



## INFORME DEL SERVICIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

**N-05029**

**ALFAMAD / GRUPO FARMACÉN**

Con fecha 4 de abril de 2005 ha tenido entrada en este Servicio de Defensa de la Competencia notificación relativa a la adquisición del control exclusivo de FARMACÉUTICA CENTRAL S.A. y sus sociedades dependientes, SILVA ORTIZ, S.A., ALIANZA FARMACÉUTICA, S.A. y DIMAFAR, S.A., y del control conjunto de su participada, ALIANZA DEL SUR, S.A., por parte de ALMACENES FARMACÉUTICOS MADRILEÑOS, S.A.

Dicha notificación ha sido realizada por ALMACENES FARMACÉUTICOS MADRILEÑOS, S.A. según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia por superar el umbral establecido en el artículo 14.1 a) y b). A esta operación le es de aplicación lo previsto en el Real Decreto 1443/2001, de 21 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 16/1989, en lo referente al control de las concentraciones económicas.

El artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que: "El Ministro de Economía, a propuesta del Servicio de Defensa de la Competencia, remitirá al Tribunal de Defensa de la Competencia los expedientes de aquellos proyectos u operaciones de concentración notificados por los interesados que considere pueden obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, para que aquél, previa audiencia, en su caso, de los interesados dictamine al respecto".

Asimismo, se añade: "Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal".

Según lo anterior, la fecha límite para remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia es el **4 de mayo de 2005** inclusive. Transcurrida dicha fecha, la operación notificada se considerará tácitamente autorizada.

### I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre FARMACÉUTICA CENTRAL, S.A. y sus sociedades dependientes e, indirectamente, del control conjunto sobre ALIANZA DEL SUR, S.A. por parte de ALMACENES FARMACÉUTICOS MADRILEÑOS, S.A.

La operación se instrumenta mediante un contrato de compra-venta de fecha 21 de febrero de 2005 entre la adquirente y los actuales accionistas<sup>1</sup>. Tras la operación, la adquirente detendrá directa o indirectamente las siguientes participaciones en el capital de las sociedades que conforman el grupo: 95,18% de la sociedad matriz, FARMACÉUTICA CENTRAL, S.A. (4,82%

<sup>1</sup> D. Juan José Hernández, Don Federico Hernández, Doña Esperanza Villalba y Dña. Margarita Blázquez



autocartera), 100% de SILVA ORTIZ, S.A., 94,29% de ALIANZA FARMACÉUTICA, S.A., 100% de DIMAFAR, S.A. y 50% de ALIANZA DEL SUR, S.A.<sup>2</sup>.

La ejecución de la operación está condicionada a su autorización por parte de las autoridades de competencia de España.

## II. RESTRICCIONES ACCESORIAS

El acuerdo de compraventa firmado entre las partes contempla una cláusula de no competencia, con una duración de 3 años.

El apartado 5 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989 establece que podrán entenderse comprendidas dentro de una operación determinadas restricciones a la competencia accesorias, directamente vinculadas a la operación y necesarias para su realización.

Teniendo en cuenta los precedentes nacionales y comunitarios, así como la Comunicación de la Comisión sobre las restricciones directamente vinculadas a la realización de una concentración y necesarias a tal fin (2005/C 56/03), se considera que en el presente caso la duración y contenido de dicha cláusula no va más allá de lo que de forma razonable exige la operación de concentración notificada, considerándose, por tanto, el pacto de no competencia como parte integrante de la operación.

## III. APLICABILIDAD DE LA LEY 16/1989 DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

La operación entra en el ámbito de aplicación del Reglamento (CE) nº 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas (DOUE L-24/1, de 29.1.2004) y, por tanto, debe ser notificada a la Comisión Europea.

Sin embargo, la notificante, con fecha 10 de marzo de 2005, remitió escrito motivado a la Comisión Europea solicitando la remisión total del caso al Reino de España con base en el apartado 4 del artículo 4 del Reglamento antes citado, señalando que los mercados afectados por la concentración se circunscriben a territorios del Reino de España y reúnen las características de un mercado definido. La Comisión, tras recibir la conformidad del Servicio de Defensa de la Competencia, mediante escrito de 31 de marzo de 2005, ha notificado a las partes su decisión de remitir el asunto.

En virtud de lo anterior, se procede la notificación de la operación al Servicio de Defensa de la Competencia cumpliendo ésta los requisitos previstos por la Ley 16/1989, al superarse el umbral establecido en el artículo 14.1 a) y b) de la misma.

## IV. EMPRESAS PARTICIPES

### IV.1 Adquirente: ALMACENES FARMACÉUTICOS MADRILEÑOS, S.A. (en adelante ALFAMAD)

ALFAMAD es filial de SAFA GALÉNICA, S.A. (Grupo SAFA) que, a su vez pertenece a Promo Agram, S.L., sociedad holding en España del grupo británico ALLIANCE UNICHEM PLC.

<sup>2</sup> Según se desprende de las cuentas anuales auditadas del Grupo FARMACÉN, esta sociedad está gestionada conjuntamente con el Grupo XEFAR Sociedad Cooperativa Ltda. que ostenta el 50% restante.



Éste último cotiza en las Bolsas de Londres y Paris y tiene como actividad principal la distribución mayorista de productos farmacéuticos y productos parafarmacéuticos en varios países europeos (España, Reino Unido, Holanda, Noruega, Italia, Portugal, Francia y República Checa) y opera como minorista en Reino Unido, Noruega y Países Bajos.

SAFA GALÉNICA es la matriz del Grupo y junto con sus filiales en España, Safándalus, S.A. Medicamenta, S.A., Farmalianza, S.A., Suministros Farmacéuticos Egara, S.A. y Centro Farmacéutico Asturiano, S.A.<sup>3</sup>, realiza principalmente actividades de distribución mayorista de productos farmacéuticos y parafarmacéuticos, contando con un total de 25 almacenes ubicados en varias provincias españolas.

El volumen de ventas de ALLIANCE UNICHEM en España en los tres últimos ejercicios económicos, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es:

VOLUMEN DE VENTAS DE GRUPO ALLIANCE-UNICHEM en España (en millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	10.279,63	11.268,82	12.758,985
Unión Europea	9.611,45	10.536,35	11.929,65
España	695,97	824,98	903,71

Fuente: Notificación

#### IV.2 Adquiridas: FARMACÉUTICA CENTRAL, S.A., DIMAFAR, S.A., SILVA ORTIZ, S.A., ALIANZA FARMACÉUTICA, S.A. y ALIANZA DEL SUR, S.A. (en adelante GRUPO FARMACÉN)

El conjunto de sociedades que componen el GRUPO FARMACÉN tiene como actividad principal la distribución mayorista de productos farmacéuticos y productos parafarmacéuticos y cuenta con los almacenes farmacéuticos mayoristas que se indican a continuación:

EMPRESA	ALMACÉN DISTRIBUIDOR
FARMACÉN (sociedad matriz)	Móstoles (Madrid)
Silva Ortiz	Dos Hermanas (Sevilla) Jerez de la Frontera (Cádiz)
Dimafar	Salamanca Villares de la Reina (Salamanca)
Alianza Farmacéutica	Soria
Alianza del Sur, S.A.	Huelva

<sup>3</sup> Otras sociedades del grupo son Alianza Salud, S.A. y Drogfe, S.A. que no operan en este ámbito.



