11 de diciembre de 2008 al 18 de diciembre de 2008**<sup>95</sup>.
33. Correo electrónico entre Marianella Chavez de Bagó a Milenka Carrillo de Fasa, bajo el asunto «PRECIO FLOGODISTEN EN INKAFARMA», del **18 de diciembre de 2008** a las 6:27 p.m.<sup>96</sup>
34. Correos electrónicos entre Mariella Linares de Grunenthal, Magaly Hurtado de Arcángel, Francisco Castillo, Jefe de Compras Senior de Arcángel<sup>97</sup> (en adelante, Francisco Castillo de Arcángel), Julio Casiano de Arcángel, Alí Arellano de Grunenthal, y otros, bajo el asunto «*precio publico Zaldiar PRODUCTO RENTABLE*»<sup>98</sup>, del **28 de enero de 2009**<sup>99</sup>.
35. Correo electrónico enviado por Martín Valderrama a Monica Hurtado, ambos representantes de Medifarma S.A., y posteriormente reenviado por esta última a Magaly Hurtado de Arcángel y a Chandy Morales, también representante de Medifarma S.A., bajo el asunto «ELECTRORAL - ARCANGEL»<sup>100</sup>, del **29 de enero de 2009**<sup>101</sup>.
36. Correos electrónicos entre Patricio Pflucker, Sales Manager de Abbott Laboratorios S.A. (en adelante, Patricio Pflucker de Abbott), Renzo Rodríguez, Coordinador de Cuentas Claves de Abbott Laboratorios S.A. (en adelante, Renzo Rodríguez de Abbott), Miriam Aguilar Romero, Ejecutiva de Compras 1 de Mifarma<sup>102</sup> (en adelante, Miriam Aguilar de Mifarma), Edmundo Yáñez Olarte, Gerente General de Mifarma<sup>103</sup> (en adelante, Edmundo Yáñez de Mifarma), Alé

<sup>94</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Antenor Mauny de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>95</sup> La cadena comprende los correos del 11 de diciembre de 2008 a las 2:42 p.m.; 15 de diciembre de 2008 a las 4:57 p.m. y 7:33 p.m.; y del 18 de diciembre de 2008 a las 3:08 p.m.

<sup>96</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Antenor Mauny de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>97</sup> Según información remitida por Arcángel el 22 de julio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 236-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>98</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>99</sup> La cadena comprende los correos del 28 de enero de 2009 a las 9:11 a.m., 6:48 p.m., 7:11 p.m. y 7:13 p.m.

<sup>100</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>101</sup> La cadena comprende dos correos del 29 de enero de 2009, a las 8:40 p.m. y a las 9:17 p.m.

<sup>102</sup> Según información remitida por Mifarma el 25 de junio de 2010 en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 250-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>103</sup> Ídem.

Corro Velásquez, Ejecutivo de Compras de Mifarma<sup>104</sup> (en adelante, Alé Corro de Mifarma) y Georgia Stuard, Ejecutiva de Compras 2 de Mifarma<sup>105</sup> bajo los asuntos «*Precios MI FARMA*» y «*Reunión Abbott RV: Precios MI FARMA*»<sup>106</sup>, del **29 de enero de 2009 al 3 de febrero de 2009**<sup>107</sup>.

37. Correo electrónico enviado por Mariella Linares de Grunenthal a Alé Corro de Mifarma, con copia a Alí Arellano de Grunenthal, bajo el asunto «*Precio público Zaldiar*», del **30 de enero de 2009** a las 10:57 a.m.<sup>108</sup>.
38. Correo electrónico enviado por Mariella Linares de Grunenthal a Julio Casiano de Arcángel, con copia a Magaly Hurtado de Arcángel, Francisco Castillo de Arcángel, Edgar Sandoval de Arcángel y a Alí Arellano de Grunenthal, bajo el asunto «*Precio público Zaldiar*», del **30 de enero de 2009** a las 11.05 a.m.<sup>109</sup>.
39. Correos electrónicos entre Antenor Mauny de Fasa, Milenka Carrillo de Fasa, Christian Randich de Fasa y Juan José Rojas, Hugo Nisenbom, Monica Lozano y Antonio Camacho, representantes de Schering-Plough del Perú S.A., bajo el asunto «*precios inkafarma*»<sup>110</sup>, del **11 de febrero de 2009**<sup>111</sup>.
40. Correos electrónicos enviado por Antenor Mauny de Fasa a Ana Tenorio, representante de Pfizer S.A., con copia a Milenka Carrillo de Fasa, y a Christian Randich de Fasa; reenviados posteriormente a Gina Wright de Droguería los Andes, a Leandro García Raggio, Gerente General de Eckerd Perú S.A.<sup>112</sup> y a Erick Echegaray Carmona, Director Comercial de Eckerd Perú S.A.<sup>113</sup>; bajo el asunto «*precios inkafarma*»<sup>114</sup>, del **11 de febrero de 2009 y 25 de febrero de 2009**<sup>115</sup>.

---

<sup>104</sup> Ídem.

<sup>105</sup> Ídem.

<sup>106</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Alé Corro de Mifarma, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>107</sup> La cadena comprende los correos del 29 de enero de 2009 a las 7:06 p.m. y 7:13 p.m.; 2 de febrero de 2009 a las 9:31 a.m., 3:14 p.m., 3:16 p.m., 6:23 p.m. y 6:34 p.m.; y 3 de febrero de 2009 a las 12:29 p.m.

<sup>108</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Alé Corro de Mifarma, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>109</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>110</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>111</sup> La cadena comprende los correos del 11 de febrero de 2009 a las 5:36 p.m., 7:10 p.m. y 7:18 p.m.

<sup>112</sup> Según consta en el Acta de Visita Inspectiva realizada al local de Eckerd Perú S.A. el 27 de marzo de 2009.

<sup>113</sup> Según organigrama vigente hasta abril del 2010, de acuerdo a la información remitida por Eckerd el 15 de junio de 2010, en respuesta al requerimiento de información formulado mediante Carta 234-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>114</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Leandro García Raggio, Gerente General de Eckerd Perú S.A., entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>115</sup> La cadena comprende los correos del 11 de febrero de 2009 a las 3:37 p.m. y 5:35 p.m.; y del 25 de febrero de 2009 a las 12:39 p.m.

41. Correo electrónico enviado por Elvis Yglesias, Jefe de Ventas de Boehringer Ingelheim Perú S.A.C (en adelante, Elvis Yglesias de Boehringer) a Julio Casiano de Arcángel, con copia a Magaly Hurtado de Arcángel, Ana Altamirano de Arcángel y otros, bajo el asunto «*PRECIOS KIDDI PHARMATON*», del **12 de febrero de 2009** a las 10:00 a.m.<sup>116</sup>.
42. Correos electrónicos entre Antenor Mauny de Fasa, Milenka Carrillo de Fasa, Christian Randich de Fasa, Henry Conde y Johanna Chu, representantes del Grupo Farmakonsuma S.A., bajo el asunto «*Precios - Grupo Farma*»<sup>117</sup>, del **12 de febrero de 2009 al 20 de febrero de 2009**<sup>118</sup>.
43. Correo electrónico enviado por Elvis Yglesias de Boehringer a Magaly Hurtado de Arcángel, bajo el asunto «*Plan comercial BI 2009*», del **16 de febrero de 2009** a las 5:32 p.m.<sup>119</sup>.
44. Correos electrónicos entre Milenka Carrillo de Fasa, Antenor Mauny de Fasa, Elvis Yglesias de Boehringer, Luis Tamayo, representante de Boehringer Ingelheim Perú S.A.C y Claudia Marin Soriano, Category Manager de la Unidad de Negocio OTC de Fasa<sup>120</sup>, bajo el asunto «*CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER*»<sup>121</sup>, del **12 de febrero de 2009 al 3 de marzo de 2009**<sup>122</sup>.
45. Correos electrónicos entre Antenor Mauny de Fasa, Christian Randich de Fasa, Verónica Pinto de Fasa, Carlos Valencia de Fasa, Luis Prado de Medco, Monica Arce de Medco, Cinthya Cuevas, representante de Medco, y otros, bajo el asunto «*Problema de precios*»<sup>123</sup>, del **16 de febrero de 2009 y 17 de febrero de 2009**<sup>124</sup>.
46. Correos electrónicos entre Julio Casiano de Arcángel, Magaly Hurtado de Arcángel, Francisco Venero de Albis, Carlos Ruiz de Arcángel, Eliana Pacora de

---

<sup>116</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>117</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>118</sup> La cadena comprende los correos del 12 de febrero de 2009 a las 7:17 p.m. y 11:17 p.m.; 19 de febrero de 2009 a las 7:34 p.m. y 11:51 p.m.; y 20 de febrero de 2009 a las 9:51 a.m.

<sup>119</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Magaly Hurtado de Arcángel, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>120</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>121</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Antenor Mauny de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>122</sup> La cadena comprende los correos del 12 de febrero de 2009 a las 9:26 a.m. y a las 9:48 a.m.; 16 de febrero de 2009 a las 4:35 p.m.; 18 de febrero de 2009 a las 12:47 p.m. y 6:11 p.m.; y del 3 de marzo de 2009 a las 7:04 p.m.

<sup>123</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>124</sup> La cadena comprende los correos del: 16 de febrero de 2009 a la 1:02 p.m., 1:12 p.m. y 7:03 p.m.; y del 17 de febrero de 2009 a las 10:03 a.m., 10:32 a.m., 10:42 a.m., 10:45 a.m., 12:28 p.m. y 12:31 p.m.

Albis, Gustavo Bravo de Arcángel, Stefan Gocht de Albis y Manuel Ruiz de Albis, bajo el asunto «*Diferencia de Precio LLPP*»<sup>125</sup>, del **17 de febrero de 2009 al 3 de marzo de 2009**<sup>126</sup>.

47. Correos electrónicos entre Carlos Valencia de Fasa, Christian Randich de Fasa, Alex Tenorio de Fasa y Miguel Sánchez de Fasa, bajo el asunto «*Subida de Precios Electrol. Xls*»<sup>127</sup>, del **4 de marzo de 2009 y 19 de marzo de 2009**<sup>128</sup>.
48. Correos electrónicos entre Miriam Aguilar de Mifarma y Edmundo Yáñez de Mifarma, bajo el asunto «*Abbott*»<sup>129</sup>, del **12 de marzo de 2009 y 13 de marzo de 2009**<sup>130</sup>.
49. Correos electrónicos entre Antenor Mauny de Fasa, Miguel Sánchez de Fasa, Verónica Pinto de Fasa, Lorena Avalos, Category Manager de la Unidad de Negocio Front End de Fasa<sup>131</sup> (en adelante, Lorena Avalos de Fasa), y Alejandro Serra Sarria, Gerente de Marketing y Consumo de Fasa<sup>132</sup> (en adelante, Alejandro Serra de Fasa), bajo el asunto «*Incremento Precios Abbott 20marzo.xls*»<sup>133</sup>, del **17 de marzo de 2009 y 18 de marzo de 2009**<sup>134</sup>.
50. Correos electrónicos entre Roxana Minaya, Monica Hurtado, Ernesto Ramos, Chandy Morales y Roxana Enciso, representantes de Medifarma S.A., Antenor Mauny de Fasa y Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*PVP Electrol*»<sup>135</sup>, del **18 de marzo de 2009 y 19 de marzo de 2009**<sup>136</sup>.

---

<sup>125</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Eliana Pacora de Albis, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>126</sup> La cadena comprende los correos del: 17 de febrero de 2009 a las 3:35 p.m., 18 de febrero de 2009 a las 3:45 p.m., 25 de febrero de 2009 a las 5:36 p.m., 26 de febrero de 2009 a las 5:42 p.m., 27 de febrero de 2009 a las 7:20 a.m. y a las 12:47 p.m. y del 3 de marzo a las 5:48 p.m.

<sup>127</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>128</sup> La cadena comprende los correos del 4 de marzo de 2009 a las 8:45 p.m. y 19 de marzo de 2009 a las 4:19 p.m.

<sup>129</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Miriam Aguilar de Mifarma, entregados durante la visita inspectiva realizada el 24 de setiembre de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>130</sup> La cadena comprende los correos del 12 de marzo de 2009 a las 9:44 p.m. y del 13 de marzo de 2009 a las 11:11 a.m.

<sup>131</sup> Según información proporcionada por Fasa mediante escrito del 10 de setiembre de 2010, en respuesta a la Carta 324-2010/ST-CLC-INDECOPI.

<sup>132</sup> Según consta en el Acta de Visita Inspectiva realizada al local de Fasa el 27 de marzo de 2009.

<sup>133</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>134</sup> La cadena comprende los correos del 17 de marzo de 2009 a las 08:50 p.m. y del 18 de marzo de 2009 a las 10:17 a.m.

<sup>135</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>136</sup> La cadena comprende los correos del 18 de marzo de 2009 a las 4:56 p.m. y del 19 de marzo de 2009 a las 1:31 p.m. y 2:04 p.m.

51. Correo electrónico enviado por Verónica Pinto de Fasa a Lorena Avalos de Fasa, y a Miguel Sánchez de Fasa, con copia a Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*Abbott*», del **20 de marzo de 2009** a las 10:45 a.m.<sup>137</sup>.
52. Correos electrónicos entre Carlos Ramos, dependiente del establecimiento «Larco 2» de Fasa, Miguel Sánchez de Fasa, Verónica Pinto de Fasa, Christian Randich de Fasa, Renzo Rodríguez de Abbott y Giovana Mendoza, bajo los asuntos «*Precios muy altos en comparación de competencia. Larco 2*» y «*Precios muy altos en comparación con la competencia. Larco 2*»<sup>138</sup>, del **22 de marzo de 2009 y 23 de marzo de 2009**<sup>139</sup>.
53. Correo electrónico enviado por Verónica Pinto de Fasa a Alex Tenorio de Fasa, con copia a Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*otros productos*», del **24 de marzo de 2009** a las 10:53 a.m.<sup>140</sup>.
54. Correos electrónicos entre Verónica Pinto de Fasa, Antenor Mauny de Fasa, Alejandro Serra de Fasa, Christian Randich de Fasa, Renzo Rodríguez de Abbott, Patricio Pflucker de Abbott y Lorena Avalos de Fasa, bajo el asunto «*Adicionales Lunes 23 Marzo Abbott.xls*»<sup>141</sup>, del **24 de marzo de 2009**<sup>142</sup>.
55. Correos electrónicos entre Alex Tenorio de Fasa, Verónica Pinto de Fasa y Christian Randich de Fasa, bajo el asunto «*Precios*»<sup>143</sup>, del **24 de marzo de 2009**<sup>144</sup>.

---

<sup>137</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>138</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>139</sup> La cadena comprende los correos del 22 de marzo de 2009 a las 10:28 p.m. y del 23 de marzo de 2009 a las 9:03 a.m.

<sup>140</sup> Documento correspondiente a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>141</sup> Ídem.

<sup>142</sup> La cadena comprende los correos del 24 de marzo de 2009 a las 11:54 a.m. y 11:55 a.m.

<sup>143</sup> Documentos correspondientes a los correos electrónicos de Christian Randich de Fasa, entregados durante la visita inspectiva realizada el 27 de marzo de 2009 al local de dicha empresa.

<sup>144</sup> La cadena comprende los correos del 24 de marzo de 2009 a las 3:25 p.m., 3:35 p.m., 3:57 p.m. y 3:58 p.m.

ANEXO 2

Transcripción de los correos electrónicos listados en el Anexo 1<sup>1</sup>

**Correo 1**

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** miércoles, 30 de enero de 2008 12:29 p.m.  
**Para:** Pacora, Eliana [Albis]  
**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Eliana para tu información  
FV

---

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 12:20 p.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]; Casiano, Julio [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]  
**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

OK.  
El 1° de Febrero a las 8 a.m. arrancamos.  
Mediremos precios 8.30 a.m. y conversamos

Saludos cordiales,

CRuiz

-----Mensaje original-----

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 09:36  
**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**CC:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Julio, no es que no se pueda, existe ya la aceptación de IKF, iniciamos a las 8 AM. del 1/Febr. la idea es no pagar las diferencias y controlar este tema, el reclamo no es solo de IKF, todas piden se les de mejores dctos. para llegar a los precios de Uds. e IKF.  
FV

---

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 08:52 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]

---

<sup>1</sup> La información contenida en los corchetes (vinculación entre los funcionarios y las empresas) ha sido incorporada únicamente con la finalidad de facilitar la lectura de los correos electrónicos.

**CC:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma  
Francisco,

Te sugiero que si no se puede controlar el tema de los precios sugeridos, en todo caso no se haga...en todo caso al igual que Inkafarma manejemos esto a otro nivel, por lo que copio a Carlos Ruiz y que él decida si se procede o no, después de todo la otra parte afectada del grupo en este caso es Boticas Arcángel.

Saludos,  
Julio Casiano

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 08:39 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Hola Julio, estuve dos días seguidos en IKF, el tema se esta tratando a otro nivel, ellos continuaron la guerra de precios

Con Arcángel confiados en que LPAIbis reconocería las diferencias, me esperaron con sus calculos y solo en Tiorfan10 x 18 sobres había un monto de **[CONFIDENCIAL]** por rembolsar, sacaron una lista larga de 17 productos y el reembolso es una suma exagerada.

Por su puesto que no reconoceré ya que la distorsión también la ocasionaron ellos, ambos tienen sus sustentos, ayer solo pidieron **[CONFIDENCIAL]** no solicitaron productos con distorsión por lo tanto se suma al grupo de cadenas que están congelando sus pedidos por los precios de Arcángel.

IKF no quiere presentar boletas ni quiere subir antes sus precios, la única salida que me aceptaron a regañía dientes es conciliar a partir de este 1/02 desde las 8 AM. Los productos que están en el archivo, hoy a las 3.30 tengo una nueva reunión, te pido por favor controlemos este caso, te envié el correo del norte donde las clientes empiezan nuevamente a quejarse de Arcángel, ya no tocan a IKF, IBC envió un estudio de mercado ( solo un grupo de productos )que también visualiza la distorsión, entiendo que actúas en función del mercado pero esto tenemos que parar, En el archivo se ajustaron algunos precios ,si bajo mas cerca de cuatro cadenas tendrían el costo mas alto que el precio final.

Saludos.  
FV.

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 25 de Enero de 2008 08:02 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Julio, voy a coordinar con IKF este asunto, no podemos pisar el palito para que ellos me pidan mejores descuentos y perdamos margen no debemos entrar a una guerra de precios tratando de vender solo por factor precio en este aspecto Arcángel tiene que colaborar ya que somos la

misma empresa, tienes que entender que este asunto no es tan fácil, peor si las dos partes dicen ellos primero, te estaré comunicando los acuerdos.

FV

-----Mensaje original-----

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 19:08

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

Francisco,

Si todos cumpliéramos los acuerdos no estaríamos en este tipo de problemas...Por favor te pido que la próxima vez evalúes mejor el tema pues no es ningún apresuramiento o tal vez te has referido a que ha sido un apresuramiento por nuestra parte para cumplir nuestro acuerdo y nivelar los precios tal cual quedamos...te agradeceré que le respondas a Iván Robles y a Carlos Ruiz que es lo que deben de responder al cliente ante los reclamos de las diferencias de precio e incluyas en tu análisis la imagen de la cadena y el malestar de los clientes, que al parecer no los incluyes en tus números.

Asimismo te estoy reenviando el e-mail para que puedas recordar que más de una vez hemos nivelado nosotros y días después IK seguía con los precios distorsionados...ante estos antecedentes es imposible mantener nuestros precios si es que el mercado no se alinea y menos aún cuando hay un acuerdo.

Para tus próximas coordinaciones y debido a que IK no respeta el precio sugerido, necesitamos que ellos cambien el precio primero y nosotros saldremos a medir si es que lo cambiaron o no y de acuerdo a eso lo cambiaremos.

Otra cosa, necesito que me envíes la B/V con la cual IK midió nuestros precios.

Saludos,  
Julio Casiano

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 06:50 p.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

Julio, lamentablemente el apresurarnos trae consecuencias que no llevan a ningún acuerdo, IKF verifico tus precios a medio día y los encontró igual por lo que no nivelaron, ref. a tu correo adj. los precios con los que estuvieron vendiendo los productos de líneas propias están muy desfasados y por ello ya tienen problemas con los clientes, pero de ninguna manera deberá ser los precios finales tenemos que ajustar estos ya que corremos el riesgo de no poder trabajar con las demás cadenas, tus precios están por debajo de los costos de venta de IKF. en los

productos de la relación , hagan números respecto a las demás cadenas y con los clientes horizontales la diferencia es abismal.

Esta semana ya esta perdida, coordinare con IKF para la próxima semana y nos pondremos de acuerdo

FV

-----Mensaje original-----

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 14:29

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Robles Reto, Ivan [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Francisco,

Lamentablemente no podemos esperar...te adjunto correo que se explica por sí solo.

Saludos,

Julio Casiano

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 12:11 p.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Julio, te pido por favor tengas un poco de paciencia, hoy están cambiando los precios debemos por lo menos esperar hasta las 6 PM para que los precios se ajusten al 100% , tenemos que ser tolerantes si queremos ordenar los precios hoy por la tarde ( 4 PM ) me confirmaran si ya acabaron con los cambios

Gracias

FV

-----Mensaje original-----

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** Jueves, 24 de Enero de 2008 10:13

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Hola Pancho,

Te envío B/V de Inkafarma donde no cumplieron lo acordado...lamentablemente estamos regresando a nuestros precios anteriores.

Saludos,

Julio Casiano

---

## VERSIÓN PÚBLICA

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Miércoles, 23 de Enero de 2008 06:03 p.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Hola Julio, hoy estuve en IKF y te confirmo que mañana cambian los precios de las distorsiones del norte (Archivo excel, hoja ENERO)

Y el cuadro de los conciliados entre todas las cadenas los cambiamos a partir del 1/Febr.

Favor coordinar los cambios

Un abrazo

Francisco.

-----Mensaje original-----

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Lunes, 21 de Enero de 2008 12:41

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** RV: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Julio te envió la relación de productos para que iniciemos este ordenamiento a partir del jueves 24/01 ya converse con IKF y quiero darles el tiempo suficiente para que no haya excusas, también me das tiempo para coordinar con BTL, y hablar nuevamente con FASA y las otras cadenas, Felicidad, B&S, Metro –Wong, MIFARMA.

El primer cuadro es el reclamo de IKF, y el segundo cuadro son los productos conciliados que debemos trabajar con todas las cadenas.

Cualquier duda nos comunicamos.

Saludos cordiales,

Francisco.

-----Mensaje original-----

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Lunes, 21 de Enero de 2008 10:09

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAIbisfarma

Perfecto Julio, sobre todo los productos que te envié, lo que quería coordinar contigo es el precio final, mi idea es poner **[CONFIDENCIAL]** de margen sobre el costo de IKF, si estas de acuerdo me avisas para coordinar con IKF y Felicidad, no te preocupes esta vez.

Tiene que cumplir IKF esta muy dolido y ellos son los que ahora me convocaron a la reunión.

Por favor incluye a Gamalate x 60 grageas, precio conciliado S/ 120.40.

Saludos cordiales,

FV

-----Mensaje original-----

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** Lunes, 21 de Enero de 2008 08:44

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**Asunto:** RE: PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

Hola Pancho...Creo que debemos regularizar juntos las cadenas, Arcángel, Felicidad e Inkafarma...lo de FASA podemos esperar hasta Febrero...pero como entenderás por experiencias en el pasado (Huancayo y Barranca) Inkafarma te pide que regularicemos nosotros y luego nunca regulariza y eso también nos genera pérdida de valor para el grupo...te sugiero que coloques una fecha para que las 3 cadenas regularicemos y salimos a medir en el mercado si se cumplió el acuerdo.

Saludos,

Julio Casiano

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Sábado, 19 de Enero de 2008 09:10 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Asunto:** PRECIOS MERCADO LPAlbisfarma

Hola Julio, durante la semana que esta pasando tuve reuniones con las diferentes cadenas para ver la situación del control de precios tenemos muchas distorsiones y con gran diferencia principalmente en la cadena Arcángel ya que como entenderás Uds. tienen un margen alto para soportar las distorsiones que se están ocasionando, Inkafarma acepto trabajar nuevamente con el control de precios y pide se regularice la relación que te estoy enviando, es de suponer que en algunos casos ellos mismos ocasionaron estas diferencias la idea es ordenar, en el caso de FASA quiere empezar a partir de Febr. ya que con el cambio de gerencia tienen algunas dudas con la nueva política pero no tenemos muchos problemas con esta cadena no distorsiona como IKF, en el caso de BTL, B&S, MIFARMA, METRO-WONG no tienen ningún problema de iniciar nuevamente este ordenamiento.

Como bien sabes tengo la especial tarea que me encomienda la GG y Gcia de MKT. Para llevar este tema de la mejor forma posible y evitar que principalmente IKF pida más descuentos para llegar a tus precios, esto genera una pérdida de valor para el grupo, la última vez no pidió los productos de la relación ya que dice esta con margen negativo y no tiene ningún interés de comprar para perder.

Cualquier sugerencia lo coordinamos

Saludos cordiales,

FV.

## **Correo 2**

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 06:46 p.m.

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Eliana, el control de precios esta costando sudor y lágrimas, Lee esta linda novela IKF al 100% se portaron super bien  
FASA no niveló tres productos  
Arcángel se equivocó en varios productos pero rectificaron espero que IKF no lo tome a mal  
FV

---

**De:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 06:28 p.m.  
**Para:** 'Venero, Francisco' [Albis]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Francisco  
No te preocupes entiendo que todos estamos presionados por llegar a nuestros objetivos.  
Un abrazo y buen fin de semana  
Antenor

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 06:22 p.m.  
**Para:** Antenor Mauny [Fasa]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Antenor.  
Por favor no lo tomes a mal el término, les pido las disculpas del caso pero quisiera que se pongan en mi lugar, recibí decenas de llamadas Tlfs., correos de las demás cadenas, no es bueno perder la credibilidad de esta forma, continuare coordinando para que todo quede OK  
Un abrazo  
Francisco Venero

---

**De:** Antenor Mauny [mailto:amauny@fasa.com.pe]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 05:58 p.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Francisco

No considero apropiado el término indignado.

Los cambios acordados se respetaron, hubo un problema en el sistema que dejó pegados los cambios de precios en todos los skus, se están regularizando durante la noche de hoy.  
Espero que los competidores respeten este acuerdo vamos a seguirlos de cerca  
atte.

Antenor Mauny

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]

**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 05:11 p.m.

**Para:** Christian Randich Tejada [Fasa]

**CC:** Antenor Mauny [Fasa]

**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Cristian buenas tardes, me tienes muy indignado ante la actitud que tomaron en no variar los PPSUG. de acuerdo a nuestra Conversación del día de ayer, donde me confirmabas que estabas de acuerdo en cambiar los precios, ojo precios que benefician a FASA tomando en cuenta tus costos, hoy todas las cadenas se nivelaron menos Uds.

Es el caso de Gamalate x 60 grageas, Núcleo CMP Caps, favor revisar archivo.

Tengo aun tiempo hasta las 5.30 PM para que me confirmen si procederán a conciliar precios

Favor espero tu comunicación

Atte.

F.Venero

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 31 de Enero de 2008 03:20 p.m.

**Para:** 'Christian Randich Tejada'[Fasa]

**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Gracias Cristian.

Estoy saliendo de la oficina cualquier urgencia mis telfs. Son:

Celular 9647-3043

Nextel 814\*2924

RPM 18772

F.Venero

---

**De:** Christian Randich Tejada [mailto:CRANDICH@fasa.com.pe]

**Enviado el:** Jueves, 31 de Enero de 2008 03:13 p.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Antenor Mauny [Fasa]

**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Francisco,

Lo reviso y te aviso.

Saludos,

Christian Randich.

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]

**Enviado el:** jueves, 31 de enero de 2008 15:10

**Para:** Antenor Mauny [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejada[Fasa]

**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

OK, gracias Antenor.

Cristian cualquier comentario por favor estoy para servirte, los precios de FASA en varios ítems son muy similares a los del archivo no hay grandes diferencias

Saludos cordiales,

Francisco Venero

---

**De:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 31 de Enero de 2008 12:59 p.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Christian Randich Tejeda[Fasa]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.  
**Datos adjuntos:** PRODUCTOS CONCILIADOS LP ALBIS FARMA.xls (15 KB)

Hola Francisco  
Estoy copiando a Christian Randich quien esta a cargo de este tema para que lo vea contigo  
Saludos.  
Antenor Mauny

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]  
**Enviado el:** Jueves, 31 de Enero de 2008 11:41 a.m.  
**Para:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Hola Antenor, molesto tu atención para comentarte que durante los últimos días del mes estuve coordinando con Alejandro De la Flor la situación de los productos conciliados (archivo adjunto) me comento que ya lo tenia avanzado, por favor necesitamos la confirmación para iniciar mañana 1/02 a las 8 AM. es importante que FASA acceda a esta conciliación ya que mejorarían sus márgenes en los productos de alta rotación.  
Esperando tu comunicación  
Atte.  
Francisco Venero

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 06:07 p.m.  
**Para:** 'adelaflor@fasa.com.pe'[Fasa]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Hola Alejandro, estamos a la espera de tu confirmación sobre el tema de los precios.

Saludos cordiales,  
Francisco Venero

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 09:22 a.m.  
**Para:** 'adelaflor@fasa.com.pe' [Fasa]  
**Asunto:** Precios conciliados LP Albis.

Hola Alejandro, durante toda esta ultima semana se coordino con las todas las demás cadenas para reordenar nuestros precios sobre todo en productos de alta rotación, observando tus precios no abra mayor diferencia para nivelarlos con los demás pero deberán ser los mismos del archivo adjunto, te pido el gran favor mandarlos cambiar para evitar que IKF tenga la

## VERSIÓN PÚBLICA

excusa que FASA no los cambio, estos precios deberán estar vigentes a partir del **1/Febr./08** desde las 8 AM.

Con las gracias anticipadas, a la espera de tu confirmacion.

Atte.

Francisco Venero

**Nota 1.- Esta cadena de correos fue encontrada en los archivos correspondientes a Christian Randich de Fasa y Eliana Pacora de Albis. Sin embargo, cabe precisar que el correo del 1 de febrero de 2008 a las 6:46 p.m. de esta cadena sólo aparece en los archivos de Eliana Pacora.**

**Nota 2.- El archivo adjunto al correo electrónico del 31 de enero de 2008 a las 12:59 p.m. contiene el siguiente gráfico:**

<b>PRODUCTOS CONCILIADOS 2,008 T/LAS CADENAS.</b>			<b>CONCILIACION</b>	
	<b>PPSUG. ( incluye igv.)</b>	P. Unit.	<b>FECHA</b>	<b>HORA</b>
SEDOTROPINA FLAT X 15 ML	12.77	12.77	ok	ok
GLIDIABET 5 MG X 100 COMPR.	58.96	0.59	ok	ok
ANEURIN FTE X 30 GRAGEAS	64.50	2.15	ok	ok
DIGRAVIN X 100 TABLS.	114.66	1.15	ok	ok
GAMALATE X 60 GRAGEAS	120.40	2.00	ok	ok
NUCLEO CMP FORTE X 20 CAPS.	43.00	2.15	ok	ok
SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	112.70	11.27	ok	ok
<b>SE SUMAN ESTE AÑO</b>				
TRIACANA CAJA X 100 COMPR.	129.94	1.30	ok	ok
GAMALATE SOL X 80 ML.	50.92	50.92	ok	ok
DISLEP 25 MG X 20 COMPR.	51.53	2.58	ok	ok
ANGINOVAG FCO X 10 ML.	46.78	46.78	ok	ok
CONTRACTUVEK GEL X 20 GRAMOS.	87.62	87.62	ok	ok
<b>PRODUCTOS CON PPSUG. PARA NIVELAR</b>				
PRODUCTO	PPSUG			
TRIDENOVAG TBO X 15 G.	25.82	25.82	ok	ok
GYNO ZALAIN CREM. VAG.	52.88	52.88	ok	ok
TIORFAN 10MG X 18 SOBRES	39.68	2.20	ok	ok
ILOSONE SOL. TOPICA	47.00	47.00	ok	ok
LEUCOBASALM 10% PDA.	32.83	32.83	ok	ok
ILOSONE 125 MG SUSP.	26.92	26.92	ok	ok
ILOSONE 250 MG SUSP	33.03	33.03	ok	ok
MIALGIN INY. + JER.	16.40	16.40	ok	ok
VITACOSE INY + JER.	9.10	9.10	ok	ok
VITACOSE JBE.	42.00	42.00	ok	ok
VASEXTEN 10 MG X 20 CAPS.	95.48	4.77	08-feb	08:00 a.m.
SEDOTROPINA GTS	11.55	11.55	08-feb	08:00 a.m.
DARVON N COMPTO X 100 CAPS.	143.10	1.43	08-feb	08:00 a.m.

### Correo 3

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** viernes, 01 de febrero de 2008 11:28 a.m.

**Para:**Yepez, Luis [Albis]  
**CC:** Pacora, Eliana [Albis]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Lucho, que paso no coordinaron, hablé contigo con Eliana R, con Karina y no funciono, ojo si todo este asunto se cae por culpa de Nortfarma no voy a reconocer la N/A de este mes, en este asunto esta metido hasta la GG. No puedo quedar tan mal por culpa de Nortfarma.

Hable con Susana y me dice que lo hará para ahora a medio día verifica y conversa con ella, antes que IKF

Envíe boletas escaneadas

FV

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 11:06 a.m.  
**Para:** 'Susana Espejo Kuroki' [Nortfarma]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

Susana, tu me estuviste presionando con las diferencias, te envié los correos con la debida anticipación, hoy por la tarde IKF, y Arcángel y todas las demás verificaran los precios y si encuentran diferencias los bajaran nuevamente.

Este asunto me complica el tema, te pido por favor reaccionen hoy, no puede ser para mañana Arcángel cambio sus precios anoche.

Asimismo envié una aclaración para el caso de Aneurin fte grageas PPSUG S/ 64.50 Unit S/ 2.15

Gracias

---

**De:** Susana Espejo Kuroki [mailto:susana@nortfarma.net]  
**Enviado el:** Viernes, 01 de Febrero de 2008 10:54 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios conciliados LP Albis.

BUENOS DIAS SR. VENERO EL DIA DE AYER NO PUDIMOS CAMBIAR NUESTROS PRECIOS, LO VAMOS A REALIZAR HOY Y PARA MAÑANA YA TENDREMOS LOS PRECIOS EN TODA LA CADENA.

VAMOS A IR VERIFICANDO SI OTROS ESTAN CUMPLIENDO.

ATENTAMENTE

SUSANA E.

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]  
**Enviado el:** mié 30/01/2008 17:56  
**Para:** Susana Espejo Kuroki [Nortfarma]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Susana buenas tardes, respecto a este tema necesitamos tu confirmación, como comprenderás son precios mínimos sobre estos puedes decidir mayor precio final pero nunca menos ya que se crearía nuevamente una distorsión.

Te pido por favor rectifiques el precio de VITACOSE JBE. PPSUG. S/ 42.00

Saludos cordiales,  
Francisco Venero

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 30 de Enero de 2008 12:59 p.m.  
**Para:** 'susana@nortfarma.net' [Nortfarma]  
**Asunto:** RV: Precios conciliados LP Albis.

Susana buenas tardes, durante toda esta ultima semana se coordino con las todas las cadenas para reordenar nuestros precios sobre todo en productos de alta rotación, observando tus precios no abra mayor diferencia para nivelarlos con los demás pero deberán ser los mismos del archivo adjunto (como precio mínimo), te pido el gran favor mandarlos cambiar para evitar que IKF tenga la excusa que NORTFARMA no los cambio, estos precios deberán estar vigentes a partir del **1/Febr./08** desde las 8 AM.

Para evitar los constantes reclamos, necesitamos de tu apoyo y colaboración.  
Con las gracias anticipadas, a la espera de tu confirmacion.  
Atte.  
Francisco Venero

#### **Correo 4**

**De:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Enviado el:** Lunes, 04 de Febrero de 2008 08:16 a.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Reodenamiento PPSUG. LP Albis.

FYI

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVENERO@albis.com.pe]  
**Enviado el:** Lunes, 04 de Febrero de 2008 08:16 a.m.  
**Para:** Manrique, Maria Victoria [Albis]  
**Asunto:** Reodenamiento PPSUG. LP Albis.

Buenos días amigos:  
Les hago llegar mi agradecimiento por la colaboración prestada en el reordenamiento de precios, el día Sábado 2/Febr. Verifique que el 100% este OK.  
Estaré pendiente que este trabajo no sea insulso, con la constante colaboración de todos Uds. podremos trabajar en armonía y sobre todo que cada producto de líneas propias Albis sea rentable para todos nuestros Clientes.  
Por favor, si hubiera alguna variación en los siguientes días, comuníquense con el suscrito para coordinar y evitar el circulo vicioso, todos están poniendo de su parte tengo la seguridad que este pacto de caballeros dejara sus frutos.

Saludos cordiales,

**Francisco Venero Abarca**  
**Gte. Comercial**  
**Líneas Propias Albis**

**Correo 5**

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** martes, 05 de febrero de 2008 07:00 p.m.

**Para:** Manrique, Maria Victoria [Albis]

**Asunto:** Reordenamiento PPSUG. LP Albis.

**Datos adjuntos:** PRODUCTOS CONCILIADOS LP ALBIS FARMA.xls (25 KB)

Estimados amigos.

El reordenamiento continúa por buen camino pero queremos adicionar al listado tres productos más, los cuales presentan distorsión, les pido por favor nuevamente su colaboración en beneficio de todos.

La fecha para conciliar estos tres productos: Sedotropinagts, Darvon compto x 100, Vasexten 10mg. (así mismo verificar que los otros continúen sin alteraciones) es este **Viernes 8/02 a partir de las 8 AM.**

Cualquier duda estaré gustoso de atenderlos.

Atte.

**Francisco Venero Abarca**

**Gte. Comercial**

**Líneas Propias Albis.**

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Lunes, 04 de Febrero de 2008 08:16 a.m.

**Para:** Manrique, Maria Victoria [Albis]

**Asunto:** Reordenamiento PPSUG. LP Albis.

Buenos días amigos:

Les hago llegar mi agradecimiento por la colaboración prestada en el reordenamiento de precios, el día Sábado 2/Febr. Verifique que el 100% este OK.

Estaré pendiente que este trabajo no sea insulso, con la constante colaboración de todos Uds. Podremos trabajar en armonía y sobre todo que cada producto de líneas propias Albis sea rentable para todos nuestros Clientes.

Por favor, si hubiera alguna variación en los siguientes días, comuníquense con el suscrito para coordinar y evitar el circulo vicioso, todos están poniendo de su parte tengo la seguridad que este pacto de caballeros dejara sus frutos.

Saludos cordiales,

**Francisco Venero Abarca**

**Gte. Comercial**

**Líneas Propias Albis**

**Nota 3.- El archivo adjunto al correo electrónico del 5 de febrero de 2008 a las 7:00 p.m. contiene el siguiente gráfico:**

## VERSIÓN PÚBLICA

<b>PRODUCTOS CONCILIADOS 2,008 T/LAS CADENAS.</b>			<b>CONCILIACION</b>	
	<b>PPSUG. ( incluye igv.)</b>	P.Unit.	FECHA	HORA
SEDOTROPINA FLAT X 15 ML	12.77	12.77	ok	ok
GLIDIABET 5 MG X 100 COMPR.	58.96	0.59	ok	ok
ANEURIN FTE X 30 GRAGEAS	64.50	2.15	ok	ok
DIGRAVIN X 100 TABLS.	114.66	1.15	ok	ok
GAMALATE X 60 GRAGEAS	120.40	2.00	ok	ok
NUCLEO CMP FORTE X 20 CAPS.	43.00	2.15	ok	ok
SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	112.70	11.27	ok	ok
SE SUMAN ESTE AÑO			ok	ok
TRIACANA CAJA X 100 COMPR.	129.94	1.30	ok	ok
GAMALATE SOL X 80 ML.	50.92	50.92	ok	ok
DISLEP 25 MG X 20 COMPR.	51.53	2.58	ok	ok
ANGINOVAG FCO X 10 ML.	46.78	46.78	ok	ok
CONTRACTUVEX GEL X 20 GRAMOS.	87.62	87.62	ok	ok
<b>PRODUCTOS CON PPSUG. PARA NIVELAR</b>				
PRODUCTO	PPSUG			
TRIDENOVAG TBO X 15 G.	25.82	25.82	ok	ok
GYNO ZALAIN CREM. VAG.	52.88	52.88	ok	ok
TIORFAN 10MG X 18 SOBRES	39.68	2.20	ok	ok
ILOSONE SOL. TOPICA	47.00	47.00	ok	ok
LEUCOBASALM 10% PDA.	32.83	32.83	ok	ok
ILOSONE 125 MG SUSP.	26.92	26.92	ok	ok
ILOSONE 250 MG SUSP	33.03	33.03	ok	ok
MIALGIN INY. + JER.	16.40	16.40	ok	ok
VITACOSE INY + JER.	9.10	9.10	ok	ok
VITACOSE JBE.	42.00	42.00	ok	ok
VASEXTEN 10 MG X 20 CAPS.	95.48	4.77	08-feb	08:00 a.m.
SEDOTROPINA GTS	11.55	11.55	08-feb	08:00 a.m.
DARVON N COMPTO X 100 CAPS.	143.10	1.43	08-feb	08:00 a.m.

### Correo 6

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** miércoles, 13 de febrero de 2008 10:15 a.m.

**Para:** Narrea, Hugo [Albis]; Torres, Carmen [Albis]; Peralta, Víctor [Albis]; Quiñonez, Javier [Albis]; Apuy, Patricia [Albis]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** Productos nuevos

**Datos adjuntos:** LOCALES actualiz IKF.xls (56 KB)

Buenos días con todos, les comento que ayer se trabajo la primera O/C con IKF la situación no cambia ya que la cadena saco otra relación de productos en los que no tiene rentabilidad y solicita se le arregle sus márgenes la relación de conciliados quedo OK (16prods) pero tenemos otros 25 productos que fueron detectados en campo con precios que no le dan margen.

La solución ya esta coordinada con Gcia MKT y GG solo estoy a la espera que los precios que se fijaran con Arcángel me los envíen hoy para coordinar definitivamente, ayer se dejo lista para que lo revisen en IKF.

así mismo están detectando no solo distorsiones de Arcángel ,también de fcia/Bot. que reciben descuentos por encima del dscto de cadenas, esa situación es más complicada rectificar porque es a nivel horizontal.

Respecto al ingreso de los nuevos productos ahora piden se le envíe (formato Excel adjunto) las boticas en las que deberá existir el producto, si en 90 días no se mueve el 70% de lo adquirido procederán a la devolución (solo marcan de color amarillo) enviar directamente a: furbina@droguerialosandes.com.pe

Respecto a Aneurin fte x 100, solicitara en la siguiente O/C ya que deberá bajar el stock de las cajas x 30.

