

# Resultados de Examen práctico para P02 EGOB25

## Derecho de la Competencia

- El caso incluirá **tres preguntas**.
  - Las respuestas deben presentarse **de forma ordenada**.
  - Se debe **indicar la pregunta correspondiente** en el cuadro de texto.
  - El texto deberá tener un **máximo de 1,500 palabras**.
-

Las 2 empresas más grandes del sector tecnológico en Guatemala, TK Jumbo y Energy, quieren firmar un acuerdo de cooperación comercial y de desarrollo de nuevas tecnologías en conjunto. El propósito es optimizar sus operaciones y mejorar su competitividad en el mercado de producción de computadoras en Guatemala. El acuerdo abarca la coordinación en el desarrollo de nuevos productos para el mercado guatemalteco, la fijación conjunta de precios y el porcentaje de distribución de ingresos.

Aspectos relevantes de la negociación:

- TK Jumbo y Energy son competidores directos en la producción de computadoras en Guatemala.
- El acuerdo entre TK Jumbo y Energy incluye la fijación conjunta de precios y la coordinación en la producción de computadoras exclusivamente para el mercado guatemalteco.
- La cuota de participación en el mercado guatemalteco de ambas empresas combinadas es de 100%.
- TK Jumbo acepta que, de todas las computadoras, indistintamente quien las produzca, se utilice la marca la Chapinita. La licencia de utilización de la marca tiene como objetivo consolidarla en el mercado guatemalteco debido a la fidelidad que tienen los consumidores con ella.
- Las computadoras importadas a Guatemala, debido a la carga arancelaria, son un 25% más costosas en comparación con las producidas en el territorio nacional.
- Los minerales de silicio y cobre, insumos indispensables para la producción de computadoras, sólo pueden ser explotados con autorización minera extendida por el Ministerio de Energía y Minas. En la actualidad solo estos 2 competidores son los únicos que tienen la licencia para explotación minera de estos elementos.

- Dentro del convenio establecen un acuerdo de exclusividad en la compra y venta de los minerales descritos, por lo que no podrán venderlos a otros competidores.
- El acuerdo busca beneficios para los consumidores, como una mayor eficiencia operativa y mejor integración de los productos.

Preguntas:

1. Ante una denuncia de este acuerdo, ¿existen suficientes motivos para investigar esta negociación por parte de la Superintendencia de Competencia?
2. De acuerdo con los hechos descritos, ¿existe un mercado contestable en la producción de computadoras en Guatemala?
3. ¿El acuerdo entre TK Jumbo y Energy constituye una infracción a la Ley de Competencia?

Su respuesta:

Pregunta 1. Ante una denuncia de este acuerdo, ¿Existen suficientes motivos para investigar esta negociación por parte de la Superintendencia de Competencia?

Respuesta: Con base a la Ley de Competencia de Guatemala, si la ley le faculta a la Superintendencia de Competencia poder iniciar una investigación preliminar para establecer si esta concentración no va a tener principalmente consecuencias en el mercado relevante, porque al fusionarse estas dos empresas podemos caer en la concentración absoluta, en donde si bien es abarca en desarrollo de nuevos productos, también lo es el peligro que ambas empresas la fijación conjunta de precios, y el porcentaje de distribución de ingresos. La fijación de precios por parte de ambas empresas productoras, quienes tienen el dominio del mercado relevante en el mercado guatemalteco, si puede ser perjudicial para el consumidor, ya

que la consumidor se miraría imposibilitado de poder adquirir otro tipo de computadoras, porque las que estaría autorizadas para la producción en Guatemala sería estas dos empresas.

Además limitarían el mercado de Libre Competencia ya que no permitirían que en el mercado que otros Agentes Económicos puedan competir sin ningún clase de impedimentos en el mercado relevante.

En la investigación preliminar que puede ser de oficio también esa cuota de participación en el mercado guatemalteco ya que se esta refiriendo a que ambas empresas tendrían el 100%, entonces este contrato podría ser colusorio porque tendría el monopolio del mercado.

Por otro lado TK Jumbo al aceptar que todas las computadoras indistintamente quien las produzca, se utilice la marca la Chapinita, esto no es aceptable porque prácticamente estaríamos en la competencia desleal, en donde toda clase de marcas estarían bajo la marca de La Chapinita, engañando al consumidor, le tiene considerable confianza y esto pues si perjudicaría a los otros productores con diferente marca, restringido que su marca de producto entre en una libre competencia de mercado.