El volumen de ventas de GRUPO FARMACÉN en los tres últimos ejercicios, conforme al Art. 3 del R.D.1443/2001, es el siguiente:

VOLUMEN DE VENTAS DE GRUPO FARMACÉN (en millones de euros)			
	2001	2002	2003
Mundial	222,03	250,03	271,75
Unión Europea	222,03	250,03	271,75
España	222,03	250,03	271,75

Fuente: Notificación

## V. MERCADOS RELEVANTES

### V.1. Mercado de producto

El sector económico en el que se desarrolla la actividad de las partes es el de la distribución al por mayor de especialidades farmacéuticas y productos de parafarmacia.

La atención farmacéutica constituye un servicio de interés público cuyo objetivo es garantizar a la población el acceso eficaz y racional a los medicamentos y productos sanitarios. La dispensación de medicamentos al público corresponde a las oficinas de farmacia y servicios de farmacia legalmente autorizados. El regulador ha previsto la posibilidad de que se utilice la mediación de almacenes mayoristas para facilitar la distribución de especialidades farmacéuticas y sustancias medicinales desde los laboratorios fabricantes y los importadores a aquéllas.

Son almacenes farmacéuticos<sup>4</sup> los establecimientos cuya actividad consiste en obtener, conservar, suministrar o exportar medicamentos de uso humano y sustancias medicinales susceptibles de formar parte del medicamento elaborado por un laboratorio farmacéutico, así como los demás productos farmacéuticos que puedan ser objeto de venta en oficinas y servicios de farmacia.

Estas actividades se consideran propias de la distribución al por mayor cuando se realicen con laboratorios farmacéuticos, importadores, otros almacenes de distribución farmacéutica o con las oficinas y servicios de farmacia legalmente autorizados.

La Comisión Europea<sup>5</sup> y el Tribunal de Defensa de la Competencia<sup>6</sup> en España coinciden en la definición del mercado de producto considerando como tal la distribución al por mayor de especialidades y productos farmacéuticos. Esta actividad de distribución comprendería toda la gama de especialidades farmacéuticas, éticas (las que se dispensan con receta médica) y publicitarias, productos que requieren especiales condiciones de almacenaje y tratamiento como

<sup>4</sup> Según Real Decreto 2259/1994, de 25 de noviembre, por el que se regula los almacenes farmacéuticos y la distribución al por mayor de medicamentos de uso humano y productos farmacéuticos.

<sup>5</sup> Caso IV/M.1243 ALLIANCE UNICHEM/SAFA decisión de 27-07-1998; Caso M.2432 ANGELINI/PHOENIX/JV decisión de 06-07-2001.

<sup>6</sup> Cabe citar la Resolución del TDC N° 470/99, de 1 de septiembre de 2002, "COFAS".



analgésicos e inflamables, y otros productos de parafarmacia, como productos infantiles, dietéticos, ortopédicos, cosméticos, del cuidado de la salud, etc<sup>7</sup>.

En consecuencia, este Servicio estima relevante a los efectos del análisis de la presente operación el mercado de la distribución al por mayor de especialidades y productos farmacéuticos a oficinas de farmacia y servicios de farmacia, en el que operan adquirente y adquirida.

## V.2 Mercado geográfico

De acuerdo con los precedentes de las autoridades de defensa de la competencia comunitarias<sup>8</sup>, así como del Tribunal de Defensa de la Competencia<sup>9</sup> en resoluciones de expedientes de conductas restrictivas de la competencia, el mercado geográfico en ningún caso es superior al nacional, pudiendo comprender, según los casos, una provincia, territorios de provincias limítrofes o regiones.

Por el lado de la oferta, existen entidades que ofrecen cobertura nacional debido a la amplia implantación de almacenes en todo el territorio que coexisten con entidades que solamente tienen implantación regional porque cuentan con un único o reducido número de almacenes. Sin embargo, las características de la demanda (oficinas de farmacia con limitada capacidad de almacenaje), que requiere frecuencia y rapidez en los suministros, y las derivadas del carácter público del servicio con obligación de abastecimiento, determinan una adecuación entre oferta y demanda, de tal forma que los operadores distribuyen en las áreas próximas a sus almacenes. De hecho, las cuotas de mercado de un operador nacional varían sustancialmente según las provincias consideradas.

El TDC, en particular describe *“las posibilidades de actuación de manera estable y no accesoria requieren de la existencia de un almacén desde el cual se puedan establecer rutas de servicio a las oficinas de farmacia con periodicidad necesaria para cubrir sus necesidades esenciales. No puede hablarse de sustituibilidad de la oferta en una determinada zona entre distribuidores principales, con almacén y rutas establecidas, y distribuidores secundarios, cuya presencia es accesoria y cuyas posibilidades de sustitución de suministro, con respecto a un distribuidor principal, le implicarían un incremento considerable en sus costes”*.

La ubicación de los almacenes es, por tanto, un punto de referencia fundamental para delimitar el ámbito de actuación. Éste comprenderá fundamentalmente el espacio geográfico dentro del cual puede ofrecer sus servicios a las farmacias situadas en dicha área garantizando permanentemente las necesidades del territorio que abastecen. De ello no puede desprenderse, sin embargo, que la necesidad de disponer de un almacén se circunscriba a un ámbito provincial ni que la actividad del almacén se limite a una única provincia.

La estructura del mercado, por el lado de la oferta, presenta las siguientes características: En el territorio nacional coexisten provincias de alto índice de población y elevado número de farmacias que determinan la presencia de varios operadores con almacenes físicos con provincias, principalmente las menos pobladas, en las que no hay ningún almacén físico cuyas farmacias se abastecen de almacenes de provincias próximas (por ejemplo Segovia). El término

<sup>7</sup> La parafarmacia aglutina productos heterogéneos con reglamentaciones diferentes, en todo caso, menos exigentes que las de los medicamentos. La distribución, en algunos casos se restringe al ámbito de la oficina de farmacia, en tanto que en otros se venden en este circuito por razones de pura conveniencia por parte de los fabricantes.

<sup>8</sup> Caso N° M.2432 ANGELINI/PHOENIX/JV, Caso N° M.2193 ALLIANCE UNICHEM/INTERPHARM, Caso N° M.1243 ALLIANCE UNICHEM/SAFA.

<sup>9</sup> Cabe citar a modo de ejemplo las resoluciones del TDC en los expdtes. 470/99 “Cofas” y 539/02 “Cofarca”.



de la provincia no puede ser considerado determinante para la delimitación del mercado geográfico, ya que las rutas de reparto de los almacenes trascienden los límites provinciales siempre que se encuentren en un determinado radio de acción del almacén que permita cumplir con las exigencias de frecuencia y rapidez de las entregas.

A ello se añade, por el lado de la demanda, la práctica habitual de las oficinas de farmacia de contar con fuentes alternativas de suministro para que no se produzcan faltas de producto, lo que en provincias poco pobladas y en poblaciones próximas a almacenes de provincias limítrofes conduce a requerir los servicios de éstos.