Carmen ya recibió tu información con la distribución de tus productos por bot. Generara O/C el 26/02

Atte.  
FV

**Nota 4.- El archivo adjunto a este correo electrónico contiene el siguiente gráfico:**

[Véase el archivo en la siguiente página]

## VERSIÓN PÚBLICA

De Local	Local	IP	Claro	(fax)	DIRECC	Prov.	INC.ACT.
001	JOCKEY PLAZA	3011	9755-7200	435-6144	C.C.Jockey Plaza Int. 277/279.	Lima	18-Jun-97
002	JIRON DE LA UNION 1	3021	9755-7225	426-1899	Jr.De la Unión 559	Lima	23-Jul-97
003	MONTAGNE	3031	9755-7201	271-2176	Av.Benavides 1901	Miraflores	26-Abr-98
004	MARINA	3041	9755-7202	461-1306	Av.La Marina 590	P. Libre	22-May-98
005	SAN LUIS	3051	9755-7203	346-0178	Av.San Luis 1981	San Borja	11-Jun-98
006	INDEPENDENCIA	3061	9755-7223	522-4786	Av.Las Violetas 788	Independencia	27-Jul-98
007	SAN JUAN	3071	9755-7224	450-0346	Av.Miguel Iglesias 977 - Zona D	S J M	18 Set 98
008	LARCO	3081	9755-7233	242-7642	Av.Benavides 425	Miraflores	24 Set 98
009	CHICLAYO 1	3091	9755-7208	074-223633	Av.Luis Gonzales 684	Chiclayo	18-Nov-98
010	TRUJILLO 1	3101	9755-7217	044-201619	Av.Gamorra 770	Trujillo	14-Dic-98
011	AREQUIPA 1	3111	9755-7207	054-203274	Calle Mercaderes 214	Arequipa	01-Mar-99
012	PIURA	3121	9755-7261	073-332361	Av.Grau 278	Piura	25-Abr-99
013	CHICLAYO 2	3131	9755-7219	074-223742	Av.Balta 1095	Chiclayo	09-May-99
014	AREQUIPA 2	3141	9755-7206	054-203275	Calle Sto.Domingo 113	Arequipa	18-Jun-99
015	TACNA	3151	9755-7226	052-244096	Av.San Martín 537-545	Tacna	30-Ago-99
016	CALLAO	3161	9755-7228	420-0832	Av.Saenz Peña 476	Callao	17-Dic-99
017	HUANCAYO	3171	9755-7211	064-218517	Calle Real 537	Huancayo	28-Ene-00
018	TRUJILLO 2	3181	9755-7216	044-222958	Jr.Bolívar 605	Trujillo	12-Jun-00
019	AV. PERU	3191	9755-7236	571-3924	Av.Perú 1799	S M P	02-Ago-00
020	HIGUERETA	3201	9755-7237	273-0357	Av.Aviación 5167	Surco	24-Ago-00
021	MAGDALENA	3211	9755-7238	263-7542	Jr.Ramón Castilla 718	Magdalena	20 Set 00
022	CHINCHA	3221	9755-7210	056-262243	Av.Mariscal Benavides 271	Chincha Alta	18-Dic-00
023	HUARAZ	3231	9755-7213	043-721092	Av.Luzuriaga 435	Huaraz	15-Feb-01
024	AYACUCHO	3241	9755-7204	066-318240	Jr.28 de Julio 250 Huamanga	Ayacucho	21-Jun-01
025	CUZCO	3251	9755-7205	084-242631	Av.El Sol 210	Cusco	02-Jul-01
026	IQUITOS	3261	9755-7221	065-233853	Jr.Prospero 391-397	Iquitos	08-Oct-01
027	CAVENECIA	3271	9755-7239	422-4022	Llano Zapata 195	San Isidro	21-Nov-01
028	HUANUCO 1	3281	9755-7215	062-517673	Jr. Huanuco 600	Huánuco	17-Dic-01
029	EJERCITO	3291	9755-7240		Av.Ejercito 1370	Magdalena	31-Dic-01
030	LA MOLINA	3301	9755-7241	368-2794	Av. La Universidad 1830	San Molinense	18-Feb-02
031	ASTETE	3311	9755-7242	279-0784	Av. Benavides 4801 - El Trigal	Surco	03-Mar-02
032	CHORRILLOS	3321	9755-7243	251-6879	Av. Huaylas 402	Chorrillos	11-Mar-02
033	JULIACA	3331	9755-7199	051-328179	Calle San Román 501	Juliaca	10-May-02
034	PUCALLPA	3341	9755-7220	061-578782	Jr.Raimodi 500	Ucayali	21-Jul-02
035	JIRON DE LA UNION 2	3351	9755-7227	426-1564	Jr.De la Unión 200	Lima	21-Ago-02
036	BARRANCA	3361	9755-7214	235-3017	Jr.Galvez 400	Barranca	24-Ago-02
037	BARRANCO	3371	9755-7244	247-8155	Av. Graú 617-619	Barranco	28 Set 02
038	STANITA	3381	9755-7245	362-4182	Calle Las Alondras 131	Santa Anita	01-Nov-02
039	SULLANA	3391	9755-7222	073-503793	Av.José De la Cruz 017. Sullana	Piura	04-Nov-02
040	HUACHO	3401	9755-7212	239-6163	Jr.La Merced 201 - Huaura.	Huacho	21-Dic-02
041	TARAPOTO	3411	9755-7218	042-523337	Plaza de Armas 497.	Tarapoto	14-Dic-02
042	MINKA	3421	9755-7255	429-8356	Av. Argentina 3093	Callao	06-Ene-03
043	FRESNOS	3431	9755-7253	261-8277	Edificio L-37 Los Fresnos Tda.101	J María	01-Feb-03
044	PETIT THOUARS	3441	9755-7254	422-2682	Calle Perricholi 195	San Isidro	12-Feb-03
045	VILLARAN	3451	9755-7232	272-1417	Av Manuel Villaran 920	Surquillo	24-Feb-03
046	AVIACION	3461	9755-7231		Av.Aviación 3008	San Borja Sur	05-Abr-03
047	ARENALES	3471	9755-7234		Av.Arenales 2294	Lince	10-Mar-03
048	CHIMU	3481	9755-7256	459-6946	Av.Gran Chimú 397 - Urb.Zarate	S J L	12-May-03
049	LAMBAYEQUE	3491	9755-7230	074-283037	Av.Ramón Castilla 799	Lambayeque	29-Mar-03
050	EL POLO	3501	9755-7251	435-3656	Av.La Encalada 1587 Int.102 Tda.B		24-May-03
051	ICA	3511	9755-7209	056-228858	Calle Municipalidad 249	Ica	23-May-03
052	NAZCA	3521	9755-7229	056-523065	Calle Lima 596	Nazca	21-May-03
053	PEZET	3531	9755-7257	264-2858	Av.General Pezet 1380	San Isidro	11-Jun-03
054	EMANCIPACION	3541	9755-7249	426-0646	Jr.Cuzco 413. Cercado	Lima	16-Jul-03
055	LIMATAMBO	3551	9755-7252	225-0282	Av.Aviación 3458 Edificio 90 GB	San Borja	18-Jul-03
056	CAYETANO	3561	9755-7246	381-1343	Cll.Honorio Delgado 337.Urb.Ingenieria	SMP	17-Jul-03
057	A. MARQUEZ	3571	9755-7247	423-3347	Calle Arnaldo Márquez 1298	Jesús María	14-Ago-03
058	LOS OLIVOS	3581	9755-7248	521-3140	Av.Carlos Izaguirre 880	Los Olivos	28-Ago-03

VERSIÓN PÚBLICA

059	RPANAMA	3591	9755-7259	446-6458	Av. Rep.de Panamá 6687 Tda.1-2-3	Surco	31-Ago-03
060	HUANCAVELICA	3601	9756-0841	426-9235	Av.Tacna 399 Cercado	Lima	17-Jun-04
061	DOS DE MAYO	3611	9755-7250	221-3808	Av.Dos de Mayo 1105	San Isidro	02-Nov-03
062	ROYAL PLAZA	3621	9755-7303	522-3411	Av.Carlos Izaguirre 287-289	C.Royal Plaz	06-Jun-05
063	CHIMBOTE	3631	9755-7302	043-347086	Jr.Leoncio Prado 493-499.	Chimbote	03-Jun-05
065	TRUJILLO 3	3651	9755-7262	044-289545	Av.Los Angeles 599 Urb.California	Trujillo	02-Feb-04
066	ROSA TORO	3661	9756-6731	436-6038	Av.Rosa Toro 995.	San Luis	12-May-04
067	CHACARILLA	3671	9755-7333	372-7489	C.C.Caminos del Inca Tda.108	Surco	29-Mar-04
068	CHICLAYO 3	3681	9755-7263	074-204593	Calle Elias Aguirre 774	Chiclayo	09-Feb-04
069	IQUITOS 2	3691	9755-7264	065-266758	Jr.Próspero 1100 - A.	Iquitos	14-Feb-04
070	SALGUERO	3701	9755-7338	273-0518	Calle Simón Salguero 501-505	Surco	02-Abr-04
071	COMAS	3711	9756-6730	541-4915	Av.Túpac Amará 3036 - 3040.	Comas	10-May-04
072	CAJAMARCA	3721	9755-0646	076-366057	Jr. Amazonas 580 La Merced	Cajamarca	19-Jul-04
073	SALAMANCA	3731	9750-0495	341-0135	Cil. Inca Garcilaso de la Vega 219	Salamanca	12-Ene-05
074	ILO	3741	9757-7399	053-485231	Moquegua 332 ILO	Moquegua	08-Ene-05
075	TINGO MARIA	3751	9750-4321	062-563207	Av. Raimonid 285 Tingo María	Huánuco	13-Feb-05
076	CHICLAYO 4	3761	9750-4326	074-221845	Av.Pedro Ruiz 800	Chiclayo	18-Feb-05
077	CORREGIDOR	3771	9751-2839	365-2611	Av. Alameda del Corregidor 1809.	La Molina	04-May-05
078	CAÑETE	3781	9750-6580	284-8608	Av.Ramos 400. Imperial	Cañete	25-Mar-05
079	ENCALADA	3791	9750-6581	341-0398	Av.La Encalada 727.	Surco	23-Mar-05
080	LA PUNTA	3801	9751-2838	469-0182	Av. Bolognesi 695.	La Punta	25-Abr-05
081	PISCO	3811	9756-0880	056-532543	Calle Progreso 131.	Pisco	06-Jul-05
082	HUARAL	3821	9753-1453	246-4777	Calle Derecha 430	Huaral	23-Jul-05
083	CHOSICA	3831	9756-0881	361-2267	Av.Lima Sur 138.	Chosica	13-Jul-05
084	PUNO	3841	9752-5998	051-367492	Jr.Lima 364.	Puno	26-Oct-05
085	CERRO DE PASCO	3851	9752-5997	063-422981	Jr.Leoncio Prado 112-114.	Cerro de Pas	21-Oct-05
086	CAYETANO 2	3861	9752-2106	482-5539	Av.Honorio Delgado 269 Urb.Ing.	SMP	21-Dic-05
087	HUACHO 2	3871	9755-7313	239-5870	Av. 28 de Julio 516	Huacho	22-Mar-06
088	CHIMBOTE 2	3881	9757-2605	043-342697	Jr. Manuel Ruiz 359	Chimbote	18-Ene-06
089	SURQUILLO	3891	9752-6001	243-4698	Av. Angamos Este 742	Surquillo	24-Feb-06
090	TRUJILLO 4	3901	9755-7312	044-226435	Av. España 2123	Trujillo	08-Mar-06
091	MAGDALENA 2	3911	9755-5531	460-7692	Jr.Leoncio Prado 801	Magdalena	09-Feb-06
092	AREQUIPA 3	3921	9750-6974	054-223176	Av.MariscaI Castilla 528 Tda.2	Arequipa	21-Abr-06
093	San Juan Lurig (Jampi)	3931	9755-5567	459-4746	Av.Proceres de la Independencia 3308-B	S J L	27-Abr-06
094	SAN JUAN 2	3941	9755-7168	276-4240	Av.Miguel Iglesias 929 - Zona D	S J M	28-Abr-06
101	LOS OLIVOS 2	4011	9756-6443	522-8674	Av.Carlos Izaguirre 409 Int. A	Los Olivos	19-May-06
102	CARABAYLLO	4021	9757-5965	547-6100	Av.Tupac Amaru 3222	Carabayllo	01-Jul-06
103	HUANUCO 2	4031	9350-1629	062-510692	Jr.Dos de Mayo 1008	Huánuco	22-Mar-07
104	TRUJILLO 5	4041	9755-4131	044-202525	Jr.Francisco Pizarro 525	Trujillo	16-Oct-06
105	San Juan 3	4051	9352-5600	354-9408	Av.San Juan 1116-1118	S J M	07-Ago-09
106							
107	CAJAMARCA 2	4071	9353-3710	076-345772	Jr.Sor Manuela Gil 151-Urb.San Carlos	Cajamarca	02-Dic-06
108	ARICA (Jampi)	no	9352-6283	424-6174	Jr.General Varela 1000	Breña	13-Sep-06
109	LOS OLIVOS (Jampi)	no	9352-6285	250-3668	Av.Rio Marañon 619 Urb.Villa Norte	Los Olivos	06-Sep-06
110	PTE. PIEDRA (Jampi)	no	9352-6284	548-8422	Av.Rodriguez Sarmiento 145	Pte. Piedra	12-Sep-06
111	PALERMO(Jampi)	no	9352-6280	472-9661	Av.Palermo 748	La Victoria	20-Sep-06
112	VENEZUELA	4121	9755-7480	333-1296	Av.Venezuela 1094	Breña	11-Oct-06
113	CHICLAYO 5	4131	9353-3716	074-232365	Av.Luis Gonzales 899 Urb.El Porvenir	Chiclayo	25-Nov-06
114	Piura 2	4141	9755-7477	073-304687	Av. Sanchez Cerro 792	Piura	02-Sep-06
115	AV. LIMA (Jampi)	no	9353-3714	569-8204	Av. Lima 3632	SMP	07-Dic-06
116	HUANCAYO 2	4161	9755-1444	064-219736	Av.Calle Real 761	Huancayo	06-Sep-06
117	CALLAO 2	4171	9759-5269	429-4161	Av. Saenz Peña 651	Callao	03-Feb-07
118	MONTEERRICO	4181	9759-5270	436-6581	Pje. La Pascana 188 C.C.Monterrico	Surco	18-Feb-07
119	PISCO 2	4191	9759-5266	056-531386	Calle Batita de Hurmay 519	Pisco	19-Ene-07
120	AREQUIPA 4	4201	9353-3712	054-274340	Calle Trinidad Moran 809 Cayma	Arequipa	09-Dic-06
121	ABANCAY	4211	9353-3717	428-3938	Av.Abancay 740	Lima	08-Nov-06
122	CHIMBOTE3	4221	9755-4150	043-325755	Av. Jose Pardo 708	Chimbote	16-Oct-06

## VERSIÓN PÚBLICA

123	CHIMBOTE4	42.31	9756-3173	043-322610	Av. Jose Pardo 340	Chimbote	16-Oct-06
124	CHIMBOTE5	4241	9756-3175	043-322939	Av. Jose Galvez 341	Chimbote	16-Oct-06
125	CHIMBOTE6	4251	9755-7332	043-346494	Jr. Leoncio Prado 505	Chimbote	16-Oct-06
126	CHIMBOTE7	4261	9756-0994	043-310606	Mz. I-2 Lt. 47 Urb. Los Heroes	Chimbote	16-Oct-06
127	BARRANCA2	4271	9755-4138	235-5696	Jr. Ramon Castilla 217	Barranca	16-Oct-06
128	CHEPEN1	4281	9755-4139		Jr. San Pedro 126	Chepen	21-Oct-06
129	CAJAMARCA3	4291	9755-4137	076-364345	Jr. Amazonas 688	Cajamarca	22-Oct-06
130	HUARAZ2	4301	9755-4130	043-421790	Jr. Luzuriaga 488	Huaraz	16-Oct-06
131	TRUJILLO6	4311	9755-4134	044-201977	Jr. Gamarra 700	Trujillo	16-Oct-06
132	TRUJILLO7	4321	9755-4135	044-289595	Av. Victor Larco 796 Urb. San Andres	Trujillo	16-Oct-06
133	TUMBES	4331	9350-3081	072-522420	Av. Piura 607	Tumbes	21-Mar-07
134	OVALO DE LA MUJER	4341		493-2813	Av. Juan Velasco Alvarado 815	Isla El Salvador	14-Ene-07
135	MOLINA 2	4351	9759-5267	435-3742	Av. La Molina 890 Tda.1	La Molina	25-Ene-07
136	PTE NUEVO	4361	9353-3711	385-4995	Av. Jose Carlos Mariategui 2567	El Agustino	17-Nov-06
137	PLAZA SAN MIGUEL	4371	9353-3715	561-9451	Calle Mantaro Mz. F3 Lt.7 Tda.V-15	San Miguel	24-Dic-06
138	CUZCO 2	4381	9759-5268	084-254201	Calle Ayacucho 175 Tda.1	Cusco	03-Feb-07
140	CHORRILLOS 2	4401	9168-2742		Av. Huaylas 713	Chorrillos	24-Oct-08
141	TRUJILLO8	4411	9350-1521	044-276825	Calle Condorcanqui 1299-La Esperanza	Trujillo	26-Feb-07
142	HUANCAYO 3	4421	9350-3079	064-213135	Pasaje Andaluz 106	Huancayo	07-Mar-07
143	ASTETE 2	4431	9758-9647	272-1065	Av. Velasco Astete 2086 Urb. La Alborada	Surco	14-May-07
144	ALCAZAR	4441	9758-9645	382-4613	Av. Alcazar 700 Urb. El Manzano	Rimac	17-May-07
145	ALF. UGARTE	4451	9169-8612		Av. Alfonso Ugarte 1000	Breña	04-Nov-07
146	CHACARILLA 2	4461	9758-9646	372-5628	Calle Monte Bello 139 Urb. Chacarilla	Surco	12-May-07
147	SURQUILLO (Jampi)	no	9759-9711	241-4669	Calle Narciso de la Colina 598	Surquillo	19-May-07
148	CHINCHA2	4481	9758-9648	056-260662	Av. Mariscal Benavides 427	Chincha Alta	02-May-07
149	TACNA 2	4491	9351-3456	052-245530	Av. Dos de Mayo 808	Tacna	15-Jun-07
150	HABICH	4501	9168-2672	482-2277	Av. Habich 471	S M P	13-Sep-07
151	AREQUIPA 5	4511	9351-3459	054-201565	Calle Corinda Matto de Tunner 78	Arequipa	07-Jun-07
152	LAS TIENDAS	4521	9351-3457	441-0648	Calle Las Tiendas 297	Surquillo	13-Jul-07
153	CHORRILLOS (Jampi)	no	9351-3454	258-1342	Calle Túpac Amaru Mz D-4 Lt. 1	Chorrillos	22-Nov-08
154	HUAYCAN (Jampi)	no	9168-2726	371-6943	Av. Jose C. Mariategui Mz. L1 Lt.04 A.H	Huaycán	15-Oct-07
155	ICA 2	4551	9168-8614	056-238999	Calle Lima 281 - Ica	Ica	03-Dic-07
156	CHIMU 2	4561	9753-7789	458-6422	Av. Gran Chimú 916 Urb. Zarate	S J L	25-Ago-08
157	AREQUIPA 6	4571	9168-6486	054-285265	Calle Puente Bolognesi 108	Arequipa	01-Sep-07
158	GAMARRA	45.81	9460-7926	325-5423	Av. Humbolt 1601	La Victoria	28-Oct-07
159	CASA GRANDE	4591	9168-6487		Av. Tren 0018 - Casa Grande	Trujillo	10-Sep-07
160	TRUJILLO 9	4601	9752-7158	044-400080	Av. Sanchez Carrion 523 - El Porvenir	Trujillo	29-Ago-07
161	PIURA 3	4611	9168-2727	073-356312	Av. Country 248 Urb. Santa Isabel	Piura	30-Oct-07
162	TALARA	4621	9168-2729	073-387351	Av. Grau 49 Tda. C Talara	Piura	31-Oct-07
164	TRUJILLO 10	4641	9169-8613	044-420207	Av. Cesar Vallejo 1345 I-126 C.C. Real Pl	Trujillo	02-Dic-07
166	Trujillo 11 Mall Plaza	4661	9359-7612		Av. Mansiche y America Oeste S/N	Trujillo	16-Ene-08
168	SAN MIGUEL 02 CC	4681	9353-3715		Av. La Marina y Av. Universitaria	San Miguel	15-Ene-08
169	SANTA ANITA 2	4691	8926-6657	362-3462	Av. Los Eucaliptos 955-Urb Universal	Santa Anita	25-Ene-08
173	CHICLAYO 6		9359-7608	074-224807	Av. Jose Balta 1607	Chiclayo	20-Ene-08
175	ASIA	no	9169-8615		Car. Panamericana Sur Km. 97.5		30-Dic-07
176	TARAPOTO 2		9359-7609	042-52832	Jr Lima km 267	Tarapoto	19-Ene-08

### Correo 7

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** jueves, 14 de febrero de 2008 09:40 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: NUCLEO CMP

Julio, se esta coordinando con IKF los precios PPSUG con los cuales se manejara el mercado, mi consejo es que mantengas estable tus precios hasta que esto se defina, yo te estaré enviando la relación completa una vez que IKF esté de acuerdo, en la ultima reunión con ellos se verifico que los precios conciliados en el 90% estaba OK pero sacaron otra relación de 25 productos en los que sus márgenes están en cero y otros negativos.

Por ello se esta coordinando los precios de todos los productos de LP.

Saludos,  
FV

---

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Enviado el:** Miércoles, 13 de Febrero de 2008 04:21 p.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**Asunto:** NUCLEO CMP  
**Importancia:** Alta

Pancho,

La competencia ya empezó a bajar los precios...PPS 43.00

Saludos,

Julio Casiano

### **Correo 8**

**De:** Yepez, Luis [Albis]  
**Enviado el:** lunes, 25 de febrero de 2008 09:50 a.m.  
**Para:** Jimenez, Fausty [Albis]  
**CC:** Venero, Francisco [Albis]  
**Asunto:** RV: PRECIO DE SEDOTROPINA FLAT 22.02.08

Fausty INKAFARMA sigue sin respetar los precios establecidos lo cual crea un desorden total y un desconcierto con el resto de cadenas en el caso de Norfarma. Deysy amenaza con no comprar nada de las líneas propias  
Atentamente

Luis Jose Yepes Rivasplata

---

**De:** Susana Espejo Kuroki [mailto:susana@nortfarma.net]  
**Enviado el:** lun 25/02/2008 9:41  
**Para:** Galindo, Carlos [Albis]  
**CC:** Yepez, Luis [Albis]  
**Asunto:** PRECIO DE SEDOTROPINA FLAT 22.02.08

BUENOS DIAS SR. GALINDO NUEVAMENTE SE LES HACE LLEGAR OTRA BOLETA DE INKAFARMA DE SEDOTROPINA FLAT GOTAS. ELLOS LO HAN BAJADO A S/. 12.55 SU PRECIO CONTROLADO DEBE SER S/. 12.75

LES ESTOY ENVIANDO LAS BOLETAS Y AL NO TENER NINGUNA RESPUESTA NOSOTROS TAMBIEN ESTAMOS BAJANDO NUESTROS PRECIOS.

SUSANA ESPEJO K.

LOG. MEDICINA  
NORTFARMA SAC

### **Correo 9**

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** miércoles, 27 de febrero de 2008 08:41 a.m.

**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**CC:** Gocht, Stefan [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: Precios

Hola Carlos, ayer estuve en IKF, y hoy por la tarde precisamente terminaremos de ver los precios, una vez definido les pasare la relacion para establecerlos en la cadena, mi opinión es no vender a mayoristas ya que son los que al final distorsionaran el mercado, IKF amenaza en cobrarnos las diferencias y debemos evitar este problema.

Saludos cordiales,

FV

---

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**Enviado el:** Martes, 26 de Febrero de 2008 03:25 p.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:**Gocht, Stefan [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]

**Asunto:** Precios

Pancho, por favor necesito nos puedas apoyar con algunas ventas mayoristas que necesitamos realizar (ganar cobertura).

La idea no es ir contra el margen ni mucho menos, pero a lo mejor ganar cobertura en zonas donde no llegas (provincias y distritos).

Si nos das los precios a los que podemos vender (deben ser mucho más competitivos que IKF), sin necesidad de llegar a ser más bajos que los precios con los que sale nuestra fuerza de ventas Albis.

En espera de tu respuesta

Saludos cordiales,

CRuiz

### **Correo 10**

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**Enviado el:** jueves, 28 de febrero de 2008 11:56 a.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:**Gocht, Stefan [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: Precios controlados

Pancho, como te dije en la reunión, punto 2 y 3 estamos de acuerdo.

Punto 1, no sé porque le llamas controlados??? No estamos de acuerdo, el estar más caros que IKF en los productos de mayor rotación dará la idea al cliente que somos más caros y no solo en nuestra línea propia, sino en todos (percepción del cliente).

Prácticamente estamos reforzando su publicidad televisiva, donde siempre estarán más baratos que cualquier cadena... tal vez debería ser lo mismo para nosotros, ¿por qué no tener el precio de venta en los ítems "controlados" Arcángel 20 céntimos más bajo?...

Creo que no es una política adecuada la que estás usando, seguimos siendo presa fácil de la competencia, la estrategia debería ir por otro lado y no solo acceder (echarnos) ante una presión tan absurda.

Esto definitivamente traerá colas, como una caída en las unidades vendidas y obviamente una erosión en los resultados.

Espero puedas entender nuestra posición.

Saludos

CRuiz

-----Mensaje original-----

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Jueves, 28 de Febrero de 2008 11:40

**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]

**CC:**Gocht, Stefan [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]; Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** Precios controlados

**Datos adjuntos:** PRECIOS CONTROLADOS y COSTOS IKF.xls (52 KB)

Carlos, de acuerdo a nuestra conversación llevada a cabo en tu oficina te hago llegar los archivos de los precios controlados y costos IKF

1.- La lista de CONTROLADOS considera a 19 productos de LP, de estos precios IKF ajustara para abajo unos céntimos.

2.-OTROS A relación de 40 productos de mediana rotación con los costos que facturamos a IKF.

3 .-OTROS B relación de 71 productos de menor rotación con costos IKF

Para los casos 2 y 3 la idea es trabajar con los precios del mercado y en último caso no bajar de los costos IKF para evitar reclamos por perdida de margen.

Esperamos tu confirmación para reiniciar con este tema a partir de este 1ero de Marzo

Saludos cordiales,

FVenero.

**Nota 5.- El archivo adjunto al correo electrónico del 28 de febrero de 2008 a las 11:40 a.m. contiene los siguientes gráficos:**

**VERSIÓN PÚBLICA**

- En la hoja de cálculo “Controlados”

<b>PPSUG. CADENAS</b>					
LESP	CODIGO	LABORATORIO	PRODUCTO	VVF 01/02/2008	PPS SUG ( incluye IGV )
				lista	MARZO/2,008
DE	12073	MERZ	CONTRACTUBEX GEL X 20 GR	86.14	87.62
FR	2450	CIPA	DARVON-N-COMP.65 X 100CAP	202.08	143.10
FR	1420	CIPA	SEDOTROPINA FLAT X 15ML GOTAS	14.90	12.77
FR	1480	CIPA	SEDOTROPINA GOTAS X 15ML	12.77	11.55
GI	2125	CIPA	VITACOSE AMP 2 ML + JER DESC	12.84	9.10
MG	720	FERRER	DISLEP 25 X 20 COMP	51.91	51.53
MG	619	FERRER	GLIDIABET 5MG X 100COMP	94.48	58.96
MG	2012	LAPHAL	TRACANA X 100 COMP.	132.97	129.94
NE	2361	CIPA	ANEURIN FORTE X 30 GRAGEAS	73.03	64.50
NE	2492	CIPA	ANEURIN FTE X 100 GRAGEAS	218.00	175.11
NE	2175	CIPA	DIGRAVIN X 100 TAB.	131.71	114.66
NE	614	FERRER	GAMALATE B6 X 60GRA	143.75	120.40
NE	630	FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 20CAP	45.15	43.00
NE	717	FERRER	SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	120.00	112.70
OR	622	FERRER	ANGINOVAG AEROSOL X 10ML	44.49	46.78
PE	602	FERRER	GAMALATE B6 SOLUCION X 80 ML	53.24	50.92
PE	2461	CIPA	ILOSONE 250MG X 60ML	38.51	33.03
PE	2463	CIPA	ILOSONE 125ML X 60 ML	27.66	26.92
PE	724	FERRER	TIORFAN 10MG LACT.X 18 SCHK	45.14	39.68

[Continúa en la siguiente página]

VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo “Otros A”

COSTO ( + IGV ) INKAFARMA					
LESP	CODIGO	LABORATORIO	PRODUCTO	VVF 01/02/2008	COSTO IKF +igv
				lista	
DE	12072	ASTELLAS	ZINERYT FCO X 30 ML	70.85	
DE	726	FERRER	NADIXA 1% TUBO X 25G CREMA	63.00	
FR	2447	CIPA	HELOPANZYM NF X 100 CAPS	176.72	
FR	1434	CIPA	PROMALGEN-N X 100TAB	74.62	
FR	2471	CIPA	PROMALGEN 1 G X 25 AMPS.	156.98	
FR	2485	CIPA	PROMALGEN 1.5 G X 25 AMPS.	169.05	
FR	899	NORGINE	PYRALVEX X 10 ML	23.71	
FR	2487	CIPA	VITACOSE X 100 GRAGEAS	165.00	
FR	2486	CIPA	ISALGEN INY X 25 AMPS.	195.50	
GI	2443	CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	46.22	
IN	2004	CIPA	ISONIAZIDA 100MG x 100TAB	22.19	
MG	2451	CIPA	DIMEFOR 850MG X 30TAB.	50.00	
MG	2442	CIPA	GASTRINE SUSP. X 150 ML.	30.19	
MG	651	FERRER	HADENSA POMADA X 15GR	23.68	
MG	669	FERRER	HADENSA X 10SUP	32.81	
MG	723	FERRER	TIORFAN 100MG X 10 CAP	42.77	
MG	2474	CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	30.32	
NE	2480	CIPA	ANEURIN 10,000 X 3ML C/JER DES	21.49	
NE	2360	CIPA	ANEURIN 1000 X 1 AMP.3 ML C/JE	15.31	
NE	2481	CIPA	ANEURIN 25,000 X 3ML C/JER DES	34.71	
NE	2424	CIPA	DOLO-ANEURIN AMPOLLAS+JERINGA	27.23	
NE	2425	CIPA	DOLO-ANEURIN CJA X 10 TAB	26.12	
NE	728	FERRER	NIMO SOMAZINA X 10 COMPR.	60.00	
NE	672	FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 3/3 AMP IMP	48.87	
NE	635	FERRER	SOMAZINA 500 MG X 2 AMP	42.50	
NE	628	FERRER	SOMAZINA GOTAS X 30ML	91.49	
NE	727	FERRER	SOMAZINA 1 G X 10 COMPR.	160.00	
OR	1022	CIPA	CECLOR AF 500MG X 10 TAB.	128.71	
OR	2466	CIPA	ILOSONE 500MG X 100 TAB	273.06	
OR	50002	PHARMAVISION	NADIF 0,1% SOL OFT X 5 ML	46.45	
OR	2483	CIPA	CEDEINA EXPECT.X 60ML	23.50	
OR	2484	CIPA	CEDEINA X 60ML JARABE	21.77	
OR	50007	PHARMAVISION	QUALITEARS FCO X 15 ml	38.50	
OR	983	SOLCO	SOLCOSERYL GEL OFT. 5 GR	57.28	
PE	10021	CIPA	CECLOR LIQ. 250MG X 100 ML.	133.60	
PE	839	SIT	INFLORAN X 20CAP	81.56	
PE	936	SIEGFRIED	MAGNOPYROL GOTAS X 10ML	11.47	
PE	1479	CIPA	SIM-12 X 30CAP	77.22	
PE	852	SIT	TUSCALMAN B X 10SUP IMPORTADO	28.88	
UR	12051	YAMANOUCHI	OMNIC CJA X 20 CAPSULAS	164.55	

CONFIDENCIAL

[Continúa en la siguiente página]

VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo "Otros B"

COSTO ( + IGV ) INKAFARMA					
LESP	CODIGO		PRODUCTO	VVF 1/02/2,008	COSTO IKF + IGV
DE	3880	VALEANT	CUTACLIN GEL 1% TUBO X 30 GR	62.47	
DE	3872	VALEANT	EFUDIX UNGT.5% X 20 GR.	131.86	
DE	3876	VALEANT	ELDOPAQUE AL 4% CREMA X 30GR	59.32	
DE	3878	VALEANT	ELDOQUIN AL 4% CREMA X 30GR	59.32	
DE	2462	CIPA	ILOSONE SOL.TOPICA X 30 ML	50.19	
DE	12071	ASTELLAS	LOCOID CRELO FCO X 30 gr	55.73	
DE	12070	ASTELLAS	LOCOID LIPOCREAM X 30 GR	55.73	
DE	12087	MERZ	PANTOGAR X 30 TABLS	73.79	
DE	12074	MERZ	VIRU-MERZ GEL X 5 GR	50.55	
DE	689	FERRER	ZALAIN CREMA 2% X 15 GR	36.31	
DE	89680	ISISPHARMA	UVEBLOCK 80 SUAVE TINTE, CREMA X 40 ML.	59.84	
DE	89681	ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO SUAVE TINTE CREMA X 40 ML	70.68	
DE	89682	ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO INVISIBLE TINTE CREMA X 40 ML	70.68	
DE	89683	ISISPHARMA	TEEM DERM GEL CREMA X 150 ML	46.83	
DE	89684	ISISPHARMA	TEEM DERM K CREMA X 30 ML.	49.52	
DE	89685	ISISPHARMA	GLYCO A CREM X 30 ML	63.65	
DE	89686	ISISPHARMA	METRORUBORYL CREMA X 30 ML.	53.34	
FR	2399	CIPA	HELMIBEN X 4 TAB CJ.	26.01	
FR	2024	CIPA	ISALGEN COMP. X 100 TAB	168.78	
FR	984	VALEANT	SOLCOSERYL PASTA DENTAL 5GR	52.69	
FR	988	VALEANT	SOLCOSERYL UNGTO 20GR IMPORTAD	43.31	
FR	625	FERRER	TRIDENOVAG CREMA X 15 GR	27.12	
GI	2470	CIPA	ERGOTRATE 0.20 MG X 30 TAB	26.45	
GI	2452	CIPA	ERGOTRATE 0.2MG X 1ML INY	7.48	
GI	2401	CIPA	GERO VITANOL X 100 CAPS	157.62	
GI	2149	CIPA	GERO VITANOL X 20 CAPS	32.80	
GI	2443	CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	46.22	
GI	718	FERRER	GYNO-ZALAIN VAG.X40GR + 7 APL	56.97	
GI	904	BIOBASAL	LEUCOBASAL 10% X 30GR	33.74	
GI	903	BIOBASAL	LEUCOBASAL FORTE 20% X30GR	45.41	
GI	2478	CIPA	CASTELLE D X 30 TABLS.	40.00	
IN	1428	CIPA	FENOBARBITAL 100MG X30TAB	26.75	
IN	1484	CIPA	FENOBARBITAL 100MG X 500 TABLS.	235.38	
IN	1454	CIPA	FENOBARBITAL SOD+JERINGA	19.51	
IN	2460	CIPA	VANCOICINA 500MG X 10ML.X 1INY.	78.71	
MG	2477	CIPA	BIDIMEFOR 500/2.5MG X 30TAB.	49.10	
MG	2482	CIPA	BIDIMEFOR 500/5 MGX30TAB.RECUB	54.07	
MG	2476	CIPA	DIMEFOR 1000MG X 30TAB.	53.14	
MG	2475	CIPA	DIMEFOR 500MG X 50TAB.	45.41	
MG	722	FERRER	DISLEP 25 MG CJ X 6 AMP	59.43	
MG	721	FERRER	DISLEP GOTAS FCO X 20 ML	43.32	
MG	618	FERRER	GLIDIABET 5 MG X 30 COMP	29.04	
MG	2474	CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	30.32	
MG	12077	ASTELLAS	VASEXTEN 10MG X 20 CAPS	96.81	
MG	3874	VALEANT	LIBRAX CAJA X 30 CAPS.	110.53	
NE	2174	CIPA	DIGRAVIN X 20 TAB.	23.85	
NE	2413	CIPA	ESPAST 10 MG X 20 TAB	34.45	
NE	601	FERRER	GAMALATE B6 X 20GRA	53.78	
NE	3871	VALEANT	MESTINON 60MG X 20 COMP.	49.02	
NE	2436	CIPA	MIALGIN COMP.X 10 TAB LAQ.	29.49	
NE	2437	CIPA	MIALGIN INY.X 2ML C/JER.	16.85	
NE	3870	VALEANT	PROSTIGMINE 0.5MG X 6 AMP.	34.57	
NE	608	FERRER	PSICO-SOMA JARABE X 110 GR	63.22	
NE	2491	CIPA	VASPENTOX 400MG X 20 TABLS.	55.80	
OR	820	SIT	BUCCALINA X 7COM	49.83	
OR	50000	PHARMAVISION	CIPROFTA 0.3% SOL.OFT X 5 ML	36.97	
OR	50009	PHARMAVISION	CLOCORT FCO. X 5ML.	42.51	
OR	50010	PHARMAVISION	CLOCORT H TUBO X 4GR.	49.35	
OR	50001	PHARMAVISION	GHEM 0.3% SOLUCION OFTALMICA X 5ML	20.05	
OR	50005	PHARMAVISION	OFTACRIL 2% SOL.OFT X 5 ML	67.89	
OR	50003	PHARMAVISION	TIMOFTA 0.5% SOL.OFT X 5 ML	34.23	
OR	50008	PHARMAVISION	TOBRACOMP FCO X 5 ML	44.78	
OR	50011	PHARMAVISION	T-EYES FCO. X 15 ML.	34.68	
OR	50013	PHARMAVISION	DORSOF FCO X 5 ML	50.42	
OR	50012	PHARMAVISION	DORSOF T FCO X 5 ML	67.78	
PE	1029	CIPA	CECLOR 375 MG X 50 ML	101.31	
PE	725	FERRER	TIORFAN 30MG NÑOS X 18 SCHT	46.50	
PE	851	SIT	TUSCALMAN A X 10SUP IMPORTADO	28.88	
PE	845	SIT	TUSCALMAN JBE X 120 ML	30.03	
PE	2127	CIPA	VITACOSE JARABE X 100 ML	44.46	
PE	945	CIPA	VITANOL KID SUSP. X 180 ML.	42.82	

CONFIDENCIAL

**Correo 11**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]

**Enviado el:** Viernes, 28 de Marzo de 2008 12:41 p.m.

**Para:** Miguel Sanchez [Fasa]; Christian Randich Tejada [Fasa]

**Asunto:** RE: distorción precio Megacilina oral-Grunenthal

gracias Miguel, quedamos a la espera de las boletas

---

**De:** Miguel Sanchez [Fasa]

**Enviado el:** Viernes, 28 de Marzo de 2008 11:48 a.m.

**Para:** Christian Randich Tejada [Fasa]; Veronica Pinto [Fasa]

**Asunto:** RV: distorción precio Megacilina oral-Grunenthal

**Importancia:** Alta

me estan pasando la boleta.,.

---

**De:** [CONFIDENCIAL]

**Enviado el:** Viernes, 28 de Marzo de 2008 11:40 AM

**Para:** Miguel Sanchez [Fasa]

**Asunto:** Re: distorción precio Megacilina oral-Grunenthal

**Importancia:** Alta

Miguel:

En relación a lo observado, el día de hoy se ha visitado tres puntos de venta en los que el precio encontrado es de S/.1.09 (se ha realizado compras para sustentar el precio)

- Inkafarma Huaylas 402 S/.1.09
- Inkafarma Huaylas 713 S/.1.09
- Inkafarma Cavenecia cdra. S/.1.09

Agradeceré confirmen si se envia boletas de compra.

Atte.

[CONFIDENCIAL]

----- Original Message -----

**From:** [Miguel Sanchez](#) [Fasa]

**To:** [CONFIDENCIAL]

**Sent:** Thursday, March 27, 2008 7:09 PM

**Subject:** RV: distorción precio Megacilina oral-Grunenthal

[CONFIDENCIAL], necesito me des explicacion, sobre estas observaciones de los proveedores.

nosotros ratificamos la informacion que nos proporcionas, en este local el laboratorio ha comprado el producto y no esta al precio que ustedes indican en los archivos de levantamiento, y ésta semana de vuelta nos llega ésta misma información.-.

puedes por favor comprar, este producto urgente en este punto..( Locales de Inka de Huaylas).

estamos en riesgo de credibilidad.-.

Miguel s

---

**De:** Linares, Mariella [Grünenthal]  
**Enviado el:** Miércoles, 19 de Marzo de 2008 04:46 p.m.  
**Para:** Arellano, Alí [Grünenthal]; veronica pinto[Fasa]  
**CC:** Granda, Marcos  
**Asunto:** distorción precio Megacilina oral-Grunenthal

Estimada Verónica

Tal como conversamos ayer martes 18 para nosotros es lamentable seguir encontrando diferencias de precios con MEGACILINA ORAL TABLETAS  
Como pudiste apreciar en el sustento que te dejé, el reclamo del area de precios de FASA con respecto al precio de Inkafarma Huaylas no era exacto ya que ese local tiene un precio publico de 1,28 y no 1,16 como se planteó en el mail que me enviaste.  
También te he dejado muestreo de precios donde incluso FASA está con precio publico 1,09, bastante por debajo del costo.

Esta distorción en el precio publico nos origina constantes reclamos de otros clientes, pérdida de credibilidad y nos perjudica enormemente.

Te agradecería que pudieses solicitar una respuesta al area de precios de FASA ya que de haber estado a 1,30 (que ya era bajo el costo) ha seguido incrementando la distorción y no nos dan una razón concreta, siendo nosotros quienes constantemente hemos tratado de ofrecer soluciones incluso tal como te comenté proponíamos una fecha para conciliar, opción que tampoco ha sido aceptada

Te pido por favor nos apoyes a aclarar este tema lo más pronto posible

Saludos

Mariella Linares  
Grunenthal Peruana S.A.  
Representante Cadenas  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Nextel: 426\*0602  
E-Mail: [gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)



**Correo 12**

**De:** Price, Mariano [CONPE] [mailto:MPrice7@CONPE.JNJ.com] [J&J]

**Enviado el:** miércoles, 07 de mayo de 2008 12:11 p.m.

**Para:** Aquije, Carlos [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Altamirano, Ana [Arcángel]

**Asunto:** Estandarización de precios al público OTC

**Datos adjuntos:** Precios al Público OTC.xls (35 KB)

**Importancia:** Alta

Estimado Carlos / Julio:

Siempre con el objetivo de reforzar nuestras relaciones comerciales y mejorar el aporte de nuestras marcas a su negocio solicitamos su máximo apoyo y celeridad para lograr el objetivo conjunto de estandarización de precios mínimos.

El día 12 de Mayo del 2008, se ha fijado como fecha única de estandarización de precios "mínimos sugeridos" al público en nuestros productos OTC.

Dicha medida tiene como objetivo:

Generar márgenes atractivos para la cadena y reactivar los incentivos al dependiente de dichos SKus. No por el contrario, apoyar guerras de precios que reduzcan el margen de la cadena o traslado de mercadería a otros canales, ya que el diferencial que Johnson & Johnson otorga (descuentos ) a cadenas de farmacias no es trasladado al dependiente o margen para la cadena sino al consumidor.

Esto permitirá que tengamos una situación de mutua ganancia ya que la cadena, los dependientes, y las marcas se verán apoyados con estos descuentos

Se tiene el compromiso del resto de cadenas, mediante el cual todas van a estandarizar los precios al público en la fecha pactada, en todos sus puntos de venta a nivel nacional.

Adjunto se esta enviando un archivo, con los datos a actualizar. Se incluye la marca Listerine.

De antemano muchas gracias por su apoyo en este gran esfuerzo que nos permitirá seguir sirviendolos con marcas valiosas y sin distorsiones de precios.

Cordialmente,

**Mariano Price Iturregui**  
**Unidad de Desarrollo de Negocios Drug&Pharma**  
**Johnson & Johnson del Perú S.A.**  
**Consumer& Personal Care**  
Cel: 9752-2153  
Tel: 415-0222 ext. 272  
Fax: 415-0267  
E-mail : [mprice7@conpe.jnj.com](mailto:mprice7@conpe.jnj.com)

## VERSIÓN PÚBLICA

**Nota 6.- El archivo adjunto a este correo electrónico contiene el siguiente gráfico<sup>2</sup>:**

LISTA DE PRECIOS JOHNSON OTC							
Codigo ANDINA	Codigo BTL	Codigo ECKERD	Codigo J&J	DE PRODUCTO		Valor Venta	Dcto
050263	93259	425029	79522	DESITIN CREAMY	57GM	9.79	15%
050262	93258	424968	79521	DESITIN CREAMY	113GM	15.14	15%
050264	93312	424967	7509690	MASSE GESTACAO	12X50G.	35.02	0%
050196	78578	334152	7080011	AGAROL FRAMBUESA	Frasco x 240ml	14.48	10%
050186	77735	334151	7080010	AGAROL VAINILLA	Frasco x 240ml	14.48	10%
50144	85484	198038	7080016	MYLANTA DOS	Caja x 145tb	63.36	0%
50269	69463	425907	7080019	MYLANTA PLUS	Frasco x 150ml	10.75	10%
50270	60923	425908	7080110	MYLANTA PLUS	Frasco x 360ml	21.07	28%
050250	89755		8101251	MYLANTA ROLLTAB MENTA	Display x 12 rolls	40.08	0%
050251	89756		8101253	MYLANTA ROLLTAB CEREZA	Display x 12 rolls	40.08	0%
050168	74637	302004	7080069	BENYLIN EXPECTORANTE	Frasco x 120ml	9.54	15%
050245	89582	300135	7080071	BENYLIN TOS SECA NS	Frasco x 120ml	9.54	15%
050209	82610	264066	7080070	BENYLIN TOS Y CONGEST	Frasco x 120ml	9.54	15%
050128	77447	325020	7080072	SINUTAB CAPSULAS	Caja x 144caps	55.82	16%
050199	80886	325041	7080074	SINUTAB NS	Caja x 144caps	55.82	16%
050261	92533	424130	7080076	SINUTAB FORTE	X 96 PE	47.01	22%
114016	284	224047	8101124	KAOPTECTATE	X 180 ML	19.27	40%
050026	71296	230292	7080013	DOLOFLAM	Caja x 150tb	32.80	0%
050203	82034	230440	7080015	DOLOFLAM TOTAL	Caja x 140tb	32.86	0%
050233	85959	230526	7080080	DOLOFLAM EXTRA FORTE	Caja x 100tb	49.06	8%
050154	72226		8101303	DULCORYL	Dispenser x 500tb	14.74	0%
050210	87164	314097	8101236	DULCORYL x2 GRATIS 25% 2	Dispenser termoselladosx500tab	22.11	0%
083039	1975	506018	8100970	VISINE	Frasco x 15ml	6.76	25%
050201	81753	149012	7080020	CALADRYL LOCION	Frasco x 100ml	7.62	0%
050204	81918	149013	7080021	CALADRYL CLEAR LOCION	Frasco x 100ml	9.94	0%
050057	71826	341069	7015710	ORALDINE	Frasco x 180ml	12.46	10%
050105	60344	261035	7080031	LISTERINE	Frasco x 180ml	4.37	0%
050005	5063	261033	7080030	LISTERINE	Frasco x 360ml	7.00	0%
050090	61194	261039	7080038	LISTERINE	Frasco x 500ml	8.30	0%
050171	68500	261164	7080066	LISTERINE COOL MINT	Frasco x 180ml	4.37	0%
050172	68501	261165	7080067	LISTERINE COOL MINT	Frasco x 360ml	7.00	0%
050173	68543	261163	7080068	LISTERINE COOL MINT	Frasco x 500ml	8.30	0%
050174	74159	261213	7080040	LISTERINE FRESHBURST	Frasco x 180ml	4.37	0%
050175	74160	261211	7080041	LISTERINE FRESHBURST	Frasco x 360ml	7.00	0%
050176	74161	261212	7080042	LISTERINE FRESHBURST	Frasco x 500ml	8.30	0%
050191	77850	261270	7080053	LISTERINE CONTROL CALC	Frasco x 180ml	5.03	0%
050190	77851	261271	7080054	LISTERINE CONTROL CALC	Frasco x 360ml	8.05	0%
050189	77852	261272	7080055	LISTERINE CONTROL CALC	Frasco x 500ml	9.56	0%
NA	NA	424337	7080052	LISTERINE CONTROL CALC	Frasco x 1L	17.21	0%
050253	90237	420595	7080048	LISTERINE CITRUS	Frasco x 180ml	5.03	0%
050254	90291	420596	7080049	LISTERINE CITRUS	Frasco x 360ml	8.05	0%
050255	90236	420597	7080050	LISTERINE CITRUS	Frasco x 500ml	9.56	0%
NA	NA	424336	7080047	LISTERINE CITRUS	Frasco x 1L	17.21	0%
050257	90400	421492	7080043	LISTERINE PROT DIENT/ENC	Frasco x 180ml	5.03	0%
050258	90399	421491	7080044	LISTERINE PROT DIENT/ENC	Frasco x 360ml	8.05	0%
050238	86366	261405	7080045	LISTERINE PROT DIENT/ENC	Frasco x 500ml	9.56	0%
50265	93968	425639	79399	LISTERINE WHIITENING	X236 ml	6.46	0%
50266	93969	425640	79400	LISTERINE WHIITENING	X473 ml	10.79	0%
050215	83706	261347	8101119	LISTERINE PORTABLE COOL	Blistercard x 24 láminas	4.51	0%
050223	85291	261380	8101141	LISTERINE PORTABLE FRESH	Blistercard x 24 láminas	4.51	0%
050237	87176		8101268	LISTERINE PORTABLE RED MINT	Blistercard x 24 láminas	4.51	0%
050256	90238	420591	8101311	LISTERINE PORTABLE CITRUS	Blistercard x 24 láminas	4.51	0%

<sup>2</sup> El presente gráfico se compone de 13 columnas, por lo que ha sido separado en dos partes para facilitar su lectura.

## VERSIÓN PÚBLICA

Valor Venta Neto	Precio de lista	Precio al Publico	Margen INCENTIVO	Margen despues de incentivo	
8.32	9.90	16.90	41%	1.00	36%
12.87	15.32	26.20	42%	1.00	38%
35.02	41.67	58.00	28%	0.00	28%
13.03	15.51	25.65	40%	0.50	38%
13.03	15.51	25.65	40%	0.50	38%
63.36	75.40	119.50	37%	0.00	37%
9.68	11.51	18.50	38%	1.20	31%
15.17	18.05	31.50	43%	2.00	36%
40.08	47.69	61.80	23%	0.00	23%
40.08	47.69	61.80	23%	0.00	23%
8.11	9.65	15.45	38%	1.00	31%
8.11	9.65	15.45	38%	1.00	31%
8.11	9.65	15.45	38%	1.00	31%
46.89	55.80	86.40	35%	3.60	31%
46.89	55.80	86.40	35%	3.60	31%
36.67	43.63	67.20	35%	3.60	30%
11.56	13.76	29.90	54%	5.00	37%
32.80	39.03	77.25	49%	4.00	44%
32.86	39.10	72.10	46%	4.00	40%
45.14	53.71	103.00	48%	5.00	43%
14.74	17.54	21.63	19%	0.00	19%
22.11	26.32	34.64	24%	0.00	24%
5.07	6.03	11.85	49%	0.80	42%
7.62	9.07	13.39	32%	0.00	32%
9.94	11.83	17.51	32%	0.00	32%
11.22	13.35	20.50	35%	0.50	32%
4.37	5.20	7.30	29%	0.00	29%
7.00	8.33	10.70	22%	0.00	22%
8.30	9.88	13.30	26%	0.00	26%
4.37	5.20	7.30	29%	0.00	29%
7.00	8.33	10.70	22%	0.00	22%
8.30	9.88	13.30	26%	0.00	26%
4.37	5.20	7.30	29%	0.00	29%
7.00	8.33	10.70	22%	0.00	22%
8.30	9.88	13.30	26%	0.00	26%
5.03	5.98	8.40	29%	0.00	29%
8.05	9.58	12.40	23%	0.00	23%
9.56	11.37	15.30	26%	0.00	26%
17.21	20.48	26.50	23%	0.00	23%
5.03	5.98	8.40	29%	0.00	29%
8.05	9.58	12.40	23%	0.00	23%
9.56	11.37	15.30	26%	0.00	26%
17.21	20.48	26.50	23%	0.00	23%
5.03	5.98	8.40	29%	0.00	29%
8.05	9.58	12.40	23%	0.00	23%
9.56	11.37	15.30	26%	0.00	26%
6.46	7.69	10.30	25%	0.00	25%
10.79	12.84	17.20	25%	0.00	25%
4.51	5.37	6.50	17%	0.00	17%
4.51	5.37	6.50	17%	0.00	17%
4.51	5.37	6.50	17%	0.00	17%
4.51	5.37	6.50	17%	0.00	17%

### Correo 13

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** viernes, 23 de mayo de 2008 11:04 a.m.

