



**Faus & Moliner** Abogados

# **OFERTAS, DESCUENTOS Y OTRAS PRÁCTICAS COMERCIALES EN EL MERCADO RETAIL Y HOSPITALARIO**

**Jordi Faus**

Seminario CEFI sobre Aspectos prácticos de la aplicación del  
Derecho de la competencia en el sector farmacéutico

18 Septiembre 2018



## Descuentos en el mercado retail

- Excepción a la regla general de no incentivos económicos a la dispensación.
- No pactos de exclusiva: “siempre siempre que no se incentive la compra de un producto frente al de sus competidores”.
- Precaución especial con los casos de descuentos multiproducto y venta a pérdida.
- Cada farmacia debe operar unilateralmente.



## Descuentos en el mercado hospitalario

- La problemática definición del mercado relevante en el ámbito hospitalario.
- El mercado de producto en base a la equivalencia terapéutica, la sustituibilidad o la definición del objeto del contrato.
- Precaución especial cuando un mercado se abre a la competencia (otro medicamento de referencia, genéricos o biosimilares).



## Ofertas en el mercado hospitalario

- Ofertas conjuntas. Tying.
- Ofertas conjuntas. Bundling.
- Descuentos cruzados.
- Descuentos predatorios.
- Descuentos de fidelidad.



## Ofertas conjuntas. Tying

- Condicionar la venta de “A” a que el cliente también compre “B”.
- Prudencia especial si se tiene posición de dominio en "A".
- Analizar siempre la situación desde el punto de vista de la empresa que ofrece "B".
- Puede defenderse si existe justificación técnica objetiva incuestionable.



## Ofertas conjuntas. Bundling

- Venta conjunta de “A” y “B” que (i) o bien no están disponibles de forma individual o (ii) sí lo están pero el precio del paquete A-B es inferior a la suma de los precios individuales.
- Prudencia especial si se tiene posición de dominio en “A”.
- Buscar especialmente justificación económica y ventajas para el hospital.
- Limitación temporal = 1 año.



## Ofertas conjuntas. Descuentos cruzados

- Descuentos sobre las compras de “A” en base a las compras que se realicen de “B”.
- Buscar justificaciones basadas en ahorros de coste o en necesidad de competir con otros.
- Prudencia con programas especiales para clientes concretos.
- Limitación temporal = 1 año.



## Precios predatorios

- No ir por debajo de coste variable medio (similar a coste marginal).
- Si el precio está entre coste variable medio y el coste medio total (que incluye costes fijos) se requiere justificación detallada por presunción de práctica predatoria (admite prueba en contrario).
- Análisis de impacto posible.



## Descuentos de fidelidad

- Condicionados a exclusividad total o parcial, expresa o de facto.
- No prohibidos per se (¿?) Jurisprudencia Intel.
- Necesidad de analizar las circunstancias de cada caso.
- Prudencia respecto de elementos que comporten efectos exclusionarios.



**Faus & Moliner** Abogados

Gracias por su atención