La notificante señala al respecto que, según sus estimaciones, la zona potencial de actuación del almacén se determina por un área en 150 minutos de radio (por carretera)<sup>10</sup>. Añade que en determinadas zonas no es económicamente rentable abrir un almacén si ya se dispone de uno en este radio. En todo caso, el radio que define las isocronas es determinante para la consideración de almacenes que constituyan una alternativa de suministro real en las condiciones de frecuencia y rapidez que exigen las oficinas de farmacia.

A tenor de lo expuesto, este Servicio estima que el ámbito geográfico del mercado de producto de distribución al por mayor de especialidades y productos farmacéuticos a oficinas de farmacia y servicios de farmacia es inferior al nacional. Sin embargo, la delimitación exacta del ámbito geográfico del mercado deberá realizarse caso por caso, partiendo de aquellas zonas donde se ubican los almacenes distribuidores de los operadores cuya actividad se solapa como consecuencia de la concentración.

En el caso que nos ocupa, teniendo en cuenta que los almacenes propiedad de las partes que se concentran operan en su mayoría más allá de las provincias en las que están establecidos y son fuentes alternativas para las farmacias, se consideran afectadas por la operación las zonas abastecidas por los almacenes farmacéuticos adquiridos que coinciden con las zonas abastecidas por los almacenes del grupo adquirente y en los que, por tanto, la operación es susceptible de generar un refuerzo de la posición del operador y, por ende, una modificación de la estructura competitiva. A tal efecto, las partes facilitan las cuotas de mercado de los operadores por provincias así como las provincias abastecidas habitualmente por sus respectivos almacenes y los potenciales competidores que se encuentran dentro del radio de acción considerado.

La operación tiene incidencia, especialmente, en varias provincias de las Comunidades Autónomas de Castilla y León y de Andalucía así como en la Comunidad de Madrid, teniendo en cuenta que el ámbito de actuación de los almacenes en cuestión supera mayoritariamente la provincia en la que están ubicados.

---

<sup>10</sup> Esta estimación se basa en: a) la exigencia de no romper la cadena de frío de determinados productos, y, b) aprovechar los horarios de las farmacias, de manera que el suministro de la mañana se prepara con base en los pedidos de la tarde anterior y los pedidos de última hora. de la mañana, anterior al cierre de la oficina, se preparan por el almacén durante el mediodía para iniciar las rutas de suministro vespertinas tan pronto como abren.

En el precedente británico Decisión de 17.12.2004 de OFT, sobre el proyecto de adquisición por PHOENIX HEALTHCARE DISTRIBUTION LTD de EAST ANGLIAN PHARMACEUTICALS LTD, las isocronas se definen por radios de 120 minutos, en función de la valoración de los competidores en el mercado.

## VI. ANÁLISIS DEL MERCADO

### VI.1 Regulación del mercado

El mercado farmacéutico español es uno de los más regulados del entorno europeo, tiene uno de los menores niveles de precios que son en su mayoría fijados por el Gobierno que fija también tanto los márgenes de distribución de los almacenes mayoristas como los de las oficinas de farmacia.

El marco legal aplicable a los productos farmacéuticos y a su distribución está contenido en la Ley General de Sanidad y la Ley del Medicamento<sup>11</sup>. Ésta última establece el principio básico que rige la actuación de los agentes implicados, laboratorios, almacenes farmacéuticos mayoristas y farmacias, es decir, la obligación de suministrar<sup>12</sup> los medicamentos que se les soliciten y la continuidad en la prestación del servicio a la comunidad.

Para facilitar la distribución, la citada Ley<sup>13</sup> dispone que podrá<sup>14</sup> utilizarse la mediación de los almacenes mayoristas que deberán contar con autorización de la Comunidad Autónoma donde estén domiciliados<sup>15</sup>. Estos almacenes mayoristas deberán cumplir ciertas exigencias de funcionamiento:

- Instalaciones suficientemente dotadas de medios personales, materiales y técnicos para que su cometido se realice con plena garantía para la salud pública, debiendo disponer de un director técnico farmacéutico.
- Mantener unas existencias mínimas de medicamentos que garanticen la continuidad del abastecimiento<sup>16</sup>.
- Garantizar la conservación de los medicamentos y la cadena de frío en toda la red de distribución mediante procedimientos normalizados.
- Cumplir servicios de guardia y prevención de catástrofes.

<sup>11</sup> Título V de Ley 14/1986, de 25 de abril General de Sanidad (BOE de 29-04-1986) y Ley 25/1990, de 20 de diciembre del Medicamento (BOE de 22-12-1990).

<sup>12</sup> La obligación de suministro incumbe también a los almacenes distribuidores y se encuentra en permanente observación por las autoridades sanitarias. El desabastecimiento de las farmacias puede ser sancionado por la Comunidad Autónoma en la que está ubicado el almacén.

<sup>13</sup> Artículos 77 a 80.

<sup>14</sup> Nótese que la mediación es libre y voluntaria y, por tanto, los laboratorios pueden optar por el suministro directo a las oficinas de farmacia.

<sup>15</sup> Las siguientes Comunidades Autónomas han desarrollado sus respectivas leyes de ordenación farmacéutica: Aragón, Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, La Rioja y Valencia.

<sup>16</sup> El Real Decreto 2259/1994, de 25 de noviembre, artículo 16, desarrolla la obligación de suministro y de existencias mínimas y servicios de guardias. El apartado 1 dispone la obligación de tenencia de existencias adecuadas para el abastecimiento de las farmacias a las que los almacenes provean de modo habitual y el apartado 2 se refiere al suministro: *“los almacenes farmacéuticos tendrán que garantizar permanentemente una provisión de medicamentos suficientes para responder a las necesidades del territorio que abastecen, así como la entrega del suministro solicitado a la mayor brevedad en función del tipo de medicamento del que se trate. Para ello, los almacenes farmacéuticos deberán disponer de unas existencias mínimas, conforme establece el artículo 79.1b) de la Ley 25/1990, de 20 de diciembre, del Medicamento. Corresponde a las Comunidades Autónomas elaborar una lista de medicamentos que por las peculiaridades sanitarias de su territorio se consideren necesarios para la adecuada asistencia.”*



La Ley se ocupa también del comercio exterior de medicamentos<sup>17</sup> y establece la posibilidad de que los importadores de especialidades farmacéuticas se constituyan en almacén distribuidor siempre que cuenten con la correspondiente autorización o de que actúen como exportadores cumpliendo los correspondientes requisitos.

En este contexto regulatorio, las exportaciones de especialidades farmacéuticas con precios intervenidos debido al bajo nivel de éstos se han convertido en un elemento distorsionador de las relaciones entre laboratorios y almacenes ocasionando desabastecimientos en el territorio nacional. El Plan Estratégico de Política Farmacéutica del Servicio Nacional de Salud de noviembre de 2004 prevé atajar esta situación mejorando la regulación de la trazabilidad de los medicamentos en el transcurso del año 2005.