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]; Lazo, Herbert [Albis]; Perez Roman, Manuel [Albis]; Ruiz, Manuel [Albis]; Yepez, Luis [Albis]

**CC:** León, Raúl [Albis]

**Asunto:** RE: NORFARMA

El problema es el que te comente esta mañana, Arcangel e IKF bajaron sus precios de otros productos (no controlados) hasta el último nivel del acuerdo y son precios que a Nortfarma no le dejan margen, lo que voy a coordinar con ambas cadenas es subir los precios publ. con mayor margen para que Nortfarma no se vea afectado tengo cita la próxima semana con IKF y Arcangel tendrán que cambiar sus precios.

De esto ya se le informo a Susana Espejo ( Adm. de Nortfarma ) esta presionando también por otro lado.

FV

---

**De:** Pacora, Eliana [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 23 de Mayo de 2008 10:51 a.m.

**Para:** Lazo, Herbert[Albis]; Perez Roman, Manuel[Albis]; Ruiz, Manuel [Albis]; Venero, Francisco [Albis]; Yepez, Luis [Albis]

**CC:** León, Raúl [Albis]

**Asunto:** RE: NORFARMA

Hay acuerdo de precios con Nortfarma y los descuentos son similares a IF. Francisco/Lucho esperamos sus comentarios y seguimiento al respecto.

EP

---

**De:** Lazo, Herbert [Albis]

**Enviado el:** viernes, 23 de mayo de 2008 10:44

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]; Perez Roman, Manuel [Albis]; Ruiz, Manuel [Albis]

**CC:** León, Raúl [Albis]

**Asunto:** NORFARMA

Eliana, NORFARMA no nos quiere comprar, porque en las líneas propias riene una diferencia de precios con ANDINA de SALUD e INKAFARMA, puedes revisar este tema.

HLV

### Correo 14

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** miércoles, 16 de julio de 2008 12:33 p.m.

**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

**CC:** Espejo Yep, Gisela [Arcángel]

**Asunto:** RV: Precios Lukoll

**Datos adjuntos:** 013-2678371.jpg (135 KB); 159-0079546.jpg (107 KB)

Magaly,

Este fue el e-mail que se envió oportunidad del cual no se obtuvo respuesta alguna.

Saludos,

Julio Casiano

---

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Enviado el:** Martes, 17 de Junio de 2008 11:07 a.m.  
**Para:** 'Isalinas@lukoll.com.pe'[Lukoll]  
**CC:** Espejo Yep, Gisela [Arcángel]  
**Asunto:** Precios Lukoll

Estimado Luis,

A una semana de nuestra conversación en Andina podemos sacar las siguientes conclusiones:

1.- A pesar de haber nivelado nuestros precios y habiendo un compromiso de su parte con nosotros por enviarnos las Boletas de Venta de la competencia durante la semana pasada a fin de demostrarnos que la competencia había nivelado sus precios, no recibimos comunicación alguna por parte de ustedes.

2.- Debido a lo antes mencionado, hemos salido a levantar los precios en la competencia, dándonos con la lamentable sorpresa que los precios no han sido nivelados:

PRODUCTO	PR. ARCANGEL	PR. COMPETENCIA
FLUIMUCIL 100 MG. x 30 SOB.	44.00	39.00
FLUIMUCIL 100MG FCO. X 120 ML	27.20	20.85
FLUIMUCIL 10% 5 AMP X 3 ML	44.40	41.10

3.- Como verás en el tema de Fluimucil, los precios que maneja la competencia son prácticamente nuestro costo y en el segundo producto está muy por debajo de nuestro costo.

Te estoy adjuntando Boletas de Venta al respecto.

Saludos,

Julio Casiano

**Nota 7.- Los archivos adjuntos al correo electrónico del 16 de julio de 2008 a las 12:33 p.m. contienen las siguientes boletas de venta:**

[Véase el archivo en la siguiente página]

# VERSIÓN PÚBLICA

**InkaFarma**  
ECKERD PERU S.A.

TIENDA: Calle Mercedes 214 - Int. 19  
Fon: 20-3374  
AREQUIPA 01

CENTRAL: Av. Guillermo Dansey 1846  
Telf.: 315-9000 - 314-2020  
LIMA - PERU

R.U.C. N° 20331066703

**BOLETA DE VENTA**  
N° 013-2678371  
CAJA: 2 TURNO: 1 No. 013-2678371

FECHA: 16/06/2008 18:14:03 CORR. 0993822910

CLIENTE:

CAN.	DESCRIPCION	P. UNIT.	DSCTO.	IMPORTE
1	FLUIMUCIL 100MG/5ML JBE	FCOx120ML LUKOLL	20.85	20.85
1	FLUIMUCIL 300MG/3ML INY	AMPOLLA LUKOLL	8.22	8.22

MON: VEINTINUEVE CON 05/100 Nuevos Soles  
Forma(s) de pago: EFECTIVO S/.

Redo: 0.02 CATERO RONALD DENIS VALE VENDO MIRTON DAHL TICHINA

Total a Pagar S/. 29.05

www.inkafarma.com.pe

ECKERD PERU S.A. - INKA FARMA  
Central: Av. Guillermo Dansey # 1846-Lima  
3159000 - 3142020 RUC 20331066703  
Tienda AREQUIPA 6  
CALLE PUENTE BOLOGNESI 108 - AREQUIPA  
AREQUIPA  
Serie 240251200010 Ticket Nro 159-0079546  
CORR. 0000091942 Pedido: 0316  
FECHA: 16/06/2008 18:26:18 CAJA: 3 TURNO: 2

Cant.	Descripcion	Importe
3	FLUIMUCIL 100MG GRAN SACHET - LUKOLL	3.90

Redo: 0.00  
Total S/. 3.90

EFECTIVO S/ 3.90 (Solo)  
VUELTO S/ 0.00 (Solo)  
CATERO WILDA RAQUEL FIGUEROA  
VENDEDOR: YULY TALLERCO

**CANCELADO**  
No se aceptan devoluciones. 108  
Cambio de nombre de cliente para dentro

## Correo 15

**De:** Gocht, Stefan [Albis]

**Enviado el:** miércoles, 09 de julio de 2008 11:39 a.m.

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]

**Asunto:** RE: Atención orden de compra InkaFarma

Eliana,

Como estan con los precios? Se han nivelado?

Pf que toda comunicación con IKF sea directa (NADA POR ESCRITO pf) personalmente. Por ultimo via telefono....

Saludos cordiales,

StG

**De:** Pacora, Eliana [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 09 de Julio de 2008 11:34 a.m.  
**Para:** Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RV: Atención orden de compra InkaFarma

Están insistiendo en que atendamos su orden de compra...  
Aquí la respuesta de FV.

Eliana

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** miércoles, 09 de julio de 2008 9:10  
**Para:** Frida Urbina Wright [Droguería los Andes-Eckerd]  
**Asunto:** RE: Atención orden de compra

Hola Frida.  
Hoy viene a la oficina para ver este caso, como te había comentado en su oportunidad, LÍNEAS PROPIAS subió sus precios a partir del 10/6 y estamos facturando a todos nuestros clientes sin excepción con los precios nuevos (incluye Arcangel).  
Saludos cordiales,  
FVenero

---

**De:** Frida Urbina [mailto:FUrbina@DrogueríaLosAndes.com.pe] [Eckerd]  
**Enviado el:** Lunes, 07 de Julio de 2008 04:42 p.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Gina Wright [Droguería los Andes-Eckerd]  
**Asunto:** Atención orden de compra

Estimado Francisco:  
Desde la mañana estuve llamándote por teléfono y te dejé un mensaje.  
Quisiera saber al respecto de la última orden de compra que trabajamos, porque no fué atendida.  
Espero tu respuesta.  
Atte.

Frida Urbina  
Dpto Compras

### **Correo 16**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 08 de Julio de 2008 12:28 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**CC:** Susana Estrada Llosa [Fasa]  
**Asunto:** Regulación de precio público Cresadex  
**Datos adjuntos:** Regulación de precio público Cresadex.xls (22 KB)

Christian, por favor aprobar el cambio de precio público de Cresadex.  
De la situación inicial en la que el margen era **[CONFIDENCIAL]** pasaríamos a **[CONFIDENCIAL]**  
Inka Farma ya tiene el precio regulado.  
Es un producto que está fuera de la canasta

**Verónica Pinto Sarmiento**  
**Category Manager - Farma Rx**  
**Farmacias Peruanas S.A.**

**Nota 8.- El archivo adjunto a este correo electrónico contiene el siguiente gráfico**

<b>Producto:</b>					
Cresadex 10Mg x 30	Cod:	1000454			
Fuera de la canasta					
<b>Inicial</b>	<b>Costo</b>	<b>Precio público actual</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>MG</b>	
	[CONFIDENCIAL]	157.05	131.97	[CONFIDENCIAL]	
<b>con cambio de condiciones comerciales</b>	<b>Costo</b>	<b>Precio público actual</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>MG</b>	
	[CONFIDENCIAL]	157.05	131.97	[CONFIDENCIAL]	Actual
<b>con cambio de precio público</b>	<b>Costo</b>	<b>Precio público nuevo</b>	<b>Precio sin IGV</b>	<b>MG</b>	
	[CONFIDENCIAL]	82.14	69.03	[CONFIDENCIAL]	

**Correo 17**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 10 de Julio de 2008 07:43 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Megacilina INKAFARMA

Para mañana

---

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 10 de Julio de 2008 07:42 p.m.  
**Para:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Asunto:** RE: Megacilina INKAFARMA  
 Lo conversamos mañana porque este tema es delicado.  
 Precios debe confirmar el precio en Inkaf.  
 Para cuándo debe hacerse este cambio??

---

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** jueves, 10 de julio de 2008 19:09  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Megacilina INKAFARMA  
**Datos adjuntos:** boleta de venta.jpg (178 KB)

Christian por favor dar tu conformidad para que puedan cambiar el precio. La idea es hacerlo en forma sincronizada con las demás cadenas.  
 Ya hemos trabajado con otra presentación de Megacilina, y hasta el momento se está respetando el acuerdo.

El precio que nos solicitan es S/.14.90

## VERSIÓN PÚBLICA

costo	[CONFIDENCIAL]	
Precio actual	11.176	(sin igv)
Nuevo precio	12.521	(sin igv)
MG actual	[CONFIDENCIAL]	
MG nuevo	[CONFIDENCIAL]	

---

**De:** Mariella Linares [<mailto:linares.mariella@gmail.com>] [Grünenthal]

**Enviado el:** Jueves, 10 de Julio de 2008 12:10 p.m.

**Para:** Veronica Pinto [Fasa]

**CC:** Ali Arellano [Grünenthal]

**Asunto:** Megacilina INKAFARMA

Hola Veronica

Cumpliendo con mi compromiso estamos haciendo la regularizacion de precios publico, en la tarde te paso Cinageron boleta de eckerd

Estoy viendo también Megacilina KIT, pero tengo un problema y es que en el norte TODOS están bajo el costo, pero el mas bajo corresponde a FASA por casi 5 % de diferencia

NORTFARMA 13,91

INKAFARMA 13,90

FASA 13,30

La propuesta que tenemos es salir mañana a 14,90 y mantenerlo 24 horas TODOS, puedo contar contigo?

---

----- Forwarded message -----

**From:** Mariella Linares <[gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)>

**Date:** 10-jul-2008 12:02

**Subject:** Fw: Rv: boletas de venta megacilina

**To:** mariella linares <[linares.mariella@gmail.com](mailto:linares.mariella@gmail.com)>

Mariella Linares

Grunenthal Peruana S.A.

Representante Cadenas

Calle de Las Letras 261 - San Borja

Nextel: 426\*0602

E-Mail: [gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)

E-Mail: [linares.mariella@gmail.com](mailto:linares.mariella@gmail.com)

----- Forwarded Message -----

**From:** Jenny Aguirre <[gpsa\\_jaguirre@yahoo.com](mailto:gpsa_jaguirre@yahoo.com)>

**To:** amaro valle <[gpsa\\_avalle@yahoo.com](mailto:gpsa_avalle@yahoo.com)>; mariella linares <[gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)>

**Sent:** Thursday, July 10, 2008 11:37:54 AM

**Subject:** Rv: boletas de venta megacilina

--- El jue 10-jul-08, Manuel Armando Aguirre Vilchez <[chino\\_31ener@hotmail.com](mailto:chino_31ener@hotmail.com)> escribió:

**De:** Manuel Armando Aguirre Vilchez <[chino\\_31ener@hotmail.com](mailto:chino_31ener@hotmail.com)>

**Asunto:** boletas de venta megacilina

**A:** [gpsa\\_jaguirre@yahoo.com](mailto:gpsa_jaguirre@yahoo.com)

**Fecha:** jueves, 10 julio, 2008, 11:35 am

**VERSIÓN PÚBLICA**

Mariella Linares Grunenthal  
 Peruana S.A.  
 Representante Cadenas  
 Calle de Las Letras 261 - San Borja  
 Nextel: 426\*0602  
 E-Mail: [gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)  
 E-Mail: [linares.mariella@gmail.com](mailto:linares.mariella@gmail.com)

**Nota 9.- El archivo adjunto al correo electrónico del 10 de julio de 2008 a las 7:09 p.m. contiene las siguientes boletas de venta:**

**BOTICA FELICIDAD 25**  
*Northarma S.A.C.*  
 Domicilio Fiscal: Av. Grau 467 - Piura - Piura - Piura  
 Establec.: Av. A N° 48 Int. A Piura - Talara - Paríñas  
 northarma@telefonica.net.pe

R.U.C. 20399497257  
**BOLETA DE VENTA**  
 Compra al Por Mayor  
 270 - 0320714  
 Doc. Ident.: 145933

Fecha: 10/07/2008

DESCRIPCIÓN	CANT.	P.V.P. C/DSCTO.
MEGACILINA AMPx1MLIX1	1	13.91
COMPLEJO B CAPX300	fl	0.07
<b>TOTAL S/:</b>		<b>13.98</b>

Descuentos Especiales - Control de Calidad - Servicio - Economía  
 TRECE. Y 98/100 NUEVOS SOLES

USUARIO

ECKERD PERU S.A. - INKA FARMA  
 Central: Av. Guillermo Danseu # 1846-Lima  
 3159000 - 3142020 RUC 20331066703  
 Tienda TALARA  
 AV. GRAU 49-C  
 PARÍÑAS  
 Serie 156261200212 Ticket Nro 162-0196947  
 CDRR. 0001333393 Pedido: 0180  
 FECHA: 10/07/2008 15:00:55 CAJA: 2 TURNO: 1

Cant.	Descripción	Importe
1	MEGACILINA 1 UI TRV	13.90
		-0.00
		13.90

**InkaFarma**  
 botica - perfumeria  
 10 JUL 2008  
**CANCELADO**  
 Av. Grau N° 49-C Piura

BOTICAS FASA  
 FARMACIAS PERUANAS S.A. RUC: 20305354563  
 AV. A-B1 PARÍÑAS-TALARA-PIURA  
**TICKET DE VENTA**  
 171/03 0300140106 0000980 10/07/2008  
 S/N: 41-HGH28 HORA: 10:26

Código	Nombre	Canti.	Precio
00215067	MEGACILINA 1 UI	1	13.30
Total Productos: 1			

Total Ticket	S/.	13.30
EFFECTIVO	S/.	20.30
Vuelto	S/.	7.00

GRACIAS POR SU PREFERENCIA

**Correo 18**

- Primera cadena<sup>3</sup>:

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 11 de Julio de 2008 01:08 p.m.  
**Para:** Mariella Linares [Grünenthal]  
**CC:** Ali Arellano [Grünenthal]; Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: MEGAINYKIT 14,90

Mariella, por favor necesito la boleta de inka farma, apenas me la mandes nosotros cambiamos el precio

-----Mensaje original-----

**De:** Mariella Linares [mailto:linares.mariella@gmail.com] [Grünenthal]  
**Enviado el:** Viernes, 11 de Julio de 2008 12:18 p.m.  
**Para:** Veronica Pinto [Fasa]  
**CC:** Ali Arellano [Grünenthal]  
**Asunto:** MEGAINYKIT 14,90

Hola Veronica  
te estoy adjuntando 3 boletas de

Megacilina KIT inyectable 100000 14,90  
son 3 locales de Nortfarma, necesito que me confirmes tu precio también a 14,90 en todos los locales, te voy a adjuntar la boleta de inka pero requiero también tu ayuda.  
Este precio publico es el mínimo que se debe encontrar, el precio publico lo marcan los clientes, pero lo que estamos haciendo es poner un mínimo de seguridad para todos, y sacarlos de la venta bajo el costo que se esta dando actualmente.

Mariella Linares  
Grunenthal Peruana S.A.  
Representante Cadenas  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Nextel: 426\*0602  
E-Mail: gpsa\_mlinares@yahoo.com  
E-Mail: linares.mariella@gmail.com

- Segunda cadena:

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 11 de Julio de 2008 01:04 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: MEGAINYKIT 14,90

Es el mail que te envié ayer, están conciliando el precio de mercado, nosotros lo tenemos a S/.13.3 y piden que lo subamos a S/.14.9, lo que nos conviene puesto que actualmente las condiciones son las siguientes:

costo [CONFIDENCIAL]  
Precio actual 11.176 (sin igv)  
Nuevo precio 12.521 (sin igv)

---

<sup>3</sup> Ver nota al pie 59 del Anexo 1.

MG actual [CONFIDENCIAL]  
MG nuevo [CONFIDENCIAL]

-----Mensaje original-----

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 11 de Julio de 2008 01:01 p.m.  
**Para:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Asunto:** RE: MEGAINYKIT 14,90

Que pasa con esto??

-----Mensaje original-----

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** viernes, 11 de julio de 2008 12:18  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: MEGAINYKIT 14,90  
**Datos adjuntos:** Felmegakit 14,90LAMBAY.jpg (17 KB); PIURAFELmegakit14,90.jpg (406 KB)

Christian, me insisten con este tema.

-----Mensaje original-----

**De:** Mariella Linares [<mailto:linares.mariella@gmail.com>] [Grünenthal]  
**Enviado el:** Viernes, 11 de Julio de 2008 12:18 p.m.  
**Para:** Veronica Pinto [Fasa]  
**CC:** Ali Arellano [Grünenthal]  
**Asunto:** MEGAINYKIT 14,90

Hola Veronica  
te estoy adjuntando 3 boletas de

Megacilina KIT inyectable 100000 14,90  
son 3 locales de Nortfarma, necesito que me confirmes tu precio también a 14,90 en todos los locales, te voy a adjuntar la boleta de inka pero requiero también tu ayuda.  
Este precio publico es el mínimo que se debe encontrar, el precio publico lo marcan los clientes, pero lo que estamos haciendo es poner un mínimo de seguridad para todos, y sacarlos de la venta bajo el costo que se esta dando actualmente.

Mariella Linares  
Grunenthal Peruana S.A.  
Representante Cadenas  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Nextel: 426\*0602  
E-Mail: [gpsa\\_mlinares@yahoo.com](mailto:gpsa_mlinares@yahoo.com)  
E-Mail: [linares.mariella@gmail.com](mailto:linares.mariella@gmail.com)

**Nota 10.- Los archivos adjuntos al correo electrónico del 11 de julio de 2008 a las 12:18 p.m. contienen las siguientes boletas de venta:**

**BOTICA FELICIDAD 8**  
*Northarma S.A.C.*  
 Domicilio Fiscal: Av. Grau 467 - Piura - Piura - Piura  
 Dirección: Av. Lolo Guerrero 147 - 081  
 Chiclayo - Chiclayo - Lambayeque  
 northarma@telefonica.net.pe

R.U.C. 20399497257  
**BOLETA DE VENTA**  
**701-1620490**

Sr.(es): \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Doc. Ident.: \_\_\_\_\_

DESCRIPCIÓN	CANT.	P.V.P. C/DSCTO.
MEGACILINA MPX1MUL1	1	14,90
Total C/DSCTO		TOTAL S/ 14,90

DESCUENTOS ESPECIALES - CONTROL DE CALIDAD - SERVICIO - ECONOMIA

USUARIO

**BOTICA FELICIDAD 14**  
*Northarma S.A.C.*  
 Domicilio Fiscal: Av. Grau 467 - Piura - Piura - Piura  
 Av. Country N° 238 Urb. Santa Isabel Piura  
 Piura - Piura / northarma@telefonica.net.pe

R.U.C. 20399497257  
**BOLETA DE VENTA**  
**150-0900796**

Sr.(es) Fecha: 11/07/2023 Doc. Ident.: 109457

DESCRIPCIÓN	CANT.	P.V.P. C/DSCTO.
MEGACILINA MPX1MUL1	1	14,90
Total C/DSCTO		TOTAL S/ 14,90

DESCUENTOS ESPECIALES - CONTROL DE CALIDAD - SERVICIO - ECONOMIA

USUARIO

**BOTICA FELICIDAD 6**  
*Northarma S.A.C.*  
 Domicilio Fiscal: Av. Grau 467 - Piura - Piura - Piura  
 Jr. Huancavelica N° 403 Cercado Piura - Piura - Piura  
 northarma@telefonica.net.pe

R.U.C. 20399497257  
**BOLETA DE VENTA**  
**301-1487435**

Sr.(es) Fecha: 11/07/2023 Doc. Ident.: 106000

DESCRIPCIÓN	CANT.	P.V.P. C/DSCTO.
MEGACILINA MPX1MUL1	1	14,90
Total C/DSCTO		TOTAL S/ 14,90

DESCUENTOS ESPECIALES - CONTROL DE CALIDAD - SERVICIO - ECONOMIA

USUARIO

**Correo 19**

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** miércoles, 20 de agosto de 2008 12:03 p.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Casiano, Julio [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Asunto:** PPSUG LP Albis 9/2,008  
**Datos adjuntos:** PPSUG. Lineas Propias Albis. Set-08.xls (45 KB)

Hola amigos.  
 Previo un afectuoso saludo les hago llegar los PPSUG. que regirán a partir del 1/set/08 Hora; 8 AM.  
 Ya se coordino con las demás cadenas y respecto a los archivos **Otros A** y **Otros B** con Inkafarma  
 Este incremento se considera en función al ultimo alza de precios de LP Albis (5%)

Esperando la colaboración de siempre.  
 Cordiales saludos  
 Francisco

**Nota 11.- El archivo adjunto a este correo electrónico contiene los siguientes gráficos:**

- En la hoja de cálculo "CONTROL."

PPSUG. CADENAS 2,008								
				1/set/2,008	BOT. ARC	IKF		
LESP	CODIGO	LABORATORIO	PRODUCTO	VVF 10/06/2008	PPS SUG ( incluye IGV )	PPS ( incluye IGV )		
				lista			dif.x empq.	dif. x unid.
DE	12073	MERZ	CONTRACTUBEX GEL X 20 GR	90.45	92.00	91.79	1	0.21
FR	1420	CIPA	SEDOTROPINA FLAT X 15ML GOTAS	15.65	13.41	13.20	1	0.21
FR	1480	CIPA	SEDOTROPINA GOTAS X 15ML	13.41	12.14	11.92	1	0.22
GI	2125	CIPA	VITACOSE AMP 2 ML + JER DESC	13.48	9.56	9.45	1	0.11
MG	720	FERRER	DISLEP 25 X 20 COMP	54.51	54.11	53.90	20	0.21
MG	619	FERRER	GLIDIABET 5MG X 100COMP	99.20	65.00	64.80	100	0.20
MG	2012	LAPHAL	TRIACANA X 100 COMP.	139.62	136.43	135.39	100	1.04
NE	2361	CIPA	ANEURIN FORTE X 30 GRAGEAS	76.68	67.72	67.52	30	0.20
NE	2492	CIPA	ANEURIN FTE X 100 GRAGEAS	228.90	183.87	182.70	100	1.17
NE	2175	CIPA	DIGRAVIN X 100 TAB.	138.30	120.39	119.34	100	1.05
NE	614	FERRER	GAMALATE B6 X 60GRA	150.94	126.43	125.90	60	0.53
NE	630	FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 20CAP	47.41	45.15	44.94	20	0.21
NE	717	FERRER	SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	126.00	118.35	118.13	10	0.22
OR	622	FERRER	ANGINOVAG AEROSOL X 10ML	46.71	49.12	48.91	1	0.21
PE	602	FERRER	GAMALATE B6 SOLUCION X 80 ML	55.90	53.47	53.15	1	0.32
PE	2461	CIPA	ILOSONE 250MG X 60ML	40.44	34.69	34.37	1	0.32
PE	2463	CIPA	ILOSONE 125ML X 60 ML	29.04	28.26	27.95	1	0.31
PE	724	FERRER	TIORFAN 10MG LACT.X 18 SCHT	47.40	47.98	47.67	18	0.31

[Continúa en la siguiente página]

## VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo "OTROS A"

CODIGO	LABORATORIO	PRODUCTO	VVF	PPSUG
			10/06/2008	01/Set./2,008
			lista	
12072	ASTELLAS	ZINERYT FCO X 30 ML	74.39	70.82
726	FERRER	NADIXA 1% TUBO X 25G CREMA	66.15	70.85
2447	CIPA	HELOPANZYM NF X 100 CAPS	185.56	103.78
1434	CIPA	PROMALGEN-N X 100TAB	78.35	68.06
2471	CIPA	PROMALGEN 1 G X 25 AMPS.	164.83	133.38
2485	CIPA	PROMALGEN 1.5 G X 25 AMPS.	177.50	143.64
899	NORGINE	PYRALVEX X 10 ML	24.90	22.99
2487	CIPA	VITACOSE X 100 GRAGEAS	173.25	82.08
2486	CIPA	ISALGEN INY X 25 AMPS.	205.28	166.11
2450	CIPA	DARVON-N-COMP.65 X 100CAP	212.18	126.25
2443	CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	48.53	46.20
729	FERRER	GYNO ZALAIN OVULOS CJA X 1	33.60	31.99
2004	CIPA	ISONIAZIDA 100MG x 100TAB	23.30	22.18
2451	CIPA	DIMEFOR 850MG X 30TAB.	52.50	40.27
2442	CIPA	GASTRINE SUSP. X 150 ML.	31.70	20.67
651	FERRER	HADENSA POMADA X 15GR	24.86	21.66
669	FERRER	HADENSA X 10SUP	34.45	26.69
723	FERRER	TIORFAN 100MG X 10 CAP	44.91	38.48
2474	CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	31.84	30.31
2480	CIPA	ANEURIN 10,000 X 3ML C/JER DES	22.56	12.08
2360	CIPA	ANEURIN 1000 X 1 AMP.3 ML C/JE	16.08	10.52
2481	CIPA	ANEURIN 25,000 X 3ML C/JER DES	36.45	22.47
2424	CIPA	DOLO-ANEURIN AMPOLLAS+JERINGA	28.59	25.35
2425	CIPA	DOLO-ANEURIN CJA X 10 TAB	27.43	25.52
728	FERRER	NIMO SOMAZINA X 10 COMPR.	63.00	67.47
672	FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 3/3 AMP IMP	51.31	44.76
635	FERRER	SOMAZINA 500 MG X 2 AMP	44.63	39.08
628	FERRER	SOMAZINA GOTAS X 30ML	96.06	82.30
727	FERRER	SOMAZINA 1 G X 10 COMPR.	168.00	179.93
1022	CIPA	CECLOR AF 500MG X 10 TAB.	135.14	106.30
2466	CIPA	ILOSONE 500MG X 100 TAB	286.72	283.19
50002	PHARMAVISION	NADIF 0,1% SOL OFT X 5 ML	48.77	43.65
2483	CIPA	CEDEINA EXPECT.X 60ML	24.68	23.49
2484	CIPA	CEDEINA X 60ML JARABE	22.86	21.76
50007	PHARMAVISION	QUALITEARS FCO X 15 ml	40.43	38.48
983	SOLCO	SOLCOSERYL GEL OFT. 5 GR	64.73	61.63
10021	CIPA	CECLOR LIQ. 250MG X 100 ML.	140.28	121.03
839	SIT	INFLORAN X 20CAP	85.64	79.69
936	SIEGFRIED	MAGNOPYROL GOTAS X 10ML	12.04	10.89
1479	CIPA	SIM-12 X 30CAP	81.08	68.70
852	SIT	TUSCALMAN B X 10SUP IMPORTADO	30.32	28.87
12051	ASTELLAS	OMNIC CJA X 20 CAPSULAS	172.77	154.20
12068	ASTELLAS	OMNIC OCAS X 30 TABLS.LIB. PROL.	252.00	238.40

[Continúa en la siguiente página]

## VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo "OTROS B"

LESP	CODIGO		PRODUCTO	VVF 10/06/2,008	PPSUG 01/Set/08
DE	3880	VALEANT	CUTACLIN GEL 1% TUBO X 30 GR	65.59	62.45
DE	3872	VALEANT	EFUDIX UNGT.5% X 20 GR.	138.45	110.76
DE	3876	VALEANT	ELDOPAQUE AL 4% CREMA X 30GR	62.29	59.30
DE	3878	VALEANT	ELDOQUIN AL 4% CREMA X 30GR	62.29	59.30
DE	2462	CIPA	ILOSONE SOL.TOPICA X 30 ML	52.70	50.17
DE	12071	ASTELLAS	LOCROID CRELO FCO X 30 gr	58.52	55.71
DE	12070	ASTELLAS	LOCROID LIPOCREAM X 30 GR	58.52	55.71
DE	12087	MERZ	PANTOGAR X 30 TABLS	77.48	69.15
DE	12074	MERZ	VIRU-MERZ GEL X 5 GR	53.08	50.53
DE	689	FERRER	ZALAIN CREMA 2% X 15 GR	38.13	31.30
DE	89680	ISISPHARMA	UVEBLOCK 80 SUAVE TINTE, CREMA X 40 ML.	62.83	67.53
DE	89681	ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO SUAVE TINTE CREMA X 40 ML	74.21	79.76
DE	89682	ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO INVISIBLE TINTE CREMA X 40 ML	74.21	79.76
DE	89683	ISISPHARMA	TEEM DERM GEL CREMA X 150 ML	49.17	52.85
DE	89684	ISISPHARMA	TEEM DERM K CREMA X 30 ML.	52.00	55.88
DE	89685	ISISPHARMA	GLYCO A CREM X 30 ML	66.83	71.83
DE	89686	ISISPHARMA	METRORUBORYL CREMA X 30 ML.	56.01	60.19
FR	2399	CIPA	HELMIBEN X 4 TAB CJ.	27.31	26.00
FR	2024	CIPA	ISALGEN COMP. X 100 TAB	177.22	104.39
FR	984	VALEANT	SOLCOSERYL PASTA DENTAL 5GR	55.32	52.67
FR	988	VALEANT	SOLCOSERYL UNGTO 20GR IMPORTAD	45.48	43.29
FR	625	FERRER	TRIDENOVAG CREMA X 15 GR	28.48	27.11
GI	2470	CIPA	ERGOTRATE 0.20 MG X 30 TAB	27.77	26.44
GI	2452	CIPA	ERGOTRATE 0.2MG X 1ML INY	7.85	7.48
GI	2401	CIPA	GERO VITANOL X 100 CAPS	165.50	157.56
GI	2149	CIPA	GERO VITANOL X 20 CAPS	34.44	32.79
GI	2443	CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	48.53	45.05
GI	718	FERRER	GYNO-ZALAIN VAG.X40GR + 7 APL	59.82	55.52
GI	904	BIOBASAL	LEUCOBASAL 10% X 30GR	35.43	33.73
GI	903	BIOBASAL	LEUCOBASAL FORTE 20% X30GR	47.68	45.39
GI	2478	CIPA	CASTELLE D X 30 TABLS.	42.00	39.98
IN	1428	CIPA	FENOBARBITAL 100MG X30TAB	28.09	26.74
IN	1484	CIPA	FENOBARBITAL 100MG X 500 TABLS.	247.15	235.28
IN	1454	CIPA	FENOBARBITAL SOD+JERINGA	20.49	19.50
IN	2460	CIPA	VANCOCCINA 500MG X 10ML X 1INY.	82.65	78.68
MG	2477	CIPA	BIDIMEFOR 500/2.5MG X 30TAB.	51.56	41.24
MG	2482	CIPA	BIDIMEFOR 500/5 MGX30TAB.RECUB	56.77	45.42
MG	2476	CIPA	DIMEFOR 1000MG X 30TAB.	55.80	44.64
MG	2475	CIPA	DIMEFOR 500MG X 50TAB.	47.68	38.14
MG	722	FERRER	DISLEP 25 MG CJ X 6 AMP	62.40	59.41
MG	721	FERRER	DISLEP GOTAS FCO X 20 ML	45.49	43.30
MG	618	FERRER	GLIDIABET 5 MG X 30 COMP	30.49	24.39
MG	2474	CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	31.84	30.31
MG	12077	ASTELLAS	VASEXTEN 10MG X 20 CAPS	101.65	96.77
MG	3874	VALEANT	LIBRAX CAJA X 30 CAPS.	116.06	110.49
NE	2174	CIPA	DIGRAVIN X 20 TAB.	25.04	23.84
NE	2413	CIPA	ESPAST 10 MG X 20 TAB	36.17	34.44
NE	601	FERRER	GAMALATE B6 X 20GRA	56.47	53.76
NE	3871	VALEANT	MESTINON 60MG X 20 COMP.	51.47	49.00
NE	2436	CIPA	MIALGIN COMP.X 10 TAB LAQ.	30.96	29.48
NE	2437	CIPA	MIALGIN INY.X 2ML C/JER.	17.69	16.84
NE	3870	VALEANT	PROSTIGMINE 0.5MG X 6 AMP.	36.30	34.56
NE	608	FERRER	PSICO-SOMA JARABE X 110 GR	66.38	63.19
NE	2491	CIPA	VASPENTOX 400MG X 20 TABLS.	58.59	44.62
OR	820	SIT	BUCCALINA X 7COM	52.32	49.81
OR	50000	PHARMAVISION	CIPROFTA 0.3% SOL OFT X 5 ML	38.82	36.96
OR	50009	PHARMAVISION	CLOCORT FCO. X 5ML.	44.64	42.49
OR	50010	PHARMAVISION	CLOCORT H TUBO X 4GR.	51.82	49.33
OR	50001	PHARMAVISION	GHEM 0.3% SOLUCION OFTALMICA X 5ML	21.05	20.04
OR	50005	PHARMAVISION	OFTACRIL 2% SOL OFT X 5 ML	71.28	67.86
OR	50003	PHARMAVISION	TIMOFTA 0.5% SOL OFT X 5 ML	35.94	34.22
OR	50008	PHARMAVISION	TOBRACOMP FCO X 5 ML	47.02	44.76
OR	50011	PHARMAVISION	T-EYES FCO. X 15 ML.	36.41	32.50
OR	50013	PHARMAVISION	DORSOF FCO X 5 ML	52.94	50.40
OR	50012	PHARMAVISION	DORSOF T FCO X 5 ML	71.17	67.75
PE	1029	CIPA	CECLOR 375 MG X 50 ML	106.38	92.41
PE	725	FERRER	TIORFAN 30MG NIMOS X 18 SCHK	48.83	46.48
PE	851	SIT	TUSCALMAN A X 10SUP IMPORTADO	30.32	28.87
PE	845	SIT	TUSCALMAN JBE X 120 ML	31.53	30.02
PE	2127	CIPA	VITACOSE JARABE X 100 ML	46.68	44.44
PE	945	CIPA	VITANOL KID SUSP. X 180 ML.	44.96	25.15

**Correo 20**

**De:** Alex Tenorio vasquez [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 10:25 a.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**CC:** Miguel Sanchez [Fasa]  
**Asunto:** RE: PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008

Christian,

Los precios están actualizados desde el lunes a nivel nacional, puedes contactarte con tu proveedor y preguntarle a que local fue a verificar para realizar el seguimiento.

**Alex Tenorio Vasquez**  
Precios y Mercado  
BOTICAS FASA  
[Atenorio@fasa.com.pe](mailto:Atenorio@fasa.com.pe)



---

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 09:31 a.m.  
**Para:** loc\_anp [Fasa]  
**Asunto:** PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008

Miguel,  
Se hicieron los cambios de Albis que te envié. Por favor confírmame.  
Gracias,  
Christian.

---

**De:** Venero, Francisco [mailto:FVenero@albis.com.pe]  
**Enviado el:** jueves, 04 de septiembre de 2008 9:09  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008

Christian, buenos días referente a los precios conciliados pido tu apoyo para evitar que este asunto se desordene  
IKF constato que FASA no cambio y ellos bajaron sus precios complicando todo el trabajo, te pido por favor ordenes a quien corresponda se cumpla este detalle, el beneficio es para todas las cadenas evitemos la guerra de precios y la consiguiente pérdida de márgenes.  
Esperare tu confirmación  
Gracias  
Francisco.

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Miércoles, 20 de Agosto de 2008 11:42 a.m.  
**Para:** Giove, Jose [Albis]  
**CC:** Venero, Francisco [Albis]  
**Asunto:** PPSUG. Lineas propias Albis.9/2,008

Estimados clientes:  
Previo afectuoso saludo, hago llegar la relación de productos con PPSUG que regirán a partir del 1° de Set/08 hora: 8 AM, se envía con la debida anticipación pidiéndoles por favor se sirvan ajustar estos precios

Los cuales están en relación al último incremento que tuvo los productos de líneas propias Albis. (5%)

Saludos cordiales

**Francisco Venero Abarca**  
**Gcia. Comercial**  
**Líneas Propias Albis S.A.**

### **Correo 21**

**De:** Alberto Villagomez [mailto:avillagomezp1@yahoo.es] [Ranbaxy]  
**Enviado el:** martes, 26 de agosto de 2008 10:28 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Asunto:** Re: RV: PRECIOS DE SALIDA

Amiga Magaly, no te preocupes que ahora mismo lo regularizo, no todos son mis amigos.  
Saludos cordiales  
Alberto

--- El mar, 26/8/08, Hurtado, Magaly del Pilar <MHurtado@boticasarcangel.com> escribió:  
**De:** Hurtado, Magaly del Pilar [MHurtado@boticasarcangel.com](mailto:MHurtado@boticasarcangel.com) [Arcángel]  
**Asunto:** RV: PRECIOS DE SALIDA  
**Para:** [avillagomezp1@yahoo.es](mailto:avillagomezp1@yahoo.es) [Ranbaxy]  
**Fecha:** martes, 26 agosto, 2008 9:55

Amigo tus amigos de Inkas lo tiene a 30.50  
Maggy  
No hay ninguna cosa seria que no pueda decirse con una sonrisa.

---

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Enviado el:** Martes, 26 de Agosto de 2008 09:48 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Asunto:** RE: PRECIOS DE SALIDA

Magaly,  
El precio en Inkafarma es S/. 30.50...ese es el precio que vamos a marcar a Nivel Nacional.  
Saludos,  
Julio Casiano

---

**De:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Enviado el:** Martes, 26 de Agosto de 2008 08:50 a.m.  
**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]  
**Asunto:** RV: PRECIOS DE SALIDA

Tu apoyo por favor  
Maggy  
No hay ninguna cosa seria que no pueda decirse con una sonrisa.

---

**De:** Alberto Villagomez [mailto:avillagomezp1@yahoo.es] [Ranbaxy]  
**Enviado el:** Martes, 26 de Agosto de 2008 07:58 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**CC:** Altamirano, Ana [Arcángel]; Sandoval, Edgar [Arcángel]  
**Asunto:** PRECIOS DE SALIDA

Mi estimada Magaly, muy buenos días, favor de regularizar urgente el PRECIO DE SALIDA de ENHANCIN 500/125 mg. x 10 tabs, que en Arequipa estan vendiendo la tableta a S/. 2.06, certificada con boleta No 088-1253431 del 23 del presente mes, como tu sabes el precio de salida es de S/. 35.00 la caja o S/. 3.50 la unidad.

Gracias por tu apoyo.

Saludos cordiales

Alberto

## **Correo 22**

De: Casiano, Julio [Arcángel]

Enviado el: jueves, 28 de agosto de 2008 09:14 a.m.

Para: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

Asunto: RE: REGULAR PRECIO DE SALIDA

Magaly,

Que lo verifiquen bien porque lo cambiamos el mismo día que lo conversamos.

Saludos,

Julio Casiano

---

De: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

Enviado el: Jueves, 28 de Agosto de 2008 08:27 a.m.

Para: Casiano, Julio [Arcángel]

Asunto: RV: REGULAR PRECIO DE SALIDA

Es por competencia??

Maggy

No hay ninguna cosa seria que no pueda decirse con una sonrisa.

---

De: Alberto Villagomez [mailto:avillagomezp1@yahoo.es] [Ranbaxy]

Enviado el: Jueves, 28 de Agosto de 2008 06:52 a.m.

Para: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

CC: Altamirano, Ana [Arcángel]

Asunto: REGULAR PRECIO DE SALIDA

Mi estimada Magaly, favor de regularizar urgente el precio de salida de Enhancin 625 mg. x 10 tabletas, todavía está a S/. 20.60 en Arequipa, ayer en la tarde lo verificamos.

Gracias de antemano por tu apoyo.

Saludos cordiales

Alberto

## **Correo 23**

**De:** Cabrera, Diana [CONPE] [mailto:DCabrera@its.jnj.com] [Johnson&Johnson]

**Enviado el:** lunes, 01 de septiembre de 2008 10:54 a.m.

**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

**Asunto:** DOLOFLAM EXTRA FORTE

Estimada Magaly:

Estoy reemplazando a Mariano mientras está de vacaciones y no sabía a quién en el área que ve precio le podía direccionar este correo. Espero que me puedas ayudar. Gracias!

Con el objetivo de mejorar el aporte de nuestra marca Doloflam a su negocio, solicitamos su máximo apoyo para lograr subir el precio sugerido a público del Doloflam Extra Forte, que tal como ustedes saben, ha visto su precio disminuido paulatinamente durante estos meses, llegando a niveles que son insostenibles por el poco aporte que esto les genera.

Se ha conversado ya con todas las cadenas de farmacias con atención directa y todos subirán el precio sugerido a público de la cada de Doloflam Extra Forte x 100 a S/.100.00. Es decir, **S/. 1.00 cada tableta.**

Se ha fijado como fecha para que todos efectúen esta alza de PSP el día LUNES 1 DE SEPTIEMBRE. El día martes a primera hora procederemos a efectuar la compra de producto en cada cadena y el día miércoles, le estaremos enviando dichas boletas scaneadas.

Requerimos su máximo apoyo en este sentido. Se tiene el compromiso del resto de cadenas para fijar este PSP. Dicha medida tiene como objetivo principal que ustedes tengan un margen atractivo en Doloflam y reactivar los incentivos al dependientes que poseía anteriormente ese producto. Esto permitirá que tengamos una situación de mutua ganancia.

De antemano muchas gracias por su apoyo.

Cordialmente,

**Diana Cabrera Gálvez**

Ejecutivo de Desarrollo de Negocio - Drug&Pharma

Canal: Cadenas de Farmacias

**Johnson & Johnson del Perú**

Telf: (00511) 415-0272

Celular: (00511) 9752-2137

[dcabrera@conpe.jnj.com](mailto:dcabrera@conpe.jnj.com)

## **Correo 24**

**De:** Cabrera, Diana [CONPE] [mailto:DCabrera@its.jnj.com] [Johnson & Johnson]

**Enviado el:** miércoles, 03 de septiembre de 2008 12:18 p.m.

**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

**CC:** Aquije, Carlos [Arcángel]

**Asunto:** RE: DOLOFLAM

Magaly:

Mifarma tuvo un problema con el sistema y ya tienen el precio a 1.1 soles incluso, ni siquiera 1 sol. Además el trato de acuerdo al correo era que hoy por la mañana enviábamos las boletas y efectivamente hemos cumplido. Por favor, necesitamos que el precio se arregle, sino todo lo que hemos avanzado se va a retroceder. Es muy importante por favor.

Por favor confirmar si efectivamente se va a hacer. Ya se enviaron todas las boletas.

Saludos,

## VERSIÓN PÚBLICA

Diana

-----Original Message-----

**From:** Hurtado, Magaly del Pilar [<mailto:MHurtado@boticasarcangel.com>] [Arcángel]  
**Sent:** Miércoles, 03 de Septiembre de 2008 12:09 p.m.  
**To:** Cabrera, Diana [CONPE] {Johnson&Johnson}  
**Cc:** Aquije, Carlos  
**Subject:** RE: DOLOFLAM

Ayer no se ha cumplido a las 2pm Mifarma mantenía su precio, Gerencia ordenó bajar el precio, nosotros si cumplimos.

Maggy

No hay ninguna cosa seria que no pueda decirse con una sonrisa.

---

**De:** Cabrera, Diana [CONPE] [<mailto:DCabrera@its.jnj.com>] [Johnson&Johnson]  
**Enviado el:** Miércoles, 03 de Septiembre de 2008 11:54 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**CC:** Aquije, Carlos  
**Asunto:** DOLOFLAM

Magaly:

Buenos días! El ejecutivo de la zona me ha avisado ahora que fue a comprar a Arcangel de Trujillo y Chiclayo y en ambos la pastilla está a 60 céntimos. Por favor, el cambio era a nivel nacional, se ha logrado que todo tengas el precio correcto para que puedan tener in margen interesante como antes y no quisiéramos que todo el esfuerzo puesto en este trabajo se vea mermado porque tenemos otros precios en provincias. Por favor, dime cuándo se estaría arreglando el tema en provincias por favor.

Espero tu respuesta! Muchas gracias!

Saludos,

**Diana Cabrera Gálvez**  
Ejecutivo de Desarrollo de Negocio - Drug&Pharma  
Canal: Cadenas de Farmacias  
**Johnson & Johnson del Perú**  
Telf: (00511) 415-0272  
Celular: (00511) 9752-2137  
[dcabrera@conpe.jnj.com](mailto:dcabrera@conpe.jnj.com)

### Correo 25

**De:** Cabrera, Diana [CONPE] [<mailto:DCabrera@its.jnj.com>] [Johnson&Johnson]  
**Enviado el:** miércoles, 03 de septiembre de 2008 11:02 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**CC:** Price, Mariano [CONPE] [Johnson&Johnson]; Portugal, Fernando [CONPE] [Johnson&Johnson]  
**Asunto:** PRECIO DOLOFLAM EXTRA FORTE  
**Datos adjuntos:** DOLOF EF - INKA MIFARMA BTL.pdf (209 KB); DOLOF EF - FASA - BS - ARCANGEL.pdf (213 KB)

Muchas gracias!!!

