



**Evaluación *ex ante* a la imposición de condiciones a la
concentración entre Sanofi y Boehringer en el sector de
salud humana**

La Comisión Federal de Competencia Económica realiza evaluaciones ex ante a casos emblemáticos para estimar el impacto de la política de competencia en México. Lo anterior, con fundamento en el artículo 41, fracciones IV y X del Estatuto Orgánico de la Comisión Federal de Competencia Económica.

Contenido

Antecedentes.....	4
Descripción del caso	5
Desarrollo de la evaluación	7
Datos relevantes	7
Estimación del beneficio económico generado	8
Consideraciones finales.....	10

Antecedentes

La Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE o Comisión) es, conforme al artículo 28 de la Constitución, la institución encargada de garantizar la competencia económica y libre concurrencia en los mercados mexicanos. Para el cumplimiento de su mandato constitucional, la COFECE cuenta con tres tipos de herramientas: i) preventivas, como en el análisis de concentraciones, la opinión a licitaciones, concesiones o permisos; ii) correctivas, como en la sanción de prácticas monopólicas, la investigación de insumos esenciales y barreras a la competencia, y la emisión de declaratorias de condiciones de competencia; y, iii) de promoción de la competencia.

El primer grupo de herramientas permite identificar la posible creación de estructuras y condiciones que otorguen poder sustancial a los agentes económicos o que faciliten e incentiven la comisión de prácticas anticompetitivas. El segundo grupo permite realizar investigaciones para identificar y sancionar conductas contrarias a la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE o Ley), que limiten o atenten contra la competencia y la libre concurrencia en los mercados. El tercer tipo de herramientas tiene como objetivo comunicar a la sociedad y sus distintos sectores sobre los beneficios y la importancia de una política de competencia efectiva en favor de la eficiencia de los mercados. Es a través del uso adecuado y pertinente de estas herramientas, que la Comisión cumple con su mandato constitucional y legal.

Con base en lo dispuesto en el artículo 12, fracciones XXIX y XXIII de la LFCE; y los artículos 22, fracciones V y VIII, así como 41 fracciones IV y X del Estatuto Orgánico de la COFECE, es que la COFECE fundamenta la realización de los estudios y las evaluaciones que le permiten conocer el desempeño de la política de competencia y sus efectos en los mercados y en el bienestar de los consumidores.

La Comisión evalúa el impacto que tienen sus resoluciones en el bienestar de los consumidores y en las condiciones de equilibrio de los mercados. Estas evaluaciones pueden ser de dos tipos: *ex post* o *ex ante*. Las evaluaciones *ex post* son ejercicios econométricos con rigor académico que buscan identificar la causalidad en el cambio de las condiciones de equilibrio de los mercados entre dos y cuatro años después de que la Comisión ha intervenido en el mercado, y los efectos en el bienestar de los consumidores.¹

¹ Metodología disponible en:
https://www.cofece.mx/cofece/images/Informes/Metodologia_ev_expost_COFECE.pdf

Por su parte, las evaluaciones *ex ante* se conducen con la información disponible al momento de la resolución del Pleno o utiliza supuestos preestablecidos de acuerdo con las mejores prácticas internacionales en la materia. Para realizar las evaluaciones *ex ante*, la COFECE elaboró la *Metodología para la elaboración de evaluaciones ex-ante de las intervenciones de la COFECE* (metodología).² Esta metodología establece que las resoluciones sujetas a evaluación *ex ante* son:

- Las concentraciones que fueron objetadas o aquéllas sujetas a condiciones y que tienen efectos en la estructura del mercado relevante.
- Las prácticas monopólicas absolutas sancionadas, definidas en el artículo 53 de la LFCE.
- Las prácticas monopólicas relativas sancionadas o aquellas cuya investigación concluya anticipadamente por la aceptación de compromisos, según lo establecido en el artículo 54 de la LFCE.

En este documento se evaluará el impacto al beneficio de los consumidores derivado de la imposición de condiciones a una concentración en el mercado de medicamento para la tos.

Descripción del caso³

El 13 de mayo de 2016, Sanofi y Boehringer notificaron a la COFECE su intención de llevar a cabo una concentración. La operación notificada consistía en la adquisición por parte de Sanofi de la totalidad del negocio de salud humana del grupo Boehringer a nivel mundial.

Sanofi es una sociedad pública francesa, dedicada a la investigación, desarrollo, fabricación y venta de productos para la salud. Esta sociedad agrupa sus actividades en tres categorías: farmacéutica, vacunas humanas y salud animal. Entre sus subsidiarias, se encuentra la empresa mexicana Sanofi-Aventis. Boehringer es una empresa alemana, dedicada al desarrollo, fabricación, distribución y comercialización de productos

² La Metodología puede ser consultada en:

https://www.cofece.mx/cofece/images/Informes/COFECE_MetodologiaEvaluacionesExAnte_VF.pdf

³ Expediente CNT-045-2016. Sanofi, Sanofi-Aventis de México, S.A. de C.V. (Sanofi) y Boehringer Ingelheim International GmbH (Boehringer). Disponible en:

<http://www.cofece.mx:8080/cfcresoluciones/docs/Concentraciones/V5391/1/3683630.pdf>

farmacéuticos, particularmente aquellos con prescripción médica, de venta libre y para la salud animal.