## **VI.2 Características y evolución del mercado**

El volumen del mercado farmacéutico, según datos proporcionados por la notificante y con base en el precio de venta al público (PVP), se cifra en 15.239 millones de Euros para el año 2004. Por productos, las especialidades farmacéuticas de prescripción médica representan un 82% del mercado, mientras que las especialidades publicitarias solamente representan un 3,47% del mismo. Por su parte, los productos parafarmacéuticos representan un 14,53% del mercado (nutrición infantil -1,68%-, productos dietéticos -0,47%-, nutrición enteral -0,92%-, herboristería y fitoterapia -1,28%-, incontinencia -1,78%-, cosméticos femeninos -1,44%- y otros -6,94%-)

De la información publicada por el portal del sector farmacéutico, Portalfarma, la venta de especialidades farmacéuticas en oficinas de farmacia ha experimentado un crecimiento medio anual de un 9% en el periodo 1992-2003.

El almacén distribuidor en España ha sido históricamente el principal canal de distribución de los laboratorios farmacéuticos para abastecer las necesidades de las oficinas de farmacia y, por tanto, del público. Esta obligación de suministro, unida a la demanda de las farmacias de repartos rápidos y frecuentes debido a su capacidad limitada de almacenaje, obligan a los almacenes a prestar servicios de calidad que cumplan estos requisitos. Cualquier merma en la calidad de los servicios que presta el almacén tiene consecuencias directas en la actuación de la oficina de farmacia que cambia, en caso de que exista otro suministrador que pueda dar servicio en las condiciones requeridas, a un almacén alternativo al no haber ningún compromiso de exclusividad por parte de la farmacia con sus proveedores<sup>18</sup>.

La importancia del canal de distribución mayorista se desprende de los siguientes datos: Los laboratorios fabricantes de productos farmacéuticos destinan un 76% de sus ventas a éste, realizando el resto directamente a entidades gubernamentales (1%), hospitales (20%) y farmacias (3%). Esta estructura, no carente de tensiones como ya se ha señalado, podría sufrir cambios en un futuro modificando la estructura y naturaleza de la distribución<sup>19</sup>.

## **VI.3 Estructura de la oferta**

El mercado español se caracteriza por un elevado número de almacenes mayoristas debido al elevado número de oficinas de farmacia. Según datos del Consejo General de Colegios

<sup>17</sup> Título V, artículos 81 a 83.

<sup>18</sup> Sin perjuicio de los posibles compromisos de compra mínima adquiridos por los farmacéuticos con las cooperativas a las que se asocian.

<sup>19</sup> Cabe señalar el anuncio de un importante laboratorio de prescindir en un futuro próximo de la figura del almacén distribuidor con su cometido actual.





Oficiales de Farmacéuticos, en 2003 el número total de oficinas de farmacia ascendía a 20.348 que atendían a una media de 2.099 habitantes por farmacia. Estas cifras contrastan con las disponibles de otros países europeos (referentes al año 2002), en las que la media era de 3.843 habitantes por Farmacia en Alemania, 3.485 en Italia, 4.889 en Reino Unido, por citar algunos ejemplos.

En cuanto a los almacenes farmacéuticos, según datos de la Federación Nacional de Asociaciones Mayoristas Distribuidores de Especialidades Farmacéuticas y Productos Parafarmacéuticos –FEDIFAR–, facilitados por la notificante y referidos a 2002, un total de 99 empresas gestionaban 191 almacenes farmacéuticos mayoristas para atender a 20.098 farmacias, resultando una media de 105 farmacias por almacén. Una comparación con los países de nuestro entorno de elevada población permite observar que, con la excepción de Italia que tiene más almacenes y una estructura más atomizada del sector, la tendencia es a arrojar ratios de farmacias por almacén más elevados. Así, Reino Unido, Francia y Alemania arrojan unas ratios de, respectivamente, 205, 129 y 206 oficinas por almacén.

La propiedad de los almacenes mayoristas está, en su mayor parte, en manos de los propios farmacéuticos, integrados verticalmente en cooperativas o en sociedades. Esta integración vertical presenta ventajas para los propios farmacéuticos (por un lado, las fiscales propias del régimen de cooperativa, y, por otro, el reparto de los beneficios de la actividad de distribución), pero puede suponer una desventaja competitiva para los distribuidores mayoristas independientes o no integrados verticalmente.

Así, distinguiendo por categorías, un 47,5% de las empresas son cooperativas cuyos socios son farmacéuticos con oficinas de farmacia, un 20,2% sociedades participadas por farmacéuticos y un 32,3% sociedades independientes, entre las que se cuentan las partes de esta concentración. Atendiendo al número de almacenes, aproximadamente un 30% corresponde a sociedades independientes y un 70% a cooperativas y sociedades propiedad de los farmacéuticos detallistas.

El mercado presenta además, como característica, la agrupación de los almacenes farmacéuticos en centrales de compra, que aglutinan los pedidos de sus miembros y negocian con los laboratorios y suministradores de productos parafarmacéuticos las condiciones, con el poder que confiere realizar un pedido único.

En lo que se refiere a las partes de la operación, el grupo adquirente cuenta con un total de 25 almacenes físicos gestionados por siete sociedades: Safa Galénica (8), ALFAMAD (2), Centro Farmacéutico Asturiano (3), Farmalianza (no tiene almacén propio, utiliza el de Alfamad), Medicamenta (5), Safándalus (5) y Suministros Farmacéuticos Egara (2) distribuidos en 18 provincias. A su vez, el Grupo FARMACÉN dispone de 6 almacenes ubicados en las siguientes provincias: Madrid, Sevilla, Cádiz, Huelva, Salamanca<sup>20</sup> y Soria.

---

<sup>20</sup> Actualmente hay dos almacenes en Salamanca, uno de los cuales tiene previsto su cierre próximamente, por lo que la notificante no lo computa.

A continuación se indican las cuotas de mercado<sup>21</sup> de las partes y sus principales competidores a nivel nacional en los últimos tres ejercicios<sup>22</sup>:

MERCADO NACIONAL DE OPERADORES DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA FARMACÉUTICA – en % –			
COMPAÑÍA	2002	2003	2004
Grupo SAFA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Grupo FARMACÉN	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Grupo COFARES	[10-20]	[10-20]	[10-20]
HEFAME (Hermandad Farmacéutica del Mediterráneo)	[0-10]	[0-10]	[0-10]
FEDERACIÓ FARMACÉUTICA Soc.Coop.	[0-10]	[0-10]	[0-10]
CECOFAR-Centro Cooperativo Farmacéutico	[0-10]	[0-10]	[0-10]
GRUPO Centro Farmacéutico SA	[0-10]	[0-10]	[0-10]
COFARCA-Cooperativa Farmacéutica Canaria	[0-10]	[0-10]	[0-10]
COFANO-Cooperativa Farmacéutica Noroeste	[0-10]	[0-10]	[0-10]
COFARÁN-Cooperativa Farmacéutica Andaluza	[0-10]	[0-10]	[0-10]
Resto	[30-40]	[30-40]	[30-40]

Fuente:Notificación con base en datos de IMS

Como consecuencia de la operación, Grupo SAFA refuerza su posición de segundo operador en el mercado nacional y obtiene una cuota conjunta de un [10-20%] a nivel nacional y controla 31 almacenes farmacéuticos en 21 provincias. Los principales competidores son: Grupo COFARES que lidera el mercado con una cuota de un [10-20%] (30 almacenes<sup>23</sup>), HEFAME [0-10%](8 almacenes), Federació Farmacéutica [0-10%] y CECOFAR [0-10%].