Saludos,

**Diana Cabrera Gálvez**

Ejecutivo de Desarrollo de Negocio - Drug&Pharma

Canal: Cadenas de Farmacias

**Johnson & Johnson del Perú**

Telf: (00511) 415-0272

Celular: (00511) 9752-2137

[dcabrera@conpe.inj.com](mailto:dcabrera@conpe.inj.com)

**Nota 12.- Los archivos adjuntos a este correo electrónico contienen las siguientes boletas de venta:**

[Véase el archivo en la siguiente página]

**Mifarma S.A.C.**  
 Av. 28 de Julio 1370  
 Lima 18 - Miraflores  
 T 213 0760  
 F 213 0778

**Mifarma**  
 Tienda: Jr. Huallaga 630 Lima 1 - Lima  
 02/09/2008 18:27:14 CURR: 00060241946

Fecha: 02/09/2008  
 Cliente: 00060241946

**R.U.C. 20512002090**  
**BOLETA DE VENTA**  
**003-Nº 0216694**  
 No. de venta: 00060241946

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	DSCTO.	IMPORTE
1/100	DOLOELAM EXTRA FUERTE TABLETA	JOHNSON PARROCE	1.100	1.10
Total Venta S/.				1.10

SUN: UNO CON 18/100 Muevos Soles  
 REDO: 0.00 CAJERO: LILIAM SCARPHONE CAT: 10 TURNO: 1 VENDED: LILIAM SCARPHONE  
 Forma (s) de pago: EFECTIVO SOLES

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

**ADQUIRENTE O USUARIO**

**Mifarma te entiende, te cuida.**

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES DE DINERO  
 Cualquier cambio de mercadería se realizará únicamente dentro de las 24 horas siguientes a la compra. Indispensable presentar comprobante.

ECKERD PERU S.A. - INKA FARMA  
 Central: Av. Guillermo Dansey # 1846-Lima  
 3159000 - 3142020 RUC: 20331046703  
 Tienda HIGUERETA  
 AV. AVIACION 5167 - SURCO, SURCO  
 SANTIAGO DE SURCO  
 Serie 240260100056 Ticket Nro 022-0138727  
 CORR. 0001593098 Pedido: 0032  
 FECHA: 03/09/2008 07:59:45 CAJA: 3 TURNO: 2

Cant. Descripción Importe

1	DOLOELAM EXTRA FUERTE 400MG	1.00
1	TABLETAS CAJERO JOHNSON/6 DTE	1.00
Redo: S/.		-0.00
Total S/.		1.00

EFECTIVO S/ 1.00 (Soles)  
 VUELTO: S/ 0.00  
 CAJERO: MARCIA YESENIA FLORES  
 VENDE: MARCIA YESENIA FLORES

**INKA FARMA**  
 Aceptan Devoluciones!  
 Cambio de mercadería se hará dentro de las 24 horas siguientes a la presentación del comprobante de compra.  
**03 SEPT 2008**  
**CANCELADO**  
 Av. Aviación 5167 - Surco

BOLETA DE VENTA  
 003-Nº 0216694  
 No. de venta: 00060241946

Fecha: 02/09/2008  
 Cliente: 00060241946

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	DSCTO.	IMPORTE
1/100	DOLOELAM EXTRA FUERTE TABLETA	JOHNSON PARROCE	1.100	1.10
Total Venta S/.				1.10

SUN: UNO CON 18/100 Muevos Soles  
 REDO: 0.00 CAJERO: LILIAM SCARPHONE CAT: 10 TURNO: 1 VENDED: LILIAM SCARPHONE  
 Forma (s) de pago: EFECTIVO SOLES

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

**ADQUIRENTE O USUARIO**

**Mifarma te entiende, te cuida.**

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES DE DINERO  
 Cualquier cambio de mercadería se realizará únicamente dentro de las 24 horas siguientes a la compra. Indispensable presentar comprobante.

ECKERD PERU S.A. - INKA FARMA  
 Central: Av. Guillermo Dansey # 1846-Lima  
 3159000 - 3142020 RUC: 20331046703  
 Tienda HIGUERETA  
 AV. AVIACION 5167 - SURCO, SURCO  
 SANTIAGO DE SURCO  
 Serie 240260100056 Ticket Nro 022-0138727  
 CORR. 0001593098 Pedido: 0032  
 FECHA: 03/09/2008 07:59:45 CAJA: 3 TURNO: 2

Cant. Descripción Importe

1	DOLOELAM EXTRA FUERTE 400MG	1.00
1	TABLETAS CAJERO JOHNSON/6 DTE	1.00
Redo: S/.		-0.00
Total S/.		1.00

EFECTIVO S/ 1.00 (Soles)  
 VUELTO: S/ 0.00  
 CAJERO: MARCIA YESENIA FLORES  
 VENDE: MARCIA YESENIA FLORES

**INKA FARMA**  
 Aceptan Devoluciones!  
 Cambio de mercadería se hará dentro de las 24 horas siguientes a la presentación del comprobante de compra.  
**03 SEPT 2008**  
**CANCELADO**  
 Av. Aviación 5167 - Surco

BOLETA DE VENTA  
 003-Nº 0216694  
 No. de venta: 00060241946

Fecha: 02/09/2008  
 Cliente: 00060241946

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	DSCTO.	IMPORTE
1/100	DOLOELAM EXTRA FUERTE TABLETA	JOHNSON PARROCE	1.100	1.10
Total Venta S/.				1.10

SUN: UNO CON 18/100 Muevos Soles  
 REDO: 0.00 CAJERO: LILIAM SCARPHONE CAT: 10 TURNO: 1 VENDED: LILIAM SCARPHONE  
 Forma (s) de pago: EFECTIVO SOLES

**Delivery 0-800-2-3333 Llamada Gratuita**

**ADQUIRENTE O USUARIO**

**Mifarma te entiende, te cuida.**

NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES DE DINERO  
 Cualquier cambio de mercadería se realizará únicamente dentro de las 24 horas siguientes a la compra. Indispensable presentar comprobante.

ECKERD PERU S.A. - INKA FARMA  
 Central: Av. Guillermo Dansey # 1846-Lima  
 3159000 - 3142020 RUC: 20331046703  
 Tienda HIGUERETA  
 AV. AVIACION 5167 - SURCO, SURCO  
 SANTIAGO DE SURCO  
 Serie 240260100056 Ticket Nro 022-0138727  
 CORR. 0001593098 Pedido: 0032  
 FECHA: 03/09/2008 07:59:45 CAJA: 3 TURNO: 2

Cant. Descripción Importe

1	DOLOELAM EXTRA FUERTE 400MG	1.00
1	TABLETAS CAJERO JOHNSON/6 DTE	1.00
Redo: S/.		-0.00
Total S/.		1.00

EFECTIVO S/ 1.00 (Soles)  
 VUELTO: S/ 0.00  
 CAJERO: MARCIA YESENIA FLORES  
 VENDE: MARCIA YESENIA FLORES

**INKA FARMA**  
 Aceptan Devoluciones!  
 Cambio de mercadería se hará dentro de las 24 horas siguientes a la presentación del comprobante de compra.  
**03 SEPT 2008**  
**CANCELADO**  
 Av. Aviación 5167 - Surco



**Correo 26**

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** viernes, 05 de septiembre de 2008 04:36 p.m.  
**Para:** Pacora, Eliana [Albis]  
**Asunto:** RV: Precios de IKF

Disculpa te debí haber copiado pero este es el final de la novela  
FV

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Viernes, 05 de Septiembre de 2008 04:30 p.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RV: Precios de IKF

Carlos, confirmado hoy por la tarde entre las 5 a 6 PM los precios de IKF estarán OK (los que aún faltaban), se terminó de revisar con todas las cadenas para evitar haya excusas.  
Mañana puedes pedir verifiquen a nivel nacional  
Saludos cordiales,  
Francisco

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 05:16 p.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Asunto:** RV: Precios de IKF

Carlos, la gente de FASA, BTL, MIFARMA, B&S ya me confirmaron que todo esta OK, el equipo que maneja precios en IKF no esta de viaje como me habían dicho están en un curso hasta este viernes y ya les confirme sobre las otras cadenas, están pidiendo se verifique en campo (con su gente) antes de nivelar por lo tanto lo deben cambiar mañana viernes por la tarde, sin embargo yo sigo fregando para que lo hagan a la brevedad.  
Saludos cordiales,  
Francisco

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 10:24 a.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios de IKF

Carlos gracias por el dato, Christian Randich (FASA) se comprometió por Tlf. nivelar para hoy entre las 5 y 6 PM y también me envió un correo explicando que tuvo problemas en su sistema (la mecedora de siempre).  
Cualquier asunto te estoy comentando  
Francisco

---

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 10:16 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios de IKF

Como dato, te comento que FASA no quiere respetar precios (es una percepción personal).

Por que?... Acabo de hablar con MEDCO, donde también salíamos con precios nivelados, todos nos ajustamos, pero FASA ha pateado el tablero....  
Te lo dejo como dato de cómo se está comportando FASA.

Saludos cordiales,

CRuiz

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 09:52 a.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios de IKF

Carlos, el problema radicaba en la pelea que tiene IKF con FASA, este último no ajusto algunos precios el 1/Set y malogró todo el trabajo, ya me contacte con ellos por la tarde debo confirmar a la gente de IKF que ya lo hicieron.  
No te preocupes este asunto lo resuelvo  
Gracias por tu comprensión  
Francisco.

---

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 08:53 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RE: Precios de IKF

OK, Pancho.

Por favor trata de verlo a la brevedad para poder estar a niveles del mercado y no perder ventas por este motivo.

Gracias

Saludos cordiales,

CRuiz

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 08:51 a.m.  
**Para:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** RV: Precios de IKF

Hola Carlos, ayer estuve en IKF para ver precios, el responsable esta de viaje y no dejo ninguna indicación a su reemplazo, hoy me comunicare con Gina Wright para pedir explicación y que nivelen, por favor no muevas los precios  
estaré en contacto con Uds.  
Francisco Venero

---

**De:** Ruiz, Carlos [Arcángel]  
**Enviado el:** Jueves, 04 de Septiembre de 2008 08:44 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]  
**Asunto:** Precios de IKF

Estimados amigos,  
Nuevamente IKF empieza con la distorsión de precios.  
Como pueden apreciar LLPP ha crecido bien en los meses pasados, pero nuevamente se presentan estas acciones de IKF que lo único que demuestran es que tienen ganas de "fregarnos".  
Lo dejo a su consideración para que puedan evaluar esta situación...  
Existen diferencias fuertes en algunos productos, esta medición ha sido hecha en la zona norte medio, TRUJILLO.  
La pregunta es procedemos a bajar de precios o espero lo que puedan hacer para la nivelación? ... Ojo, entramos a fin de semana y vamos a estar por lo menos 4 días con la percepción del cliente que somos más caros...  
Mi opinión sería, bajarnos de precios y esperar que se pueda arreglar en el transcurso de los días, pero seguiría siendo competitivo.

Espero sus comentarios

CRuiz

### **Correo 27**

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Lunes, 15 de Septiembre de 2008 04:55 p.m.  
**Para:** Antenor Mauny [Fasa]  
**CC:** Susana Estrada Llosa [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** Análisis Medco 15 09 08  
**Datos adjuntos:** Medco 150908\_Por Skuvf. Zip (2 MB)

**Antenor,**

Adjunto te envío el análisis de medco.  
He colocado en cada pestaña los productos agrupados por tipo.

#### **1.-Subir a Precio Público Conciliado [CONFIDENCIAL]**

Estas alzas no exceden el 10% de lo que venimos marcando actualmente.

Codigo Fasa	Descripción	PPC
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	10.7
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G.	19
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/150ML	15
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML.	16
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	100
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	180
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	29.26
300089	PALTOMIEL AD.JBE.FCO/200ML	20
3616	ESCAPIN COMPTO.DISP/100 TAB	80
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM.AMP/5ML	6
112042	DOLOREX 30MG INY.CJA/3 AMPX2ML.	32.13
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G.	22.5
162082	TRINEURAL COMPTO.NF.INYX2 AMP(X3MLY2ML)	12
1000336	ACI BASIC UVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML.	17.5

**2.- Productos por encima del PPC [CONFIDENCIAL]**

En estos productos ya estamos por encima del PPC, por lo que nos tendrían que pagar el RGP

**3.- No conciliados [CONFIDENCIAL]**

En este caso son productos que no suben de costo y que las alzas de PPC están por encima del 10% y no lo consideramos viable.

**4.- Productos Problema [CONFIDENCIAL]**

Los productos que identificamos por la mañana y vimos que nos estaban subiendo los costos de manera significativa y que estos no serían trasladados a los consumidores y por ende de aceptarlos nos harían incrementar nuestros costos en [CONFIDENCIAL] soles.

Por favor me confirmas para cargar a traves de Susana los nuevos PPC de los skus del 1er grupo.

Saludos,  
Milenka

**Nota 13.- El archivo denominado “Medco 150908\_Por Skuvf.xls”, contenido en el archivo comprimido adjunto a este correo, muestra los siguientes gráficos:**

- En la hoja de cálculo “Subir a PPC (14)”<sup>4</sup>

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.										
Codigo Fasa	Descripcion	Lab	H2	Estado	Costo Actual s/igv	Costo Incremento s/igv	Var vs. Actual	Costo Nuevo s/igv RGP x PPC	Var Vs. RGP	
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	IVAX OTC		11G	0					
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G.	COFANA		10D	0					
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/150ML	COFANA		11C	0					
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML	COFANA		10R	0					
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	IVAX		10G	0					
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	IVAX		10M	0					
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	IVAX		10M	0					
300089	PAL TOMIEL AD.JBE.FCO/200ML	KNOP		11A	0					
3616	ESCAPIN COMPTO DISP/100 TAB	MEDCO S.A.C.		10A	0					
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM/AMP/5ML	MEDCO S.A.C.		10N	0					
112042	DOLOREX 30MG INY_CJA/3 AMPX2ML	MEDCO S.A.C.		10N	0					
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G.	MEDCO S.A.C.		10D	0					
162082	TRINEURAL COMPTO NF.INY.X2 AMP(X3MLY2ML)	MEDCO S.A.C.		10A	0					
1000336	ACI BASIC LVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML	MEDCO S.A.C.		10A	0					

CONFIDENCIAL

[Continúa en la siguiente página]

<sup>4</sup> El presente gráfico se compone de 17 columnas, por lo que ha sido separado en dos partes para facilitar su lectura.

**VERSIÓN PÚBLICA**

Px Fasa Actual	PPC	Var PP	Decisión	Tipo	Stock CD	ultima Fecha Ingreso
10.20	10.70	5%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP	A	C O N F I D E N C I A L	04/07/2008
18.63	19.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos	C		03/06/2008
14.40	15.00	4%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP	A		01/07/2008
14.75	16.00	8%	Subir a PPC - No hay Var Costos	A		09/09/2008
95.00	100.00	5%	Subir a PPC - No hay Var Costos	A		22/08/2008
177.11	180.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos	B		22/08/2008
26.70	29.26	10%	Subir a PPC - No hay Var Costos	A		04/07/2008
18.31	20.00	9%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP	A		04/07/2008
78.80	80.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos	A		09/09/2008
5.87	6.00	2%	Subir a PPC - No hay Var Costos	C		11/07/2008
32.10	32.13	0%	Subir a PPC - No hay Var Costos	C		09/09/2008
21.42	22.50	5%	Subir a PPC - No hay Var Costos	C		09/09/2008
11.33	12.00	6%	Subir a PPC - No hay Var Costos	B		18/07/2008
17.27	17.50	1%	subir a PPC - si hay variación de costos que se recuperan x RGP	C		30/05/2008

- En la hoja de cálculo "Pdtos x Encima del PPC RGP (4)"<sup>5</sup>

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.										
Codigo Fasa	Descripcion	Lab	H2	Estado	Costo Actual s/figv	Costo Incremento s/figv	Var vs. Actual	Costo Nuevo s/figv RGP x PPC	Var Vs. RGP	
1414	DEXTRO TOSS TOTAL JBE.FCO/150ML	COFANA	11A	0						<b>CONFIDENCIAL</b>
261103	GINGISONA CREM.DENT.MEDIC.TBO/50G.	COFANA	20C	0						
1000294	CALCIOFEROL FUERTE NF CJA/2FCOSX150MLC/U	COFANA	11H	0						
12003	DOLO TRINEURAL INY. CJA/2 AMP.	MEDCO S.A.C.	10M	0						

Px Fasa Actual	PPC	Var PP	Decisión	Tipo	Stock CD	ultima Fecha Ingreso
14.84	14.00	-6%	Ya estamos por encima del PPC - Tenemos RGP	A	<b>Conf</b>	04/07/2008
18.91	18.50	-13%	Ya estamos por encima del PPC - Tenemos RGP	C		01/07/2008
23.48	23.00	-2%	Ya estamos por encima del PPC - Tenemos RGP	A		04/07/2008
24.09	15.51	-36%	Ya estamos por encima del PPC - Tenemos RGP	A		04/07/2008

[Continúa en la siguiente página]

<sup>5</sup> El presente gráfico se compone de 17 columnas, por lo que ha sido separado en dos partes para facilitar su lectura.

VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo "Pdtos NO conciliados (55)"<sup>6</sup>

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.									
Codig o Fasa	Descripcion	Lab	H2	Estado	Costo Actual s/igv	Costo Increme nto s/igv	Var vs. Actual	Costo Nuevo s/igv RGP x PPC	Var Vs. RGP
230274	TURBOGESIC 1% CREMA TB	IVAX OTC		11B	0				
848	LERGIUM 10MG CJA/10 TAB	COFANA		10R	0				
2650	BIO B CJA/60 CAP	COFANA		11H	0				
3051	DEXTRO TOSS TOTAL MENT	COFANA		11A	0				
3613	GINGISONA B CJA/80 SOB X4	COFANA		11A	0				
3614	GINGISONA B ENJ.BUCAL ME	COFANA		11T	0				
5365	GINGISONA B 0.30% SOL.SF	COFANA		11A	0				
134211	LERGIUM 5MG/5ML JBE.FCO	COFANA		10R	0				
134238	CTOBAL NF 4MG/2ML AD.IN	COFANA		10R	8				
134239	LERGIUM 10MG CJA/100 TAB	COFANA		10R	0				
137004	FERRONEMA JBE.FCO/360M	COFANA		10B	0				
142051	CLOTIL COMPTO.CREMA TB	COFANA		11E	0				
142155	CLOTIL COMPTO.CREMA TB	COFANA		11E	0				
230169	PROVON 100MG/5ML SUSP.F	COFANA		11B	0				
230171	PROVON 400MG CJA/20 TAB	COFANA		11B	0				
300002	DEXTRO TOSS 15MG/5ML JB	COFANA		10R	0				
338006	GINGISONA-L NF TOQUES S	COFANA		10R	0				
963004	HY FLEX UNGTO.PTE/100G	COFANA		11B	0				
1E+06	CTOBAL COMPOSITUM DISP	MEDCO S.A.C.		11A	0				
2305	ALENDRA-7 70MG CJA/5 TA	IVAX		10M	0				
5520	RAPICAL D CJA/30 TAB.REC	IVAX		10A	0				
15470	MELOXIC 15MG/1.5ML INY.A	IVAX		10M	0				
230301	MELOXIC 7.5MG CJA/10 TAB	IVAX		10M	0				
259012	GRIFOPARKIN 250MG-25MG	IVAX		10N	0				
357071	GINEDA ZOL CJA/10 OVULOS	IVAX		10G	0				
941005	IPOGRAS 10MG CJA/30 CAP	IVAX		10A	0				
941006	IPOGRAS 15MG CJA/30 CAP	IVAX		10A	0				
300090	PALTOMIEL INF.JBE.FCO/125	KNOP		11A	0				
207026	NISTATINA 100,000UI CJA/12	IVAX LABORATORIO GEN		10G	0				
613	LERGIUM PLUS 5MG-120MG	MEDCO S.A.C.		10R	0				
3615	OME PAC CJA/14 SOB X2 DC	MEDCO S.A.C.		10A	0				
6429	LERGIUM PLUS JBE.FCO/60M	MEDCO S.A.C.		10R	0				
16367	ACI BASIC 800-40MG CJA/10	MEDCO S.A.C.		10A	0				
110012	ESCAPIN 20MG/1ML INY.IM-N	MEDCO S.A.C.		10A	0				
110016	FENALGINA NF 500MG INY.A	MEDCO S.A.C.		10N	0				
112040	DOLOREX 10MG CJA/10 COM	MEDCO S.A.C.		10N	8				
112043	DOLOREX 60MG INY.IM-IV.C	MEDCO S.A.C.		10N	0				
116041	HEROLAN 100/50MCG AERO	MEDCO S.A.C.		10R	0				
139066	SILVERDIAZINA-L CREMA TB	MEDCO S.A.C.		10D	0				
164023	CORTIPREX 20MG CJA/20 CQ	MEDCO S.A.C.		10H	0				
168079	CORTIPREX 5MG/5ML SUSP.F	MEDCO S.A.C.		10H	0				
206132	MACROZIT 500MG CJA/3 TA	MEDCO S.A.C.		10J	8				
206158	CLARIBIOT 500MG CJA/10 TA	MEDCO S.A.C.		10J	0				
206183	CLARIBIOT 125MG/5ML POLV	MEDCO S.A.C.		10J	0				
206184	CLARIBIOT 250MG/5ML GRA	MEDCO S.A.C.		10J	0				
301060	BRONCOMAX 125/4MG POLV	MEDCO S.A.C.		10R	8				
301061	BRONCOMAX 250/4MG POLV	MEDCO S.A.C.		10R	0				
301062	BRONCOMAX 500/8MG DISP	MEDCO S.A.C.		10R	0				
401017	MINEDROX 1000MCG/1ML IN	MEDCO S.A.C.		10A	0				
1E+06	ISOFLOXX 500MG CJA/50 CQ	MEDCO S.A.C.		10J	8				
1E+06	CALCIOFEROL KIDS CJA/32	MEDCO S.A.C.		11H	0				
1E+06	CELEMAX 200MG CJA/100 C	MEDCO S.A.C.		10M	0				
1E+06	CTOBAL GELLY JBE.FCO/60	MEDCO S.A.C.		11A	0				
1E+06	LERGIUM PLUS 5-30MG SOL	MEDCO S.A.C.		10R	0				
1E+06	NEOCORTIPREX 5MG/5ML SC	MEDCO S.A.C.		10H	0				

C O N F I D E N C I A L

<sup>6</sup> El presente gráfico se compone de 17 columnas, por lo que ha sido separado en dos partes para facilitar su lectura.

VERSIÓN PÚBLICA

Px Fasa Actual	PPC	Var PP	Decisión	Tipo	Stock CD	ultima Fecha Ingreso
16.00	16.00	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	A	C O N F I D E N C I A L	04/07/2008
32.55	26.04	-20%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		04/07/2008
19.00	21.00	11%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		05/08/2008
72.90	104.00	43%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		25/07/2008
161.19	160.00	-1%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
11.17	11.00	-2%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		01/07/2008
29.90	25.00	-16%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		18/07/2008
28.40	26.80	-6%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
108.54	140.00	29%	No se conciliará, si se conciliacé podri	C		
283.25	225.00	-21%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		18/07/2008
27.42	20.00	-27%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		25/07/2008
6.17	9.00	46%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		04/07/2008
14.20	16.90	19%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
10.71	8.50	-21%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		17/06/2008
18.13	15.00	-17%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		18/07/2008
16.90	16.50	-2%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		04/07/2008
12.90	16.90	31%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
26.76	22.00	-18%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		30/05/2008
140.00	140.00	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		
73.00	73.00	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
21.00	27.00	29%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
12.27	11.00	-10%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		04/07/2008
17.77	21.00	18%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		17/06/2008
93.90	93.00	-1%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		22/08/2008
41.63	37.11	-11%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		09/09/2008
60.30	57.00	-5%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		01/08/2008
70.20	65.00	-7%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		22/08/2008
14.01	16.00	14%	No se conciliará, si se conciliacé podri	A		04/07/2008
8.32	8.32	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		01/08/2008
223.00	268.00	20%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		04/08/2008
292.60	292.00	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		30/05/2008
26.29	32.00	22%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		04/07/2008
105.68	92.00	-13%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		25/04/2008
9.52	10.70	12%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		01/07/2008
5.43	5.43	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		05/08/2008
30.00	28.97	-3%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		
11.28	15.00	33%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
46.13	45.00	-2%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		22/08/2008
22.30	26.90	21%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
28.00	35.71	28%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
17.90	25.73	44%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		09/09/2008
68.13	63.00	-8%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		
54.95	72.00	31%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		04/07/2008
29.30	38.40	31%	ok. No variar Px - No hay RGP	B		04/07/2008
45.27	58.70	30%	ok. No variar Px - No hay RGP	A		04/07/2008
12.14	11.55	-5%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		
15.43	14.07	-9%	ok. No variar Px - No hay RGP	C	01/07/2008	
146.68	137.27	-6%	ok. No variar Px - No hay RGP	C	01/08/2008	
14.90	14.00	-6%	ok. No variar Px - No hay RGP	A	09/09/2008	
485.71	428.50	-12%	ok. No variar Px - No hay RGP	C		
31.77	26.00	-18%	ok. No variar Px - No hay RGP	C	00/01/1900	
300.10	280.00	-7%	ok. No variar Px - No hay RGP	B	01/07/2008	
26.78	16.00	-40%	ok. No variar Px - No hay RGP	C	00/01/1900	
23.41	22.00	-6%	ok. No variar Px - No hay RGP	B	30/05/2008	
28.50	28.50	0%	ok. No variar Px - No hay RGP	C	22/08/2008	

[Continúa en la siguiente página]

- En la hoja de cálculo "Skus Problema (10)"<sup>7</sup>

PPC	Var PP	Decisión	Sustento	Tipo	Stock CD	ultima Fecha Ingreso	Status Actual	Q	Costo Inicial	Nuevo Costo		
27.00	23%	Va escalonada	Alza no aceptada por el consumidor	A	CONFIDENCIAL	01/07/2008	Sube Costo	1,615	CONFIDENCIAL			
80.00	11%	Va escalonada	Alza no aceptada por el consumidor	B		01/07/2008	Sube Costo	206				
180.00	-5%	No va - PASAR A ESTADO 8	Pérdida de Aporte Fasa	C		30/05/2008	Sube Costo	22				
68.00	-12%	No va - PASAR A ESTADO 8	Pérdida de Aporte Fasa	C		30/05/2008	Sube Costo	48				
24.00	34%	Va escalonada	Alza no aceptada por el consumidor	A		09/09/2008	Sube Costo	1,488				
200.00	18%	Va escalonada	Alza no aceptada por el consumidor	B		04/07/2008	Sube Costo	139				
240.00	41%	No va - PASAR A ESTADO 8	Pérdida de condición Comercial	A		01/07/2008	Sube Costo	287				
84.00	45%	No va - PASAR A ESTADO 8	Pérdida de condición Comercial	B		09/09/2008	Sube Costo	107				
80.00	22%	Va escalonada	Alza no aceptada por el consumidor	A		01/07/2008	Sube Costo	353				
6.35	0%	No va - PASAR A ESTADO 8	Costo Sube	C		09/09/2008	Sube Costo	-				
												CONFIDENCIAL

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.										
Codigo Fasa	Descripcion	Lab	H2	Estado	Costo Actual s/figv	Costo Incremento s/figv	Var vs. Actual	Costo Nuevo s/figv RGP x PPC	Var Vs. RGP	Px Fasa Actual
132047	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/340ML	COFANA	11C	0	CONFIDENCIAL					22.00
224061	BISMUTOL 262MG DISP/160 TAB.MAST	COFANA	11C	0		72.00				
16368	ETNOX FORTE 1500MG-1200MG POLV.X30 SOB	N/A X	10M	0		189.00				
158039	GINEMA XIM 40MG CJA/60 COMP	N/A X	10G	0		77.06				
5891	ACI BASIC 800-60MG/10ML SUSP.FCO/220ML	MEDCO S.A.C.	10A	0		17.90				
7478	DOLO TRINEURAL DISP/100 CAP	MEDCO S.A.C.	10M	0		169.50				
12287	OMEPRAL 20MG CJA/100 CAP	MEDCO S.A.C.	10A	0		170.00				
12288	NEOPRAL 20MG CJA/20 CAP L.P	MEDCO S.A.C.	10A	0		58.00				
12289	NEOPRAL 40MG CJA/16 CAP L.P	MEDCO S.A.C.	10A	0		65.60				
110015	FENALGINA NF 1000MG NY AMP/2ML	MEDCO S.A.C.	10N	0		6.34				

**Correo 28**

**De:** Venero, Francisco [Albis]  
**Enviado el:** miércoles, 17 de septiembre de 2008 11:34 a.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Asunto:** RE: Diferencia de precios Líneas Propias Inkafarma. Reunión Viernes 19 a las 9am  
**Datos adjuntos:** PPSUG LP ALBIS Set-08.xls (45 KB)

Maggy, respecto a la diferencia de precios con IKF, existe un acuerdo con nuestra Gerencia General que en LPALBIS deberá haber un diferencial a favor de ellos en todos los prods., yo no lo estuve manejando así, solo les daba ese dif. en 18 productos ahora lo están exigiendo (se dieron cuenta), te envío archivo, hoy tengo reunión 3.30 PM para rectificar algunos que continúan con dif. mayor según tu cuadro.

Respecto a SARA ellos están exigiendo trabajar el programa ya que bajó su venta en eso productos, la idea es no darles para que ese si sea un gran diferencial a nuestro favor.  
 Saludos cordiales,  
 Francisco.

**De:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Enviado el:** Miércoles, 17 de Septiembre de 2008 11:12 a.m.  
**Para:** Venero, Francisco [Albis]  
**Asunto:** RV: Diferencia de precios Líneas Propias Inkafarma. Reunión Viernes 19 a las 9am

Amigo estamos [CONFIDENCIAL] debajo de la cuota me informan de la diferencia de precios ellos ya manejan el programa SARA??? Para ver si es un factor también??

<sup>7</sup> El presente gráfico se compone de 22 columnas, por lo que ha sido separado en dos partes para facilitar su lectura.

Maggy

"Una persona usualmente se convierte en aquello que el cree que es. Si yo sigo diciéndome a mi mismo que no puedo hacer algo, es posible que yo termine siendo incapaz de hacerlo. Por el contrario si yo tengo la creencia que sí puedo hacerlo, con seguridad yo adquiriré la capacidad de realizarlo aunque no la haya tenido al principio. (Gandhi)

Zona	Codigo	Laboratorio	Descripcion	Arcángel	Inkafarma	Dif.	Fecha	Local	Boleta
Lima 2	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Lima 1	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	San Borja 2	064-0160722
Lima 1	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	Chorrillos	ik 156-0153984
Lima 2	023056	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 1000 x 1 AMP.	10.52	10.30	0.22	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Zona Sur Frontera	023097	LINEAS PROPIAS	ANEURIN FORTE CJA X 100 GRAG	183.86	182.00	1.86	2008-09-09	Arequipa 3	013-2737376
ZNM	023097	LINEAS PROPIAS	ANEURIN FORTE CJA X 100 GRAG	183.86	182.00	1.86	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380218
ZNM	023088	LINEAS PROPIAS	CEDEINA EXP JARABE FCO X 60ML	23.49	23.20	0.29	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546168
ZNO	023088	LINEAS PROPIAS	CEDEINA EXP JBE FCO X 60ML	23.49	23.20	0.29	2008-09-09	Tarapoto 2	021-0068665
Lima 1	023089	LINEAS PROPIAS	CEDEINA JBE FCO X 60 ML	21.76	18.03	3.73	2008-09-09	San Borja 2	064-0160728
Zona Norte Grande	023089	LINEAS PROPIAS	CEDEINA JBE FCO X 60 ML	21.76	21.50	0.26	2008-09-09	Chiclayo 3	081-0862890
Zona Norte Grande	062011	LINEAS PROPIAS	DARVON-N COMPTO 65 X 100 CAP LILL	126.23	126.00	0.23	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
Zona Norte Grande	023053	LINEAS PROPIAS	DIGRAVIN X 100 TAB CIPA	120.39	118.00	2.39	2008-09-09	Chiclayo 3	070-1336504
Zona Norte Grande	023053	LINEAS PROPIAS	DIGRAVIN X 100 TAB CIPA	120.39	118.00	2.39	2008-09-09	Chorrillos	035-1675194
ZNM	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.40	0.12	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380235
ZNO	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.4	0.12	2008-09-09	Tarapoto 2	020-2002192
ZNM	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.40	0.12	2008-09-09	HUARAZ1	025-3708997
Lima 2	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Lima 1	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	San Borja 2	064-0160737
Zona Norte Grande	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
ZNM	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	Cajamarca 1	121-380218
ZNM	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	120.00	6.42	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546155
Lima 2	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	77.36	64.00	13.36	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	195-0031844
Lima 2	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	77.36	59.00	18.36	2008-09-09	Independencia 2	ik 187-0042543
ZNM	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380228
ZNO	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	Tarapoto 2	021-0068665
ZNM	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546156
Zona Norte Grande	023087	LINEAS PROPIAS	HELOPANZYM CJA/100CAP.	103.79	103.00	0.79	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
Zona Norte	062021	LINEAS	ILOSONE 500 mg X 100 TAB	283.20	283.00	0.20	2008-09-09	Chiclayo 3	081-0862890

Saludos  
Yrene

**De:** León, Yrene [Arcángel]

**Enviado el:** miércoles, 17 de septiembre de 2008 11:07 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]; Moreno, Fernando [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Oga, Mariella [Albis]; Dueñas, Yris [Albis]

**Asunto:** Diferencia de precios Líneas Propias Inkafarma. Reunión Viernes 19 a las 9am

Estimados amigos:

Para informarles que a la fecha vamos por debajo de nuestros objetivos en un **[CONFIDENCIAL]**. La mayor diferencia la tenemos en Líneas Propias **[CONFIDENCIAL]**., en la cual está incidiendo la diferencia de precios que estamos teniendo con Inkafarma, a pesar que existe un acuerdo de precios nivelados.

Adjunto detalle de precios para su conocimiento.

## VERSIÓN PÚBLICA

Asimismo debemos programar una reunión esta semana para ver avances a la fecha y estrategias a seguir.

Propongo el Viernes 19 a las 9am.

Espero sus confirmaciones.

Zona	Codigo	Laboratorio	Descripcion	Arcángel	Inkafarma	Dif.	Fecha	Local	Boleta
Lima 2	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Lima 1	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	San Borja 2	064-0160722
Lima 1	023073	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 10,000/3ML AMP+JRGA DESCART.	12.08	12.00	0.08	2008-09-09	Chorrillos	ik 156-0153984
Lima 2	023056	LINEAS PROPIAS	ANEURIN 1000 x 1 AMP.	10.52	10.30	0.22	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Zona Sur Frontera	023097	LINEAS PROPIAS	ANEURIN FORTE CJA X 100 GRAG	183.86	182.00	1.86	2008-09-09	Arequipa 3	013-2737376
ZNM	023097	LINEAS PROPIAS	ANEURIN FORTE CJA X 100 GRAG	183.86	182.00	1.86	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380218
ZNM	023088	LINEAS PROPIAS	CEDEINA EXP JARABE FCO X 60ML	23.49	23.20	0.29	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546168
ZNO	023088	LINEAS PROPIAS	CEDEINA EXP JBE FCO X 60ML	23.49	23.20	0.29	2008-09-09	Tarapoto 2	021-0068665
Lima 1	023089	LINEAS PROPIAS	CEDEINA JBE FCO X 60 ML	21.76	18.03	3.73	2008-09-09	San Borja 2	064-0160728
Zona Norte Grande	023089	LINEAS PROPIAS	CEDEINA JBE FCO X 60 ML	21.76	21.50	0.26	2008-09-09	Chiclayo 3	081-0862890
Zona Norte Grande	062011	LINEAS PROPIAS	DARVON-N COMPTO 65 X 100 CAP LILL	126.23	126.00	0.23	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
Zona Norte Grande	023053	LINEAS PROPIAS	DIGRAVIN X 100 TAB CIPA	120.39	118.00	2.39	2008-09-09	Chiclayo 3	070-1336504
Zona Norte Grande	023053	LINEAS PROPIAS	DIGRAVIN X 100 TAB CIPA	120.39	118.00	2.39	2008-09-09	Chorrillos	035-1675194
ZNM	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.40	0.12	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380235
ZNO	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.4	0.12	2008-09-09	Tarapoto 2	020-2002192
ZNM	023064	LINEAS PROPIAS	DOLO ANEURIN X 10 TAB	25.52	25.40	0.12	2008-09-09	HUARAZ1	025-3708997
Lima 2	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	157-0146595
Lima 1	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	San Borja 2	064-0160737
Zona Norte Grande	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
ZNM	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	126.00	0.42	2008-09-09	Cajamarca 1	121-380218
ZNM	040004	LINEAS PROPIAS	GAMALATE B6 CJA X 60 GRAG	126.42	120.00	6.42	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546155
Lima 2	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	77.36	64.00	13.36	2008-09-09	SJ Lurigancho 1	195-0031844
Lima 2	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	77.36	59.00	18.36	2008-09-09	Independencia 2	ik 187-0042543
ZNM	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	Cajamarca 1	121-0380228
ZNO	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	Tarapoto 2	021-0068665
ZNM	040031	LINEAS PROPIAS	GLIDIABET 5MG. CJA.x 100 COMP.	65.00	64.00	1.00	2008-09-09	HUARAZ1	122-0546156
Zona Norte Grande	023087	LINEAS PROPIAS	HELOPANZYM CJA/100CAP.	103.79	103.00	0.79	2008-09-09	Chiclayo 3	011-3254231
Zona Norte	062021	LINEAS	ILOSONE 500 mg X 100 TAB	283.20	283.00	0.20	2008-09-09	Chiclayo 3	081-0862890

Saludos

Yrene

**Nota 14.- El archivo adjunto al correo electrónico del 17 de setiembre de 2008 a las 11:34 a.m. contiene los siguientes gráficos:**

## VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo “Controlados”

<b>1/set/2,008</b>		<b>BOT. ARC</b>	<b>IKF</b>	
		<b>PPS SUG</b>	<b>PPS</b>	
<b>LABORATOR PRODUCTO</b>		<b>( incluye IGV )</b>	<b>( incluye IGV )</b>	
MERZ	CONTRACTUBEX GEL X 20 GR	92.00	91.79	1
CIPA	SEDOTROPINA FLAT X 15ML GOTAS	13.41	13.20	1
CIPA	SEDOTROPINA GOTAS X 15ML	12.14	11.92	1
CIPA	VITACOSE AMP 2 ML + JER DESC	9.56	9.45	1
FERRER	DISLEP 25 X 20 COMP	54.11	53.90	20
FERRER	GLIDIABET 5MG X 100COMP	65.00	64.80	100
LAPHAL	TRACANA X 100 COMP.	136.43	135.39	100
CIPA	ANEURIN FORTE X 30 GRAGEAS	67.72	67.52	30
CIPA	ANEURIN FTE X 100 GRAGEAS	183.87	182.70	100
CIPA	DIGRAVIN X 100 TAB.	120.39	119.34	100
FERRER	GAMALATE B6 X 60GRA	126.43	125.90	60
FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 20CAP	45.15	44.94	20
FERRER	SOMAZINA 500MG X 10 COMP.	118.35	118.13	10
FERRER	ANGINOVAG AEROSOL X 10ML	49.12	48.91	1
FERRER	GAMALATE B6 SOLUCION X 80 ML	53.47	53.15	1
CIPA	ILOSONE 250MG X 60ML	34.69	34.37	1
CIPA	ILOSONE 125ML X 60 ML	28.26	27.95	1
FERRER	TIORFAN 10MG LACT.X 18 SHT	47.98	47.67	18

	dif.x empq.	dif. x unid.
1	0.21	0.21
1	0.21	0.21
1	0.22	0.22
1	0.11	0.11
20	0.21	0.01
100	0.20	0.01
100	1.04	0.01
30	0.20	0.007
100	1.17	0.01
100	1.05	0.01
60	0.53	0.008
20	0.21	0.01
10	0.22	0.02
1	0.21	0.21
1	0.32	0.32
1	0.32	0.32
1	0.31	0.31
18	0.31	0.0166

[Continúa en la siguiente página]

**VERSIÓN PÚBLICA**

- En la hoja de cálculo “Otros A”

LABORATORIO PRODUCTO		PPSUG 01/Set./2,008	PPSUG IKF
ASTELLAS	ZINERYT FCO X 30 ML	70.82	70.72
FERRER	NADIXA 1% TUBO X 25G CREMA	70.85	70.75
CIPA	HELOPANZYM NF X 100 CAPS	103.78	103.58
CIPA	PROMALGEN-N X 100TAB	68.06	67.86
CIPA	PROMALGEN 1 G X 25 AMPS.	133.38	133.28
CIPA	PROMALGEN 1.5 G X 25 AMPS.	143.64	143.54
NORGINE	PYRALVEX X 10 ML	22.99	22.89
CIPA	VITACOSE X 100 GRAGEAS	82.08	82.00
CIPA	ISALGEN INY X 25 AMPS.	166.11	166.00
CIPA	DARVON-N-COMP.65 X 100CAP	126.25	126.05
CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	46.20	46.10
FERRER	GYNO ZALAIN OVULOS CJA X 1	31.99	31.89
CIPA	ISONIAZIDA 100MG x 100TAB	22.18	22.00
CIPA	DIMEFOR 850MG X 30TAB.	40.27	40.17
CIPA	GASTRINE SUSP. X 150 ML.	20.67	20.57
FERRER	HADENSA POMADA X 15GR	21.66	21.56
FERRER	HADENSA X 10SUP	26.69	26.59
FERRER	TIORFAN 100MG X 10 CAP	38.48	38.35
CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	30.31	30.20
CIPA	ANEURIN 10,000 X 3ML C/JER DES	12.08	12.00
CIPA	ANEURIN 1000 X 1 AMP.3 ML C/JE	10.52	10.42
CIPA	ANEURIN 25,000 X 3ML C/JER DES	22.47	22.37
CIPA	DOLO-ANEURIN AMPOLLAS+JERINGA	25.35	25.25
CIPA	DOLO-ANEURIN CJA X 10 TAB	25.52	25.42
FERRER	NIMO SOMAZINA X 10 COMPR.	67.47	67.37
FERRER	NUCLEO CMP FORTE X 3/3 AMP IMP	44.76	44.66
FERRER	SOMAZINA 500 MG X 2 AMP	39.08	38.98
FERRER	SOMAZINA GOTAS X 30ML	82.30	82.20
FERRER	SOMAZINA 1 G X 10 COMPR.	179.93	179.83
CIPA	CECLOR AF 500MG X 10 TAB.	106.30	106.20
CIPA	ILOSONE 500MG X 100 TAB	283.19	283.00
PHARMAVISION	NADIF 0,1% SOL OFT X 5 ML	43.65	43.55
CIPA	CEDEINA EXPECT.X 60ML	23.49	23.39
CIPA	CEDEINA X 60ML JARABE	21.76	21.66
PHARMAVISION	QUALITEARS FCO X 15 ml	38.48	38.38
SOLCO	SOLCOSERYL GEL OFT. 5 GR	61.63	61.53
CIPA	CECLOR LIQ. 250MG X 100 ML.	121.03	120.93
SIT	INFLORAN X 20CAP	79.69	79.59
SIEGFRIED	MAGNOPYROL GOTAS X 10ML	10.89	10.79
CIPA	SIM-12 X 30CAP	68.70	68.60
SIT	TUSCALMAN B X 10SUP IMPORTADO	28.87	28.77
ASTELLAS	OMNIC CJA X 20 CAPSULAS	154.20	154.10
ASTELLAS	OMNIC OCAS X 30 TABLS.LIB. PROL.	238.40	238.30

[Continúa en la siguiente página]

## VERSIÓN PÚBLICA

- En la hoja de cálculo "Otros B"

LABORAT.	PRODUCTO	PPSUG 01/Set/08	PPSUG IKF
VALEANT	CUTACLIN GEL 1% TUBO X 30 GR	62.45	62.35
VALEANT	EFUDIX UNGT.5% X 20 GR.	110.76	110.66
VALEANT	ELDOPAQUE AL 4% CREMA X 30GR	59.30	59.20
VALEANT	ELDOQUIN AL 4% CREMA X 30GR	59.30	59.20
CIPA	ILOSONE SOL.TOPICA X 30 ML	50.17	50.07
ASTELLAS	LOCOID CRELO FCO X 30 gr	55.71	55.61
ASTELLAS	LOCOID LIPOCREAM X 30 GR	55.71	55.61
MERZ	PANTOGAR X 30 TABLS	69.15	69.05
MERZ	VIRU-MERZ GEL X 5 GR	50.53	50.43
FERRER	ZALAIN CREMA 2% X 15 GR	31.30	31.20
ISISPHARMA	UVEBLOCK 80 SUAVE TINTE, CREMA X 40 ML.	67.53	67.43
ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO SUAVE TINTE CREMA X 40	79.76	79.66
ISISPHARMA	UVEBLOCK 50 FLUIDO INVISIBLE TINTE CREMA X 40	79.76	79.66
ISISPHARMA	TEEM DERM GEL CREMA X 150 ML	52.85	52.75
ISISPHARMA	TEEM DERM K CREMA X 30 ML.	55.88	55.78
ISISPHARMA	GLYCO A CREM X 30 ML	71.83	71.73
ISISPHARMA	METRORUBORYL CREMA X 30 ML.	60.19	60.09
CIPA	HELMIBEN X 4 TAB C.J.	26.00	25.90
CIPA	ISALGEN COMP. X 100 TAB	104.39	104.20
VALEANT	SOLCOSERYL PASTA DENTAL 5GR	52.67	52.57
VALEANT	SOLCOSERYL UNGTO 20GR IMPORTAD	43.29	43.19
FERRER	TRIDENOVAG CREMA X 15 GR	27.11	27.01
CIPA	ERGOTRATE 0.20 MG X 30 TAB	26.44	26.34
CIPA	ERGOTRATE 0.2MG X 1ML INY	7.48	7.38
CIPA	GERO VITANOL X 100 CAPS	157.56	157.40
CIPA	GERO VITANOL X 20 CAPS	32.79	32.69
CIPA	GRAVITANOL N X 30 TAB	45.05	44.95
FERRER	GYNO-ZALAIN VAG.X40GR + 7 APL	55.52	55.42
BIOBASAL	LEUCOBASAL 10% X 30GR	33.73	33.63
BIOBASAL	LEUCOBASAL FORTE 20% X30GR	45.39	45.29
CIPA	CASTELLE D X 30 TABLS.	39.98	39.88
CIPA	FENOBARBITAL 100MG X30TAB	26.74	26.64
CIPA	FENOBARBITAL 100MG X 500 TABLS.	235.28	235.18
CIPA	FENOBARBITAL SOD.+JERINGA	19.50	19.40
CIPA	VANCOCCINA 500MG X 10ML.X 1INY.	78.68	78.58
CIPA	BIDIMEFOR 500/2,5MG X 30TAB.	41.24	41.14
CIPA	BIDIMEFOR 500/5 MGX30TAB.RECUB	45.42	45.32
CIPA	DIMEFOR 1000MG X 30TAB.	44.64	44.54
CIPA	DIMEFOR 500MG X 50TAB.	38.14	38.04
FERRER	DISLEP 25 MG C.J X 6 AMP	59.41	59.31
FERRER	DISLEP GOTAS FCO X 20 ML	43.30	43.20
FERRER	GLIDIABET 5 MG X 30 COMP	24.39	24.29
CIPA	TAPAZOL 5 MG X 50 TAB	30.31	30.21
ASTELLAS	VASEXTEN 10MG X 20 CAPS	96.77	96.67
VALEANT	LIBRAX CAJA X 30 CAPS.	110.49	110.39
CIPA	DIGRAVIN X 20 TAB.	23.84	23.74
CIPA	ESPAST 10 MG X 20 TAB	34.44	34.34
FERRER	GAMALATE B6 X 20GRA	53.76	53.66
VALEANT	MESTINON 60MG X 20 COMP.	49.00	48.90
CIPA	MIALGIN COMP.X 10 TAB LAQ.	29.48	29.38
CIPA	MIALGIN INY.X 2ML C/JER.	16.84	16.74
VALEANT	PROSTIGMINE 0.5MG X 6 AMP.	34.56	34.46
FERRER	PSICO-SOMA JARABE X 110 GR	63.19	63.09
CIPA	VASPENTOX 400MG X 20 TABLS.	44.62	44.52
SIT	BUCCALINA X 7COM	49.81	49.71
PHARMAVISION	CIPROFTA 0.3% SOL OFT X 5 ML	36.96	36.86
PHARMAVISION	CLOCORT FCO. X 5ML.	42.49	42.39
PHARMAVISION	CLOCORT H TUBO X 4GR.	49.33	49.23
PHARMAVISION	GHEM 0.3% SOLUCION OFTALMICA X 5ML	20.04	19.94
PHARMAVISION	OFTACRIL 2% SOL OFT X 5 ML	67.86	67.76
PHARMAVISION	TIMOFTA 0.5% SOL OFT X 5 ML	34.22	34.12
PHARMAVISION	TOBRACOMP FCO X 5 ML	44.76	44.66
PHARMAVISION	T-EYES FCO. X 15 ML	32.50	32.40
PHARMAVISION	DORSOF FCO X 5 ML	50.40	50.30
PHARMAVISION	DORSOF T FCO X 5 ML	67.75	67.65
CIPA	CECLOR 375 MG X 50 ML	92.41	92.31
FERRER	TIORFAN 30MG NI#OS X 18 SCHT	46.48	46.38
SIT	TUSCALMAN A X 10SUP IMPORTADO	28.87	28.77
SIT	TUSCALMAN JBE X 120 ML	30.02	29.92
CIPA	VITACOSE JARABE X 100 ML	44.44	44.34
CIPA	VITANOL KID SUSP. X 180 ML.	25.15	25.05

**Correo 29**

**De:** Marco de Paz [Fasa]

**Enviado el:** Lunes, 22 de Septiembre de 2008 05:54 PM

**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Susana Estrada Llosa [Fasa]

**CC:** Antenor Mauny [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; Miguel Sanchez [Fasa]

**Asunto:** RE: Estrategia Incremento Px Medco Martes 23 Sept.xls

Buenas Tardes:

Se procedió a grabar los precios indicados, mañana a primera hora estará vigente en locales para la venta al público.