En el análisis de esta operación, la COFECE estudió 10 mercados relevantes, de los cuales analizó los índices de concentración, las participaciones y el posicionamiento de las marcas en el mercado.⁴ La Comisión determinó que sólo en el mercado de los medicamentos de venta libre para la tos con flema a nivel nacional existían riesgos a la competencia debido a que el agente económico resultante de la operación (Sanofi-Boehringer) tendría capacidad para fijar precios o restringir el abasto de medicamentos para la tos con flemas. Lo anterior derivado de que:

- Sanofi perdería la presión competitiva de su competidor más cercano, Boehringer, en el mercado de medicamentos para la tos con flemas de venta libre en México. Esta presión competitiva disciplina los precios de los medicamentos.
- Sanofi incrementaría la brecha que mantiene respecto al resto de sus competidores en términos de participación de mercado, lo que le permitiría reforzar el liderazgo que actualmente tiene en este mercado.

Finalmente, el 15 de diciembre de 2016, el Pleno de la COFECE resolvió por unanimidad sujetar la operación al cumplimiento de condiciones, entre las que destaca que Sanofi no adquirirá de Boehringer los siguientes productos y sus variantes: *Bisolvon*, *Mucosolvan* y *Sekretovit*. Esto implica que Boehringer debe conservar todos los derechos para desarrollar, fabricar y comercializar estos medicamentos para tratar la tos con flema. El 16 de diciembre de 2016, los agentes económicos involucrados aceptaron las condiciones antes señaladas.

⁴ Los mercados relevantes de la operación corresponden a medicamentos de distintos tipos: i) de venta libre para la tos seca (incluyendo a los indicados para ambos tipos de tos), ii) de venta libre para la tos con flemas (incluyendo a los indicados para ambos tipos de tos), iii) de prescripción de marca para la tos con flemas, iv) de venta libre para el dolor, v) de venta libre para el control de la fiebre (que incluye a los indicados tanto para fiebre como dolor), vi) de prescripción de marca para el dolor, vii) de prescripción de marca para la fiebre (que incluye a los indicados tanto para fiebre como dolor), viii) para el estreñimiento de venta libre, ix) tópicos antirreumáticos y analgésicos de venta libre y x) de marca antiespasmódicos y anticoligénicos de prescripción. Todos con una dimensión geográfica nacional.

Desarrollo de la evaluación

Esta evaluación estima los efectos sobre el bienestar que tuvo la imposición de condiciones a la concentración entre Sanofi y Boehringer en el mercado de medicamentos para la tos con flema. Debido al tiempo necesario para obtener un permiso para comercializar medicamentos en México y el gasto en publicidad necesario para introducir una nueva marca, no se espera que ingrese un nuevo competidor como respuesta al aumento de concentración en el mercado en al menos dos años. Por esta razón, en esta evaluación se estiman los efectos en este periodo de tiempo. La siguiente sección presenta los datos más relevantes con los que se elaboró la evaluación.

Datos relevantes

Los datos con los que se realizó la evaluación son: i) tamaño de mercado, ii) participaciones de mercado, iii) precio de cada una de las marcas del mercado, iv) Índices de Herfindahl-Hirschman (IHH) y v) la elasticidad precio de la demanda.

Para aproximar la elasticidad precio de aquellos productos que formaron parte de las condiciones se utilizó el trabajo de Gemmill *et al* (2007) ⁵. En este estudio, los autores realizaron un meta análisis de los principales trabajos de investigación donde reportan la elasticidad precio de todo tipo de fármacos en Norteamérica y Europa. Los autores encuentran que la media de las elasticidades calculadas es -0.20, el primer decil es -0.02, la mediana es -0.14 y el último decil es -0.55. Debido a que el estudio de Gemmill *et al* (2007) se refiere a todo tipo de fármacos y la presente evaluación se refiere a medicamentos de venta libre, se tomó el último decil de las elasticidades analizadas como aproximación de la elasticidad de los productos, esto es -0.55.

Tabla I
Datos relevantes

Marcas ^a	Precios 2015	Participación de mercado	Unidades comercializadas 2015
Bisolvon			
Mucosolvan			
Histiciil			
Resto de marcas ^b			

Fuente: COFECE.

- a. Bisolvon y Mucosolvan son marcas pertenecientes a Boehringer. Histiciil pertenece a Sanofi.
b. El precio del resto de las marcas se calculó como un promedio ponderado.

⁵ Gemmill, M. C., Costa-Font, J., & McGuire, A. (2007). In search of a corrected prescription drug Elasticity estimate: a meta-regression approach. *Health economics*, 16(6), 627-643.