A continuación se facilitan las cuotas de mercado por provincias en las que se produce refuerzo de cuota y/o en las que disponen de almacenes farmacéuticos:

CUOTAS DE MERCADO DE GRUPO SAFA Y GRUPO FARMACEN POR PROVINCIAS EN EL EJERCICIO 2004 (en porcentaje)						
PROVINCIA	VOLUMEN MERCADO EN M.€.	GRUPO SAFA		GRUPO FARMACÉN		CUOTA CONJUNTA (%)
		Nº ALMACENES	CUOTA (%)	ALMACÉN	CUOTA (%)	
Álava	76,51		[10-20]		0	
Albacete	125		[0-10]		0	
Alicante	50,39	1	[0-10]		0	
Almería	15,67		[0-10]		0	

<sup>21</sup> Las cuotas de mercado proceden de IMS Health y se basan en las ventas de los almacenes farmacéuticos a oficinas de farmacia facilitadas por los almacenes y se estima que son representativas de aproximadamente el 95% del mercado nacional. No incluyen las ventas de almacenes farmacéuticos a farmacias hospitalarias, centros públicos y a otros almacenes.

<sup>22</sup> Se insertan en corchetes las partes del informe cuyo contenido exacto ha sido declarado confidencial.

<sup>23</sup> Datos del número de almacenes de los competidores procede de sus páginas web.



**CUOTAS DE MERCADO DE GRUPO SAFA Y GRUPO FARMACEN POR PROVINCIAS  
EN EL EJERCICIO 2004  
(en porcentaje)**

PROVINCIA	VOLUMEN MERCADO EN M.€.	GRUPO SAFA		GRUPO FARMACÉN		CUOTA CONJUNTA (%)
		Nº ALMACENES	CUOTA (%)	ALMACÉN	CUOTA (%)	
Asturias	423,53	3	[10-20]		0	
Ávila	63,35		[0-10]		[0-10]	[10-20]
Badajoz	236,4		[0-10]		0	
Baleares	285,6		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Barcelona	1.807,56	4	[20-30]		0	
Burgos	109,57	1	[10-20]		[0-10]	[20-30]
Cáceres	145,39	1	[0-10]		[0-10]	[10-20]
Cádiz	387,1		0	1	[0-10]	
Cantabria	175,09		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Castellón	203,27		[0-10]		0	
Ciudad Real	183,7		[0-10]		0	
Córdoba	282,04	2	[20-30]		[0-10]	[20-30]
Cuenca	75,17		[0-10]		0	
Gerona	206,31		[20-30]		0	
Granada	283,44	1	[0-10]		0	
Guadalajara	56,79		[10-20]		[0-10]	[10-20]
Guipúzcoa	208,7		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Huelva	156,11		0	1	[10-20]	
Huesca	74,22		[20-30]		[0-10]	[20-30]
Jaen	240,86	1	[0-10]		0	
La Coruña	382,96		[0-10]		0	
León	177,34	1	[10-20]**		[0-10]	[10-20]
La Rioja	94,02		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Lérida	142,66	1	[20-30]		0	
Lugo	147,48		[0-10]		0	
Madrid	1.620,13	2	[0-10]	1	[10-20]	[20-30]
Málaga	456,08		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Navarra	196,6		[20-30]		[0-10]	[20-30]
Orense	143,23		[0-10]		0	
Palencia	52,51		[10-20]		[0-10]	[10-20]
Pontevedra	313,75		[0-10]		0	
Salamanca	116,98	1	[20-30]	1	[20-30]	[50-60]
Segovia	47,74		[10-20]		[0-10]	[10-20]
Sevilla	572,04	1	[0-10]	1	[10-20]	[10-20]
Soria	31,15		[10-20]	1	[60-70]	[70-80]
Tarragona	283,13	1	[30-40]		0	
Teruel	50		[30-40]		0	
Toledo	202,21		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Valencia	956,1	1	[0-10]		0	
Valladolid	141,31	1	[0-10]		[0-10]	[10-20]
Vizcaya	372,1	1	[0-10]		0	
Zamora	68,63		[0-10]		[0-10]	[0-10]
Zaragoza	141,31	1	[20-30]		[0-10]	[20-30]

\*Se refiere a la suma de las cuotas cuando ambas partes operan en la respectiva provincia

Fuente: Notificación con base en datos de IMS \*se subsana error numérico advertido en versión no confidencial

Según este cuadro, como consecuencia de la operación, la adquirente refuerza su posición de manera significativa en las siguientes provincias obteniendo las cuotas conjuntas que se indican: Ávila [10-20%] +...], Burgos [20-30%] [+...], Guadalajara [10-20%] [+...], Madrid [20-30%]

[+...], Salamanca [50-60%] [+...], Sevilla [10-20%] [+...], Soria [70-80%] [+...] y Valladolid [10-20%] [+...]. Además, se posiciona en provincias en las que hasta ahora no estaba presente obteniendo las cuotas que se señalan: Cádiz [0-10%] y Huelva [10-20%]<sup>24</sup>.

Según lo anterior, la operación tiene especialmente incidencia en algunas provincias de la Comunidad Autónoma de Castilla y León, es decir, en Soria y Salamanca. Es preciso, por tanto, analizar el mercado geográfico y las características del mercado en estas zonas territoriales con mayor profundidad.

CUOTAS DE MERCADO DE OPERADORES EN SORIA Y SALAMANCA Y ALMACENES PRÓXIMOS					
PROVINCIA/ OPERADOR	Nº FARMACIAS/ ALMACÉN	CUOTA 2002	CUOTA 2003	CUOTA 2004	ALMACENES PRÓXIMOS DE OPERADORES
<b>SORIA</b>	69				12,7 (media)*
FARMACEN	SI	[60-70]	[60-70]	[60-70]	
COFARES	NO	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[3 almacenes]
SAFA	NO	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[1 almacén]
ARAGOFAR	NO	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[1 almacén]
OTROS	NO	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[3 almacenes]
<b>SALAMANCA</b>	168				11,2 (media)**
SOCOFASA	SI	[40-50]	[40-50]	[40-50]	
FARMACEN	SI	[30-40]	[30-40]	[20-30]	
SAFA	SI	[20-30]	[20-30]	[20-30]	
OTROS	NO	[0-10]	[0-10]	[0-10]	[3 almacenes]
* Ejemplos de distancia a Soria desde otros almacenes: Zaragoza 2:03h, Burgos 1:49h, Logroño 1:19h					
**Ejemplos de distancia a Salamanca desde otros almacenes: Zamora 0:49h, Valladolid 1:32h, Ávila 1:18h					

Fuente Notificación

FARMACÉN, a pesar de ser el único operador que cuenta con almacén propio en Soria (Alianza Farmacéutica), desde el que distribuye también a farmacias en [...], ha reducido su cuota de mercado en dicha provincia en los últimos tres años en 2 puntos porcentuales siendo la actual [60-70%].