Atte.

Marco De Paz

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**Enviado el:** Lunes, 22 de Septiembre de 2008 04:48 p.m.

**Para:** Susana Estrada Llosa [Fasa]

**CC:** Antenor Mauny [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; Miguel Sanchez [Fasa]; Marco de Paz [Fasa]

**Asunto:** Estrategia Incremento Px Medco Martes 23 Sept.xls

**Datos adjuntos:** Estrategia Incremento PX Medco Martes 23 Sept.xls (12 KB)

**Susana,**

Por favor coordinar con el área de precios que a partir del día de mañana por favor se marquen los siguientes precios a los productos detallados.

**PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.**

Codigo Fasa	Descripcion	PPC
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	10.70
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G.	19.00
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/150ML	15.00
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML.	16.00
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	100.00
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	180.00
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	29.26
300089	PALTOMIEL AD.JBE.FCO/200ML	20.00
3616	ESCAPIN COMPTO.DISP/100 TAB	80.00
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM.AMP/5ML	6.00
112042	DOLOREX 30MG INY.CJA/3 AMPX2ML.	32.13
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G.	22.50
162082	TRINEURAL COMPTO.NF.INYX2 AMP(X3MLY2ML)	12.00
1000336	ACI BASIC UVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML.	17.50
224061	BISMUTOL 262MG DISP/160 TAB.MAST	80.00
7478	DOLO TRINEURAL DISP/100 CAP	200.00

Adicionalmente a esto también considerar el incremento de precios de los siguientes productos en las fechas que se indica en el cuadro adjunto.

## VERSIÓN PÚBLICA

Descripcion	Px Fasa Actual	PPC	Var PP	Martes 23 de Setiembre	Martes 7 de Octubre	Martes 21 de Octubre	Martes 28 de Octubre
				1er Incremento	2ndo Incremento	3er Incremento	4to Incremento
BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/340ML	22.00	27.00	23%	24.0	27.0		
ACI BASIC 800-60MG/10ML SUSP.FCO/220ML	17.90	24.00	34%	19.5	21.5	24.0	
OMEPRAL 20MG CJA/100 CAP.	170.00	240.00	41%	187.0	205.0	220.0	240.0
NEOPRAL 20MG CJA/20 CAP L.P	58.00	84.00	45%	63.8	70.0	80.0	84.0
NEOPRAL 40MG CJA/16 CAP L.P	65.60	80.00	22%	72.0	80.0		

Es muy importante tener el levantamiento de precios de la competencia de estos productos, ya que el proveedor deberá tomar acciones para regularlos de manera caso inmediata.

Cualquier duda me avisan.

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Luis.Prado@medco.com.pe [mailto:Luis.Prado@medco.com.pe]  
**Enviado el:** Lunes, 22 de Septiembre de 2008 03:22 PM  
**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**CC:** Antenor Mauny [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; [Monica.Arce@medco.com.pe](mailto:Monica.Arce@medco.com.pe) [Medco]  
**Asunto:** Re: Estrategia Incremento Px Medco Martes 23 Sept.xls

Estimada Milenka,  
Estamos de acuerdo con lo planteado.  
Saludos

Luis Prado  
Gerente UN Productos de Marca  
T (511) 415-0500  
F (511) 415-0520  
lprado@medco.com.pe  
www.medco.com.pe

---

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 19 de Septiembre de 2008 07:16 p.m.  
**Para:** <Luis.Prado@medco.com.pe>, <Monica.Arce@medco.com.pe>  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** Estrategia Incremento Px Medco Martes 23 Sept.xls  
**Datos adjuntos:** Estrategia Incremento PX Medco Martes 23 Sept.xls (12 KB)

**Lucho / Mónica,**

Adjunto les enviamos la estrategia de precios que se aplicará el día martes 23 de Septiembre, previa confirmación de su parte.

En el archivo adjunto encontrarán:

## VERSIÓN PÚBLICA

- Hoja1: Productos a los cuales se les aplicará el PPC el día martes 23
- Hoja 2: Productos que tienen el Precio Fasa mayor al PPC y los que no se bajarán.
- Hoja 3: Productos que por tener un incremento superior al 22% se les aplicará el incremento escalonado.

Por favor dennos conformidad al correo adjunto para poder aplicar los precios y que estos se vean reflejados en el punto de venta el día martes por la mañana.

Saludos,  
Milenka

**Nota 15.- El archivo adjunto a los correos electrónicos del 19 de setiembre de 2008 a las 7:16 p.m. y del 22 de setiembre de 2008 a las 4:48 p.m. contiene los siguientes gráficos:**

- En la hoja de cálculo “Incremento PPC”

PROVEEDOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.

Codigo Fasa	Descripcion	PPC
503114	RED OFF 0.0125% GTAS.OFT.FCO/15 ML	10.70
16368	DERMOXYL 1% CREMA TBO/15G.	19.00
132070	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/150ML	15.00
300001	DEXTRO TOSS GTAS.SOL.FCO/15ML.	16.00
1673	FEMENIL A 2.5MG CJA/30 COMP	100.00
11447	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CJA/100 TAB.	180.00
230302	MELOXIC 15MG CJA/10 TAB	29.26
300089	PALTOMIEL AD.JBE.FCO/200ML	20.00
3616	ESCAPIN COMPTO.DISP/100 TAB	80.00
110018	FENALGINA R-NF 1500MG INY.IM.AMP/5ML	6.00
112042	DOLOREX 30MG INY.CJA/3 AMPX2ML.	32.13
139023	SILVERDIAZINA 1% CREMA TBO/50G.	22.50
162082	TRINEURAL COMPTO.NF.INYX2 AMP(X3MLY2ML)	12.00
1000336	ACI BASIC UVA 800-60MG/10ML SUSP/150ML.	17.50
224061	BISMUTOL 262MG DISP/160 TAB.MAST	80.00
7478	DOLO TRINEURAL DISP/100 CAP	200.00

- En la hoja de cálculo “Px Fasa > PPC (mantener px fasa)”

Descripcion	Px Fasa Actual	PPC	Var PP
DEXTRO TOSS TOTAL JBE.FCO/150ML	14.84	14.00	-6%
GINGISONA CREM.DENT.MEDIC.TBO/50G.	18.91	16.50	-13%
CALCIOFEROL FUERTE NF CJA/2FCOSX150MLC/U	23.46	23.00	-2%
DOLO TRINEURAL INY.CJA/2 AMP.	24.09	15.51	-36%
ETINOX FORTE 1500MG-1200MG POLV.X30 SOB	189.00	180.00	-13%
GINEMAXIM 40MG CJA/60 COMP	77.06	68.00	-2%

- En la hoja de cálculo "Incremento Escalonada"

DOR: 10126983 CORPORACION MEDCO S.A.C.				Martes 23 de Setiembre	Martes 7 de Octubre	Martes 21 de Octubre	Martes 28 de Octubre
Descripcion	Px Fasa Actual	PPC	Var PP	1er Incremento	2ndo Incremento	3er Incremento	4to Incremento
BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSP.FCO/340ML	22.00	27.00	23%	24.0	27.0		
ACI BASIC 800-60MG/10ML SUSP.FCO/220ML.	17.90	24.00	34%	19.5	21.5	24.0	
OMEPRAL 20MG CJA/100 CAP.	170.00	240.00	41%	187.0	205.0	220.0	240.0
NEOPRAL 20MG CJA/20 CAP L.P	58.00	84.00	45%	63.8	70.0	80.0	84.0
NEOPRAL 40MG CJA/16 CAP L.P	65.60	80.00	22%	72.0	80.0		

**Correo 30**

**De:** Carlos Valencia [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 07 de Octubre de 2008 03:30 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejada [Fasa]  
**Asunto:** RE: PRECIOS FLUIMUCIL.xls

Christian, este es el cuadro corregido, el Fluimucil de 600 pasara a tener el precio de 64.5 y luego se subirá a 67.

Estos precios serán corroborados con el laboratorio quien nos entregara las boletas.

Nota: Si las boletas tienen un precio más bajo que el indicado o si el laboratorio no nos entrega la boleta hasta las 4Pm del día viernes, regresamos al precio anterior.

Saludos

Carlos

Cod. SAP	Denominación (MAKTX)	PRECIO FASA
2747	FLUIMUCIL 100MG/5ML JBE.FCO/120ML	27.2
6607	FLUIMUCIL ORAL 600MG CJA/20 COMP.EFERV	64.5
303027	FLUIMUCIL INY.CJA/5 AMPX3ML.	46
303041	FLUIMUCIL ORAL 200MG AD.CJA/30 SOB.	56.5
303042	FLUIMUCIL ORAL 100MG INF.GRAN.CJA/30SOB	44

**De:** Christian Randich Tejada [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 07 de Octubre de 2008 02:52 PM  
**Para:** Carlos Valencia [Fasa]  
**Asunto:** RE: PRECIOS FLUIMUCIL.xls

Que pasa si inka no acepta??

**De:** Carlos Valencia [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 07 de Octubre de 2008 02:49 p.m.  
**Para:** loc\_anp [Fasa]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** PRECIOS FLUIMUCIL.xls  
**Datos adjuntos:** PRECIOS FLUIMUCIL.xls (9 KB)

Estimados,

El laboratorio Lukoll, esta en la coordinación con las cadenas de farmacia con la finalidad de controlar todos los precios de sus productos en el mercado, sin embargo a manera de piloto empezaremos a trabajar con los precios controlados de la línea Fluimucil.

Para tal efecto se solicita por favor colocar el precio indicado en el excell a los productos de la línea Fluimucil, a partir del día jueves 9 de octubre a nivel nacional.

Ante, cualquier consulta no duden en avisarme.

Saludos

Carlos Valencia.

**Nota 16.- El archivo adjunto al correo electrónico del 7 de octubre de 2008 a las 2:49 p.m. contiene el siguiente gráfico:**

Cod. SAP	Denominación (MAKTX)	PRECIO FASA
2747	FLUIMUCIL 100MG/5ML JBE.FCO/120ML	27.2
6607	FLUIMUCIL ORAL 600MG CJA/20 COMP.EFERV	67
303027	FLUIMUCIL INY.CJA/5 AMPX3ML.	46
303041	FLUIMUCIL ORAL 200MG AD.CJA/30 SOB.	56.5
303042	FLUIMUCIL ORAL 100MG INF.GRAN.CJA/30SOB	44

### **Correo 31**

**Para:** Monica Pezantes/BTL@BTL, Edgardo Saravia/BTL@BTL  
**De:** Marcelo Bazan [BTL]  
**Enviado:** 15/10/2008 05:16 p.m  
**Asunto:** Mi farma

Estimada Mónica:

Como te comente telefónicamente Adolfo Balansky [Química Suiza] me dio la información que Mi Farma había cancelado su promoción: "10% Dcto los Lunes", por lo que debemos regresar a la normalidad con Química Suiza.

Te agradeceré informes a Arcangel, Fasa y Boticas y Salud la noticia para "congelar" cualquier posibilidad de iniciar una guerra de precios.  
Slds,

Marcelo Bazán  
Gerente General  
Botica Torres de Limatambo SAC.  
marcelo.bazan@btl.com.pe  
Av. San Luís 2022 - San Borja  
Lima - Perú  
Telf.: +511 476-0599  
Fax: +511 225-1952

### **Correo 32**

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Jueves, 18 de Diciembre de 2008 03:08 p.m.  
**Para:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** RV: RV: CASO FLOGODISTEN

**Antenor,**

Hasta el momento no tengo una respuesta de este tema, me podrías ayudar conversándolo con Renan o con el GG.

Mil gracias,  
Milenka

---

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Lunes, 15 de Diciembre de 2008 07:33 PM  
**Para:** 'Marianella Chavez' [Bagó]  
**CC:** Distrimed Eduardo Chavez; Miguel Medina [Distrimed]  
**Asunto:** RE: RV: CASO FLOGODISTEN

Marianella,  
Mi preocupación va porque no tengo una respuesta de tu parte, no me logro comunicar contigo. Inicialmente me indicaste que no le vendían a Inkafarma y ahora me comentas que están negociando el tema de precios.  
Me gustaría hablar por teléfono contigo para aclarar este tema y buscar una solución para que no se vea perjudicado el negocio.

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Marianella Chavez [mailto:mchavez@bagoperu.com.pe]  
**Enviado el:** Lunes, 15 de Diciembre de 2008 04:57 PM  
**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**CC:** Distrimed Eduardo Chavez; Miguel Medina [Distrimed]  
**Asunto:** Re: RV: CASO FLOGODISTEN

Estimada Milenka,  
Me acaban de informar que has llamado hace unos minutos...  
Te comento que en estos momentos se encuentra Miguel Medina en Inkafarma con todas las boletas de Arcángel con los precios que oscilan entre 2.4 y 2.5 por comprimido de Flogodisten,

por lo que te pido un poquito de paciencia y nos des a más tardar mañana en la tarde y todo estará solucionado, estamos poniendo todo de nuestra parte pero no todo depende de nosotros, tu sabes como es este negocio....

En estos momentos yo me encuentro en una reunión pero estoy conectada con mi PC, así que estaré atenta a cualquier inquietud de tu parte.

Saludos,  
Nella.

**Marianella Chavez C**

Gerente de Producto Línea OTC  
Laboratorios Bagó del Perú S.A.  
(0051-1) 611-2900 anexo 240  
Nextel : 817\*8792  
[mchavez@bagoperu.com.pe](mailto:mchavez@bagoperu.com.pe)

Milenka Carrillo Purin escribió:

**Marianella,**

Me preocupa mucho este tema.

Hasta el momento no tengo respuesta, no he recibido ninguna comunicación de tu parte.

Por favor comunícate el día lunes conmigo para darle una solución.

Saludos,  
Milenka Carrillo P.

---

**De:** Miguel Medina Mosto [mailto:mmedina@distrimed.com.pe]  
**Enviado el:** Jueves, 11 de Diciembre de 2008 02:42 PM  
**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**CC:** Marianella Chavez [Bagó]  
**Asunto:** CASO FLOGODISTEN

Milenka,

Disculpa por la demora, hemos conversado con la cadena para respetar el precio conciliado entre S/. 2.40 y S/. 2.50, el mismo que fue aceptado. Nos pidieron hasta hoy para arreglar el precio en el mercado, sin embargo hasta el momento estamos en espera. Si no lo cambian el día de hoy, mañana estaré en sus oficinas para solicitar el respeto de precios antes mencionado.

Estamos en alerta con esta y todas las cadenas a fin de no tener estos impases que retracen nuestras relaciones comerciales.

Atte.  
Miguel Medina

Milenka Carrillo Purin escribió:  
Marianella,

Hasta el momento no recibo la boleta de venta de flogodisten.  
Sin esto no tengo como sustentar el tema y tendré que bajar los precios.

Saludos,  
Milenka

**Correo 33**

**De:** Marianella Chavez [mailto:mchavez@bagoperu.com.pe]  
**Enviado el:** Jueves, 18 de Diciembre de 2008 06:27 PM  
**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Asunto:** [Fwd: PRECIO FLOGODISTEN EN INKAFARMA]

Milenka,  
Te reenvío el mail de Miguel Medina [Distrimed] donde explica la situación con Inkafarma, de todas maneras en estos momentos te voy a llamar para contarte.  
Un besito,  
Nella.

**Marianella Chavez C**  
Gerente de Producto Línea OTC  
Laboratorios Bagó del Perú S.A.  
(0051-1) 611-2900 anexo 240  
Nextel : 817\*8792  
[mchavez@bagoperu.com.pe](mailto:mchavez@bagoperu.com.pe)

Estimada Nella,  
El día de hoy estuve en cita con inkafarma para ver el tema del incremento de precio de Flogodisten en la cadena en mención.  
Después de varias conversaciones y según ellos tenían que corroborar nuestro análisis de precio en las distintas cadenas, están colocando cada comprimido de Flogodisten en S/. 2.40, a partir de mañana 19 de Diciembre.  
Recordar que el precio conciliado es entre S/. 2.40 y S/. 2.50; no obstante según el último análisis efectuado (semana pasada), tenemos que Arcangel tiene Flogodisten a S/. 2.60, lo mismo que Mi Farma; y las demás cadenas a S/. 2.50.  
Favor de comunicar a Milenka Carrillo que estuvimos detrás de esta regulación de precios y que estaremos en todo momento sigilosos de los precios del mercado; tomó su tiempo en presentar un análisis de precios de las diferentes cadenas y posteriormente ellos hicieron sus análisis de precio respectivo.  
Mañana a primera hora te estaré enviando la boleta de diferentes puntos de Inkafarma.  
Atte.  
Miguel Medina

**Correo 34**

**De:** Linares, Mariella [mailto:Mariella.Linares@grunenthal.com]  
**Enviado el:** miércoles, 28 de enero de 2009 07:13 p.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]  
**Asunto:** RE: precio publicoZaldiar PRODUCTO RENTABLE

GRACIAS!!

**Mariella Linares**  
Grunenthal Peruana S.A.  
Línea Comercial – DL3  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Telef. + 51 1 224 1727  
Fax. + 51 1 224 1860  
E-Mail: [mariella.linares@grunenthal.com](mailto:mariella.linares@grunenthal.com)



---

**De:** Hurtado, Magaly del Pilar [mailto:MHurtado@albis.com.pe] [Arcángel]  
**Enviado el:** Miércoles, 28 de Enero de 2009 07:11 p.m.  
**Para:** Linares, Mariella [Grünenthal]; Castillo, Francisco [Arcángel]; Sandoval, Espiritu [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]  
**CC:** Arellano, Alí [Grünenthal]  
**Asunto:** RE: precio publicoZaldiar PRODUCTO RENTABLE

Ya se me informo el cambio

Maggy  
"Feliz Año2,009"

---

**De:** Linares, Mariella [mailto:Mariella.Linares@grunenthal.com]  
**Enviado el:** Miércoles, 28 de Enero de 2009 06:48 p.m.  
**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Castillo, Francisco [Arcángel]; Sandoval, Espiritu [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]  
**CC:** Arellano, Alí [Grünenthal]  
**Asunto:** RE: precio publicoZaldiar PRODUCTO RENTABLE

Estimada Dra. Magaly

Se que deben estar complicados con el cierre, pero le agradecería dar la indicación para poner ZALDIAR a 3 soles la venta unitaria  
Le adjunto las boletas de BTL, FASA y Boticas y Salud.

Saludos

**Mariella Linares**  
Grunenthal Peruana S.A.  
Línea Comercial – DL3  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Telef. + 51 1 224 1727  
Fax. + 51 1 224 1860  
E-Mail: [mariella.linares@grunenthal.com](mailto:mariella.linares@grunenthal.com)



---

**De:** Linares, Mariella [Grünenthal]  
**Enviado el:** Miércoles, 28 de Enero de 2009 09:11 a.m.  
**Para:** 'Hurtado, Magaly del Pilar' [Arcángel]; 'fcastillo@albis.com.pe' [Arcángel]; 'edgard.sandoval@albis.com.pe'; 'esandoval@albis.com.pe'; 'Julio Casiano' [Arcángel]  
**CC:** Arellano, Alí [Grünenthal]  
**Asunto:** precio publicoZaldiar PRODUCTO RENTABLE  
**Datos adjuntos:** fasazaldiar3soles.pdf (504 KB); btzaldiar3soles.pdf (233 KB)

Estimada Dra. Magaly

## VERSIÓN PÚBLICA

Tal como acordamos les estoy adjuntando las boletas de FASA y BTL con ZALDIAR 3,00 soles precio público la unidad. Zaldiar es un producto rentable por lo que le pido de la indicación para igualar el precio a nivel país 3, 00 soles la unidad, es de nuestro interés apoyar la mejora en la rentabilidad general, para lo cual también necesitamos su colaboración.

Saludos

### Mariella Linares

Grunenthal Peruana S.A.

Línea Comercial – DL3

Calle de Las Letras 261 - San Borja

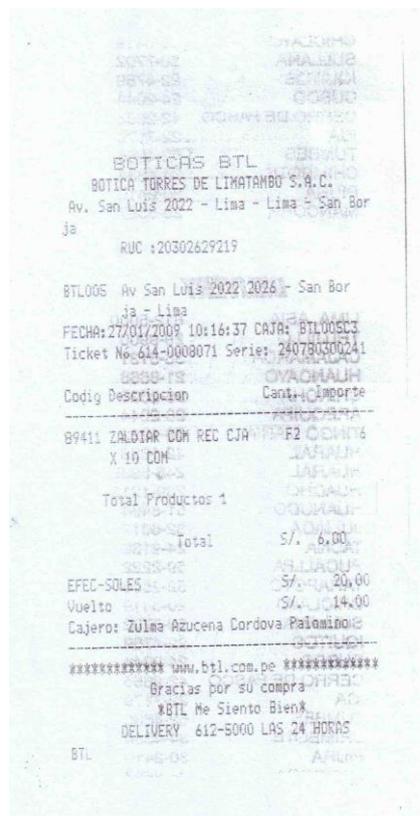
Telef. + 51 1 224 1727

Fax. + 51 1 224 1860

E-Mail: [mariella.linares@grunenthal.com](mailto:mariella.linares@grunenthal.com)



**Nota 17.- Los archivos adjuntos al correo electrónico del 28 de enero de 2009 a las 9:11 a.m. contienen las siguientes boletas de venta:**



**Correo 35**

De: mhurtado@medifarma.com.pe [mailto:mhurtado@medifarma.com.pe]  
 Enviado el: jueves, 29 de enero de 2009 09:17 p.m.  
 Para: Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; cmorales@medifarma.com.pe  
 Asunto: RV: ELECTROREAL - ARCANGEL  
 Datos adjuntos: electroral.jpg (259 KB)

Maggy,  
 Te adjunto la boleta, se solicita ajustar el precio en coordinacion con las otras cadenas para el martes 03 de febrero, los precios serian:  
 Electroral adulto 5.30 y electroral pediatico 5.50

Saludos,  
 Monica

Enviado desde mi dispositivo de bolsillo inalámbrico BlackBerry de Nextel

-----Original Message-----

From: Martin Valderrama<mvalderrama@medifarma.com.pe>  
 Date: Thu, 29 Jan 2009 20:40:25  
 To: <mhurtado@medifarma.com.pe>  
 Cc: <mvalderrama@medifarma.com.pe>  
 Subject: ELECTROREAL - ARCANGEL

MONICA, ADJUNTO ARCHIVO CON LO SOLICITADO.  
 ATTE  
 MARTINVALDERRAMALEÓN.

**Nota 18.- El archivo adjunto al correo electrónico del 29 de enero de 2009 a las 9:17 p.m. contiene la siguiente boleta de venta:**



**Cadena de Boticas**  
**Arcángel**  
**ALBIS S.A.**

Av. José de Lama 63 - Centro de Sullana  
 Sullana - Sullana - Piura  
 Domicilio Fiscal: Calle Los Negocios N° 185  
 Urb. Limatambo - Surquillo - Lima - Perú

R.U.C. N° 20418140551  
**BOLETA DE VENTA**  
 096-0016543

Sr(es) : 096 - 0016543  
 Dirección : Teléfono:  
 Doc. Ident.: Fecha: 29/01/2009 Cajera: 18-200  
Vendedor:

Cant.	Frac.	DESCRIPCIÓN	P. Unit.	Monto
1	1854	ELECTROREAL NF FRESA FCO x 1000 ML	S/.	4.30
Garc. 1 BONIF. ATENCIÓN GRATUITA EN CRA (V. Ref. S/., 20.00)				
Son: CUATRO CON 30/100 CONTADO				
29/01/2009 18:39:11 *SOMOS ASENTES DE RETENCIÓN*				
			Nuevos Soles	
			Importe	Dcto.
			S/.	TOTAL
			4.30	4.30

Gráfica Industrial S.R.L. R.U.C. 20100066903  
 Telf.: 436-6902 Los Platanos 229 - Ate  
 F.I. 14-11-2008 Aut. Sunat 2317204011  
 096-000001 AL 0050000

**¡ No se aceptan Devoluciones !**  
 Cambio de mercadería se hará dentro de las 48 horas  
 previa presentación de su comprobante.

**ADQUIRENTE O USUARIO**

**Correo 36**

**De:** Edmundo Yáñez 1001 [Mifarma]  
**Enviado el:** Martes, 03 de Febrero de 2009 12:29 p.m.  
**Para:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**CC:** Ale Corro 1026 [Mifarma]; Georgia Stuard 1011[Mifarma]  
**Asunto:** RE: Reunión Abbott RV: Precios MI FARMA

Miriam:

Cualquier respuesta respecto de nuestra política de precios o promociones debe ser coordinada conmigo. Uds no den respuestas ni información directamente a los laboratorios para evitar problemas mayores.

En este caso hemos podido evitar el conflicto que se está armando.

Att.

**Edmundo Yáñez Olarte**  
Gerente General  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1001



[www.mifarma.com.pe](http://www.mifarma.com.pe)  
Central delivery: 0-800-2-3333

---

**De:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**Enviado el:** Lunes, 02 de Febrero de 2009 06:34 p.m.  
**Para:** Edmundo Yáñez 1001 [Mifarma]  
**Asunto:** Reunión Abbott RV: Precios MI FARMA

Edmundo

Un servicio el Lab. Abbott solicita una reunión mañana 4.30 a 5.00 p.m para ver el tema de precios pues refieren que nosotros estamos distorsionando los precios de las leches (similar, ensure, pediasure) con los descuentos del 10% de los lunes y el cupón del 5% de los martes y jueves, inkafarma los esta presionando y han indicado que bajaran sus precios por debajo de su costo.

Espero confirmación.

Atte.

**Miriam S. Aguilar Romero**  
Ejecutiva de Compras  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1007



[www.mifarma.com.pe](http://www.mifarma.com.pe)  
Central delivery: 0-800-2-3333

---

**De:** Renzo R Rodriguez [mailto:renzo.rodriguez@abbott.com]  
**Enviado el:** Lunes, 02 de Febrero de 2009 06:23 p.m.  
**Para:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]

**CC:** Patricio Pflucker [Abbott]  
**Asunto:** RE: Precios MI FARMA

Mirian  
Puede ser mañana a las 4:30 o 5 pm.???'  
Es Urgente!!

- Renzo

---

**Renzo R Rodriguez** [Abbott](#) Cel. (51-1) 93576589  
Coordinador Cuentas Claves Av. Brasil 2730 Fax (51-1) 2193300 ext.3359  
Abbott Nutrition International Lima 21 [renzo.rodriguez@abbott.com](mailto:renzo.rodriguez@abbott.com)  
Peru



---

----- Este mensaje se dirige exclusivamente a su destinatario y puede contener información privilegiada o confidencial. Si no es vd. el destinatario indicado, queda notificado de que la utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su destrucción. This message is intended exclusively for its addressee and may contain confidential and/or privileged information. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any use, dissemination and/or unauthorized copy of this communication is strictly prohibited by law. If you have received this message in error, please notify us immediately via e-mail and delete it. -----

**"Miriam Aguilar 1007"** <maguilar@mifarma.com.pe>  
02/02/2009 03:16 p.m.  
To: "Patricio Pflucker" <patricio.pflucker@abbott.com>  
**CC:** "Renzo R Rodriguez" <renzo.rodriguez@abbott.com>  
**Subject:** RE: Precios MI FARMA

Esta bien Patricio; agendamos una reunión con nuestro Gerente General te parece?

Atte.

**Miriam S. Aguilar Romero**  
Ejecutiva de Compras  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1007



www.mifarma.com.pe  
Central delivery: 0-800-2-3333

---

**De:** Patricio Pflucker [mailto:patricio.pflucker@abbott.com]  
**Enviado el:** Lunes, 02 de Febrero de 2009 03:14 p.m.  
**Para:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**CC:** Renzo R Rodriguez [Abbott]  
**Asunto:** RE: Precios MI FARMA

Miriam,

Las promociones de todos los "Lunes" tenía entendido que no incluían nuestros productos nutricionales.

Necesito conversar de este tema personalmente.

Saludos,

---

**Patricio Pflucker**  
Sales Manager  
Abbott International

[Abbott Laboratorios S.A.](mailto:patricio.pflucker@abbott.com)  
Av. Brasil 2730  
Lima 21  
Peru

Tel (51-1)2193315  
Cel (51-1)98127763  
Cel (51-1)93576654  
Fax (51-1)2193300 ext3359  
[patricio.pflucker@abbott.com](mailto:patricio.pflucker@abbott.com)



---

----- Este mensaje se dirige exclusivamente a su destinatario y puede contener información privilegiada o confidencial. Si no es vd. el destinatario indicado, queda notificado de que la utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su destrucción. This message is intended exclusively for its addressee and may contain confidential and/or privileged information. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any use, dissemination and/or unauthorized copy of this communication is strictly prohibited by law. If you have received this message in error, please notify us immediately via e-mail and delete it. -----

**"Miriam Aguilar 1007"** <maguilar@mifarma.com.pe>  
02/02/2009 09:31AM  
To: "Patricio Pflucker" <patricio.pflucker@abbott.com>  
**CC:** "Renzo R Rodriguez" <renzo.rodriguez@abbott.com>  
**Subject:** RE: Precios MI FARMA

Patricio Buenos Días

Tal como le comente a Renzo; nosotros tenemos una promoción de descuento especial con nuestros clientes afiliados SÓLO los LUNES; el resto de días el precio es de S/ 34.00 y S/ 69.00 respectivamente.

Atte.

**Miriam S. Aguilar Romero**  
Ejecutiva de Compras  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1007



[www.mifarma.com.pe](http://www.mifarma.com.pe)  
Central delivery: 0-800-2-3333

---

**De:** Patricio Pflucker [<mailto:patricio.pflucker@abbott.com>]  
**Enviado el:** Jueves, 29 de Enero de 2009 07:13 p.m.  
**Para:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**CC:** Renzo R Rodriguez [Abbott]  
**Asunto:** Fw: Precios MI FARMA

Miriam,

Me puedes informar que esta sucediendo.

Gracias,



Esta modificación es a nivel País, por lo que le pido su gestión para que MIFARMA confirme también su precio en 3 soles mínimo.

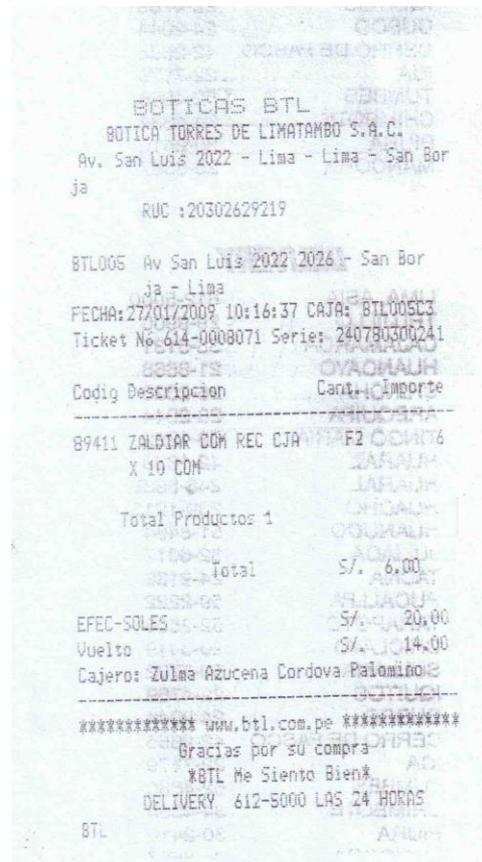
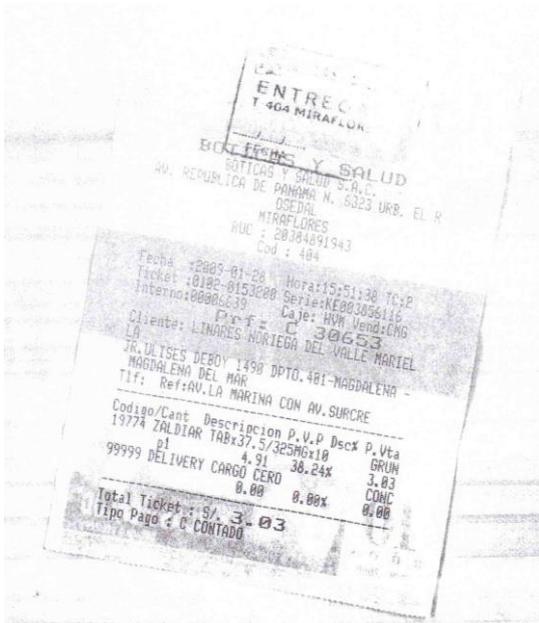
Saludos

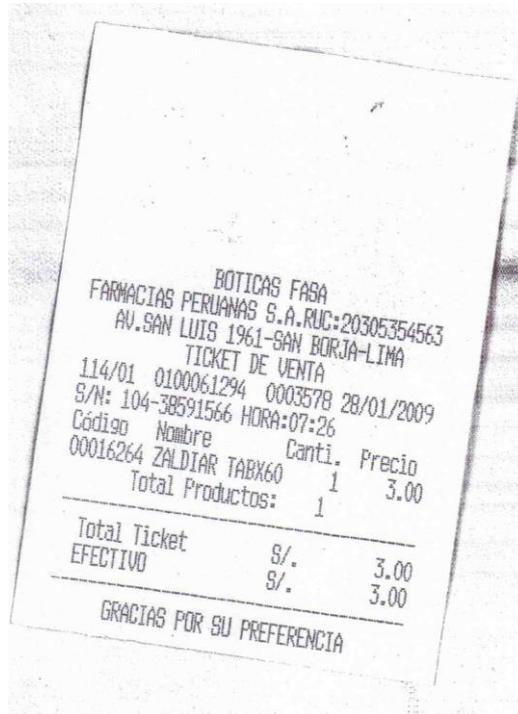
**Mariella Linares**

Grunenthal Peruana S.A.  
Línea Comercial – DL3  
Calle de Las Letras 261 - San Borja  
Telef. + 51 1 224 1727  
Fax. + 51 1 224 1860  
E-Mail: mariella.linares@grunenthal.com



**Nota 19.- Los archivos adjuntos a este correo electrónico contienen las siguientes boletas de venta:**





**Correo 38**

**De:** Linares, Mariella [mailto:Mariella.Linares@grunenthal.com]

**Enviado el:** viernes, 30 de enero de 2009 11:05 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Castillo, Francisco [Arcángel]; Sandoval, Edgar [Arcángel]; Arellano, Alí [Grünenthal]

**Asunto:** Precio público Zaldiar

**Datos adjuntos:** ByS 3soles ZALDIAR.pdf (347 KB); btlzaldiar3soles.pdf (233 KB); fasazaldiar3soles.pdf (504 KB); nortfarma Zaldiar 3 soles.JPG (131 KB)

Estimado Julio

Espero que este Mail lo veas en cuanto te tengamos de regreso de unas merecidas vacaciones, te recibimos con excelentes noticias.

ZALDIAR está a nivel nacional 3 soles precio público unitario.

Gracias al apoyo y seguimiento de la Dra. Magaly, El Sr. Castillo y Edgard, ya estamos con rentabilidad en nuestro producto rentable. Por favor si ves alguna variación avísame enseguida ya que este es un logro que deseamos mantener.

Te adjunto boletas

BTL – FASA – NORTAFARMA – ByS

Saludos

**Mariella Linares**

Grunenthal Peruana S.A.

Línea Comercial – DL3

Calle de Las Letras 261 - San Borja

Telef. + 51 1 224 1727

Fax. + 51 1 224 1860

E-Mail: [mariella.linares@grunenthal.com](mailto:mariella.linares@grunenthal.com)



**Nota 20.- Los archivos adjuntos a este correo electrónico contienen las siguientes boletas de venta:**

[Véase el archivo en la siguiente página]

VERSIÓN PÚBLICA

ENTREC  
T 404 MIRAFLORES

**BOTICAS Y SALUD**  
BOTICAS Y SALUD S.A.C.  
AV. REPUBLICA DE PANAMA N. 6323 URB. EL R  
OSIEDAL  
MIRAFLORES  
RUC : 20304891943  
Cod : 404

Fecha : 2009-01-28 Hora: 15:51:38 TC: 2  
Ticket : 0182-0153200 Serie: NE003056116  
Interno: 00005639 Caja: NVN Vends: ONG

Prof: C 30653

Cliente: LINARES NORTEGA DEL VALLE MARTEL  
LA  
JR. ULISES CERVO 1490 DPTO. 481-MAGDALENA -  
MAGDALENA DEL MAR  
Tlf: Ref: AV. LA MARINA COM AV. SURCRE

Codigo/Cant	Descripcion	P.V.P	Dsc%	P. Vta	GRUN
19774	ZALDIAR TABX37.5/325Mx10	4.91	36.24x	3.03	
99999	DELIVERY CARGO CERD	0.00	0.00x	0.00	

Total Ticket : S/. 3-03  
Tipo Pago : C CONTADO

BOTICAS BTL  
BOTICA TORRES DE LIMATAMBO S.A.C.  
Av. San Luis 2022 - Lima - Lima - San Bor  
ja  
RUC : 20302629219

BT005 Av San Luis 2022 2026 - San Bor  
ja - Lima  
FECHA: 27/01/2009 10:16:37 CAT#: BTL005C3  
Ticket No: 614-0008071 Serie: 24078030241

Codig	Descripcion	Canti.	Importe
89411	ZALDIAR COM REC CJA	F2	6.00
	X 10 COM		
Total Productos 1			
Total			S/. 6.00
EPEC-SOLES			S/. 20.00
Vuelto			S/. 14.00

Cajero: Zulma Azucena Cordova Palomino

\*\*\*\*\* www.btl.com.pe \*\*\*\*\*  
Gracias por su compra  
\*BTL Me Siento Bien\*  
DELIVERY 612-5000 LAS 24 HORAS

BTL

BOTICAS FASA  
FARMACIAS PERUANAS S.A. RUC: 20305354563  
AV. SAN LUIS 1961 - SAN BORJA - LIMA

TICKET DE VENTA  
114/01 0100061294 0003578 28/01/2009  
S/N: 104-38591566 HORA: 07:26

Código	Nombre	Canti.	Precio
00016264	ZALDIAR TABX60	1	3.00
Total Productos:			1

Total Ticket	S/.	3.00
EFFECTIVO	S/.	3.00

GRACIAS POR SU PREFERENCIA



**Correo 39**

-----Mensaje original-----

**De:** Antenor Mauny [Fasa]

**Enviado el:** Miércoles, 11 de Febrero de 2009 07:18 p.m.

**Para:** 'juan.rojas@spcorp.com' [Schering-Plough]

**CC:** 'hugo.nisenbom@spcorp.com' [Schering-Plough]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; 'monica.lozano@spcorp.com' [Schering-Plough]; 'antonio.camacho@spcorp.com' [Schering-Plough]

**Asunto:** Re: precios inkafarma

Juan jose

Tengo claro que no se pueden concertar precios por politica interna de sp [Schering-Plough] a pesar que uno de los competidores esta minando el valor de tus marcas con su politica comercial

Busquemos cualquier alternativa de mejora de margen que no vaya contra las politicas internas de sp ni las de fasa estamos con la mejor disposicion para ello y para que las dos empresas ganen cosa que lamentablemente ahora no esta ocurriendo

Un abrazo

Antenor

----- Mensaje original -----

**De:** Rojas, Juan [juan.rojas@spcorp.com](mailto:juan.rojas@spcorp.com) [Schering-Plough]

**Para:** Antenor Mauny [Fasa]

**CC:** Nisenbom, Hugo [hugo.nisenbom@spcorp.com](mailto:hugo.nisenbom@spcorp.com) [Schering-Plough]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; Lozano, Monica [monica.lozano@spcorp.com](mailto:monica.lozano@spcorp.com) [Schering-Plough]; Camacho, Antonio [antonio.camacho@spcorp.com](mailto:antonio.camacho@spcorp.com) [Schering-Plough]

**Enviado:** Wed Feb 11 19:10:08 2009

**Asunto:** RE: precios inkafarma

Estimado Antenor:

## VERSIÓN PÚBLICA

Como tu sabes nosotros no podemos acordar precios porque es contra la ley, ni con clientes ni con proveedores.

Sí podemos mejorar márgenes, como te comenté, a través de descuentos por volumen y teniendo inventarios en todos los puntos de la cadena.

Saludos,

Juan José Rojas

---

**From:** Antenor Mauny [mailto:amauny@fasa.com.pe]

**Sent:** Wednesday, February 11, 2009 5:36 PM

**To:** Rojas, Juan [Schering-Plough]

**Cc:** Nisenbom, Hugo [Schering-Plough]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejada [Fasa]

**Subject:** RV: precios inkafarma

Estimado Juan Jose

Los productos que detallo a continuación han tenido una baja de precios considerable esta semana en inkafarma. Lo cual significa aproximadamente 20,000 soles de perdida para FASA en el mes de Febrero, asumiendo que debemos igualar al precio que marca inkafarma y que vendemos las mismas unidades promedio mensuales, con lo cual el margen pasaría de **[CONFIDENCIAL]** en promedio a menos de **[CONFIDENCIAL]**.

Básicamente el origen de esto radica en la diferencia de inventario que tienen de tu línea como consecuencia de las compras de oportunidad por alza de precios o en otros casos por púsh, estos márgenes adicionales que consigue inka farma los vuelca al precio con la finalidad de jalar mas trafico y hacer el switch por sus marcas propias sin importarle el deterioro del valor de las marcas trabajadas con tanto esfuerzo por ambos.

Te solicito dispongas la regularización de los precios en el mercado tan pronto como sea posible, porque como comprenderás no podemos subsidiar la venta de tu línea a costa de nuestra rentabilidad. Tenemos mucho interés en que tus productos sigan creciendo en la cadena pero con el deterioro de margen es imposible

Nosotros revisamos precios cada semanalmente y confiamos en que se hagan todos los esfuerzos para lograr nivelar los precios antes y no seguir deteriorando el margen

Quedo a la espera de tus comentarios

Cordialmente  
Antenor Mauny  
Gerente Comercial  
Boticas Fasa

SCHERING PLOUGH USA	1621	AVIANT 2.5MG/5ML JBE.FCO/60ML
	5660	CORICIDIN FULL CJA/12 GRAG.LP
	7485	ZETSIM 10MG-20MG CJA/28 COMP
	134185	CLOROTRIMETON SP 4MG CJA/100 TAB
	134214	CELESTAMINE NF 5MG/0.25MG CJA/10 TAB.
	1002787	AVIANT 2.5MG/5ML SOL.ORAL FCO/60ML.

ORGANON	3091	CERAZETTE 0.075MG CJA/28 COMP
	151002	DECA-DURABOLIN 50MG/1ML IM.INY.CJA/AMP.
	153004	OVESTIN 0.50MG CJA/10 OVULOS
	160008	MARVELON CJA/21 COMP
	160022	MERCILON CJA/21 COMP.
	160033	GRACIAL CJA/22 COMP
	350071	REMERON 30MG CJA/10 TAB

**Correo 40**

**De:** Gina Wright/Eckerd Holding [Eckerd]

**Enviado:** 25/02/2009 12:39 p.m.

**Para:** "Leandro Garcia" <LGarcia@inkafarma.com.pe>, "Eric" <eechegaray@droguerialesandes.com.pe>

**Asunto:** RV:FW: precios inkafarma

---

**De:** "Tenorio, Ana" [ana.tenorio@pfizer.com]

**Enviado:** 11/02/2009 17:35 EST

**Para:** Gina Wright [Eckerd]

**Asunto:** FW: precios inkafarma

Gina:

Conversamos de este tema en nuestra próxima visita.

Saludos

ANA TENORIO T  
TRADE SALES MANAGER  
Pfizer Peru  
Email: ana.tenorio@pfizer.com  
Phone: 051-6152184

---

**De:** Antenor Mauny [Fasa]

**Enviado el:** Miércoles, 11 de Febrero de 2009 3:37 p.m.

**Para:** [ana.tenorio@pfizer.com](mailto:ana.tenorio@pfizer.com) [Pfizer]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**Asunto:** RV: precios inkafarma

Estimada Ana

Los productos que detallo a continuación han tenido una baja de precios considerable esta semana en inkafarma. Lo cual significa aproximadamente 10,000 soles de perdida para FASA asumiendo que debemos igualar al precio que marca inkafarma y que vendemos las mismas unidades promedio mensuales

Te solicito tomes cartas en el asunto tan pronto como sea posible para que los precios se regularicen, porque como comprenderás no podemos subsidiar la venta de tu línea a costa de nuestra rentabilidad. Tenemos mucho interés en que tus productos sigan creciendo en la cadena pero con un win -win

Quedo a la espera de tus comentarios

Cordialmente  
Antenor Mauny  
Gerente Comercial  
Boticas Fasa

PFIZER S.A.	2118	NEURONTIN 600MG CJA/18 TAB.RECUB
	16341	DEBRIDAT AP 300MG CJA/10 COMP L.P .
	138005	DALACIN T 1% SOL.TOP.FCO/30ML
	151014	CAVERJECT 20MCG INY.EST/1VIAL+1JPC+2AGU
	154010	DOSTINEX 0.5MG FCO/8 TAB
	157002	EUTROID 1 FCO/50 TAB
	167029	TERRACORTRIL UNGTO.OFT.TBO/3.5G.
	178121	TILAZEM 60MG CJA/20 TAB
	206042	ZITROMAX 200MG/5ML POLV.SUSP.FCO/15ML.
	234019	VIAGRA 100MG CJA/1 TAB
	287117	LIPITOR 10MG CJA/30 TAB.RECUB.
	287118	LIPITOR 20MG CJA/30 TAB.RECUB
	349065	XANAX 0.25MG CJA/20 TAB
	349066	XANAX 0.50MG CJA/20 TAB
	349067	XANAX 0.50MG CJA/100 TAB

### Correo 41

**De:** Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com [mailto:Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com]

**Enviado el:** jueves, 12 de febrero de 2009 10:00 a.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Giselle.Ojeda@boehringer-ingenelheim.com; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Altamirano, Ana [Arcángel]

**Asunto:** RV: PRECIOS KIDDI PHARMATON

Buenos días Julio,

Por favor ayúdame con los precios de Kiddi en chiclayo ya que lo tienes muy por abajo del resto.