Para calcular el incremento en precio y su consecuente cambio en la cantidad, se utilizó la identidad del Índice de Lerner promedio en un mercado con competencia à la Cournot: $\bar{L} = \sum_i \frac{P_i - C}{P_i} \left(\frac{q_i}{Q} \right) = \frac{-IHH}{\varepsilon}$.⁶ Esta fórmula nos permitió simular el precio promedio que se observaría en el mercado si la concentración se hubiera llevado a cabo en los términos en que fue planteada. El resultado fue un incremento de precios de 19.91%. Una vez definidos los incrementos en precios y la elasticidad precio de la demanda, es posible calcular el cambio en la cantidad demandada en caso de que la operación se hubiera llevado a cabo en los términos en que originalmente fue planteada. (Ver Tabla II).

Tabla II
Precios y cantidades establecidos sin condiciones

Año de colusión	Precios con concentración sin condiciones	Unidades comercializadas sin condiciones
Bisolvon	████████	████████
Mucosolvan	████████	████████
Histiacil	████████	████████
Resto de marcas	████████	████████

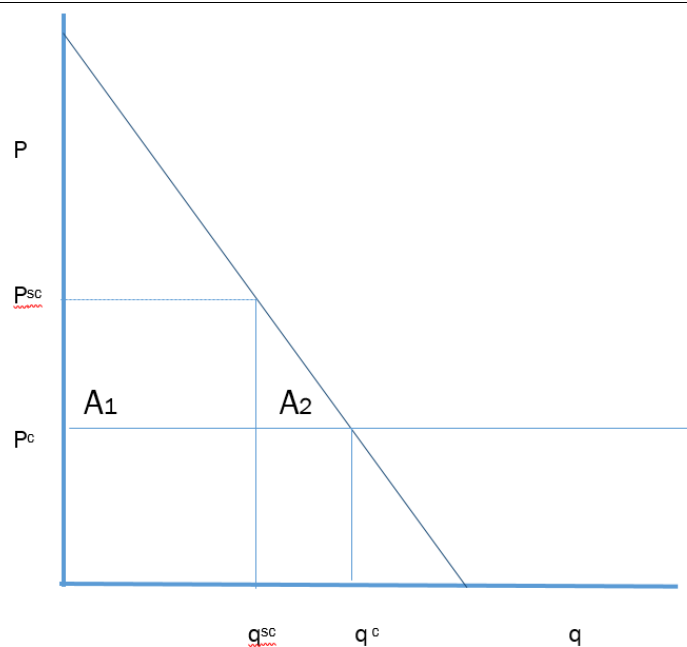
Fuente: COFECE.

Estimación del beneficio económico generado

El cálculo del beneficio económico comprende dos elementos, con los cuales se puede dimensionar el efecto de la intervención de la Comisión en beneficio de los consumidores. Los elementos a los que hacemos referencia son:

- **El cambio en el excedente del consumidor (A1 en la Gráfica I)**, el cual es una representación de lo que los consumidores ganan al momento en que a los agentes económicos se les imponen condiciones.
- **La pérdida irrecuperable e eficiencia (A2 en la Gráfica I)**, la cual es una distorsión derivada de que el equilibrio que alcanza el mercado no es óptimo en el sentido de Pareto, dando cuenta de recursos que dejan de capturarse y que podrían mejorar la condición de bienestar tanto de consumidores como de productores.

⁶ Motta, M. (2004). Competition policy: theory and practice. Cambridge University Press, pp 120.

Gráfica I**Cambio en el bienestar del consumidor**

p^{sc} y q^{sc} : precio y cantidad sin concentración

p^c y q^c : precio y cantidad con concentración

Fuente: COFECE.

Con base en la información presentada en la sección anterior se puede estimar el cambio en el excedente del consumidor y la pérdida irrecuperable de eficiencia. Las estimaciones para cada año que duró la práctica se presentan en la Tabla III. El resultado derivado del análisis arroja que el beneficio generado **asciende a 241 millones 468 mil 315 pesos**.

Tabla III**Cambio en el bienestar**

	Cambio en el excedente del consumidor (en pesos)	Pérdida irrecuperable de eficiencia (en pesos)	Total
Valor generado	\$233,132,946.78	\$8,335,368.51	\$241,468,315.29

Fuente: COFECE.

Consideraciones finales

El 15 de diciembre de 2016, el Pleno de la COFECE resolvió por unanimidad sujetar la operación al cumplimiento de condiciones, entre las que destaca que Sanofi no adquirirá de Boehringer los siguientes productos y sus variantes: *Bisolvon*, *Mucosolvan* y *Sekretovit*. Esto implica que Boehringer debe conservar todos los derechos para desarrollar, fabricar y comercializar estos medicamentos para tratar la tos con flema. El 16 de diciembre de 2016, los agentes económicos involucrados aceptaron las condiciones antes señaladas.

El análisis realizado estimó que el impacto en el bienestar del consumidor generado por la COFECE **asciende a 241 millones 468 mil 315 pesos**. Esta cantidad equivale al 50.51% del presupuesto otorgado a la Comisión durante 2016.⁷

⁷ El presupuesto de la COFECE para el ejercicio fiscal 2016 ascendió a 478 millones 057 mil 464 pesos.