El restante [30-40%] corresponde principalmente a tres operadores sin almacén que abastecen principalmente desde [...]. Destaca la cooperativa COFARES [10-20%] como único operador que ha incrementado su cuota en 4 puntos porcentuales. Por su parte, SAFA, que en la actualidad es el tercer operador en Soria con una cuota del [10-20%], también ha perdido 1,7 puntos porcentuales en los últimos tres años, mientras que ARAGOFAR mantiene su cuota.

Soria cuenta 92.848 habitantes y 69 oficinas de farmacia, de las cuales 7 están la capital. La frecuencia de los repartos de las partes es de [...] diarios en las rutas de Soria capital y [...] en el resto. Ningún otro operador presente tiene almacén y el único operador con almacén en la provincia no realiza repartos fuera de la capital con una frecuencia [...].

Hay otros 6 distribuidores mayoristas, de acuerdo con la notificante, que suministran desde almacenes de provincias próximas. De acuerdo con las estimaciones de la notificante, tomando

<sup>24</sup> Esta cuota corresponde principalmente Alianza del Sur, que está controlada conjuntamente con la cooperativa XEFAR. A efectos del análisis se le atribuye la totalidad de la cuota a FARMACÉN.



una muestra representativa de poblaciones en esta provincia teniendo en cuenta el radio de acción de 150 minutos<sup>25</sup>, se obtiene una media<sup>26</sup> de 9,8 almacenes ajenos a las partes por farmacia dentro de este radio de acción (12,7 incluyendo los almacenes de SAFA en las provincias colindantes).

En Salamanca hay tres almacenes, dos de los cuales son propiedad de las partes y operan también en las provincias de [...], [...] y [...]. El tercero es de una cooperativa regional que controla cerca de la mitad del mercado. Ésta ha aumentado su cuota en los últimos tres años en aproximadamente dos puntos porcentuales en detrimento de la de las partes en la operación.

Esta provincia cuenta con 353.020 habitantes y 168 oficinas de farmacia para las que existen, a pesar de su reducido tamaño, tres almacenes mayoristas<sup>27</sup>. La frecuencia de los repartos es de [...] diarios en las rutas de Salamanca capital y de [...] en el resto. De acuerdo con la información suministrada por la notificante, la media de almacenes ubicados a menos de 150 minutos de una muestra geográficamente significativa de localidades de la provincia es de 7,8, excluyendo los almacenes de las partes.<sup>28</sup>

La situación del mercado en las provincias colindantes o próximas a estos almacenes muestra una clara penetración de operadores en régimen de cooperativa, tanto de ámbito nacional como regional. Así se pueden citar de modo no exhaustivo: Zamora y Valladolid en las que ZACOFARVA y COFARES copan [80-90%] del mercado, en Cáceres COFEX tiene un [70-80%], en Zaragoza ARAGOFAR un [60-70%] y en Burgos COFARES un [50-60%].

Por último, es práctica habitual en el sector canalizar pedidos únicos a través de centrales de compra, entre las que cabe citar a OFSA (principal operador COFARES), EDIFA (agrupa a varias cooperativas regionales, entre otras SOCOFASA), Unicoop (su principal cooperativista es HEFAME, además de la propia Farmacén). El poder de demanda de los almacenes mayoristas frente a los laboratorios en lo que a las especialidades con precio intervenido se refiere es limitado, dado que los laboratorios son reacios a conceder descuentos (máximo un [...]%) del volumen de compra según la notificante).

#### **VI.4 Estructura de la demanda**

La demanda proviene principalmente de las oficinas de farmacia no hospitalarias y, en menor grado, de los servicios de farmacia hospitalarios y de determinadas administraciones públicas así como de otros almacenes farmacéuticos.

En particular, el grupo SAFA destina un [...]%) de sus ventas en España a oficinas de farmacia, un [...]%) a otros distribuidores farmacéuticos; el [...]%) restante corresponde a varios.

---

<sup>25</sup> Si se redujese el radio de la isocrona de los 150 minutos que propone la notificante a 120 esta proporción se reduciría, en promedio, a 5 almacenes ajenos a SAFA.

<sup>26</sup> Para hallar esta media se han tomado como referencia en el caso de de Soria las siguientes poblaciones: Soria capital, Esteras de Medinaceli, San Estaban de Gormaz, Serón de Nágima, Covaleda, San Pedro Manrique y Berlanga de Duero, y, en el caso de Salamanca: Salamanca capital, Cabrillas, Fresno-Alhándica, El Bodón, y Vitugudino, y se han sumado el número de almacenes alrededor de éstas en el radio de acción para después calcular la media de la provincia.

<sup>27</sup> No se incluye el almacén que FARMACÉN tiene previsto cerrar en Villares de la Reina, independientemente de que la concentración se lleve término o no, el 30 de abril de 2005.

<sup>28</sup> Si la isocrona se redujese a 120 minutos, el promedio de almacenes ajenos a las partes que quedarían dentro del radio de acción indicado en una muestra geográficamente significativa de localidades salmantinas sería de 5,2.

Por su parte, el Grupo FARMACÉN destina un [...%] de sus ventas a oficinas de farmacia, un [...%] a las Fuerzas Armadas, un [...%] a oficinas de farmacia hospitalarias y un [...%] a otros distribuidores farmacéuticos.

En el caso de los productos de parafarmacia, el poder negociador de la demanda de los almacenes mayoristas farmacéuticos puede ser mayor debido a que los precios son libres y les permite obtener descuentos y bonificaciones de diverso tipo, si bien la notificante señala que la venta directa del fabricante a la farmacia es un canal alternativo con el que pueden obtener mejores condiciones.

## **VI.5 Estructura y características de la distribución**

La distribución se realiza por medios propios (trabajadores y vehículos de transporte) o mediante subcontratación con transportistas autónomos, con tendencia a la utilización de esta última. La organización de los repartos viene inducida en gran parte por los horarios de apertura de las farmacias, de tal forma que se producen en horas concretas, estableciéndose topes para formular el pedido al almacén y que éste lo sirva en el reparto esperado. Los repartos se producen generalmente con una frecuencia que oscila, generalmente, entre 2 y 4 veces al día dependiendo de las áreas (a mayor concentración de población, mayor número de farmacias y mayor número de repartos al día).

En particular, Grupo Safa subcontrata el [...%] de los servicios de transporte. También el Grupo Farmacén recurre [...] a la subcontratación, a excepción de [...] donde utilizan sus propios recursos.

Es preciso hacer hincapié en los aspectos de la distribución derivados de las obligaciones de suministro y el compromiso de los almacenes mayoristas con las oficinas de farmacia. La obligación de abastecimiento no viene precisada con claridad en la normativa reguladora de los almacenes farmacéuticos y la distribución al por mayor<sup>29</sup> que se refiere a ella en términos imprecisos como “garanticen permanentemente” o “a la mayor brevedad en función del tipo de medicamento de que se trate”.