Precio sugerido Kiddi 100 ml ....29.50

Precio Arcángel 23.10

Precio sugerido Kiddi 200 ml.....39.5

Precio Arcangel 32.90

Es urgente se regularice el precio antes que todos se tiren al piso.

Saludos cordiales,

Elvis Yglesias Lixano  
Jefe de Ventas  
Boehringer Ingelheim  
Cel. 9756-7608  
Oficina 218-5000  
Anexo. 229

**Correo 42**

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Viernes, 20 de Febrero de 2009 09:51 a.m.  
**Para:** Conde Henry (PE) [Grupo Farmakonsuma]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Chu Johanna (PE) [Grupo Farmakonsuma]; Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios - Grupo Farma

Ok Henry, estaremos a la espera de la respuesta en el cambio de precios.

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Conde Henry (PE) [mailto:Henry.Conde@farma.com.ve] [Grupo Farmakonsuma]  
**Enviado el:** Jueves, 19 de Febrero de 2009 11:51 PM  
**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Chu Johanna (PE) [Grupo Farmakonsuma]; Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios - Grupo Farma

Milenka,

El día martes ingresamos a Inkafarma las respectivas boletas, de los productos involucrados, para que realicen el cambio de precio. Así mismo, me informaron que se tomaban dos días para volver a revisar los precios, por lo tanto, el día de mañana debo tener una respuesta.

Por favor no dudes que estoy muy pendiente de este tema.  
Con respecto a la reducción de descuentos en 3 Skus de la línea, ésta ya se dio en las demás cadenas el mes pasado. Por alguna razón no llegó a ustedes, razón por la cual mantendré los descuentos anteriores, en esos SKus, hasta finales de marzo.

Salu2,

---

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]  
**Enviado el:** Jue 19/02/2009 19:34  
**Para:** Conde Henry (PE) [Grupo Farmakonsuma]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Chu Johanna (PE) [Grupo Farmakonsuma]; Antenor Mauny [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios - Grupo Farma  
**Henry,**

Aún no hemos tenido respuesta al respecto del tema de precios. Como te comenté Antenor, este deterioro de precios impacta directamente en la rentabilidad de tu línea dentro de Fasa. Requerimos tu apoyo para darle solución a este tema a la brevedad.

Adicionalmente nos preocupa que apartir de Marzo hay una reducción de descuentos en 3 Skus de tu línea, lo que hará que la rentabilidad se vea más afectada aún.

Quedamos a la espera de tu respuesta.

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Conde Henry (PE) [mailto:Henry.Conde@farma.com.ve] [Grupo Farmakonsuma]  
**Enviado el:** Jueves, 12 de Febrero de 2009 11:17 PM  
**Para:** Antenor Mauny [Fasa]  
**CC:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]; Chu Johanna (PE) [Grupo Farmakonsuma]  
**Asunto:** RE: Precios - Grupo Farma  
Totalmente de acuerdo.

Estoy en la sierra central, pero mañana mismo me comunicaré con la persona responsable en Inkafarma para identificar el problema, analizar la situación y darle una solución asap.

Los mantengo al tanto.

Cordialmente,

Henry Conde

---

**De:** Antenor Mauny [Fasa]  
**Enviado el:** Jue 12/02/2009 19:17  
**Para:** [Henry.Conde@farma.com.ve](mailto:Henry.Conde@farma.com.ve) [Grupo Farmakonsuma]  
**CC:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Precios - Grupo Farma

Estimado Henry :

Los productos que detallo a continuación han tenido una baja de precios considerable esta semana en inkafarma. Lo cual significa una perdida de rentabilidad para FASA asumiendo que debemos igualar al precio que marca inkafarma y que vendemos las mismas unidades promedio mensuales, básicamente el origen de esto radica en la diferencia de inventario que tienen de tu línea producto de los push de fin de año con descuentos adicionales.

3635	KID CAL 300MG-100UI/5ML SUSP.FRESAX120ML
9698	CALCIBONE D3 FCO/60 TAB.RECUB

Mucho te agradecería revises este tema y dispongas la regularización de los precios en el mercado tan pronto como sea posible, porque como comprenderás no podemos subsidiar la venta de tu línea a costa de nuestra rentabilidad. Tenemos mucho interés en que tus productos sigan creciendo en la cadena pero con el deterioro de margen es imposible

Quedo a la espera de tus comentarios  
Cordialmente

Antenor Mauny  
Gerente Comercial  
Boticas Fasa

**Correo 43**

**De:** Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com [mailto:Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com]

**Enviado el:** lunes, 16 de febrero de 2009 05:32 p.m.

**Para:** Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

**Asunto:** Plan comercial BI 2009

**Datos adjuntos:** Presentacion Arcangel 2009.ppt (5 MB)

*Buenas Tardes Magaly,*

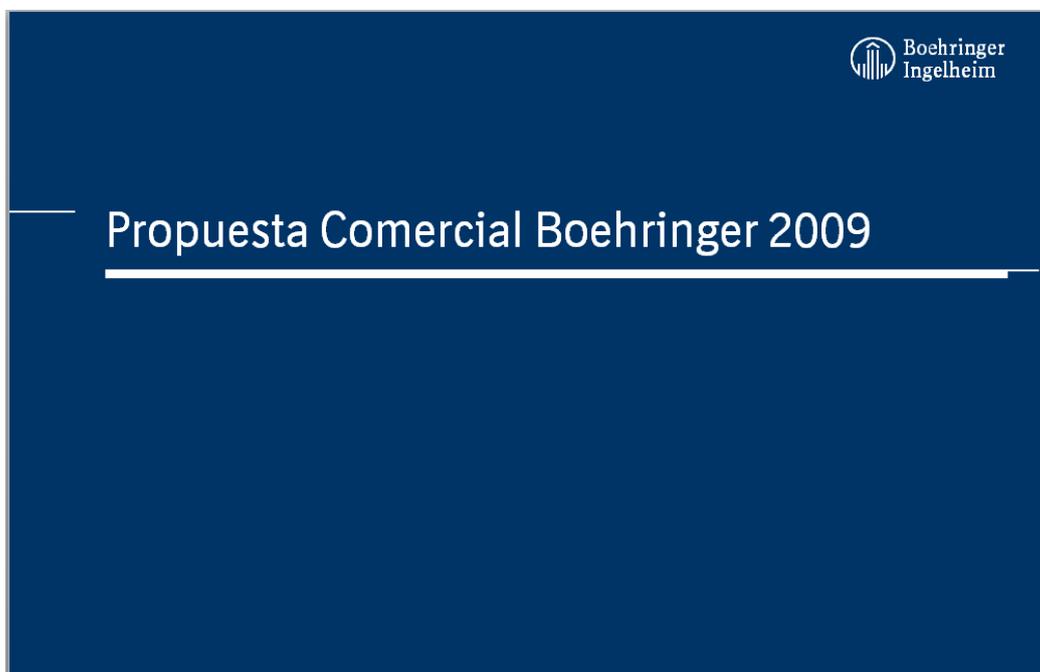
*Confirme nuestra reunión para el Lunes 23 por lo cual te pido revises la propuesta comercial que te hicieramos con la finalidad de revisarla este día y definir como trabajaremos en adelante.*

*En cuanto al acuerdo de precios este será efectivo al 100% desde el Lunes 2 de marzo.ya se coordino con las demás cadenas.*

*Saludos cordiales,*

*Elvis Yglesias Lixano  
Jefe de Ventas  
Boehringer Ingelheim  
Cel. 9756-7608  
Oficina 218-5000  
Anexo. 229*

**Nota 21.- El archivo adjunto a este correo electrónico contiene las siguientes diapositivas:**



## Ventas Cadenas Boehringer 2008

CADENAS	YTD 12/2007	YTD 12/2008	Variación
	Val	Val	Val
ARCANGEL - ANDINA DE SALUD (3)	3,062,744	3,169,675	3%
<b>TOTAL</b>	<b>21,340,992</b>	<b>22,191,562</b>	<b>6%</b>

- Objetivo 2009 12% Vs. 2008

2

## Acciones cadenas 2009

- Plan Rebate trimestral 2009
- Productos CHC en programas de recomendación
- Inclusión de nuevos productos en programa de recomendación
- Acuerdo de precios
- Acuerdos comerciales anuales
- Visita promocional focalizada
- Plan de trade 2009

3

## Plan rebate trimestral 2009

CLIENTE	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Eckerd Perú S.A.												
Boticas Torres de Limatambo												
Boticas FASA												
Boticas & Salud												
JORSA (Arcangel)	1%	1%	2% Del Total Enero / Marzo	1%	1%	2% Del Total Abril / Junio	1%	1%	2% Del Total Julio / Setiembre	1%	1%	2% Del Total Octubre / Diciembre
Grupo Farbo												
Grupo Farmacom												
NortFarma (Piura)												
Lives (Trujillo)												

4

## Propuesta márgenes productos en programa

- Propuesta 2009

	V.V.F.	DCTO.%	IGV	P.V.F.	MARG. % PPS	MARG. S/.	P.V.P.	INCEN S/.	MARG NETS/.	MARG NET%
Buscapina Comp. X 1 tab.	1.49	61%	19%	0.69	45%	0.56	1.25	0.10	0.46	36.7%
Bisolvon Linctus Niños	24.86	52%	19%	14.20	37%	8.30	22.50	0.50	7.80	34.7%
Bisolvon Linctus Adultos	24.86	52%	19%	14.20	38%	8.80	23.00	0.60	8.20	35.7%
Mucosolvan Jbe.Adult.	34.11	62%	19%	15.42	40%	9.58	24.00	0.60	8.58	35.7%
Mucosolvan Jbe.Niños.	21.77	43%	19%	14.77	37%	8.73	23.50	0.50	8.23	35.0%
Pharmaton Tabs. X 30	46.05	56%	19%	24.11	40%	15.89	40.00	1.00	14.89	37.2%
Dulcolax grag. X 1 tab.	1.07	40%	19%	0.76	39%	0.49	1.25	0.05	0.44	34.9%

- Nuevos productos en programa

	V.V.F.	DCTO.%	IGV	P.V.F.	MARG. % PPS	MARG. S/.	P.V.P.	INCEN S/.	MARG NETS/.	MARG NET%
Mobic Amp. X 1	12.57	50%	19%	7.48	40%	5.02	12.50	0.50	4.52	36.2%
Mucosolvan comprimidos	1.57	40%	19%	1.12	38%	0.68	1.80	0.02	0.66	36.6%
Buscapina comp.Amp.x1	15.91	52%	19%	9.09	39%	5.91	15.00	0.60	5.31	35.4%

5

 **Boehringer Ingelheim**

## Productos Precio

---

- Productos precio

	V.V.F.	DCTO.%	IGV	P.V.F.	MARG. % PPS	MARG. S/.	P.V.P.	INCEN S/.	MARG NETS/.	MARG NET%
Pharmaton x 100 caps	146.18	48%	19%	90.46	27%	33.54	124.00	-	33.54	27.1%
Mucosolvan Comp.Pedia.	35.39	55%	19%	18.95	26%	6.55	25.50	-	6.55	25.7%
Mucosolvan Comp. Adult.	35.39	55%	19%	18.95	27%	7.05	26.00	-	7.05	27.1%
Mobic Tabs.15mg (x 100).	3.76	41%	19%	2.64	25%	0.86	3.50	-	0.86	24.6%
Pharmaton Kiddi x 200 ml.	42.00	40%	19%	29.99	24%	9.51	39.50	-	9.51	24.1%
Pharmaton Kiddi x 100 ml.	28.59	35%	19%	22.11	25%	7.39	29.50	-	7.39	25.0%
Micardis 40 x 28	6.12	34%	19%	4.81	2%	0.09	4.90	-	0.69	13.0%
Secotex Ocas	249.07	35%	19%	192.66	15%	33.34	226.00	-	33.34	14.8%

6

 **Boehringer Ingelheim**

## Visita Promocional focalizada

---

TERRITORIO	Market Share % S/.	CADENAS Market Share % S/.	INDEPENDIENTES Market Share % S/.
<b>Total</b>	<b>100.00</b>	<b>59.51</b>	<b>38.18</b>
MIRAFLORES	7.69	79.02	20.98
PIURA	6.64	72.49	27.51
SURCO	5.82	92.25	7.75
LIMA CERCADO	5.72	34.86	65.14
LA LIBERTAD	5.34	54.41	45.59
AREQUIPA	4.11	60.71	39.29
LAMBAYEQUE	3.86	87.25	12.75
LINCE	3.30	23.39	76.61
SAN ISIDRO	2.97	79.99	20.01
SAN BORJA	2.85	88.42	11.58
Total (66)	48.30	68.00	32.00

- Asignación de responsabilidad cadenas AA en dos promotoras Lima.
- Foco provincias de alto MS.

7

### Correo 44

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**Enviado el:** Martes, 03 de Marzo de 2009 07:04 p.m.

**Para:** [Elvis.Yglesias@boehringer-ingelheim.com](mailto:Elvis.Yglesias@boehringer-ingelheim.com) [Boehringer-ingelheim]

**CC:** [luis.tamayo@boehringer-ingelheim.com](mailto:luis.tamayo@boehringer-ingelheim.com) [Boehringer-ingelheim]; Antenor Mauny [Fasa]

**Asunto:** RE: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

**Elvis,**

El tema sigue sin solución, esta semana estaremos marcando estos precios, esto hará que la guerra de precios sea mayor.

13323	BISOLVON LINCTUS AD.JBE.FCO/120ML.	18.70
13175	BISOLVON LINCTUS 4MG/5ML NINOS JBE.120ML	20.99

Hasta el momento no he tenido ninguna acción por parte de ustedes.

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com [mailto:Elvis.Yglesias@boehringer-ingenelheim.com]

**Enviado el:** Miércoles, 18 de Febrero de 2009 06:11 PM

**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**CC:** Claudia Marin Soriano [Fasa]; [luis.tamayo@boehringer-ingenelheim.com](mailto:luis.tamayo@boehringer-ingenelheim.com) [Boehring-ingenelheim]; Antenor Mauny [Fasa]

**Asunto:** RE: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

*Buenas Tardes Milenka,*

*Hasta este momento estoy en coordinaciones con Inkafarma (Cliente del cual parte tu reclamo) ellos estarían regularizando el precio a mas tardar mañana (Le comente a Claudia en la mañana que estaba en Inkafarma viendo este tema).Pero lo que ellos también reclaman es que Fasa esta generando esta distorsión en los precios.*

*Al margen de los reclamos es importante revisemos estos temas para no tener problemas de este tipo mas adelante.*

*Te comento que a pesar de la agresividad en que se están manejando los precios en el mercado nosotros en el 2008 llegamos a controlar sobre todo en lima nuestros precios y desde este mes hemos contratado gente en provincia para lograr lo mismo.*

*Solucionado este tema te pediría nos reunamos para explicarte cual es la propuesta que tenemos para evitar estas distorsiones y que entraría en vigencia desde el 2 de Marzo.*

*Confírmame en que momento nos podríamos reunir.*

*Saludos cordiales,*

*Elvis Yglesias Lixano*

*Jefe de Ventas*

*Boehringer Ingelheim*

*Cel. 9756-7608*

*Oficina 218-5000*

*Anexo. 229*

-----Mensaje original-----

**De:** Milenka Carrillo Purin [mailto:mcarrillo@fasa.com.pe]

**Enviado el:** Miércoles, 18 de Febrero de 2009 12:47 p.m.

**Para:** Yglesias,Elvis BI-PE-L [Boehring-ingenelheim]

**CC:** Claudia Marin Soriano [Fasa]; Tamayo,Luis BI-CL-S [Boehring-ingenelheim]; Antenor Mauny

[Fasa]

**Asunto:** RV: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

Elvis,

Hasta el momento no tenemos respuesta de un tema que para nosotros es muy relevante. Por favor indícanos cual será la posición de tu compañía con respecto a las acciones que está tomando la competencia con respecto a los precios.

Gracias,  
Milenka

---

**De:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**Enviado el:** Lunes, 16 de Febrero de 2009 04:35 PM

**Para:** 'Elvis.Yglesias@boehringer-ingelheim.com' [Boehring-ingelheim]

**CC:** Claudia Marin Soriano [Fasa]

**Asunto:** RE: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

Elvys,

Hasta el momento no hemos tenido respuesta. El jueves y viernes te estuvimos tratando de ubicar sin suerte. Como queda este tema?

Saludos,  
Milenka

---

**De:** Elvis.Yglesias@boehringer-ingelheim.com [mailto:Elvis.Yglesias@boehringer-ingelheim.com]

**Enviado el:** Jueves, 12 de Febrero de 2009 09:48 AM

**Para:** Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**CC:** Claudia Marin Soriano [Fasa]

**Asunto:** RE: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

Ok lo estoy viendo hoy y te confirmo.

Saludos,

Elvis Yglesias Lixano  
Jefe de Ventas  
Boehringer Ingelheim  
Cel. 9756-7608  
Oficina 218-5000  
Anexo. 229

-----Mensaje original-----

**De:** Milenka Carrillo Purin [mailto:mcarrillo@fasa.com.pe]

**Enviado el:** Jueves, 12 de Febrero de 2009 09:26 a.m.

**Para:** Yglesias,Elvis BI-PE-L [Boehring-ingelheim]

**CC:** Claudia Marin Soriano [Fasa]

**Asunto:** RV: CAMPAÑA PESO Y TALLA LABORATORIO BOEHRINGER

**Importancia:** Alta

Elvys,

Se mantienen los problemas de precios, si no se toma acción inmediata nosotros tendremos que bajar los precios a los mismos niveles y el problema será mayor para todos.

Por favor requiero tu respuesta inmediata. Estos precios fueron tomados en Chiclayo.

Código	Descripción	FASA	Arcangel	Inkafarma
1954	Kiddi Pharmaton 100 ml.	29.5	21.7	23.1
13176	Kiddi Pharmaton 200 ml.	39.5	32.9	33.4

Saludos,  
Milenka

### **Correo 45**

**De:** Antenor Mauny [Fasa]

**Enviado el:** Martes, 17 de Febrero de 2009 12:31 p.m.

**Para:** [Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe) [Medco]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; [Monica.Arce@medco.com.pe](mailto:Monica.Arce@medco.com.pe) [Medco]; Miguel Sanchez [Fasa]; Milenka Carrillo Purin [Fasa]

**Asunto:** RE: RV: Problema de precios

Lucho

Muchas gracias por la respuesta, indicame cuando hacemos un corte para ver si tiene efecto o no, estos primeros días estamos perdiendo mucha plata y no podemos seguir así  
Antenor

---

**De:** [Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe) [mailto:[Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe)]

**Enviado el:** Martes, 17 de Febrero de 2009 12:28 p.m.

**Para:** Antenor Mauny [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; [Monica.Arce@medco.com.pe](mailto:Monica.Arce@medco.com.pe) [Medco]

**Asunto:** Re: RV: Problema de precios

Estimado Antenor,

Hemos tomado las medidas pertinentes para regular el precio del producto en el mercado, esperamos que estas surtan efecto inmediatamente. Estamos monitoreando diariamente el cumplimiento de las medidas correctivas. Esperamos el apoyo de uds. para llevarlas adelante.  
Saludos

Luis Prado

Gerente UN Productos de Marca

T (511) 415-0500

F (511) 415-0520

[lprado@medco.com.pe](mailto:lprado@medco.com.pe)

[www.medco.com.pe](http://www.medco.com.pe)

**De:** Antenor Mauny [Fasa]

**Enviado el:** martes, 17 de febrero de 2009 10:45 am

**Para:** [Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe) [Medco]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Asunto:** RV: Problema de precios

Lucho por favor necesitamos respuesta

## VERSIÓN PÚBLICA

Hace mas de una semana envie un mail al respecto  
SIs  
Antenor

-----Mensaje original-----

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Para:** Monica.Arce@medco.com.pe <Monica.Arce@medco.com.pe>; [rosaarevalo80@yahoo.es](mailto:rosaarevalo80@yahoo.es)  
[rosaarevalo80@yahoo.es](mailto:rosaarevalo80@yahoo.es)

**CC:** Cinthya Cuevas [cinthya.cuevas@gmail.com](mailto:cinthya.cuevas@gmail.com) [Medco]; Carlos Valencia [Fasa]; Veronica Pinto [Fasa]; Antenor Mauny [Fasa]

**Enviado:** Tue Feb 17 10:42:04 2009

**Asunto:** RE: Problema de precios

Mònica,

Lo tenemos más bajo a raíz que encontramos el producto en Inkafarma de Jiròn de la Uniòn a S/. 177 soles la caja. Adjunto la informaciòn.

Pero no solo es este producto el problema.

Material Descripcion Categoria PRECIO AL 09-01 PRECIO AL 06-02 Dif de precios Compra  
Precio Unitario  
12287 OMEPRAL 20MG CJA/100 CAP. 10A\_TRACTO ALIMENTARIO Y METABOLISMO 240  
177,21 -62,79 1,79

Por favor indicanos cuál es la soluciòn.

Gracias,  
Christian.

---

**De:** Monica.Arce@medco.com.pe [<mailto:Monica.Arce@medco.com.pe>]

**Enviado el:** martes, 17 de febrero de 2009 10:32

**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; [rosaarevalo80@yahoo.es](mailto:rosaarevalo80@yahoo.es)

**CC:** Cinthya Cuevas [Medco]; Carlos Valencia [Fasa]; Veronica Pinto [Fasa]

**Asunto:** RE: Problema de precios

Christian, en el caso del Omepral ustedes tienen el precio más bajo, se tiene que corregir para solucionar los inconvenientes y no malograr mercado  
Cinthia y Rosa, Por favor envíenle el cuadro a Christian,

Saludos

Ruth Mónica Arce Alvarado  
Sub Gerente de Cuentas Claves  
Corporación Medco  
Phone:(511)4150500-290  
Movil: 98160759  
96321592  
RPM: #922668  
[monica.arce@medco.com.pe](mailto:monica.arce@medco.com.pe)  
[marce@medco.com.pe](mailto:marce@medco.com.pe)

---

**De:** "Christian Randich Tejeda" [CRANDICH@fasa.com.pe](mailto:CRANDICH@fasa.com.pe)

17/02/2009 10:03 a.m.

**Para:** [Monica.Arce@medco.com.pe](mailto:Monica.Arce@medco.com.pe)

## VERSIÓN PÚBLICA

**Cc:** "Cinthy Cuevas" [cinthya.cuevas@gmail.com](mailto:cinthya.cuevas@gmail.com) [Medco], "Carlos Valencia" [CVALENCIA@fasa.com.pe](mailto:CVALENCIA@fasa.com.pe) [Fasa], "Veronica Pinto" [vpinto@fasa.com.pe](mailto:vpinto@fasa.com.pe) [Fasa]  
**Asunto** RE: Problema de precios

Mònica, Cinthya,

Envíenme la relación de productos que estamos más baratos.  
Gracias,  
Christian.

---

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Enviado el:** lunes, 16 de febrero de 2009 19:03  
**Para:** 'Monica.Arce@medco.com.pe'  
**CC:** 'Cinthy Cuevas' [Medco]  
**Asunto:** RV: Problema de precios

Mònica,  
Me puedes indicar qué productos son ??  
Gracias,  
Christian.

---

**De:** Monica.Arce@medco.com.pe [<mailto:Monica.Arce@medco.com.pe>]  
**Enviado el:** Lunes, 16 de Febrero de 2009 01:12 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**CC:** Antenor Mauny [Fasa]; [Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe)  
**Asunto:** Re: Problema de precios

Estimado Christian,

Estamos realizando las coordinaciones con respecto a los precios, pero nos hemos encontrado con que FASA tiene los precios más bajos que IK, por lo cual hace más difícil que se regularicen dichos precios por lo que necesitamos definir el día en el que ustedes regularicen los precios para solucionar dicho inconveniente.

Saludos

Ruth Mónica Arce Alvarado  
Sub Gerente de Cuentas Claves  
Corporación Medco  
Phone:(511)4150500-290  
Movil: 98160759  
96321592  
RPM: #922668  
[monica.arce@medco.com.pe](mailto:monica.arce@medco.com.pe)  
[marce@medco.com.pe](mailto:marce@medco.com.pe)

---

**De:** "Christian Randich Tejeda" [CRANDICH@fasa.com.pe](mailto:CRANDICH@fasa.com.pe)  
16/02/2009 01:02 p.m.  
**Para:** <[Monica.Arce@medco.com.pe](mailto:Monica.Arce@medco.com.pe)>, [Luis.Prado@medco.com.pe](mailto:Luis.Prado@medco.com.pe)  
**Cc:** "Antenor Mauny" [amauny@fasa.com.pe](mailto:amauny@fasa.com.pe)  
**Asunto:** Problemadeprecios

Mònica, Luis,

No tenemos respuesta sobre el asunto de los precios y la pérdida ocasionada por la baja en InkaFarma.

Gracias,

Christian Randich.

### **Correo 46**

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** martes, 03 de marzo de 2009 05:48 p.m.

**Para:** Pacora, Eliana [Albis]

**CC:** Bravo, Gustavo [Arcángel]; Casiano, Julio [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]

**Asunto:** RE: Diferencia de Precio LLPP

Eliana, Hoy tuve la reunión con el Sr. Edmundo Yañez (GG. MIFARMA) la decisión de acatar los PPSUG continua en pie, pero no aceptan ninguna ingerencia ( indirecta de IKF ) en el manejo de su políticas comerciales en mercados nichos con sus clientes fidelizados, programa similar al que tiene **[CONFIDENCIAL]**, **[CONFIDENCIAL]** o los beneficios de **[CONFIDENCIAL]** para las consultas médicas gratuitas u otros programas de otras cadenas.

Así mismo menciona que el porcentaje de la venta con este programa en productos de LP es mínimo no trasciende mucho.

Propongo reunirnos con Eric EcheGARAY.

Atte.

FV

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 27 de Febrero de 2009 12:47 p.m.

**Para:** Bravo, Gustavo [Arcángel]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]; Casiano, Julio [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Arcángel]; Gocht, Stefan [Albis]

**Asunto:** RE: Diferencia de Precio LLPP

Les informo que en la reunión de esta mañana se logro convencer a MIFARMA nivele los precios de martes a domingo (hoy por la tarde estará OK)

La decisión de suspender la campaña especial de los lunes (dscto. con tarjeta MF.) esta en manos de la Gerencia General quien se encuentra de viaje, el asume también la gerencia comercial, vuelve el lunes y me confirmaran hora para la reunión del martes para volver a insistir en el tema.

Se converso con IKF, nivelara los demás productos que no distorsiona MIFARMA

Los productos que están en el prog. de MIFARMA son: (Glidiabet, Somazina 500mg, Sedotropina Flat, Gamalate x 60, Tiorfan lact.)

FV

---

**De:** Gocht, Stefan [Albis]

**Enviado el:** Viernes, 27 de Febrero de 2009 07:20 a.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]; Casiano, Julio [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Albis]

**Asunto:** Re: Diferencia de Precio LLPP

Gustavo, si MIFARMA no se alinea, salimos "quemando" algunos productos claves en Boehringer y Quilab/Alfa....veamos que pasa! Saludos, StG

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Para:** Bravo, Gustavo [Arcángel]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]; Gocht, Stefan [Albis]; Casiano, Julio [Arcángel]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Ruiz, Carlos [Albis]

**Enviado:** Thu Feb 26 17:42:43 2009

**Asunto:** RE: Diferencia de Precio LLPP

Gustavo acabo de volver de IKF, lastimosamente detectaron nuevamente a MIFARMA que continua con la campaña especial con sus clientes fidelizados a los que otorga un dscto. adicional, conversando con Mifarma esta fue una decisión final del mismo Gerente que desautorizo a la Jefe de precios (Dra. Miriam Gallo) en no acatar los precios controlados (la Dra. Gallo ya había ofrecido nivelar los PPSUG.)

Gustavo La idea de cortar la atención a MIFARMA podría traer complicaciones con la cadena con productos de Química Suiza ¿?

Insistiré nuevamente mañana con MIFARMA, tengo un tercer plan bajo la manga que espero tenga efecto

Les pido tengan paciencia, por el lado de IKF ya me dieron el compromiso que si mañana arreglo con MIFARMA ellos nivelaran los precios por la tarde del mismo viernes.

Saludos

FV

---

**De:** Bravo, Gustavo [Arcángel]

**Enviado el:** Miércoles, 25 de Febrero de 2009 05:36 p.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]; Gocht, Stefan [Albis]

**Asunto:** RE: Diferencia de Precio LLPP

Francisco

Lograste definir el tema con IKF y MIFARMA ?.

Saludos,

Gustavo

---

**De:** Venero, Francisco [Albis]

**Enviado el:** Miércoles, 18 de Febrero de 2009 03:45 p.m.

**Para:** Casiano, Julio [Arcángel]

**CC:** Pacora, Eliana [Albis]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]; Ruiz, Manuel [Albis]; Bravo, Gustavo [Arcángel]

**Asunto:** RE: Diferencia de Precio LLPP

Les informo que IKF postergo la reunión de hoy para mañana 4 PM, como adelanto, MIFARMA esta dando descuentos del 10% para sus clientes fidelizados los días lunes, esto ocasiono que productos de LP Albis se distorsionara e IKF utiliza como argumento sobre las diferencias existentes en algunos productos nuestros por lo que hoy tendré una nueva reunión con MIFARMA para definir tema

Saludos

FV

---

**De:** Casiano, Julio [Arcángel]

**Enviado el:** Martes, 17 de Febrero de 2009 03:35 p.m.

**Para:** Venero, Francisco [Albis]

**CC:** Ruiz, Carlos [Albis]; Hurtado, Magaly del Pilar [Arcángel]

**Asunto:** Diferencia de Precio LLPP

Hola Francisco,

Este mes de Febrero hemos encontrado diferencias de precios con respecto a los precios acordados que manejaría la competencia...Incluso hay precios en otras cadenas diferentes a Inkafarma que están por debajo del precio sugerido de Inkafarma, que se supone sería el menor precio del mercado.

Agradeciendo tu gestión para que se regularice el tema, me despido.

Saludos,

Julio Casiano

### **Correo 47**

**De:** Carlos Valencia [Fasa]

**Enviado el:** Jueves, 19 de Marzo de 2009 04:19 p.m.

**Para:** loc\_anp [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Asunto:** RV: SUBIDA DE PRECIOS ELECTRORAL.xls

**Datos adjuntos:** SUBIDA DE PRECIOS ELECTRORAL.xls (10 KB)

Sres, aun no se sube los precios, por favor estamos perdiendo margen en estos productos cuando es un acuerdo de todas las cadenas.

Por favor indicarnos cuando se va a subir el precio para que todas las cadenas suban el mismo día.

Saludos

Carlos Valencia

---

**De:** Carlos Valencia [Fasa]

**Enviado el:** Miércoles, 04 de Marzo de 2009 08:45 PM

**Para:** loc\_anp [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Asunto:** SUBIDA DE PRECIOS ELECTRORAL.xls

Estimados, por favor modificar estos precios urgentemente en toda la cadena a partir de mañana.

Saludos

Carlos

**Nota 22.- El archivo adjunto al correo electrónico del 19 de marzo de 2009 a las 4:19 p.m. contiene el siguiente gráfico:**

Material	Descripción	PRECIO COORDINADO
1957	ELECTRORAL PED.FRESA FCO/1000ML	5.5

1958	ELECTRORAL PED.UVA FCO/1000ML	5.5
1959	ELECTRORAL PED.ANIS FCO/1000ML	5.5
315008	ELECTRORAL NF FRESA FCO/500ML	5.3
315009	ELECTRORAL NF HIERBA LUISA FCO/1L	5.3
315051	ELECTRORAL NF ANIS FCO/1L	5.3
315054	ELECTRORAL NF FRESA FCO/1L	5.3

**Correo 48**

**De:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**Enviado el:** Viernes, 13 de Marzo de 2009 11:11 a.m.  
**Para:** Edmundo Yáñez 1001 [Mifarma]  
**Asunto:** RE: Abbott

Ensure ha subido de precio en Enero y las compras actuales son con precio nuevo; Abbott recién esta alcanzándonos el precio sugerido para recuperar el margen pero aun esta en conversación con las cadenas, lo mantendré informado.

Atte.

**Miriam S. Aguilar Romero**  
Ejecutiva de Compras  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1007

  
www.mifarma.com.pe  
Central delivery: 2130777

---

**De:** Edmundo Yáñez 1001 [Mifarma]  
**Enviado el:** Jueves, 12 de Marzo de 2009 09:44 p.m.  
**Para:** Miriam Aguilar 1007 [Mifarma]  
**Asunto:** Abbott

Miriam:  
La rentabilidad de Ensure se ha venido al piso.  
Qué explicaciones tienes al respecto?

**Edmundo Yáñez Olarte**  
Gerente General  
Tlf: +511 213-0760 anexo 1001

  
www.mifarma.com.pe  
Central delivery: 213 0777

**Correo 49**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Miércoles, 18 de Marzo de 2009 10:17 a.m.  
**Para:** Miguel Sanchez [Fasa]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Incremento Precios Abbott 20marzo.xls

**Datos adjuntos:** Incremento Precios Abbott 20marzo.xls (33 KB)

Miguel por favor es muy importante que estos precios se reflejen en locales el día viernes.

gracias

Verónica

---

**De:** Lorena Avalos [Fasa]

**Enviado el:** Martes, 17 de Marzo de 2009 08:50 p.m.

**Para:** loc\_anp; Veronica Pinto [Fasa]

**CC:** Alejandro Serra Sarria [Fasa]; Antenor Mauny [Fasa]

**Asunto:** Incremento Precios Abbott 20marzo.xls

Miguel,

El día viernes estamos teniendo un alza de precios públicos de abbott para incrementar los márgenes; este incremento es a nivel total mercado.

Por favor necesitamos tu apoyo para marcarlos a partir de este viernes, los días del del 23 al 25 que hagamos la revisión con los locales y con la información que nos mande la consultora vamos revisar que estos precios se hayan implementado en el mercado.

En caso de estos precios no respetarse al jueves o viernes lamentablemente tendríamos que cambiarlos nuevamente a lo que indica el mercado.

Vero,

De acuerdo a lo conversado también estamos mandando los precios de ensure que tb estan contemplados en la subida.

Cualquier consulta por favor me avisan,

Gracias,

Lorena

**Nota 23.- El archivo adjunto al correo del 18 de marzo de 2009 a las 10:17 a.m contiene el siguiente gráfico:**

[Véase el archivo en la siguiente página]

## VERSIÓN PÚBLICA

ARTÍCULO	DESCRIPCIÓN	HYP	ESTADO	Costo (IGV)	INDICAR SUGERIDO	Mg
Isomil 12300	LECHE ISOMIL DF LTA/8 OZ(237ML).	24F08A	ELIMINADO		8	Vigente
Isomil 1002171	LECHE ISOMIL ADVANCE C/EYE Q POLV./400G.	24F08A			45.5	
Isomil 1002172	LECHE ISOMIL ADVANCE C/EYE Q POLV./900G.	24F08A			92	
SIMILAC 11179	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE.Q LTA/400G	24F02A			45.5	
SIMILAC 11180	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE.Q LTA/900G	24F02A			95.5	
SIMILAC 12123	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE.Q LTA/400G	24F04A			45.5	
SIMILAC 102042	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 POLV.LTA/400G.	24F04A			38	
SIMILAC 102071	LECHE SIMILAC ADVANCE S/LACTOSALTA/375G	24F08A			42.5	
SIMILAC 12696	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE.Q LTA/900G	24F04A			95.5	
SIMILAC 101145	LECHE SIMILAC ADVANCE LTA/400G.	24F02A			38	
SIMILAC 101159	LECHE SIMILAC ADVANCE LTA/900G.	24F02A			79	
GAIN 16331	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 C/EYE Q X900G.	24F06A			55.2	
GAIN 12124	LECHE GAIN PLUS ADVANCE 3 C/EYE Q X400G.	24F06A			27.6	
PEDIASURE 16072	PEDIASURE POLV.FRESA LTA/400G	24F06A			35.5	
PEDIASURE 101009	PEDIASURE POLV.VAINILLA LTA/400G	24F06A			35.5	
PEDIASURE 101221	PEDIASURE POLV.CHOCOLATE LTA/400G	24F06A			35.5	
PEDIASURE 15203	PEDIASURE POLV.VAINILLA LTA/900G	24F06A			72	
PEDIASURE 101072	PEDIASURE LIQ.CHOCOLAT LTA/237ML(8 OZ)	24F06A			8	
PEDIASURE 101115	PEDIASURE LIQ.VAINILLA LTA/237ML(8 OZ)	24F06A			8	
PEDIASURE 101114	PEDIASURE LIQ.FRES LTA/237ML(8 OZ)	24F06A	ELIMINADO		8	Vigente
ENSURE 11140	ENSURE C/FOS POLV.CHOCOL.LTA/400G	10V06D			35.5	
ENSURE 11141	ENSURE C/FOS POLV.VAINILLA LTA/400G	10V06D			35.5	
ENSURE 11142	ENSURE C/FOS POLV.VAINILLA LTA/1000G	10V06D			82.4	
ENSURE 11143	ENSURE C/FOS POLV.FRESA LTA/400G	10V06D			35.5	
ENSURE 1002747	ENSURE LIQ.VAINILLA TRIPACK LTA/8 OZ C/U	10V06D			21.9	
ENSURE 1003859	ENSURE FRESA X 1000GR. *1	10V06D			82.4	
OTROS 12131	GLUCERNA SR POLV.SAB.VAINILLA LTA/400G	10V06D			47.9	
OTROS 315022	PEDIALYTE 45 MANZANA FCO/500ML	10A07G			7.8	
OTROS 403115	FORMANCE LTA/300G	10V06D			25	

### Correo 50

**De:** Chandy Morales [mailto:cmorales@medifarma.com.pe]

**Enviado el:** Jueves, 19 de Marzo de 2009 02:04 p.m.

**Para:** Antenor Mauny [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]; Roxana Enciso [Medifarma]; Roxana Minaya [Medifarma]

**Asunto:** Fw: PVP Electrolal

**Importancia:** Alta

Estimado Antenor:

Hemos estado haciendo un esfuerzo importante para nivelar los precios de Electrolal, sin embargo FASA, que me contacte que era seguidora en cuanto a precios, está bajando los precios en primera instancia. Aquí te envío una boleta de Eckerd y también de FASA (ambos en Jr. de la Unión) y FASA tiene los precios como se muestra en el cuadro líneas abajo y también se muestran los precios de Eckerd. Eckerd el día de ayer tenía el Electrolal NF a 5.20, pero lo está bajando justamente porque el precio está 4.70 en FASA y ahora lo tiene a 5 soles. Te solicito encarecidamente que los precios se mantengan en 5.20 (Electrolal NF) y 5.40 (Electrolal Pediátrico), ya que el día de ayer Eckerd incluso ha bajado el precio de la presentación de Electrolal NF de 5.2 a 5 soles. La idea es que ellos se coloquen mañana en 5.2 y que FASA también esté en 5.20 con el Electrolal NF y 5.40 con el Electrolal Pediátrico. Adicionalmente también te envío una boleta de Inkafarma en Tumbes. Si logramos mantener los precios en un producto, podríamos hacer lo mismo para los 10 ítems más vendidos y el margen crecería poderosamente por lo menos [CONFIDENCIAL] puntos más.

Chandy

----- Original Message -----

**From:** Roxana Minaya [Medifarma]

**To:** 'Chandy Morales' [Medifarma]; Ernesto Ramos [Medifarma]; 'Monica Hurtado' [Medifarma]; 'Roxana Enciso'; mmitre@medifarma.com.pe

**Sent:** Thursday, March 19, 2009 1:31 PM

**Subject:** RV: PVP Electrolal

## VERSIÓN PÚBLICA

Señores:

Adjunto boletas del día de hoy de FASA y de Eckerd de locales de Cercado de Lima, en la cual se detalla:

Fecha 19/03/2009

Producto	PVP (último acuerdo)	FASA	ECKERD	ARCANGEL	BTL	BYS
Electrolal NF	S/. 5.20	4.70	5.00	5.30	6.40	6.30
Electrolal Pediátrico	S/. 5.40	4.99	5.38	5.30	6.00	6.46

Sin embargo los PVP obtenidos ayer en Eckerd (Tumbes) estaban correctos según último acuerdo.

Saludos,

**Roxana Minaya L.**

---

**De:** Roxana Minaya [mailto:rminaya@medifarma.com.pe]

**Enviado el:** Miércoles, 18 de Marzo de 2009 04:56 p.m.

**Para:** 'Monica Hurtado' [Medifarma]; Ernesto Ramos [Medifarma]; 'Chandy Morales' [Medifarma]; 'Roxana Enciso' [Medifarma]

**Asunto:** PVP Electrolal

Moni:

Adjunto BV de Electrolal en Eckerd (Tumbes) al día de hoy, en la cual mantiene la última corrección realizada:

**NF Adulto = S/.5.20**

**Pediátrico = S/.5.40**

Asimismo se informa que Arcángel en la misma ciudad mencionada, está vendiendo **ambas presentaciones a S/5.30**. Favor de nivelar al mismo precio que Inkafarma.

Gracias,

**Roxana Minaya L.**

### Correo 51

**De:** Veronica Pinto [Fasa]

**Enviado el:** Viernes, 20 de Marzo de 2009 10:45 a.m.

**Para:** Lorena Avalos [Fasa]; Miguel Sanchez [Fasa]

**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Asunto:** Abbott

Lorena, me llamó Renzo, me dice que Arcángel está subiendo los precios paulatinamente, a las 3 ó 4 de la tarde ya estará el precio correcto en la totalidad de locales.

Inka Farma esperará a que Arcángel suba todos sus precios para realizar el cambio.

Me dice Renzo que están trabajando en eso...

**Verónica Pinto Sarmiento**  
**Category Manager - Farma Rx**  
**Farmacias Peruanas S.A.**

**Correo 52**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Lunes, 23 de Marzo de 2009 09:03 a.m.  
**Para:** Renzo R Rodriguez [Abbott]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Precios muy altos en comparacionde competencia. Larco 2  
**Importancia:** Alta

Renzo cuando se va a regularizar esto???  
 No podemos perder competitividad...

Nosotros estamos cumpliendo con el incremento de precio público

**De:** LARCO 2 [Carlos Ramos- Fasa]  
**Enviado el:** dom 22/03/2009 22:28  
**Para:** loc\_anp [Fasa]; Miguel Sanchez [Fasa]; Giovana Mendoza  
**Asunto:** Precios muy altos en comparacionde competencia. Larco 2  
 Buenas Tardes

Estos son los precios que se han incrementado y que nos llevan mucha diferencia la competencia.

011142 ENSURE C/FOS POLV.VAINILLA LTA/1000G 82.40 inkafarma 73.4

Favor verificar.

Atte.

Carlos Ramos  
 Larco 2

**Correo 53**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 10:53 a.m.  
**Para:** Alex Tenorio vasquez [Fasa]  
**CC:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** otros productos

alex tengo otros productos por averiguar.....recién me llegaron....

Código	Descripción	P.P. REAL SUGERIDO	Precio FASA actual	diferencia	Tipo	MG
136030	FERANIN AMP.BEB.CJA/5 AMPX5ML	35.5	31.5	-4	A	[CONFIDENCIAL]
136009	FERANIN 25MG/ML SOL.GTAS.FCO/20ML	24.5	19	-5.5	A	[CONFIDENCIAL]
136029	FERANIN FORTE 50MG/ML GTAS.FCO/20ML	26.9	26.5	-0.4	A	7.60%
136011	FERANIN NF 50MG/5ML JBE.FCO/100ML	24.5	21.7	-2.8	A	2.10%

se supone que las demás cadenas incluida Inka ya tienen el precio sugerido real...  
 Por favor confirmame...

**Verónica Pinto Sarmiento**  
**Category Manager - Farma Rx**  
**Farmacias Peruanas S.A.**  
**619-9000 anexo 1613**

### **Correo 54**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 11:55 a.m.  
**Para:** Lorena Avalos [Fasa]; 'Renzo R Rodriguez' [Abbott]; 'Patricio Pflucker' [Abbott]  
**CC:** Antenor Mauny [Fasa]; Alejandro Serra Sarria[Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Adicionales Lunes 23 Marzo Abott.xls

Señores por favor dar solución a este tema, no podemos perder competitividad.

---

**De:** Lorena Avalos [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 11:54 a.m.  
**Para:** Renzo R Rodriguez [Abbott]; 'Patricio Pflucker' [Abbott]  
**CC:** Veronica Pinto [Fasa]; Antenor Mauny [Fasa]; Alejandro Serra Sarria [Fasa]; Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RV: Adicionales Lunes 23 Marzo Abott.xls  
Renzo,

Hemos encontrado estos precios en competencia ayer. Inkafarma, Btl y Arcangel tienen distorsiones, nosotros somos los únicos que hemos cumplido en levantar los sugeridos desde el viernes pasado.

Por favor necesitamos una respuesta a este tema asap; nos estamos perjudicando nosotros no podemos seguir con estos precios si nadie cumple.

slds,  
Lorena

### **Correo 55**

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 03:58 p.m.  
**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios

Estoy poniendo los precios parity con Inka

---

**De:** Christian Randich Tejeda [Fasa]  
**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 03:57 p.m.  
**Para:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Asunto:** RE: Precios

Si no es real porque no les dices, mandalo a comprar una pastilla.  
Pon los precios parity con Inka.

---

**De:** Veronica Pinto [Fasa]  
**Enviado el:** martes, 24 de marzo de 2009 15:35

## VERSIÓN PÚBLICA

**Para:** Christian Randich Tejeda [Fasa]

**Asunto:** RV: Precios

Christian, los proveedores de estos productos me indican que el precio está conciliado pero esto no es tan real.

Lo que voy a hacer es subir el precio solo en los que nosotros estamos por debajo de Inka Farma

En el caso de Saton tengo dos precios, lo estoy verificando con el laboratorio

---

**De:** Alex Tenorio vasquez [Fasa]

**Enviado el:** Martes, 24 de Marzo de 2009 03:25 p.m.

**Para:** Veronica Pinto [Fasa]

**Asunto:** Precios

Veronica,

Acaba de enviarme la consultora estos precios ..., revisalo y me avisas

Codigo	Denominacion	ZONA1	Precio Sug.	Inkafarma	
13316	SATON 15MG CJA/30 CAP.	65.30	70.35	66.00	José Llanos Zapata 195 - Lince
		65.30	70.35	78.50	Camino Real 1335 - San Isidro
136030	FERANIN AMP.BEB.CJA/5 AMPX5ML	31.50	35.50	32.50	Camino Real 1335 - San Isidro
136009	FERANIN 25MG/ML SOL.GTAS.FCO/20ML	19.00	24.50	23.10	José Llanos Zapata 195 - Lince
136029	FERANIN FORTE 50MG/ML GTAS.FCO/20ML	26.50	26.90	29.60	Camino Real 1335 - San Isidro
136011	FERANIN NF 50MG/5ML JBE.FCO/100ML	21.70	24.50	23.70	José Llanos Zapata 195 - Lince

Slds.

Alex T.

## ANEXO 3

### Tratamiento de la serie de costos

El presente Anexo detalla el proceso utilizado para calcular los precios pagados por las empresas investigadas a sus proveedores, con la finalidad de evaluar los argumentos de defensa señalados en el apartado 6.4.4 de la Resolución. A continuación, se detalla el proceso de recopilación y tratamiento de los datos requeridos.

#### I. IMPORTACIÓN DE DATOS

1. Los costos de compra de los setenta y cinco (75) productos sujetos a análisis se obtuvieron a partir de la información de las compras realizadas por las empresas investigadas durante los años 2008 y 2009. Los datos utilizados se muestran en el Cuadro 1.

**Cuadro 1**  
**Información sobre compras presentada por las empresas investigadas\***

Cadena	Fechas - Contenido - Número de Archivos	Formato	Datos	Tamaño
Arcángel	22/07/2010 - Compras: Versión Parcial - 1 05/11/2010 - Compras: Complemento de información - 1	Microsoft Excel Microsoft Excel	16,493 305	3.6 MB 93 KB
BTL	14/07/2010 - Compras: Versión Final - 2	Microsoft Excel	11,706	2.8 MB
ByS	30/06/2010 - Compras: Versión Final - 2	Microsoft Excel	101,606	21 MB
Eckerd	01/07/2010 - Compras: Versión Parcial - 1 21/09/2010 - Compras: Complemento de información - 1	Microsoft Excel Microsoft Excel	8,190 90	1.9 MB 36 KB
Fasa	16/07/2010 - Compras: Versión Final - 1	Microsoft Excel	9,358	4.4 MB
Mifarma	03/09/2010 - Compras: Versión Final - 1	Microsoft Excel	3,044	647 KB
Nortfarma	21/03/2013 - Compras: Versión Final - 1	Microsoft Excel	1,310	143 KB

\* Fecha de que presentó el escrito. Se considera la versión final de la información remitida por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

#### II. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

2. La información presentada por las empresas investigadas fue sujeta a una serie de ajustes para obtener los datos de costos. El procedimiento de ajuste siguió tres etapas que se detallan a continuación.
  - a. **Depuración de datos**
3. En primer lugar se depuró la información no relacionada con los productos que habrían formado parte de la fijación concertada de precios. Dado que las bases de datos de compras contienen información de productos adicionales a los setenta y cinco (75) productos objeto de análisis, estos fueron codificados de

acuerdo con su nombre, concentración y presentación. Los productos no pertinentes fueron depurados de la base de datos.

**b. Estandarización de cantidades compradas**

4. En segundo lugar, se calculó el costo por unidad comprada de todas las empresas investigadas. El costo por unidad equivale al ratio entre el monto pagado por la cadena al proveedor y el número de unidades compradas.
5. Cabe señalar que la información remitida por las empresas investigadas presentaba diferencias en la forma cómo se registraron las unidades compradas. Por ello, se efectuó un proceso de estandarización de dicho registro con el objetivo de trabajar de manera conjunta la información de compras de todas las empresas investigadas. El proceso consistió en convertir unidades compradas reportadas por presentación (cajas, blíster, entre otros) a unidades de producto (pastillas o tableta, comprimidos, entre otros).

**c. Creación de filtros**

6. En tercer lugar, se realizaron ajustes considerando otras características observadas en la información remitida. Estas características son: compras derivadas del seguimiento de precios a otras cadenas, compras con valores extremos (*outliers*), y compras no pagadas. El ajuste consistió en crear una variable dicotómica o filtro por cada característica, tal como se detalla a continuación:
  - **Levantamiento de precios:** la información contenida en la base de BTL contiene observaciones en las que se consigna como proveedores a otras cadenas de boticas y farmacias. Las compras con dichas características estarían asociadas al mecanismo de monitoreo vía seguimiento de precios realizados por las cadenas de boticas y farmacias. Por ello, se creó una variable que toma el valor de 1 cuando la observación hace mención a una compra cuyo proveedor es una cadena competidora y 0 en cualquier otro caso. La variable se denomina **filtro**.
  - **Outliers:** la información remitida por las empresas investigadas contiene registros de unidades compradas por debajo del 10% del total de unidades compradas promedio en el periodo 2008-2009. Asimismo, dichas transacciones registran montos por unidad pagados por debajo de 6% o por encima del 180% con relación a los montos por unidades pagados del periodo 2008-2009. En estos casos se creó una variable que toma el valor de 1 cuando la observación cumple con las características señaladas y 0 cuando no. La variable se denomina **filtro1**.
  - **No pagadas:** la información remitida por las empresas investigadas contiene registros de transacciones de unidades compradas o montos pagados con valores negativos o iguales a cero. En estos casos se creó una variable que toma el valor de 1 cuando la observación cumple con las características señaladas y 0 en otro caso. La variable se denomina **filtro2**.

7. En el Cuadro 2 se observa el número de observaciones que son filtradas al aplicar los tres ajustes señalados. Los ajustes no filtran datos de costos en las bases de Mifarma y Nortfarma. Por otro lado, las observaciones filtradas no superan el 1% en la mayoría de casos y, en el caso de BTL y ByS, representan 1.7% y 2.4% del total de observaciones, respectivamente.

**Cuadro 2**  
**Número de datos filtrados**

Cadena	Levantamiento de Precios	% del Total de observaciones	Outliers	% del Total	No pagadas	% del Total de observaciones	Observaciones
Arcángel	0	0.00	0	0.00	21	0.41	5,105
BTL	66	1.69	0	0.00	1	0.03	3,911
ByS	0	0.00	25	1.53	14	0.85	1,639
Eckerd	0	0.00	0	0.00	23	0.91	2,540
Fasa	0	0.00	4	0.12	0	0.00	3,241
MiFarma	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1,421
Nortfarma	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1,278

Fuente: Información sobre costos remitida por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

8. Como se mencionó en la sección 6.4.4 de la Resolución, existen productos que sufrieron un incremento de costos semanas antes de observarse el incremento de precios. Específicamente, treinta y cuatro (34) productos registraron un incremento de costos en más de una cadena. En el Cuadro 3 se observa la semana en que cada cadena sufrió un incremento de costos dentro del periodo comprendido entre una semana y tres meses antes del incremento de precios.

**Cuadro 3**  
**Semana anterior al incremento de precios en que se observa incremento de costos**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008					5
3	01/09/2008	1		6		5
4	01/02/2008		2			
	01/09/2008	1		4		2
12	01/02/2008		1			
	01/09/2008	1				1
16	01/09/2008	5		5		1
17	01/09/2008			6		5
24	05/03/2009		11			
25	05/03/2009		11			
27	20/03/2009	9	4	9	5	
28	20/03/2009	9	4	8	5	
29	20/03/2009	9	4	9	5	
30	20/03/2009	9	4	9	5	
31	20/03/2009	9	1		5	
41	01/09/2008			3		1
42	01/02/2008		3			
	01/09/2008	1		6		5
43	01/02/2008		2			
	01/09/2008	1		6		5
44	01/02/2008		3			
	01/09/2008	5		5		1
45	01/02/2008		3			

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
	01/09/2008	5		4		5
48	20/03/2009	9	4	10	4	
49	20/03/2009	9	1	10		
50	20/03/2009	9	1	10	5	
51	20/03/2009	9	1	10	5	
52	20/03/2009	9	1			
58	01/02/2008		2			
	01/09/2008	1		6		1
61	20/03/2009	9	4		5	
62	20/03/2009	9	4	9	5	
63	20/03/2009				5	
64	20/03/2009	9	4	9	5	
65	20/03/2009	9	4	10	5	
67	01/09/2008	5		6		5
68	01/02/2008		2			
	01/09/2008	5		6		5
70	01/09/2008	5				5
71	01/09/2008	5				5
75	28/01/2009	1				

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no existió un incremento en los costos.

Fuente: Información sobre costos remitida por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

## ANEXO 4

### Tratamiento de los precios de venta al público

En este Anexo se detalla el procedimiento utilizado para obtener el precio de venta al público diario por producto y por cadena a nivel nacional con el cual se efectuó el análisis de la conducta investigada en la Resolución. Así, se detallan los pasos realizados para: (i) la importación de los datos, (ii) el tratamiento de la información (incluyendo la creación de filtros específicos para determinar el precio de venta al público), y (iii) el cálculo de los precios diarios.

#### I. LISTA DE PRODUCTOS INVESTIGADOS

CÓDIGO	NOMBRE
1	ACI BASIC 800MG-60MG/10ML SUSPENSION FRASCO X 220 ML
2	ANEURIN FORTE CAJA X100 GRAGEAS
3	ANEURIN FORTE CAJA X30 GRAGEAS
4	ANGINOVAG AEROSOL PARA INHALACIÓN X 10 ML
5	BENYLIN EXPECTORANTE JARABE FRASCO X 120 ML
6	BISMUTOL 262 MG CAJA X 160 TABLETAS MASTICABLES
7	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSPENSION FRASCO X 150 ML
8	BISMUTOL 87.3MG/5ML SUSPENSION FRASCO X 340 ML
9	CALADRYL CLEAR LOCION FRASCO X 100 ML
10	CALADRYL LOCION 0.08 SUSPENSION FRASCO x 100 ML
11	CALCIBONE CON VITAMINA D3 FRASCO X 60 TABLETAS
12	CONTRACTUVEX GEL X 20 GR
13	CRESADEX 10 MG CAJA X 30 COMPRIMIDOS RECUBIERTOS
14	DERMOXYL 0.01 CREMA TUBO X 15 GR
15	DEXTRO TOSS SOLUCIÓN FRASCO X 15 ML
16	DIGRAVIN CAJA X 100 TABLETAS
17	DISLEP 25 MG CAJA X 20 COMPRIMIDOS
18	DOLOCTAPRIN MP 50-300-60MG CAJA X 100 TABLETAS
19	DOLOFLAM EXTRA FORTE 400 MG CAJA X 100 TABLETAS
20	DOLOFLAM TOTAL CAJA X 140 TABLETAS
21	DOLOREX 30MG/2ML SOLUCIÓN PARA INYECCIÓN CAJA 3 AMPOLLAS X 2 ML
22	DOLOTRINEURAL SOLUCIÓN PARA INYECCIÓN CAJA X 2 AMPOLLAS
23	DOLOTRINEURAL SOLUCIÓN PARA INYECCIÓN DISPLAY X 100 CÁPSULAS
24	ELECTRORAL NF SOLUCIÓN PARA USO ORAL SABOR A ANIS SOLUCIÓN FRASCO X 1 L
25	ELECTRORAL NF SOLUCIÓN PARA USO ORAL SABOR A FRESA SOLUCIÓN FRASCO X 1 L
26	ENHANCIN 500MG/125MG CAJA X 10 TABLETAS
27	ENSURE C/FOS POLVO CHOCOLATE LATA X 400 GR
28	ENSURE C/FOS POLVO FRESA LATA X 400 GR
29	ENSURE C/FOS POLVO VAINILLA LATA X 1000 GR
30	ENSURE C/FOS POLVO VAINILLA LATA X 400 GR

CÓDIGO	NOMBRE
31	ENSURE FRESA X 1000 GR
32	FEMENIL-A 2.5 MG CAJA X 30 COMPRIMIDOS
33	FENALGINA R-NF 1500 MG INY.IM.AMP X 5 ML
34	FERANIN 25MG/ML SOLUCIÓN GOTAS FRASCO X 20 ML
35	FERANIN NF 50 MG/5 ML JARABE FRASCO X 100ML
36	FLOGODISTEN 300/250 MG CAJA X 120 COMPRIMIDOS
37	FLUIMUCIL 100MG/5ML JARABE FRASCO X 120 ML
38	FLUIMUCIL ORAL 100 MG GRANULOS CAJA X 30 SOBRES
39	FLUIMUCIL ORAL 200 MG GRANULOS CAJA X 30 SOBRES
40	FLUIMUCIL ORAL 600 MG CAJA X 20 COMPRIMIDOS EFERVESCENTES
41	GAMALATE B6 CAJA X 60 GRAGEAS
42	GAMALATE B6 SOLUCIÓN ORAL X 80 ML
43	GLIDIABET 5 MG CAJA X 100 COMPRIMIIDOS
44	ILOSONE 125MG/5 ML SUSPENSIÓN ORAL X 60 ML
45	ILOSONE 250MG/5 ML SUSPENSIÓN ORAL X 60 ML
46	KIDDI PHARMATON JARABE FRASCO X 100 ML
47	KIDDI PHARMATON JARABE FRASCO X 200 ML
48	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE. Q LATA X 400 GR
49	LECHE SIMILAC ADVANCE 1 C/EYE. Q LATA X 900 GR
50	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE. Q LATA X 400 GR
51	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 C/EYE. Q LATA X 900 GR
52	LECHE SIMILAC ADVANCE 2 POLV. LATA X 400 GR
53	MEGACILINA 1000 000 UI SOLUCIÓN INYECTABLE
54	MEGACILINA ORAL TABLETAS 1001 000 UI CAJA X 120 COMPRIMIDOS
55	MERCILON 0.15 MG + 0.02 MG COMPRIMIDO CAJA X 21 TABLETAS
56	NEOPRAL 20 MG CAJA X 20 CÁPSULAS
57	NEOPRAL 40 MG CAJA X 16 CÁPSULAS
58	NUCLEO CMP FORTE 5 MG- 3 MG CAJA X 20 CÁPSULAS
59	OMEPRAL 20 MG CAJA X 100 CÁPSULAS
60	PALTOMIEL ADULTO JARABE FRASCO X 200 ML
61	PEDIASURE CHOCOLATE POLVO LATA X 400 GR
62	PEDIASURE FRESA POLVO LATA X 400 GR
63	PEDIASURE VAINILLA LÍQUIDO LATA X 237 ML (8 OZ)
64	PEDIASURE VAINILLA POLVO LATA X 400 GR
65	PEDIASURE VAINILLA POLVO LATA X 900 GR
66	RED - OFF 0.0125% COLIRIO FRASCO X 15 ML
67	SEDOTROPINA 1MG/ML SOLUCIÓN X 15 ML
68	SEDOTROPINA FLAT SUSPENSIÓN X 15 ML
69	SILVERDIAZINA 0.01 CREMA TUBO X 50 GR
70	TIORFAN LACTANTES 10 MG/G GRÁNULOS PARA SUSPENSIÓN X 18 SOBRES
71	TRACANA 0.35 MG CAJA X 100 COMPRIMIDOS
72	TRINEURAL COMPUESTO NF SOLUCIÓN PARA INYECCIÓN INY X 2 AMP (X

CÓDIGO	NOMBRE
	3ML Y 2ML)
73	VITACOSE CAJA X 100 GRAGEAS
74	VITACOSE JARABE FRASCO X 100 ML
75	ZALDIAR CAJA X 10 y X 60 COMPRIMIDOS RECUBIERTOS

Elaboración : Comisión de Defensa de la Libre Competencia.

## II. IMPORTACIÓN DE DATOS

1. Los precios de venta al público de los setenta y cinco (75) productos investigados se obtuvieron a partir de la información de todas las transacciones realizadas por las empresas investigadas entre los años 2008 y 2009. Como se mencionó antes, existen registros con más de una transacción por día. Los datos utilizados se muestran en el Cuadro 1<sup>1</sup>.
2. La información fue procesada con el software STATA<sup>2</sup>. En primer lugar, se importó la información de las distintas fuentes de datos almacenados en archivos Microsoft Excel (\*.xls), Documento de Texto (\*.txt) y Microsoft Access (\*.dbf) para ser almacenados en archivos con extensión \*.dta con el objetivo de trabajarlos con el referido software. Cabe mencionar que el STATA posee un límite de capacidad de 50 Megabytes para importar datos desde archivos Microsoft Excel. En el caso que un archivo Microsoft Excel superara la capacidad límite, primero se importó la información a Documento de Texto y luego se procedió a importar y almacenar dicha información en archivos con extensión \*.dta.

## III. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3. Con la finalidad de obtener la información de precios de venta al público, se aplicaron varios ajustes a la información presentada por las empresas investigadas. El procedimiento de ajuste consistió en una serie de etapas que se detallan a continuación.
  - a. **Depuración de datos**
4. En primer lugar se depuró la información no relacionada con los productos materia de investigación. Esta información estaba referida a:

<sup>1</sup> Adicionalmente a los escritos listados en el Cuadro 1, las cadenas enviaron otros escritos con aclaraciones acerca de las bases de datos entregadas y que han sido tomados en cuenta. Este es el caso del escrito de Arcángel del 7 de setiembre de 2010 (fojas 454 a 456 del expediente), los escritos de Eckerd del 15 de junio de 2010 y 15 y 16 de setiembre de 2010 (fojas 126 a 299 y 473 a 478 del expediente) y el escrito de Fasa del 1 de octubre de 2010 (fojas 484 a 494 del expediente).

<sup>2</sup> Es un paquete estadístico de StataCorp. Ver: <http://www.stata.com/>

**Cuadro 1**  
**Información presentada por las empresas investigadas sobre ventas**

<b>Cadena</b>	<b>Fecha* - Contenido - Número de Archivos</b>	<b>Formato</b>	<b>Tamaño</b>
Arcángel	22/07/2010 - Ventas: Versión Final para Lima - 1 11/04/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 2	Microsoft Access Microsoft Excel	440 MB 153 MB
BTL	06/09/2010 - Ventas: Versión Final para Lima - 24 04/04/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 1	Documento de Texto Microsoft Excel	706 MB 53 MB
ByS	30/06/2010 - Ventas: Versión Parcial para Lima – 2904 07/10/2010 - Ventas: Complemento de información - 12 (Reparación de archivos dañados) 03/04/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 2	Microsoft Excel Microsoft Excel Microsoft Excel	4.3 GB 24.3 MB 8.2 MB
Eckerd	15/09/2010 - Ventas: Versión Parcial para Lima - 24 21/09/2010 - Ventas: Complemento de información - 24 05/03/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 24	Microsoft Excel Microsoft Excel Microsoft Excel	993 MB 11 MB 379 MB
Fasa	02/07/2010 - Ventas: Versión Parcial para Lima - 24 06/10/2010 - Ventas: Complemento para Lima - 24 17/05/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 1	Documento de Texto Microsoft Excel Microsoft Excel	362 MB 24.5 MB 42 MB
Mifarma	25/06/2010 - Ventas: Versión Final para Lima - 1 26/03/2013 - Ventas: Versión Final Provincias - 1	Documento de Texto Microsoft Excel	128 MB 14.5 MB
Nortfarma	21/03/2013 - Ventas: Versión Final para Provincias - 1	Microsoft Excel	48 MB

\* Fecha en la que se presentó el escrito. Se considera la versión final de la información remitida por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

- **Datos en blanco:** la información importada tenía datos en blanco. Ello podía deberse a problemas de digitación por parte de las empresas investigadas o a problemas asociados con el proceso de importación de datos<sup>3</sup>.
- **No pertinencia:** la información remitida por BTL y Mifarma sobre las ventas en Lima presentan datos sobre ventas de locales ubicados en otros departamentos. Debido a que las bases de Lima solo deberían contener información de dicha región, se eliminaron los datos no pertinentes<sup>4</sup>. Asimismo, en la información de BTL sobre Lima se había registrado, en algunos casos, el nombre del cliente en lugar del nombre del producto, lo que no permitió identificar el producto específico referido en las transacciones. Dichos datos también fueron depurados.
- **Productos no investigados:** las bases de datos de ventas contienen información de otros productos distintos a los setenta y cinco (75) productos investigados. Estos fueron codificados de acuerdo con su nombre, concentración y presentación. La información que no correspondía a los productos investigados fue depurada de las bases de datos.

<sup>3</sup> El STATA reconoce como un dato más a los espacios en blanco que se encuentran dentro de las bases de datos en formato Excel o Documento de Texto. En estos casos, se generan datos en blanco al realizar el proceso de importación. Por ejemplo, el proceso de importación causó que la base de datos de Eckerd Lima presentara 32 datos con espacios en blanco y que no contenían información.

<sup>4</sup> Esta eliminación fue posible ya que ambas empresas proporcionaron los códigos utilizados para identificar a cada uno de sus locales, tanto en Lima como en el resto de departamentos del Perú. De esta forma, se conservó solo las observaciones que correspondían a locales de Lima. Esta información se encuentra en el escrito de Mifarma del 25 de junio de 2010 y en el escrito de BTL del 14 de julio de 2010.

## **b. Estandarización de las cantidades vendidas**

5. En segundo lugar, se calculó el precio por unidad vendida de todas las empresas investigadas a partir de un ratio que equivale al monto pagado por el cliente sobre el número de unidades vendidas.
6. Cabe señalar que la información remitida por las empresas investigadas presentaba diferencias en la forma cómo se registraron las unidades vendidas. Por ello, se efectuó un proceso de estandarización de dicho registro con el objetivo de trabajar de manera conjunta la información de ventas de todas las empresas investigadas.
7. Por otro lado, en las bases de datos las unidades vendidas se reportaban por presentación (por ejemplo cajas, blíster, entre otros), por lo que se tuvo que tomar en cuenta el número de unidades de cada presentación (por ejemplo número de pastillas, tabletas, comprimidos, entre otros) para el cálculo del precio por unidad de cada producto<sup>5</sup>.
8. Las unidades vendidas también se reportaron en decimales, en aquellos casos donde las ventas se realizaron por una fracción de la presentación (caja o tableta). En estos supuestos también se consideró el número de unidades de producto por presentación para realizar la conversión y obtener el número de unidades vendidas. Este proceso se realizó para la información remitida por BTL para Lima.

## **c. Creación de filtros**

9. En tercer lugar, se realizaron ajustes tomando en cuenta otras características observadas en la información remitida por las empresas investigadas, como por ejemplo: el registro erróneo de la información, ventas que no son destinadas al público general, y ventas adquiridas por el consumidor final pero que derivan de acuerdos comerciales entre aseguradoras y cadenas. Para considerar dichas características se crearon variables dicotómicas (variables que toman el valor de 1 si presenta la característica y 0 en otro caso) o filtro, tal como se detalla a continuación:

- **Registros erróneos:** algunos datos de las bases Eckerd Lima y Eckerd Provincias no especificaban la presentación de las unidades vendidas, lo que no permitía calcular el precio promedio por unidad de producto. Por ejemplo, algunos datos presentaban cantidades vendidas pero no informaban si la venta fue de cajas o unidades (pastillas, tabletas, entre otros) del producto. Por ello, se creó una variable que toma el valor de 1 cuando la observación

---

<sup>5</sup> En el caso de las bases de datos de Arcángel Lima, Arcángel Provincias, ByS Lima, Fasa Lima y Nortfarma Provincias se reportó una columna con la información de las ventas en número de cajas y otra con el número de unidades (si no se vendía la caja completa), utilizándose la presentación del producto para calcular las unidades vendidas cuando se reportaban cajas. En el caso de Eckerd Lima, Eckerd Provincias y Mi Farma Lima se reportaron ventas en pastillas y en blíster de 10 unidades por lo que se deben ajustar las unidades según la presentación de venta del producto. Por último, en el caso de ByS Lima, ByS Provincias, BTL Provincias y Mifarma Provincias habían productos específicos (Bismutol; Femenil y Mercilon; Bismutol; y Calcibone, respectivamente) cuya ventas se reportaban en cajas, por lo que se ajustó según la presentación de dicho producto.

presenta problemas de registro erróneo y 0 en otro caso, a la que se le denominó **filtro**.

- **Ventas que no son destinadas al público general (No ventas al público):** también se detectaron casos donde la información remitida por las empresas investigadas contenía registros de transacciones con unidades vendidas o montos pagados negativos o iguales a cero<sup>6</sup>. Adicionalmente, la información contenida en las bases BTL Lima, Fasa Lima y Mifarma Provincias tienen datos que están relacionados a notas de crédito. Asimismo, para la base de Mifarma Lima se consideraran las ventas que la cadena clasificó como consumidor final. Por último, la información de Arcángel Provincias contiene ventas de sus droguerías. Para estos casos, se ha creado una variable que toma el valor de 1 cuando la observación presenta alguno de los aspectos señalados, y 0 en otros casos. La variable se denomina **filtro1**.

Los dos filtros anteriores se crearon en las bases de Lima y de Provincias de cada una de las cadenas. Posteriormente, se juntaron ambas bases para tener una base de datos a nivel nacional para cada cadena.

- **Ventas por seguro:** en su escrito del 6 de setiembre de 2010, BTL señaló que la información de ventas remitida contenía descuentos en ciertos productos, derivados de convenios que ella había suscrito con compañías aseguradoras. Los descuentos permitían a los clientes asegurados pagar el 1%, 5% o 10% del precio al público. Tomando como referencia estos datos y para identificar estos precios descontados y excluirlos del análisis, en las bases se calculó previamente el precio al público, utilizando medidas de tendencia central del precio diario, y se eliminó aquellos valores que resultaban menores al 10% de dicho precio. Concretamente, se calculó la media, mediana, moda, moda máxima y moda mínima de los precios diarios registrados, y se generó variables filtro que toman el valor de 1 si la observación tiene un precio menor al 10% del precio diario<sup>7</sup>, y 0 si no.

10. El Cuadro 2 muestra el número de datos eliminados luego de la aplicación de los tres ajustes antes señalados. Como puede observarse, el ajuste Registro Erróneo no filtra datos en la mayoría de bases analizadas y solo en las bases de Eckerd excluye el 1.5% de las observaciones. En el caso del ajuste No Ventas al Público se filtran el 1.8% y 1.4% de los datos para Mifarma y Fasa, respectivamente, mientras que los datos filtrados no superan el 1% en los demás casos.

---

<sup>6</sup> De acuerdo al escrito de BTL del 6 de setiembre de 2010, esta situación se puede originar por efecto de los convenios corporativos que tienen las empresas aseguradoras donde el consumidor tiene la opción de pagar el 0% por un producto. En este caso, dichas transacciones se registran en el sistema de ventas con montos iguales a cero o como una nota de crédito.

<sup>7</sup> Los filtros utilizados por cada medida de tendencia central fueron: media (*filtro2\_mean\_d*), moda (*filtro2\_moda\_d*), moda mínima (*filtro2\_moda1\_d*), moda máxima (*filtro2\_moda2\_d*) y mediana (*filtro2\_med\_d*).

11. Cuando se aplica el ajuste de Ventas por Seguro, los datos filtrados no superan el 0.2% del total de datos<sup>8</sup> si se utilizan la media, la moda, la moda máxima, moda mínima o la mediana como medida de tendencia central.

**Cuadro 2**  
**Observaciones filtradas\***

	Total de observaciones	Registro erróneo		No Ventas al Público		Ventas por Seguro									
						Promedio		Moda		Moda Mín.		Moda Máx.		Mediana	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Arcángel	2,553,471	0	0.0	5,818	0.2	18	0.0	17	0.0	18	0.0	18	0.0	18	0.0
BTL	1,782,692	0	0.0	14,850	0.8	1,904	0.1	2,598	0.1	2,653	0.1	2,716	0.2	2,653	0.1
ByS	662,600	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Eckerd	3,417,098	52,150	1.5	12	0.0	50	0.0	52	0.0	52	0.0	52	0.0	52	0.0
Fasa	1,437,491	0	0.0	20,828	1.4	6	0.0	6	0.0	6	0.0	7	0.0	6	0.0
MiFarma	426,803	0	0.0	7,684	1.8	2	0.0	2	0.0	2	0.0	2	0.0	2	0.0
Nortfarma	602,232	0	0.0	8	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

\* N = número de observaciones, % = porcentaje de observaciones respecto al total.

Fuente: Información sobre ventas entregada por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

12. En conclusión, si se aplican los filtros Registro Erróneo, No ventas al público y Ventas por seguro, utilizando como medidas de tendencia central la media, la moda, la moda máxima, la moda mínima y la mediana los datos filtrados no superan el 1% del total en la mayoría de bases de datos. En el caso de las bases de Eckerd, Fasa y Mifarma, los datos eliminados fluctúan entre 1.4% y 1.8%.

#### IV. CÁLCULO DE LOS PRECIOS DIARIOS

13. Una vez depurada la información sobre ventas al público de los setenta y cinco (75) productos investigados, se procedió al cálculo de los precios diarios.
14. Al respecto, en sus descargos las cadenas señalaron una serie de argumentos en contra del uso de un precio promedio diario debido a que consideraron que no recogía de manera adecuada la variabilidad de los precios. En esa misma línea, indicaron que se debía evaluar los precios de venta al público utilizando una medida que represente adecuadamente los distintos precios observados en un día determinado, ya que las cadenas pueden comercializar varias unidades de un producto durante un mismo día, registrando varias transacciones y

<sup>8</sup> El filtro de Ventas por Seguro puede eliminar un porcentaje mayor de observaciones si se utilizan ciertas medidas de tendencia central en comparación con otras. En el caso de BTL, las diferencias entre el número de datos filtrados por las Ventas por Seguro asociados al precio promedio, precio mediana, precio moda, precio moda mínima y precio moda máxima dan resultados distintos, siendo la moda máxima la más restrictiva al eliminar un porcentaje mayor de observaciones en relación al resto de medidas de tendencia central. Por ejemplo, en el caso del producto N° 4 comercializado por BTL, si se toma como fecha de referencia el 7 de junio de 2008 se observan dos transacciones con precios de S/. 2.34 y S/. 39.21. Cuando se utiliza el filtro de Ventas por Seguro utilizando el precio promedio (S/. 20.775), la mediana (S/. 20.775) y la moda mínima (S/. 2.34) no se elimina ninguna observación. Sin embargo, si se utiliza el filtro de Ventas por Seguro con moda máxima (S/. 39.21), se filtraría la observación con precio igual a S/. 2.34 debido a que es menor que S/. 3.921 (10% de la moda máxima). Esta peculiaridad solo afecta a sesenta y tres (63) observaciones.

precios. Este precio puede ser diferente, incluso, entre locales de una misma cadena<sup>9</sup>.

15. Sobre el particular, algunas cadenas propusieron el uso del precio mínimo<sup>10</sup> para representar a la serie de precios diarios. El precio mínimo es el mínimo valor que presentaría una transacción en un día específico, dicho precio es un valor extremo no típico de la serie de precios diarios, siendo difícil de ser observado por las cadenas. En efecto, el número de transacciones con el precio mínimo solo representó el 1.5%<sup>11</sup> de las transacciones totales, porcentaje que se reduce a 0.5% si se consideran los días que tienen transacciones con distintos precios<sup>12</sup>.
16. Adicionalmente, el precio mínimo no sería un valor observado por las cadenas si se considera que la forma como realizaban el monitoreo de precios era a través de la adquisición de un bajo volumen de unidades por producto. Al respecto, el número de unidades por transacción que fueron adquiridas al precio mínimo fueron 1.34 veces<sup>13</sup> las unidades adquiridas en una transacción promedio, proporción que se incrementa a 1.51 si se consideran los días que tienen transacciones con distintos precios. Así, es posible afirmar que las transacciones realizadas con el precio mínimo corresponderían a compras de mayor volumen y no habrían formado parte del monitoreo realizado por las cadenas.
17. Teniendo en cuenta los cuestionamientos realizados por las cadenas, a efectos de hallar una medida de tendencia de central idónea para el presente caso y que sirva para observar adecuadamente el comportamiento de los precios en el período investigado, esta Comisión asumió que la medida de tendencia de central idónea sería aquella que las cadenas habrían podido observar al momento de monitorear los precios entre ellas.

---

<sup>9</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012, la medida de tendencia central que se escoja para calcular las series de precios debe pasar por un test de resistencia estadística que asegure que dicha medida no elimina la variabilidad de precios observable al interior de las cadenas.

<sup>10</sup> De acuerdo al escrito de alegatos de Fasa del 8 de junio de 2016, de Mifarma del 9 de junio de 2016 y del 27 de julio de 2016.

<sup>11</sup> Del total de 10 782 602 de transacciones, solo en 159 378 se obtuvo el precio mínimo.

<sup>12</sup> Hay días donde no se registra precios por transacción distintos en el día debido a que solo hay una transacción o porque todas las transacciones en el día tuvieron el mismo precio. Por ejemplo, en el caso de Arcángel el día 16 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas solo tuvo una transacción por lo que el precio mínimo sería igual a cualquiera de las medidas de tendencia central que se quieran calcular. Por otro lado, el día 17 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas tuvo dos transacciones por lo que el precio mínimo sería igual a cualquiera de las medidas de tendencia central que se quieran calcular.

<sup>13</sup> Por ejemplo, el día 14 de febrero de 2008 el producto N°2, Aneurin Forte Caja X100 Grageas tuvo seis transacciones en la cadena Arcángel. De las tres transacciones solo en una se registró al precio mínimo; en dichas transacciones se vendieron cuatro (4) unidades del producto que dos (2) veces de lo que se compró en el resto de transacciones.

El número 1.34 corresponde al promedio del ratio diario del volumen de cada transacción que reporta el precio mínimo con el volumen por transacción general, es decir de todas las transacciones.

18. Adicionalmente, algunas cadenas propusieron el uso de precios promedio ponderados diarios por cantidades vendidas<sup>14</sup>. El precio promedio ponderado tiene la ventaja de no ser sensible a valores extremos (*outliers*)<sup>15</sup> pues las observaciones se ajustan según la importancia que tienen en el total de unidades vendidas<sup>16</sup>. Sin embargo, este es sensible a la exactitud del ponderador, el cual representa la importancia de cada observación<sup>17</sup>, por lo que si el ponderador presenta errores de medida puede llevar a sesgos importantes en el cálculo del valor medio de la serie de precios.
19. Por otro lado, se debe considerar que una cadena para obtener el precio promedio ponderado de sus competidores habría requerido realizar un censo diario de las ventas o, en su defecto, un muestreo representativo de las distintas ventas (cantidades y precios) diarias por cada uno de los productos y por cada cadena competidora. Para realizar este muestreo representativo, las cadenas habrían necesitado conocer las cantidades vendidas en cada transacción realizada por cada una de sus competidoras de manera diaria y el precio asociado a cada una de estas transacciones para así poder construir adecuadamente los ponderadores necesarios para el cálculo del precio.
20. A ello se suma que, de acuerdo con las empresas investigadas, las cantidades vendidas de un producto por cadena variaban de manera considerable, aspecto que haría más costoso el seguimiento de las cantidades vendidas<sup>18</sup>. De esta manera, la recopilación de la información requerida para el cálculo de un precio promedio ponderado diario habría sido muy costosa para las empresas investigadas, por lo que no sería aplicable en la práctica y, por ende, resulta improbable que haya sido un mecanismo utilizado por las empresas investigadas para monitorear el precio de sus competidoras. Por este motivo, el precio promedio ponderado diario no se considera como medida de tendencia central de los precios diarios en el presente análisis.
21. Además del precio promedio ponderado, existen otras medidas de tendencia central, siendo las más conocidas la media, la mediana y la moda<sup>19</sup>. La media diaria o el precio promedio diario es igual a la suma de los precios cobrados en

---

<sup>14</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012 y el escrito de descargos de Arcángel del 14 de mayo de 2014.

<sup>15</sup> Un *outlier* (valor extremo) es una observación que se desvía notablemente de los demás miembros de la muestra en la que se produce. Ver: EVERITT, B. *The Cambridge Dictionary of Statistics*. Cambridge University Press, segunda edición, 2002, página 274.

<sup>16</sup> Por ejemplo, si se venden 10 unidades de un producto a un precio de 10 soles cada uno y luego se vende una unidad del mismo producto a un precio de 15 soles, el promedio ponderado se obtendría multiplicando cada precio por la participación de las ventas que representan. Así, se tiene un precio ponderado de  $10 * \frac{10}{10+1} + 15 * \frac{1}{10+1} = 10.45$  soles.

<sup>17</sup> Ver: HALLEY, Robert. *Measures of Central Tendency, Location, and Dispersion in Salary Survey Research*, En: *Compensation & Benefits Review*, Sage Publications 2004, página 43.

<sup>18</sup> Según el informe de Apoyo Consultoría presentado por Mifarma como Anexo 3 a su escrito de descargos del 24 de octubre de 2012.

<sup>19</sup> WEISBURD, David y BRITT, Chester. *Statistics in Criminal Justice*, Springer, 2007.

todas las transacciones de un producto dividido entre el número de transacciones en el día. Dicha medida tiene la ventaja de ser fácil de calcular. Sin embargo, es sensible a valores *outlier* y a la asimetría de la distribución de los datos<sup>20</sup>.

22. La mediana diaria o el precio mediana diario refleja el punto central de la distribución de los precios de todas las transacciones de un producto en un día. La mediana tiene la ventaja de ser más estable y robusta respecto a la media ante la presencia de valores *outlier*<sup>21</sup>, siendo preferible a la media en muestras pequeñas<sup>22</sup>.
23. Por último, la moda diaria o el precio modal diario es el valor más frecuente en la distribución de los precios de las transacciones de un producto en un día. Su principal ventaja es que no es afectada por valores *outliers* y da como resultado el precio con la mayor probabilidad en la distribución<sup>23</sup>. Sin embargo, cuando existe más de un valor que se repite constantemente en la distribución, no puede determinarse un solo precio moda.
24. En aquellos casos en los que se identificó que las series de precios eran multimodales, se calculó el precio modal mínimo y precio modal máximo. El precio moda máximo es el mayor valor que se obtenga como moda, mientras que el precio moda mínimo es el menor valor. Si bien las aproximaciones de precio moda máximo y mínimo permiten tener una solución práctica al problema de las múltiples modas de la serie, no existe un sustento teórico que permita discernir adecuadamente cuál de estas aproximaciones es mejor utilizar.
25. Por ello, en el caso que las series de precios sean multimodales, se considera que el precio promedio (aunque este no se va utilizar en el presente caso) y la mediana reflejarían mejor el valor medio de la distribución<sup>24</sup>.
26. Si bien existen distintas medidas de tendencia central se debe considerar aquellas medidas que posean un mayor poder estadístico<sup>25</sup>. Al respecto, la presencia de *outliers* en los datos afecta en gran medida al poder estadístico ya que pequeños cambios en la distribución pueden incrementar fuertemente la varianza<sup>26</sup>. Por ello, se evaluó la sensibilidad de las medidas de tendencia

---

<sup>20</sup> OECD, Guidelines for Micro Statistics on Household Wealth, 2013, página 164. DEATON, Angus. *The Analysis of Household Surveys A Microeconomic Approach to Development Policy*, 1997, World Bank, pag 59.

<sup>21</sup> Ídem.

<sup>22</sup> GLOUDEMANS, Robert. *An Empirical Evaluation of Central Tendency Measures*. En: *Assessment Journal*, enero de 2000, página 1.

<sup>23</sup> Al ser el precio moda aquel que se repite con mayor frecuencia en un período determinado, este pudo haber sido observado con mayor facilidad por las empresas investigadas al momento de efectuar sus monitoreos.

<sup>24</sup> HALLEY, Robert, *Op. Cit.*, página 48.

<sup>25</sup> El poder estadístico es la probabilidad de rechazar la hipótesis nula (en este caso de igualdad al valor poblacional) cuando esta es verdadera. Ver: EVERITT, B., *Op. Cit.*, página 294.

<sup>26</sup> WILCOX, Rand, *Introduction to Robust Estimation and Hypothesis Testing A volume in Statistical Modeling and Decision Science*, Academic Press, tercera edición, 2011, página 23.

central mencionadas a la presencia de valores *outliers* analizando la dispersión de los datos alrededor de la medida evaluada usando la varianza o la desviación estándar<sup>27</sup> y la robustez de la medida ante valores *outliers*.

27. La dispersión se evaluó a partir del coeficiente de variación. En términos generales, el coeficiente de variación indica la magnitud de la desviación estándar de un grupo de datos con relación al valor medio<sup>28</sup> y se calcula con el ratio entre ambos<sup>29</sup>. La principal ventaja del coeficiente de variación es que no es sensible a la escala de medida<sup>30</sup> (o al nivel de precios en nuestro caso), permitiendo la comparación entre distribuciones o medidas de tendencia central<sup>31</sup>. Se estima que un coeficiente de variación inferior al 10% implica que un indicador es una buena aproximación de su verdadero valor poblacional<sup>32</sup>.
28. En este sentido, primero se calcularon los precios promedio, mediana, modal, modal máximo y modal mínimo, diario por producto y por cadena de boticas y farmacias. Luego se calculó la desviación estándar diaria alrededor de cada una de estas medidas de tendencia central<sup>33</sup>. Por último, se calculó el ratio entre la desviación y la medida de tendencia<sup>34</sup>.

---

<sup>27</sup> La varianza es una medida que indica la variabilidad de los datos alrededor de una medida de tendencia central (usualmente la media). La varianza es igual al promedio de la diferencia entre las observaciones y la medida de tendencia central al cuadrado. La varianza otorga mayor importancia a las diferencias más grandes debido a que las eleva al cuadrado. Por su parte, la desviación estándar viene a ser la raíz cuadrada de la varianza. Ver: SINGH, Kular 2007, *Quantitative Social Research Methods*, Sage Publications Inc, California, página 144.

<sup>28</sup> WEISBERG, Herbet. *Central Tendency and Variability*. En: *Sage University paper series. Quantitative Applications in the Social Sciences*, Newbury Park, California, 1991, páginas 7 a 83.

<sup>29</sup> Ver: EVERITT, B., *Op. Cit.*, página 78.

<sup>30</sup> AHMED, S., *A Pooling Methodology for Coefficient of Variation*, En: *Sankhya: The Indian Journal of Statistics*, volumen 57, Series B, 1995, páginas 57 a 75.

<sup>31</sup> La comparación no sería posible con la desviación estándar ya que esta es una medida sensible a la escala o nivel del precio que se está evaluando. Por ejemplo, si se considera el precio promedio de dos productos, «X» e «Y», igual a 40 soles con una desviación estándar de 10 soles y 1 sol con una desviación estándar de 0.5 soles, respectivamente, se podría decir que el producto «X» tiene mayor dispersión si solo se comparan sus desviaciones estándar (10>0.5). No obstante, si se calculan sus coeficientes de variabilidad, es decir, el ratio entre la desviación estándar y el precio promedio, se tendría para «X»=10/40=25% y para «Y»=0.5/1=50%, con lo que se puede notar que el producto «Y» es más disperso que el producto «X» (50%>25%), pues sus desviaciones representan un 50% del valor promedio en comparación del 25% que representan para el producto «X».

<sup>32</sup> SINGH, Kular, *Loc. Cit.*

<sup>33</sup> La fórmula matemática para el cálculo de la desviación estándar es  $\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$  donde n es el número de datos,  $x_i$  es una observación y  $\bar{x}$  es el promedio de las observaciones; la desviación que calcularemos tomará la forma  $\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}_j)^2}{n-1}}$  donde ahora  $\bar{x}_j$  puede ser el valor promedio, mediano, modal, modal máximo o modal mínimo. Una comparación entre medidas de tendencia respecto a la desviación alrededor de cada medida se encuentra en: RANA, Sohel, SIRAJ-UD-DOULAH, Habshah MIDI y A. IMON. *Decile Mean: A New Robust Measure of Central Tendency*. En: *Chiang Mai Journal of Science*, 2012, 39(3), página. 482.

<sup>34</sup> La información diaria de los setenta y cinco (75) productos durante los años 2008 y 2009 para las siete cadenas de farmacias equivalen a trescientos treinta y un mil ciento ochenta y tres (331,183) observaciones.

29. En el Cuadro 3 se presenta el porcentaje de días (o veces) donde el coeficiente fue menor al 5%, estuvo en los rangos 5%-10%, 10%-15%, 15%-20% y fue superior al 20%, para cada medida de tendencia central. Como se puede observar, el precio promedio diario es la medida menos dispersa al tener una mayor cantidad de datos con una dispersión menor al 5%<sup>35</sup> (79.2%) que el resto de medidas, seguido por los precios mediana diario y modal con una dispersión de 77.7% cada uno. Por otro lado, el precio promedio diario tiene una menor cantidad de datos con coeficientes de variación por encima del 20% (1.6%) respecto al resto de medidas, seguido por el precio mediana diario (2.3 %). En ese sentido, el precio promedio diario concentra la mayor de cantidad de datos con una dispersión baja (menor al 5%) y la menor cantidad de datos con una dispersión alta (mayor al 20%), seguido por el precio mediana diario.

**Cuadro 3**  
**Resultados del análisis del Coeficiente de Variación\***

	<b>Promedio</b>	<b>Moda</b>	<b>Moda Mínima</b>	<b>Moda Máxima</b>	<b>Mediana</b>
<b>Observaciones</b>	305,642	283,599	305,660	305,632	305,642
<b>Missing*</b>	25,541	47,584	25,523	25,551	25,541
<b>Hasta 5%</b>	79.2%	77.7%	76.1%	76.2%	77.7%
<b>Hasta 10%</b>	11.6%	11.6%	12.3%	12.4%	11.7%
<b>Hasta 15%</b>	5.2%	5.5%	5.6%	5.6%	5.6%
<b>Hasta 20%</b>	2.4%	2.6%	2.8%	2.8%	2.7%
<b>Más de 20%</b>	1.6%	2.7%	3.2%	2.9%	2.3%
<b>Máximo Coeficiente</b>	220.1%	1384.1%	2153.5%	1384.1%	1343.5%

\* Los datos *Missing* comprenden los días donde solo se tiene una venta, por lo que no se puede calcular la desviación estándar. En el caso del precio moda, se incluyó también la información perdida en aquellos casos en los que las series de precios son multimodales. Adicionalmente, y como se mencionó líneas arriba, la moda mínima restringe menos datos con el filtro por seguro por lo que tiene más observaciones para el cálculo de la desviación estándar. Se muestran los porcentajes de datos diarios que tienen un coeficiente de variación menor o igual al monto referido.

Fuente: Información sobre ventas entregada por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

30. Adicionalmente, para determinar el indicador más robusto se consideró el siguiente procedimiento. En primer lugar, se calculó la sensibilidad de las medidas de tendencia central utilizando muestras restringidas mediante el método *trimming*<sup>36</sup>. En cada muestra se descartó un rango determinado de precios. Así, en la primera muestra se descartaron los precios que estaban por debajo del percentil 5 y por encima del percentil 95; en la segunda, los precios que estaban por debajo del percentil 10 y por encima del percentil 90; y en la tercera, los precios que estaban por debajo del percentil 15 y por encima del

<sup>35</sup> De los trescientos cinco mil seiscientos cuarenta y dos (305,642) datos que existen, el precio promedio tiene 241, 460 datos que poseen un coeficiente de variación menor al 5%, lo que nos da el 79.2% de los datos. Cuando se mencione un porcentaje de datos durante el análisis del coeficiente de variabilidad se estará haciendo el mismo procedimiento que en este caso.

<sup>36</sup> El método *trimming* requiere la eliminación de algunos valores de un conjunto de datos original. Si es muy probable que una serie de datos incluya valores *outliers*, la eliminación de algunos valores de las colas de la distribución dará lugar a una mejor estimación de la tendencia central que en el caso de análisis de todo el conjunto de datos. Ver: WILCOX, Rand, *Op. Cit.*, página 55.

percentil 85<sup>37</sup> 38. En segundo lugar, se calcularon las diferencias de los valores de las medidas obtenidas sin restringir la muestra y los valores obtenidos con el método *trimming*. Se consideró que la medida de tendencia central más robusta era aquella que registraba las menores diferencias.

31. En el Cuadro 4 se muestran los resultados del análisis de robustez. Si se considera los casos donde las restricciones de la muestra no afectan el cálculo de las medidas de tendencia central (es decir, que la medida de tendencia central calculada con la totalidad de datos es igual a aquella calculada con la muestra reducida), se observa que el precio moda diario es la medida más robusta al registrar entre 79.9%<sup>39</sup> y 79.4% de los casos donde el valor de la moda se mantiene invariable. Sin embargo, la moda genera un mayor número de datos *missing* a medida que la restricción impuesta a la muestra se vuelve mayor, distorsionando los resultados. La pérdida de datos afecta la comparabilidad de la moda respecto al resto de medidas de tendencia central.