La notificante señala que, en la práctica, cuando un pedido no se suministra en un plazo de 24 horas se considera que ha sido rechazado y, por tanto, puede ser causa de potencial desabastecimiento. Los compromisos asumidos por los almacenes comprenden una frecuencia de los repartos que oscila entre 1 y 6 diarios en función de las rutas, de tal forma que en las capitales de provincia y según la proximidad de las farmacias pueden hacerse entre 4 y 6 repartos diarios, mientras que en poblaciones menores y alejadas la frecuencia oscila entre principalmente entre 2 y 1 reparto diario. Ello sin perjuicio de repartos urgentes a petición y de los servicios de guardia de almacenes que puede imponer los servicios de salud de la correspondiente Comunidad Autónoma.

## **VI.6 Fijación de precios y otras condiciones comerciales**

En la fijación de precios de las especialidades farmacéuticas se distinguen dos fases: en la primera se fija el precio de venta del laboratorio (PVL), que está intervenido y sujeto a autorización<sup>30</sup> si el producto se destina al territorio nacional y está financiado por el Sistema Nacional de Salud y es libre y se fija por el laboratorio o fabricante en el resto incluidas las

<sup>29</sup> A diferencia por ejemplo de la legislación italiana que establece un plazo máximo de 12 horas.

<sup>30</sup> Art. 100 de la Ley del Medicamento



especialidades farmacéuticas publicitarias (por ejemplo, antigripales, vitaminas, algunos analgésicos).

El Gobierno fija mediante Real Decreto los márgenes de las oficinas de farmacia y de los almacenes farmacéuticos. Este margen ha sufrido reducciones<sup>31</sup> y actualmente, desde el 1 de febrero de 2005, está establecido en un 27,9% para la farmacia y un 8,6% para el almacén (a partir de 2006 7,6%). Para especialidades cuyo precio de venta de laboratorio sea igual o inferior a 89,62€ el margen del almacén se establece en un importe fijo. Se revisarán anualmente teniendo en cuenta la variación del producto interior bruto y el aumento de las ventas de las oficinas de farmacia.

En la segunda fase, una vez fijado el PVL por cualquiera de las modalidades citadas, se aplica el margen para el almacén mayorista para obtener el precio de venta a la farmacia (PVF). El margen legal de la oficina de farmacia se calcula, sobre el de venta al público (PVP) al que se añade un tipo reducido de IVA del 4% para obtener el precio de venta al público final (PVP IVA).

Los precios del laboratorio son máximos y los almacenes farmacéuticos pueden obtener descuentos de los laboratorios que, según la notificante, alcanzan como máximo [...] del pedido.

Los márgenes de distribuidores y oficinas de farmacia son fijos. Es práctica habitual que los almacenes farmacéuticos repercutan de forma indirecta parte de este margen a las oficinas de farmacia. Se conocen principalmente dos modalidades: descuento por volumen de ventas mensual, y descuentos escalados en función del número de unidades o del volumen de un producto. También pueden obtener descuentos en función de las condiciones de pago (por pronto pago, pago por adelantado y otros). Según la notificante, los descuentos en las especialidades farmacéuticas hasta la entrada en vigor de la última modificación reducían el margen en una media de [...] puntos porcentuales.

Los descuentos aplicados a la farmacia por parte del almacén distribuidor no se repercuten al consumidor en el caso de especialidades farmacéuticas financiadas por la sanidad pública, sino que aumentan el margen de la oficina de farmacia más allá de los fijados legalmente. En el caso de especialidades farmacéuticas publicitarias, la normativa reconoce al farmacéutico explícitamente la libertad de conceder descuentos al consumidor con un máximo de un 10% del PVP IVA.

En los productos parafarmacéuticos el precio es libre y no hay márgenes legales. Según la notificante, el margen medio que los distribuidores mayoristas aplican a dichos productos es de aproximadamente un [...] sobre su precio de adquisición, sin perjuicio de posibles descuentos o bonificaciones.

Las ventas de Grupo SAFA de productos parafarmacéuticos representan un [...] de sus ventas totales y, en el caso de FARMACÉN, un [...].

Respecto a la política comercial de Grupo SAFA se señala, en primer lugar, que los costes del transporte hasta la oficina de farmacia los absorbe el almacén independientemente de la distancia del recorrido. Para pedidos de farmacias no habituales o que quedan fuera de las rutas de reparto, utilizan los servicios de una agencia de transportes de mensajería que aplica un precio de [...] desde cualquier almacén [...].

<sup>31</sup> Cabe citar que en el año 1997 se estableció en un 11% del precio de venta del almacén sin impuestos (R.D. 164/1997, de 7 de febrero) y en el año 2000 en un 9,6% (R.D.L. 5/2000, de 23 de junio), siendo la última modificación por R.D.2402/2004, de 30 de diciembre.



Por otra parte, Grupo SAFA distingue entre descuentos y ofertas comunes a todos los clientes, independientemente de su ubicación, de otras condiciones que varían según [...] pero que son homogéneas dentro del ámbito de influencia multiprovincial [...]. De esta forma, todas las farmacias ubicadas [...] tienen acceso potencial a las mismas condiciones y descuentos que varían en función del volumen de ventas, la línea de producto u otros.

## **VI.7 Barreras a la entrada - Competencia potencial**

Las barreras a la entrada se derivan de las obligaciones legales ya citadas. Por un lado, la necesidad de una autorización administrativa para el ejercicio de la actividad que no presenta dificultades (se obtiene en un plazo máximo regulado en noventa días, que en la práctica es muy inferior) siempre y cuando se cumplan los requisitos técnicos (obligaciones de almacenamiento, mantenimiento de la cadena de frío, personal cualificado, etc.) y regulatorios (capacidad de cumplir con las obligaciones de suministro).

Adicionalmente, el tamaño de los mercados así como la reducción de márgenes condiciona la entrada de nuevos operadores y apertura de almacenes. En este sentido, la compra de operadores ya establecidos en un ámbito geográfico constituye una opción atractiva para penetrar en nuevos ámbitos geográficos, más competitiva que la de dar suministro a distancia.

Asimismo hay que señalar la posibilidad de que se intensifique la competencia por la actuación directa de los laboratorios en la distribución de sus productos a las farmacias en detrimento del negocio de los almacenes farmacéuticos, lo que conlleva asumir parte de la actividad realizada por éstos (empaquetamiento, etc.) y puede resultar en nuevas formas de distribución.

La adquirente destina un [1-2%] de su coste operativo anual a investigación en el desarrollo de nuevo software [...].

## **VII. VALORACIÓN DE LA OPERACIÓN**

La operación notificada consiste en la adquisición del control exclusivo sobre FARMACÉUTICA CENTRAL, S.A. (FARMACEN) y sus sociedades dependientes e, indirectamente, del control conjunto sobre ALIANZA DEL SUR, S.A., por parte de ALMACENES FARMACÉUTICOS MADRILEÑOS, S.A. (SAFA).

### **VII.1 Posición en el mercado**

La operación notificada supone una concentración horizontal en el mercado de la distribución mayorista de especialidades y productos farmacéuticos, mediante la que el Grupo SAFA añade a su red de 25 almacenes farmacéuticos los 6 controlados por FARMACÉN.

En el mercado nacional de distribución mayorista de productos farmacéuticos, la adquirente refuerza su posición como segundo operador, y primer distribuidor independiente de los detallistas, incrementando su cuota de mercado desde el [0-10%] hasta el [10-20%]. Los principales competidores son: COFARES, primer distribuidor con una cuota del [10-20%], Hermandad Farmacéutica del Mediterráneo-HEFAME [0-10%]), Federación Farmacéutica [0-10%]) y Centro Cooperativo Farmacéutico-CECOFAR [0-10%]).