**Cuadro 4**  
**Resultados del análisis de robustez**

		Promedio	Moda	Moda Mínima	Moda Máxima	Mediana
Quitando precios sobre el percentil 95 y debajo del percentil 5	Observaciones	331,183	298,669	331,183	331,183	331,183
	Missing	0	32,514	0	0	0
	Iguales	57.3%	79.9%	76.5%	76.1%	78.3%
	Hasta 1%	24.2%	7.4%	8.5%	8.9%	8.8%
	Hasta 2%	6.6%	1.6%	1.9%	2.0%	2.2%
	Hasta 3%	3.4%	1.7%	1.9%	1.9%	2.0%
	Hasta 4%	1.9%	1.3%	1.6%	1.6%	1.4%
	Hasta 5%	1.3%	0.8%	1.0%	0.9%	0.8%
Quitando precios sobre el percentil 90 y debajo del percentil 10	Más de 5%	5.3%	7.2%	8.7%	8.4%	6.5%
	Observaciones	331,183	298,243	331,183	331,183	331,183
	Missing	0	32,940	0	0	0
	Iguales	62.2%	79.4%	75.7%	75.4%	79.2%
	Hasta 1%	20.4%	7.9%	9.1%	9.5%	8.7%
	Hasta 2%	6.3%	1.9%	2.1%	2.3%	2.2%
	Hasta 3%	3.3%	1.7%	2.0%	2.0%	1.9%
	Hasta 4%	1.9%	1.3%	1.5%	1.6%	1.3%
Quitando precios sobre el percentil 85	Hasta 5%	1.2%	0.8%	1.0%	0.9%	0.7%
	Más de 5%	4.5%	7.1%	8.5%	8.3%	5.9%
	Observaciones	331,183	298,237	331,183	331,183	331,183
Quitando precios sobre el percentil 85	Missing	0	32,946	0	0	0
	Iguales	67.1%	79.8%	76.0%	75.7%	81.0%

37 Por ejemplo, si se tiene una serie de 10 ventas del producto «X» en un día determinado con precios de 10, 10, 10, 11, 11, 11, 12, 12, 13, 15 se tendría un promedio de 11.5. En la primera muestra se descartan los precios que están por debajo del percentil 5 y por encima del percentil 95 que son 10 y 13.2 respectivamente, de esta forma la serie quedaría 11, 11, 11, 12, 12, 13 y el precio promedio sería 11.67. La segunda y tercera muestra se obtiene de manera similar.

38 La distribución diaria de la información es heterogénea. El procedimiento señalado puede eliminar todos los precios observados en el día en los casos donde existe una sola venta, varias ventas con un mismo precio o varias ventas con dos precios diferentes. En estas situaciones no existen valores extremos y las medidas señaladas tienden a dar resultados parecidos. Por ello, en dichos casos no se aplicó el procedimiento y se mantuvo el resultado que mostraron sobre el cálculo del valor de tendencia central.

39 De los doscientos noventa y ocho mil seiscientos sesenta y nueve (298,669) datos que presenta el precio moda diario, existen doscientos treinta y siete mil ochocientos cuatro (237,804) datos que no cambiaron cuando se hizo la reducción de la muestra, quitando precios sobre el percentil 95 y debajo del percentil 5, lo que nos da el 79.9% de los datos. Como se puede ver, este porcentaje es sobre el total de observaciones que tiene el precio moda y no sobre el total de observaciones que presentan las demás medidas.

<b>y debajo del percentil 15</b>	<b>Hasta 1%</b>	17.2%	8.2%	9.7%	9.9%	8.5%
	<b>Hasta 2%</b>	5.8%	1.9%	2.2%	2.3%	2.1%
	<b>Hasta 3%</b>	3.0%	1.6%	1.9%	1.9%	1.8%
	<b>Hasta 4%</b>	1.8%	1.2%	1.5%	1.5%	1.1%
	<b>Hasta 5%</b>	1.2%	0.8%	1.0%	1.0%	0.7%
	<b>Más de 5%</b>	3.8%	6.5%	7.8%	7.7%	4.9%

Fuente: Información sobre ventas entregada por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

32. Si se excluye la moda como medida de tendencia central por lo señalado en el punto anterior, se observa que el precio mediana diario es la medida más robusta ya que entre el 78.3%<sup>40</sup> y el 81.0% de las observaciones no presentan cambios ante las restricciones en la muestra.
33. Adicionalmente, si se consideran los casos donde las diferencias entre la medida de tendencia central de la muestra total y de las muestras restringidas no superan el 2%, se observa que el precio mediana y el precio promedio tienen los mejores resultados registrando entre 89.3% y 91.5% y entre 88.2% y 90.1% de valores que no superan dicha diferencia, respectivamente.
34. Por último, en el Cuadro 5 se compara el precio promedio diario con el precio mediana diario y el precio mediana diario con el precio modal diario, considerando los ratios entre estos indicadores. Como se observa, solo un 38.0%<sup>41</sup> de los datos muestran un precio promedio diario igual al precio mediana diario y un 7% muestran una diferencia superior al 5%. Por otro lado, el 88.8% de los datos muestra un precio mediana diario igual al precio modal diario y un 2.7%, una diferencia superior al 5%. Es decir, los precios mediana diarios tienden a ser más simétricos respecto a los precios moda diarios que en relación a los precios promedio diarios.

**Cuadro 5**  
**Comparación entre Promedio, Moda y Mediana**

<b>Diferencia entre Mediana y Promedio - Moda</b>		
	<b>Promedio/Mediana</b>	<b>Mediana/Moda</b>
<b>Observaciones</b>	331,183	309,122
<b>Missing</b>	0	22,061
<b>Iguales</b>	38.0%	88.8%
<b>Hasta 1%</b>	34.0%	5.3%
<b>Hasta 2%</b>	10.5%	1.2%
<b>Hasta 3%</b>	5.1%	0.8%
<b>Hasta 4%</b>	3.2%	0.7%
<b>Hasta 5%</b>	2.2%	0.5%
<b>Más de 5%</b>	7.0%	2.7%

40 De los trescientos treinta y un mil ciento ochenta y tres (331,183) datos que existen, el precio mediana presenta doscientos cincuenta y ocho mil cuatrocientos noventa y ocho (258,498) datos que no cambiaron cuando se hizo la reducción de la muestra, quitando precios sobre el percentil 95 y debajo del percentil 5, lo que nos da el 78.3% de los datos. Cuando se mencione un porcentaje de datos durante el análisis de robustez, se estará refiriendo al porcentaje de datos que no cambiaron cuando se redujo la muestra.

41 El precio promedio diario y mediana diario tienen trescientos treinta y un mil ciento ochenta y tres (331,183) datos. Al hacer el ratio entre el precio promedio diario y el precio mediana diario se obtuvo un resultado de 1 (es decir, que son iguales) en ciento veinticinco mil setecientos dos (125,702) datos, lo que representa un 38.0%.

Fuente: Información sobre ventas entregada por las empresas investigadas en respuesta a requerimientos de información.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

35. Del análisis anterior se pueden extraer las siguientes conclusiones. El precio moda diario presenta buenos resultados respecto a la robustez al tener menos cambios ante reducciones de la muestra. Sin embargo, el precio moda diario genera la pérdida de una gran cantidad de datos (6.7% inicialmente y sube hasta 11.0% con la muestra restringida) en comparación con el precio promedio diario o el precio mediana. La pérdida de datos se debe a la característica multimodal de las series analizadas, por lo que no sería adecuado utilizar a la moda como medida de tendencia central. Los resultados obtenidos con la moda cambian al analizar la moda máxima o moda mínima, medidas que buscan enfrentar el problema de pérdidas de datos de las series multimodales. Los precios moda máxima y moda mínima son medidas con mayor dispersión y menor robustez respecto al precio moda. Sin embargo, como se señaló, no hay un criterio adecuado para elegir alguna de las dos medidas como aproximación al precio moda diario.
36. El precio promedio diario es la medida con menor dispersión, registrando el menor coeficiente de variación de las medidas analizadas seguido por el precio mediana diario. Asimismo, si excluimos al precio modal diario, el precio mediana diario es la medida más robusta pues tiene el menor número de datos que permanecen invariables ante restricciones de la muestra y el precio promedio diario se ubica en último lugar en robustez.
37. Adicionalmente, el precio promedio diario y precio mediana diario difieren en gran medida debido a que solo un 38.0% de los datos son similares. Por otro lado, el precio mediana diario no difiere en la mayoría de los casos respecto al precio moda diario siendo iguales en el 88.8% de los casos.
38. El uso de la moda puede tener beneficios adicionales como medida de los precios que habrían sido observadas y monitoreadas por las empresas investigadas. Al ser el precio más recurrente en el día, registra transacciones que efectivamente fueron realizadas a diferencia de lo que puede pasar con otras medidas como el precio mediana o el precio promedio. Además, al ser el valor más recurrente, podría haber sido utilizado con mayor facilidad por las cadenas en la actividad de monitoreo de precios de la competencia.
39. Sin embargo, la moda elimina un porcentaje importante de datos debido a la multimodalidad, el cual alcanza el 6.7% de los datos. Inclusive, el porcentaje de datos eliminados alcanzan el 46% cuando se analiza a nivel de producto y empresa investigada, lo que ocurre en el caso de las ventas del producto N° 56 realizadas por Mifarma. La característica multimodal generaría dificultades a las cadenas al momento de monitorear los precios del mercado ya que no tendrían una única medida. Además, como hemos visto en el análisis anterior, la moda mínima y máxima no presentan buenos resultados siendo medidas más dispersas y menos robustas que la mediana. En ese caso, las cadenas podrían optar por utilizar otra medida que refleje el valor promedio de estas, por ejemplo la mediana.

40. En efecto, la medida de tendencia central con mejores resultados fue el precio mediana diario. Adicionalmente, tiene la ventaja de ser similar al precio modal lo que significaría que esta medida registra transacciones efectivamente realizadas en el mercado en la mayoría de los casos. Además, como se indicó líneas arriba, la mediana registraría el valor intermedio de la distribución de datos y en el caso multimodal sería un valor intermedio de las modas. Este resultado sería semejante a calcular el promedio de las modas en caso de que se obtenga más de una moda en el monitoreo de precios.
41. En suma, la moda no se considera como medida de tendencia central adecuada por la pérdida de datos que genera. El precio mediana diaria muestra mejores resultados en comparación con las demás medidas al ser la medida más robusta y la segunda medida con menor dispersión. Adicionalmente, el precio mediana y el precio moda son similares en más del 88% de los casos, lo que permite inferir que el precio mediana corresponde a transacciones efectivamente realizadas en el día.
42. Por todo lo expuesto, esta Comisión considera que el precio mediana diario es la medida de tendencia central idónea para el análisis de precios, pues es menos sensible a los valores extremos (mayor robustez), obtiene buenos resultados en la dispersión y representa en mayor medida transacciones efectivamente realizadas en el mercado. Asimismo, la mediana, en general, es una medida que tiene la ventaja de ser más estable y robusta respecto a la media ante la presencia de valores *outlier*.

## ANEXO 5

### Cálculo de la multa

Como se mencionó en la Sección VII de la Resolución, para el cálculo de la multa es necesario conocer cuatro elementos importantes, estos son (i) la duración del acuerdo de precios, (ii) el precio concertado, que corresponde al promedio del precio mediana diario durante el tiempo que duró la práctica colusoria; (iii) el precio antes de la concertación, que corresponde al promedio del precio mediana una semana antes del inicio de la práctica colusoria; y (iv) la cantidad de unidades vendidas durante el periodo colusorio.

#### I. DURACIÓN DEL ACUERDO DE PRECIOS

1. A continuación, se detalla el procedimiento seguido para el cálculo de la duración de los incrementos de precios, que es uno de los elementos necesarios para el cálculo de la multa.
2. Para poder determinar la duración del incremento conjunto de precios, es necesario conocer la fecha en la que cada cadena incrementó sus precios y la fecha en la que dicho incremento culmina. Como se señaló en la Resolución, uno de los criterios utilizados por esta Comisión al momento de determinar qué empresas participaron de los incrementos conjuntos de precios es que se haya aplicado un precio igual o superior al nivel fijado en las comunicaciones. Por ello, se asumió que una empresa incumplió el acuerdo cuando redujo sus precios de manera significativa luego del inicio del mismo.
3. En la sección 6.3 de la Resolución se determinan las fechas en las que se llevarían a cabo los incrementos de precios, el periodo de ajuste y el nivel de precios relacionado al acuerdo de precios. En dicha sección se determinó las fechas específicas de incrementos de precios para cada cadena en los productos materia de concertación. En el Cuadro 1 se muestran dichas fechas.

**Cuadro 1**  
**Fechas de incremento de precios**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008			03/09/2008
3	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008			01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
4	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		
	01/09/2008	30/08/2008		02/09/2008		07/09/2008
12	01/02/2008	01/02/2008	31/01/2008			
	01/09/2008	31/08/2008	07/09/2008	02/09/2008		04/09/2008
16	01/02/2008	31/01/2008	01/02/2008			01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008		02/09/2008		02/09/2008
17	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008		01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
24	05/03/2009	04/03/2009	07/03/2009	05/03/2009		
25	05/03/2009	04/03/2009	07/03/2009	05/03/2009		
27	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
28	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
29	20/03/2009	21/03/2009	22/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
30	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
31	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009		20/03/2009	
36	19/12/2008	16/12/2008	19/12/2008	Constante*		
41	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	07/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
42	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		01/02/2008
	01/09/2008	01/09/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
43	01/02/2008		01/02/2008			01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
44	01/02/2008	03/02/2008	01/02/2008	05/02/2008		01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	03/09/2008		04/09/2008
45	01/02/2008	02/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		
	01/09/2008	01/09/2008		02/09/2008		03/09/2008
48	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
49	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
50	20/03/2009	20/03/2009	22/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
51	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
52	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009		20/03/2009	
58	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		01/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
61	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
62	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
63	20/03/2009		21/03/2009		20/03/2009	
64	20/03/2009	20/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
65	20/03/2009	21/03/2009	21/03/2009	20/03/2009	20/03/2009	
67	01/02/2008	08/02/2008		30/01/2008		
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
68	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		02/02/2008
	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008	02/09/2008		03/09/2008
70	01/09/2008	30/08/2008	09/09/2008			03/09/2008
71	01/02/2008	01/02/2008	01/02/2008	02/02/2008		
	01/09/2008	30/08/2008	06/09/2008	02/09/2008		02/09/2008
74	01/02/2008	02/02/2008	31/01/2008			
	01/09/2008	01/09/2008	10/09/2008			
75	28/01/2009	28/01/2009			06/02/2009	

\*Como se detalló en la Resolución, Fasa no incrementó su precio en este producto; sin embargo, su conducta estuvo orientada a que las demás empresas que estaban involucradas en el acuerdo incrementen sus precios hasta alcanzar un nivel igual al que ella tenía.

\*\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

- Para identificar la fecha final del incremento de precios se consideró solo las series de precios de venta al público, debido a que las comunicaciones no hacen referencia a la fecha final del incremento. Para ello, se consideró que el incremento conjunto de precios culminó cuando se verificó una reducción de precios conjunta estadísticamente significativa en las series de precios. Específicamente, se realizó una prueba estadística que permitió identificar las fechas donde estas reducciones o quiebres significativos en la serie de precios se produjeron. Se consideró además que las reducciones de precios debían darse por debajo del nivel fijado en las comunicaciones pues, como se

mencionó, la concertación realizada entre las cadenas comprendía precios mínimos.

5. Se utilizó la prueba de Andrews para probar la existencia de un quiebre endógeno en la serie<sup>1</sup>, es decir, un cambio significativo en la serie en una fecha que no es conocida a priori. Específicamente, la prueba estima de manera recursiva la siguiente ecuación para probar la existencia de un quiebre en intercepto:

$$P_t = \beta_0 + \beta_1 T_t + \beta_0' D_t + \varepsilon_t$$

6. En esta ecuación, la variable  $P_t$  representa a la serie de precios de cada producto para cada cadena que será el precio mediana diario nominal,  $T_t$  es la tendencia que siguen los precios a través de tiempo,  $D_t$  es variable dicotómica que tomará el valor de 0 antes de una fecha determinada y 1 para el periodo siguiente, y  $\beta_i$  es el coeficiente asociado al intercepto y la tendencia de la serie. La ecuación permite detectar la presencia de un quiebre en intercepto mediante una prueba estadística para la significancia de  $\beta_0'$ , es decir, que el intercepto de la serie era diferente luego de la fecha en la que finalizó el acuerdo.
7. Aunque la prueba de Andrews resulta útil para el presente caso, esta se circunscribe a determinar el quiebre más significativo, el cual podría estar asociado a un incremento o una reducción del precio debido a que la serie de precios de los productos muestra un comportamiento fluctuante en el periodo de 2008 y 2009.
8. Por ello, en la medida que se requiere identificar las fechas en las que cada cadena redujo sus precios de manera significativa, se especificó un periodo para realizar la prueba de Andrews. Dicho periodo tiene como fecha de inicio la fecha en que cada cadena incrementó los precios, según lo señalado en el Cuadro 1 y como fecha final tres meses después de la posible fecha en la que habría una reducción de precios. Las posibles fechas de reducción de precios se obtienen a partir de la primera reducción de precios, posterior a la fecha de inicio, que se mantiene por más de un día a un nivel inferior al precio fijado por el acuerdo colutorio. Dichas fechas se presentan en el Cuadro 2. Se asumió que la fecha final del periodo de análisis equivalía a tres meses posteriores a la posible fecha de reducción de precios para poder evaluar si existió un quiebre de precios más significativo en una fecha posterior.

[Continúa en la siguiente página]

---

<sup>1</sup> ANDREWS, Donald, *Tests for Parameter Instability and Structural Change With Unknown Change Point*, *Econometrica*, Volume 61, N° 4, 1993 páginas 821 a 856.

**Cuadro 2**  
**Posibles fechas de fin de los incrementos de precios**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009			26/09/2008
3	01/02/2008	29/08/2008	31/05/2008			31/07/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	31/12/2009		26/11/2009
4	01/02/2008	29/08/2008	01/05/2008	12/02/2008		
	01/09/2008	31/12/2009		30/01/2009		31/12/2009
12	01/02/2008	29/08/2008	30/05/2008			
	01/09/2008	31/12/2009	06/05/2009	18/05/2009		31/12/2009
16	01/02/2008	31/08/2008	14/04/2008			01/09/2008
	01/09/2008	31/12/2009		31/12/2009		28/11/2008
17	01/02/2008	10/04/2008	13/04/2008	22/06/2008		26/03/2008
	01/09/2008	31/12/2009	05/02/2009	27/03/2009		31/12/2009
24	05/03/2009	30/09/2009	20/03/2009	25/04/2009		
25	05/03/2009	17/04/2009	20/03/2009	25/04/2009		
27	20/03/2009	11/12/2009	17/04/2009	28/05/2009	16/06/2009	
28	20/03/2009	27/04/2009	21/04/2009	29/04/2009	16/06/2009	
29	20/03/2009	07/04/2009	13/04/2009	29/05/2009	07/04/2009	
30	20/03/2009	17/06/2009	02/04/2009	26/05/2009	16/06/2009	
31	20/03/2009	28/03/2009	13/04/2009		17/06/2009	
36	19/12/2008	19/12/2008	22/12/2008			
41	01/02/2008	29/08/2008	23/05/2008	31/08/2008		10/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	01/01/2009	14/11/2009		20/01/2009
42	01/02/2008	28/08/2008	21/05/2008	17/06/2008		01/09/2008
	01/09/2008	31/12/2009	16/04/2009	27/03/2009		20/05/2009
43	01/02/2008		30/05/2008			02/09/2008
	01/09/2008	31/12/2009	20/10/2008	04/04/2009		20/02/2009
44	01/02/2008	25/08/2008	16/04/2008	01/09/2008		19/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	12/05/2009	21/11/2009		24/06/2009
45	01/02/2008	31/08/2008	19/04/2008	31/08/2008		
	01/09/2008	31/12/2009		15/07/2009		06/08/2009
48	20/03/2009	16/04/2009	01/04/2009	02/04/2009	07/04/2009	
49	20/03/2009	21/04/2009	01/04/2009	21/05/2008	07/04/2009	
50	20/03/2009	16/04/2009	31/03/2009	02/04/2009	16/04/2009	
51	20/03/2009	26/11/2009	02/04/2009	09/04/2009	06/04/2009	
52	20/03/2009	25/04/2009	21/04/2009		31/12/2009	
58	01/02/2008	29/08/2008	23/05/2008	18/06/2008		27/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	12/05/2009	29/05/2009		20/05/2009
61	20/03/2009	22/04/2009	26/04/2009	14/04/2009	12/06/2009	
62	20/03/2009	21/04/2009	03/05/2009	16/05/2009	11/06/2009	
63	20/03/2009		31/03/2009		11/06/2009	
64	20/03/2009	21/04/2009	20/04/2009	09/04/2009	08/04/2009	
65	20/03/2009	17/04/2009	13/04/2009	11/04/2009	11/06/2009	
67	01/02/2008	09/02/2008		01/09/2008		
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	31/12/2009		31/12/2009
68	01/02/2008	01/09/2008	23/05/2008	02/07/2008		26/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	14/04/2009		31/12/2009
70	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009			31/12/2009
71	01/02/2008	01/09/2008	23/07/2008	01/09/2008		
	01/09/2008	31/12/2009	15/09/2008	04/07/2009		31/12/2009
74	01/02/2008	15/04/2008	17/04/2008			
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009			
75	28/01/2009	19/04/2009			02/07/2009	

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

9. La prueba de Andrews estima de manera recursiva la ecuación propuesta en el numeral 5 un número de veces igual al 70% de los datos que se tienen.

En la primera estimación se creó la variable  $D_t$ , con valores iguales a 0 cuando la fecha era menor a la fecha que acumulaba el 15% de los datos iniciales y valores iguales a 1 en cualquier otro caso. Luego, se estimó la ecuación y se realizó una prueba para la significancia estadística de  $\beta_0'$  conservando el resultado de dicha prueba.

Para la segunda estimación se creó nuevamente una variable  $D_t$ , con valores iguales a 0 cuando la fecha era menor a la fecha que acumulaba el 15% más uno de los datos iniciales y valores iguales a 1 en cualquier otro caso. De la misma forma, luego se estimó la ecuación y se realizó una prueba para la significancia estadística de  $\beta_0'$  conservando el resultado de dicha prueba.

Este procedimiento se realizó hasta que en la última estimación se creó la variable  $D_t$  con valores iguales a 0 cuando la fecha era menor a la fecha que acumulaba el 85% de los datos iniciales y valores de 1 en cualquier otro caso. Luego se estimó la ecuación y se realizó una prueba para la significancia estadística de  $\beta_0'$  conservando el resultado de dicha prueba. Se consideró que la fecha en la que existió un quiebre significativo era aquella que obtenía el mayor valor de la prueba de significancia, este valor fue comparado con los valores críticos de Andrews para determinar su significancia<sup>2</sup>.

10. Como se puede ver en el Cuadro 2, existen posibles fechas de término del acuerdo iguales al último dato del periodo analizado (31 de diciembre de 2009). En estos casos no se realizó la prueba de Andrews debido a que no existe una fecha en la que la serie de precios haya mostrado una caída significativa del precio por debajo del valor fijado.
11. En algunos casos la prueba de Andrews detectó como fecha de presencia de quiebre alguna donde se presenta un incremento de precios antes o después de la posible fecha de término del acuerdo, en vez de quiebres asociados a reducciones de precios. En estos casos se procedió a cambiar el periodo en el que se realizó la prueba de Andrews.

Si la prueba detectaba la presencia de un quiebre relacionado a un incremento de precios en una fecha posterior a la posible fecha de fin de cada incremento,

---

<sup>2</sup> Por ejemplo, en el caso de las ventas del producto N°4 realizadas por Eckerd, se observó que la fecha de incremento de precios fue el 1 de febrero de 2008, mientras que la posible fecha de término fue el 1 de mayo de 2008. El periodo en el que se realizó la prueba comprende del 1 de febrero de 2008 al 30 de julio de 2008. Dicho periodo tiene un total de ciento ochenta y un (181) datos, por lo que se realizaron ciento veintisiete (127) estimaciones (70% de los datos) de la ecuación señalada en el numeral 5. En la primera estimación se creó la variable  $D_t$ , con valores iguales a cero desde la fecha de inicio de los incrementos hasta el 27 de febrero de 2008 (fecha que acumula el 15% de los datos) y valores iguales a uno para cualquier otro caso. Luego se estimó la ecuación y se realizó la prueba de significancia, obteniéndose un valor de 16.28. Para la segunda estimación se creó la variable  $D_t$ , con valores iguales a cero desde la fecha de inicio de los incrementos hasta el 28 de febrero de 2008 (fecha que acumula el 15% más uno de los datos) y valores iguales a uno para cualquier otro caso. Luego se estimó la ecuación y se realizó la prueba de significancia obteniéndose un valor de 15.74. El máximo valor de la prueba de significancia se alcanzó en la estimación número 65 con fecha 2 de mayo de 2008 con una prueba de significancia de 87.14 que es mayor que el valor crítico de Andrews de 7.780. Por este motivo, se concluye que en esta fecha se produjo un quiebre significativo en la serie de precios.

entonces el periodo a analizar se ajustaba retrocediendo la fecha final (que inicialmente correspondía a tres meses después de la mencionada posible fecha de fin) hasta la fecha detectada por la prueba<sup>3</sup>.

Por otro lado, si la prueba detectaba la presencia de un quiebre relacionado a un incremento de precios en una fecha anterior a la posible fecha de fin de cada incremento, entonces el periodo a analizar se ajustaba adelantando la fecha inicial, la cual inicialmente correspondía a la fecha en la que cada cadena incrementó sus precios hasta la fecha detectada por la prueba<sup>4</sup>.

12. Finalmente, luego de aplicar el procedimiento señalado anteriormente, se obtuvieron las fechas de fin de los incrementos de precios detectadas por la prueba de Andrews. Como se mencionó líneas arriba, estas fechas corresponden a aquellas en las que la primera cadena redujo sus precios de manera significativa. El Cuadro 3 muestra estas fechas<sup>5</sup>.

**Cuadro 3**  
**Fechas de fin de los incrementos de precios**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma	Final
2	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009			16/12/2008	16/12/2008
3	01/02/2008	29/08/2008	01/06/2008			29/02/2008	29/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	31/12/2009		26/11/2009	26/11/2009
4	01/02/2008	29/08/2008	02/05/2008	14/04/2008			14/04/2008
	01/09/2008	31/12/2009		31/01/2009		31/12/2009	31/01/2009
12	01/02/2008	29/08/2008	31/05/2008				31/05/2008
	01/09/2008	31/12/2009	06/05/2009	23/05/2009		31/12/2009	06/05/2009
16	01/02/2008	31/08/2008	31/05/2008			01/09/2008	31/05/2008
	01/09/2008	31/12/2009		31/12/2009		29/11/2008	29/11/2008
17	01/02/2008	12/04/2008	24/05/2008	20/06/2008		27/03/2008	27/03/2008

<sup>3</sup> El siguiente ejemplo puede graficar el procedimiento realizado:

En el caso de las ventas del producto N°3 realizadas por Eckerd, se consideró como posible fecha de término el 31 de mayo de 2008. El periodo donde se realizó la prueba de Andrews inició el 1 de febrero de 2008 (fecha en la que la cadena incrementó sus precios) y terminó el 29 de agosto de 2008 (fecha que corresponde a tres meses después de la posible fecha de término de los incrementos). En este caso, la prueba de Andrews detectó como fecha de quiebre el 22 de junio de 2008, correspondiente a un incremento de precios. Por ello, se ajustó el periodo en el que se realizó la prueba, tomando como nueva fecha de inicio el 1 de febrero de 2008 (fecha en la que la cadena incrementó sus precios) y como fecha de fin el 22 de junio de 2008 (fecha detectada por la prueba).

<sup>4</sup> El siguiente ejemplo puede graficar el procedimiento realizado:

En el caso de las ventas del producto N°12 realizadas por Eckerd, se consideró como posible fecha de término el 6 de mayo de 2009. El periodo donde se realizó la prueba de Andrews inició el 7 de setiembre de 2008 (fecha en la que la cadena incrementó sus precios) y terminó el 4 de agosto de 2009 (fecha que corresponde a tres meses después de la posible fecha de término de los incrementos). En este caso, la prueba de Andrews detectó como fecha de quiebre el 15 de noviembre de 2008, correspondiente a un incremento de precios. Por ello, se ajustó el periodo en el que se realizó la prueba, tomando como nueva fecha de inicio el 15 de noviembre de 2008 (fecha detectada por la prueba) y como fecha de fin el 4 de agosto de 2009.

<sup>5</sup> Se verificó que en las series de precios se rechaza la hipótesis nula de no estacionariedad en el 80% de los casos (ya sea en intercepto, tendencia o en ambos) al 95% de nivel de confianza considerando el periodo utilizado para la prueba de Andrews, para ello se utilizó la prueba de Zivot y Andrews considerando que las series pueden ser estacionarias con quiebre estructural.

Zivot, E. and Andrews, K. (1992), «Further evidence on The Great Crash, The Oil Price Shock, and The Unit Root Hypothesis», *Journal of Business and Economic Statistics*, 10 (10), pp. 251–70.

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma	Final
	01/09/2008	31/12/2009	05/02/2009	26/03/2009		31/12/2009	05/02/2009
24	05/03/2009	30/09/2009	23/03/2009	25/04/2009			23/03/2009
25	05/03/2009	18/04/2009	20/03/2009	25/04/2009			20/03/2009
27	20/03/2009	20/07/2009	18/04/2009	29/05/2009	17/06/2009		18/04/2009
28	20/03/2009	28/04/2009	22/04/2009	29/05/2009	17/06/2009		22/04/2009
29	20/03/2009	24/04/2009	14/04/2009	29/05/2009	08/04/2009		08/04/2009
30	20/03/2009	01/08/2009	05/04/2009	29/05/2009	18/06/2009		05/04/2009
31	20/03/2009	23/05/2009	14/04/2009		17/06/2009		14/04/2009
36	19/12/2008	21/12/2008	04/03/2009				21/12/2008
41	01/02/2008	29/08/2008	31/05/2008	31/08/2008		13/02/2008	13/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	06/01/2009	14/11/2009		20/01/2009	06/01/2009
42	01/02/2008	28/08/2008	24/05/2008	20/06/2008		01/09/2008	24/05/2008
	01/09/2008	31/12/2009	16/04/2009	01/04/2009		20/05/2009	01/04/2009
43	01/02/2008		31/05/2008			02/09/2008	31/05/2008
	01/09/2008	31/12/2009	27/11/2008	29/04/2009		25/02/2009	27/11/2008
44	01/02/2008	25/08/2008	31/05/2008	01/09/2008		19/02/2008	19/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	12/05/2009	21/11/2009		24/06/2009	12/05/2009
45	01/02/2008	31/08/2008	31/05/2008	31/08/2008			31/05/2008
	01/09/2008	31/12/2009		04/07/2009		06/08/2009	04/07/2009
48	20/03/2009	23/04/2009	23/04/2009	20/05/2009	08/04/2009		08/04/2009
49	20/03/2009	22/04/2009	01/06/2009	24/06/2009	08/04/2009		08/04/2009
50	20/03/2009	22/04/2009	24/04/2009	03/06/2009	18/04/2009		18/04/2009
51	20/03/2009	02/12/2009	10/06/2009	20/05/2009	08/04/2009		08/04/2009
52	20/03/2009	09/07/2009	22/04/2009		31/12/2009		22/04/2009
58	01/02/2008	29/08/2008	24/05/2008	20/06/2008		29/02/2008	29/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	12/05/2009	29/05/2009		20/05/2009	12/05/2009
61	20/03/2009	23/04/2009	24/06/2009	03/06/2009	16/06/2009		23/04/2009
62	20/03/2009	22/04/2009	20/06/2009	24/05/2009	17/06/2009		22/04/2009
63	20/03/2009		05/04/2009		17/06/2009		05/04/2009
64	20/03/2009	22/04/2009	04/06/2009	05/06/2009	08/04/2009		08/04/2009
65	20/03/2009	22/04/2009	06/05/2009	15/04/2009	17/06/2009		15/04/2009
67	01/02/2008	19/03/2008		01/09/2008			19/03/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	31/12/2009		31/12/2009	31/12/2009
68	01/02/2008	01/09/2008	24/05/2008	05/07/2008		28/02/2008	28/02/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009	27/03/2009		31/12/2009	27/03/2009
70	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009			31/12/2009	31/12/2009
71	01/02/2008	01/09/2008	23/06/2008	01/09/2008			23/06/2008
	01/09/2008	31/12/2009	20/11/2008	04/07/2009		31/12/2009	20/11/2008
74	01/02/2008	15/04/2008	19/04/2008				15/04/2008
	01/09/2008	31/12/2009	31/12/2009				31/12/2009
75	28/01/2009	24/04/2009			06/07/2009		24/04/2009

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

13. Los Cuadros 1 y 3 indican que la duración promedio de los incrementos de precios fue de ciento trece (113) días. Los productos cuyos incrementos de precios tuvieron como fecha referente el 1 de setiembre de 2008 son los de mayor duración, alcanzando un promedio de doscientos cuarenta y seis (246) días; les siguen los productos cuyos incrementos de precios tuvieron como fechas referentes el 28 de enero de 2009 y 01 de febrero de 2008 que registraron duraciones promedio de ochenta y seis (86) y setenta y tres (73) días, respectivamente.

## II. PRECIO CONCERTADO

14. En el Cuadro 4 se muestran los promedios del precio mediana durante la práctica colusoria. Dicho precio se utilizará para evaluar los beneficios que obtuvo cada cadena de su participación en la práctica colusoria.

**Cuadro 4**  
**Promedio del precio mediana durante la práctica colusoria**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	1.85	1.84			1.85
3	01/02/2008	2.15	2.14			2.15
	01/09/2008	2.31	2.28	2.36		2.33
4	01/02/2008	46.76	46.53	46.58		
	01/09/2008	49.12		49.37		49.10
12	01/02/2008	87.52	87.42			
	01/09/2008	95.09	94.48	95.99		95.31
16	01/02/2008	1.15	1.13			1.15
	01/09/2008	1.21		1.21		1.21
17	01/02/2008	2.58	2.57	2.60		2.58
	01/09/2008	2.75	2.73	2.74		2.74
24	05/03/2009	5.30	5.02	5.09		
25	05/03/2009	5.30	5.06	5.05		
27	20/03/2009	35.50	35.09	35.50	35.50	
28	20/03/2009	35.50	35.26	35.72	35.50	
29	20/03/2009	82.32	81.61	82.40	82.40	
30	20/03/2009	35.50	35.14	35.50	35.50	
31	20/03/2009	82.18	82.09		82.47	
36	19/12/2008	2.60	2.48	2.50		
41	01/02/2008	2.01	2.00	2.01		2.00
	01/09/2008	2.15	2.14	2.11		2.14
42	01/02/2008	50.40	50.70	51.54		50.58
	01/09/2008	56.24	54.92	55.41		55.95
43	01/02/2008		0.58			0.59
	01/09/2008	0.65	0.63	0.65		0.65
44	01/02/2008	26.82	26.82	26.85		26.90
44	01/09/2008	29.21	28.93	29.14		29.11
45	01/02/2008	32.97	32.58	33.15		
	01/09/2008	35.97		35.81		35.85
48	20/03/2009	45.50	45.28	45.11	45.50	
49	20/03/2009	95.50	95.17	95.50	95.50	
50	20/03/2009	45.42	44.82	44.77	45.48	
51	20/03/2009	95.50	95.23	95.50	95.50	
52	20/03/2009	38.00	44.98		38.00	
58	01/02/2008	2.14	2.14	2.17		2.15
	01/09/2008	2.43	2.29	2.39		2.39
61	20/03/2009	35.50	35.30	35.28	35.50	
62	20/03/2009	35.50	35.29	35.06	35.50	
63	20/03/2009		7.78		8.00	
64	20/03/2009	35.50	35.29	34.83	35.50	
65	20/03/2009	71.87	71.70	71.79	71.97	
67	01/02/2008	10.05		11.71		
	01/09/2008	14.13	13.62	13.95		13.74

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
68	01/02/2008	12.77	12.64	12.48		12.75
	01/09/2008	15.03	13.99	14.46		14.89
70	01/09/2008	2.84	2.76			2.76
71	01/02/2008	1.30	1.29	1.31		
	01/09/2008	1.37	1.30	1.37		1.36
74	01/02/2008	41.99	41.89			
	01/09/2008	46.23	47.05			
75	28/01/2009	3.00			3.03	

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.  
Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

### III. PRECIO ANTES DE LA CONCERTACIÓN

15. En el Cuadro 5 se muestran los promedios del precio mediana una semana antes del inicio de la práctica colusoria. Estos precios se consideran que hubiesen regido si las cadenas no hubiesen participado de la práctica colusoria (escenario de competencia).

**Cuadro 5**  
**Promedio del precio mediana una semana antes del incremento de precios (en S/. por unidad)**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	1.75	1.74			1.75
3	01/02/2008	2.07	2.10			2.07
	01/09/2008	2.15	2.14	2.15		2.15
4	01/02/2008	43.82	43.50	44.93		
	01/09/2008	46.78		46.78		46.78
12	01/02/2008	86.23	83.89			
	01/09/2008	87.94	87.42	87.62		87.61
16	01/02/2008	1.14	1.11			1.12
	01/09/2008	1.15		1.15		1.15
17	01/02/2008	2.20	2.44	2.56		2.43
	01/09/2008	2.58	2.57	2.58		2.58
24	05/03/2009	4.65	4.30	4.47		
25	05/03/2009	4.57	4.29	4.47		
27	20/03/2009	34.39	33.97	34.00	34.00	
28	20/03/2009	33.89	33.97	33.91	34.00	
29	20/03/2009	79.71	76.83	77.00	79.40	
30	20/03/2009	33.72	33.97	34.00	34.00	
31	20/03/2009	79.80	77.67		78.11	
36	19/12/2008	2.13	2.08	2.11*		
41	01/02/2008	1.92	1.88	1.97		1.97
	01/09/2008	2.01	1.99	2.01		2.01
42	01/02/2008	44.00	42.84	47.53		46.84
	01/09/2008	51.10	49.08	50.92		50.90
43	01/02/2008		0.57			0.57
	01/09/2008	0.60	0.59	0.60		0.60
44	01/02/2008	23.52	25.19	25.95		25.09
	01/09/2008	26.92	26.60	26.92		26.90

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
45	01/02/2008	29.38	29.64	32.60		
	01/09/2008	33.27		33.03		33.03
48	20/03/2009	42.44	43.67	43.84	43.60	
49	20/03/2009	87.90	89.80	94.68	92.05	
50	20/03/2009	42.20	41.00	43.67	43.00	
51	20/03/2009	87.90	91.60	91.62	92.04	
52	20/03/2009	35.57	35.84		36.00	
58	01/02/2008	2.08	2.00	2.05		2.10
58	01/09/2008	2.15	2.14	2.15		2.15
61	20/03/2009	33.50	33.92	32.92	34.09	
62	20/03/2009	34.90	34.05	34.16	34.09	
63	20/03/2009		7.48		7.60	
64	20/03/2009	33.50	33.80	34.33	34.09	
65	20/03/2009	67.90	67.61	67.60	69.00	
67	01/02/2008	9.90		11.28		
	01/09/2008	11.55	11.35	11.55		11.55
68	01/02/2008	12.11	11.44	12.52		12.22
	01/09/2008	12.77	12.57	12.77		12.77
70	01/09/2008	2.54	2.52			2.54
71	01/02/2008	1.03	0.99	1.03		
	01/09/2008	1.30	1.29	1.30		1.30
74	01/02/2008	35.27	44.37			
	01/09/2008	42.44	41.33			
75	28/01/2009	2.41			2.51	

\*Como se mencionó en el Resolución, Fasa amenazaba con reducir sus precios si las demás cadenas involucradas en el acuerdo no incrementaban sus precios. Debido a esto se considera que el precio de Fasa una semana antes del acuerdo sería el promedio de los que tenían las otras dos cadenas.

\*\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

#### IV. CANTIDADES VENDIDAS DURANTE LA PRÁCTICA COLUSORIA

16. En el Cuadro 6 se muestran el número de unidades vendidas durante la práctica colusoria. Sobre estas unidades, cada cadena obtuvo el beneficio derivado de la práctica colusoria.

**Cuadro 6**  
**Cantidades vendidas durante la práctica colusoria (en unidades)**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	40,779	26,788			5,811
3	01/02/2008	21,733	8,367			1,364
	01/09/2008	228,260	563	27,444		4,266
4	01/02/2008	283	893	474		
	01/09/2008	753		734		135
12	01/02/2008	629	1,364			
	01/09/2008	2,131	1,892	1,402		114
16	01/02/2008	99,364	26,454			9,652
	01/09/2008	85,475		1,691		5,953
17	01/02/2008	10,088	27,008	7,307		3,078
	01/09/2008	32,266	71,924	19,280		8,418
24	05/03/2009	891	1,026	1,085		
25	05/03/2009	3,431	8,057	1,968		

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
27	20/03/2009	544	1,846	576	177	
28	20/03/2009	700	2,211	592	237	
29	20/03/2009	728	2,984	980	294	
30	20/03/2009	1,086	3,337	1,127	381	
31	20/03/2009	195	413		70	
36	19/12/2008	355	227	296		
41	01/02/2008	4,981	9,424	3,522		2,360
	01/09/2008	80,444	109,971	43,970		18,835
42	01/02/2008	1,555	2,070	693		465
	01/09/2008	2,772	3,315	917		813
43	01/02/2008		350,353			71,066
	01/09/2008	163,521	244,590	63,507		40,884
44	01/02/2008	57	129	26		59
	01/09/2008	1,824	2,015	221		713
45	01/02/2008	1,697	3,591	640		
	01/09/2008	6,958		1,338		1,520
48	20/03/2009	303	1,081	519	234	
49	20/03/2009	231	704	487	152	
50	20/03/2009	356	415	533	178	
51	20/03/2009	72	878	658	167	
52	20/03/2009	219	57		85	
58	01/02/2008	9,772	18,013	5,151		3,010
	01/09/2008	83,646	213,473	33,345		12,005
61	20/03/2009	620	1,303	396	203	
62	20/03/2009	472	1,054	407	141	
63	20/03/2009		399		108	
64	20/03/2009	806	2,164	875	268	
65	20/03/2009	722	2,665	1,236	334	
67	01/02/2008	647		308		
	01/09/2008	6,109	9,208	2,688		2,412
68	01/02/2008	1,075	1,192	309		333
	01/09/2008	10,701	9,203	2,186		1,851
70	01/09/2008	39,801	36,542			8,694
71	01/02/2008	36,427	159,618	112,108		
	01/09/2008	24,169	108,612	50,665		1,150
74	01/02/2008	406	168			
	01/09/2008	2,803	634			
75	28/01/2009	40,758			9,032	

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

## V. BENEFICIO ILÍCITO

17. Por último, considerando la información de los anteriores, se puede calcular el beneficio que cada empresa obtuvo al participar en la práctica colusoria. Específicamente, se resta el promedio del precio mediana durante la práctica colusoria del promedio del precio mediana una semana antes del incremento de precios; el resultado corresponderá al diferencial de precios ocasionado por la

práctica colusoria. A este resultado se le multiplica las unidades vendidas para obtener el beneficio final y poder estimar la multa base<sup>6</sup>.

**Cuadro 7**  
**Beneficio obtenido durante la práctica colusoria (en S/.)**

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
2	01/09/2008	4,236.48	2,766.27			565.03
3	01/02/2008	1,738.64	379.50			109.12
	01/09/2008	36,476.23	80.05	5,739.35		775.74
4	01/02/2008	830.28	2,707.19	779.77		
	01/09/2008	1,760.29		1,902.45		313.58
12	01/02/2008	813.75	4,811.66			
	01/09/2008	15,236.64	13,351.60	11,737.87		877.46
16	01/02/2008	533.78	581.36			277.10
	01/09/2008	5,062.75		96.12		368.65
17	01/02/2008	3,832.80	3,622.93	290.83		447.91
	01/09/2008	5,384.47	11,676.79	3,113.63		1,378.23
24	05/03/2009	577.88	739.36	669.54		
25	05/03/2009	2,504.63	6,201.24	1,135.84		
27	20/03/2009	606.56	2,059.60	863.85	265.50	
28	20/03/2009	1,129.50	2,857.72	1,070.91	355.50	
29	20/03/2009	1,902.07	14,244.83	5,292.00	882.00	
30	20/03/2009	1,931.53	3,904.28	1,690.50	571.50	
31	20/03/2009	463.99	1,826.49		304.57	
36	19/12/2008	165.84	91.69	116.71		
41	01/02/2008	455.41	1,117.42	125.25		68.70
	01/09/2008	11,224.75	16,481.36	4,397.19		2,566.82
42	01/02/2008	9,960.31	16,263.55	2,779.55		1,740.11
	01/09/2008	14,248.58	19,374.09	4,113.89		4,101.93
43	01/02/2008		6,289.67			1,443.32
	01/09/2008	8,782.36	10,774.33	3,175.35		2,155.33
44	01/02/2008	188.16	211.11	23.43		106.90
	01/09/2008	4,175.40	4,704.82	490.92		1,574.60
45	01/02/2008	6,095.01	10,535.21	349.01		
	01/09/2008	18,782.70		3,716.59		4,290.80
48	20/03/2009	926.31	1,744.02	657.53	444.60	
49	20/03/2009	1,755.60	3,778.14	400.73	524.40	
50	20/03/2009	1,144.72	1,586.49	586.11	441.32	
51	20/03/2009	547.20	3,190.07	2,553.04	577.64	
52	20/03/2009	532.64	521.02		170.00	
58	01/02/2008	606.13	2,682.65	640.76		137.60
	01/09/2008	23,135.50	32,844.36	8,031.64		2,854.81
61	20/03/2009	1,240.00	1,796.28	936.61	287.10	
62	20/03/2009	284.55	1,307.62	368.07	199.41	
63	20/03/2009		121.70		43.20	
64	20/03/2009	1,612.00	3,227.96	438.57	379.03	
65	20/03/2009	2,864.89	10,899.84	5,184.52	993.01	
67	01/02/2008	99.44		129.83		

<sup>6</sup> Por ejemplo, si se toma como base el producto N° 3, comercializado por Arcángel en la Fecha 1, el precio efectivamente cobrado durante la práctica colusoria fue de S/. 2.125 por unidad, el precio efectivamente cobrado una semana antes del incremento de precios fue de S/. 2.057 por unidad y la cadena vendió 86,464 unidades. De esta forma, el beneficio obtenido por la práctica colusoria equivale a S/. 5,835.07 (cinco mil ochocientos treinta y cinco y 07/100 Nuevos Soles), que resulta de restar 2.125 con 2.057 y luego multiplicarlo por 86,464.

N°	Referencia	Arcángel	Eckerd	Fasa	Mifarma	Nortfarma
	01/09/2008	15,743.01	20,907.76	6,447.72		5,276.72
68	01/02/2008	707.97	1,424.85	-12.47		178.94
	01/09/2008	24,220.60	13,042.83	3,690.03		3,924.93
70	01/09/2008	11,862.00	8,594.21			1,902.36
71	01/02/2008	9,679.18	47,509.41	31,600.11		
	01/09/2008	1,579.83	1,042.68	3,576.69		74.55
74	01/02/2008	2,728.51	-416.97			
	01/09/2008	10,625.00	3,623.70			
75	28/01/2009	24,221.90			4,679.01	

\*Las celdas vacías corresponden a productos sobre los cuales no se ejecutó un incremento coordinado de precios.

Fuente: Información entregada por las empresas investigadas.

Elaboración: Comisión de Defensa de la Libre Competencia

18. Si se considera todos los productos, la práctica colusoria generó beneficios positivos a todas las cadenas involucradas. Como se detalla en el cuadro 7, existen dos casos donde se presentan beneficios negativos producto de la práctica colusoria. Ello se debe principalmente a que las empresas realizaron transacciones que involucran un gran número de unidades a un precio reducido en el periodo que duró la práctica, debido a descuentos específicos efectuados por la cadena durante la práctica colusoria.