Con la operación, Grupo SAFA se posiciona en algunas provincias en las que hasta ahora no estaba presente, obteniendo las cuotas correspondientes a la adquirida. Este es el caso de Cádiz [0-10%] y Huelva [10-20%].





Además, SAFA refuerza su cuota de mercado de manera significativa en las provincias de Ávila, Burgos, Guadalajara, Madrid, Sevilla y Valladolid, donde, a pesar de acumular la posición en el mercado de la adquirida, su cuota resultante no alcanza el 25%.

Sin embargo, la operación tiene especial incidencia en las provincias de Soria y Salamanca. En Salamanca SAFA alcanza una cuota del [50-60%] tras hacerse con el [20-30%] correspondiente a FARMACEN, y en Soria adquiere el [60-70%] correspondiente a la adquirida, resultando en una cuota conjunta del [70-80%].

Para valorar la incidencia de la operación en este ámbito, es preciso considerar, en primer lugar, que la distribución mayorista de especialidades y productos farmacéuticos es una actividad regulada. En este mercado el operador no tiene capacidad de fijar precios. Se compete en condiciones comerciales (descuentos, ofertas y otros) y calidad del servicio (rapidez y frecuencia de los repartos).

En relación con las condiciones comerciales, el margen de maniobra de los mayoristas se va estrechando. Los operadores afrontan un escenario de reducción de precios de las especialidades farmacéuticas financiadas por la sanidad pública y un estrechamiento de los márgenes de distribución mayorista (desde el 11% fijado en 1997 al 7,6% que entrará en vigor en 2006). Es decir, se reduce tanto la base sobre la que se aplica el margen como el margen en sí mismo, lo que tenderá a intensificar la competencia por el cliente para compensar con crecimiento del volumen de negocio el efecto de estas medidas.

En cuanto a la calidad del servicio, debe tenerse en cuenta que el marco legal vigente establece determinadas obligaciones de abastecimiento. En caso de desabastecimiento, las farmacias pueden instar la aplicación de la Ley de Ordenación del Sistema Sanitario y el correspondiente expediente sancionador<sup>32</sup>. Por otra parte, dada su reducida capacidad de almacenaje, las farmacias demandan un servicio continuo y frecuente. Por ello, habitualmente cuentan con un proveedor principal y otros alternativos. La capacidad de respuesta del cliente, en términos de cambio de proveedor ante un deterioro de la calidad del suministro es prácticamente inmediata si existen alternativas, puesto que no hay compromisos formales de compra, al menos con los operadores no integrados verticalmente como SAFA y FARMACEN.

En el caso de que la proximidad geográfica entrañase una ventaja competitiva en términos de frecuencia y calidad del suministro, cabe señalar que en los casos de Soria y Salamanca, de acuerdo con la información suministrada por la notificante, existe un número significativo, cinco en promedio, de almacenes ajenos a las partes de la operación a menos de dos horas de una muestra geográficamente significativa de localidades.

Adicionalmente, en el caso de Salamanca, tanto la entidad resultante de la operación como su principal competidor disponen de almacenes ubicados en la capital, de forma que ambos tienen oportunidades similares para competir a través de un aumento de la frecuencia de los repartos, sin perjuicio del margen que puedan tener los almacenes ubicados provincias limítrofes.

Por último, en el caso de Soria, la adquirente, se hace con el único almacén ubicado en la provincia. A partir de dicho almacén, la frecuencia de los repartos fuera de la capital es, en la

<sup>32</sup> SAFA aporta copia de una sentencia recaída sobre SAFA GALÉNICA del Juzgado de lo Contencioso-Administrativo Nº 1 de Huesca (Sentencia nº 147) de 26-11-2003 en relación con el recurso presentado por la misma contra Resolución sancionadora de las autoridades autonómicas de Aragón, por la imposición de una multa como consecuencia de la falta de suministro de un medicamento solicitado por una farmacia de Huesca al almacén de Zaragoza.



actualidad, de [...], mientras que SAFA hace [...] en sus rutas en Soria a partir de [...]. En este contexto, no es previsible que se produzca un deterioro de las condiciones de reparto en Soria, como consecuencia de la operación. Es más, cabe la posibilidad de que, si la adquirente gestiona su actual cartera de clientes en Soria a partir del almacén de la adquirida, las condiciones de reparto puedan mejorar. Adicionalmente, competidores como COFARES, que suministran desde fuera de la provincia a las farmacias sorianas, han registrado un crecimiento significativo de su cuota de mercado, a pesar de no contar con la ventaja de que la presencia física puede conferir a la hora de mejorar la frecuencia y rapidez de los repartos.

En segundo lugar, la competencia es muy intensa entre operadores, en particular por parte de cooperativas y sociedades pertenecientes a farmacéuticos detallistas y, por tanto, integradas verticalmente, que representan el 70% de los almacenes mayoristas establecidos en España.

En particular, en el caso de Soria, COFARES (con una cuota del [10-20%] en 2004 ha ganado 4 puntos porcentuales en los tres últimos años, mientras que las partes de la operación han perdido más de tres puntos en el mismo periodo de tiempo. Por su parte, en el caso de Salamanca, la cooperativa SOCOFASA, con una cuota del [40-50%] ha ganado dos puntos porcentuales desde 2002, en detrimento de la cuota conjunta de las partes que se ha reducido en una proporción similar.

Por último, la capacidad negociadora de Grupo SAFA como demandante de especialidades y productos farmacéuticos puede aumentar con la operación. Pero el ejercicio de la misma tiene ciertos límites dado que la parte más importante del negocio proviene de las especialidades farmacéuticas en régimen de intervención de precios, y dada la presencia de otros importantes operadores que centralizan sus pedidos con un poder de compra tan importante o superior al de la adquirente.

Finalmente, las barreras a la entrada derivadas de la necesidad de disponer de almacenes, no han impedido la competencia en estas provincias de operadores con almacenes en zonas limítrofes.

En consecuencia, no es previsible que la posición de Grupo SAFA tras la operación pueda suponer un deterioro de la competencia efectiva que se traduzca en un empeoramiento de las condiciones comerciales aplicadas a las oficinas de farmacia. En efecto, la regulación sectorial así como la pujanza de ciertos operadores de peso, principalmente cooperativas y sociedades ligadas a los minoristas, que otorgan importantes beneficios e incentivos a sus socios y también dan suministro a oficinas de farmacia no asociadas, limita el margen de actuación de Grupo SAFA en Soria y Salamanca.

## VII.2 Conclusiones

A la luz de las consideraciones expuestas, no cabe considerar que la operación de referencia pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en ninguno de los mercados referidos.

## VIII. PROPUESTA

En atención a todo lo anterior, se propone **no remitir** el expediente de referencia al Tribunal de Defensa de la Competencia para su informe en aplicación del apartado 1 del artículo 15 bis de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, por lo que la operación de



concentración notificada quedaría tácitamente autorizada conforme al apartado 2 del mencionado artículo.