Además la Superintendencia de Competencia puede realizar un análisis o estudio con relación a las computadoras importadas a Guatemala, para establecer cual es la carga arancelaria y si esta es del 25% más costosas, en comparación con las computadoras producidas en el territorio Nacional. Es importante que la Superintendencia de Competencia la tener este análisis lo comparta con las autoridades que tiene a su cargo establecer los aranceles y hacer la observación, que Guatemala tiene que tener mejores aranceles para que los productores de otros países puedan competir, con los productos más innovadores, con precios y calidad, ya que esto formentaría la oferta y la demanda en el mercado guatemalteco. Como una de sus funciones de la Superintendencia de Competencia es precisamente dar

al Ejecutivo el informe en donde deben efectuarse los cambios en las normas legales y arancelarias de Guatemala. Esto ayudaría a que se abrieran nuevos mercados con mejores precios, productos y calidad en donde el consumidor guatemalteco se beneficie y mercado nacional esta eficiente y productivo.

Es importante tener en cuenta lo que regula el artículo 2 cuanto lo relacionado Superintendencia de Competencia que establece que se tiene que respetar las Leyes especiales, y cuanto a los minerales de silicio y cobre pues tener el informe por parte del Ministerio de Energía y Minas.

Dentro del acuerdo de la concentración de ambas empresas no pueden haber acuerdos de exclusividad pues esto daña grandemente a otros competidores.

En la investigación habrá que establecer si realmente el consumidor es el beneficiado en toda esta clase de operaciones, porque lo que más interesa es que no se le afecte en cuanto a la adquisición del producto por el precio si este es muy elevado.

De acuerdo con los hechos descritos ¿existe un mercado contable en la producción de computadoras en Guatemala?

Al momento pareciera que si existe un mercado contestable para Guatemala, ya que el consumidor puede elegir entre marca, modelos y precios que estén a su alcance y donde realmente quede satisfechas sus necesidades.

El Acuerdo entre TK Jumbo y Energy constituye una infracción a la Ley de Competencia?

Por su puesto que constituye una infracción ya que tiene muchas conductas anticompetitivas, que al momento de autorizar esta fusión tendría que ser

condicionada, por de lo contrario estarían las empresas siendo objeto de infracciones.

Comentarios adicionales:



Pregunta 2

--

 / 50 pts

## Competencia económica

- El caso incluirá **cuatro preguntas**, con la posibilidad de que éstas contengan subpreguntas, según corresponda.
- Las respuestas deben presentarse **de forma ordenada**.
- Se debe **indicar la pregunta correspondiente** en el cuadro de texto.
- El texto deberá tener un **máximo de 1,500 palabra**

---

Una economía hipotética está regida por la Ley de Competencia de Guatemala (Ley) y, en general, el marco legal guatemalteco –a menos que se indique lo contrario en algún aspecto específico.

Farmacia Americana S.A. ("Americana") y Grupo Bienestar, S.A. ("Bienestar") notifican una concentración de acuerdo con la Ley de Competencia. La operación consiste en la venta de la totalidad de las acciones representativas del capital social de Farmacias Welfare S.A. ("Welfare"), propiedad de Bienestar, a Americana.

Agente	Actividades	Estructura accionaria %
"Americana" Comprador	Comercialización, venta y distribución de medicamentos.	Pablo González Rubio (50.0%) Pablo González Muñoz (25.0%) José González Muñoz (25.0%)
Farmacias Welfare Objeto	Comercialización, venta y distribución de medicamentos.	Grupo Bienestar (99.0%) Ortopedia Welfare (1.0%)
Ortopedia Welfare	Comercialización, venta y distribución de prótesis.	Grupo Bienestar (99.0%) Juan Jaime Arrieta Rubio (1.0%)
Grupo Bienestar Vendedor	Comercialización, venta y distribución de medicamentos. Comercialización, venta y distribución de prótesis.	Juan Jaime Arrieta Rubio (25.0%) Magaly Arrieta Rubio (25.0%) Francisco Arrieta Rubio (25.0%) Santiago Arrieta Rubio (25.0%)

Bienestar transferirá a Americana el 99% de las acciones representativas del capital social de Welfare. En consecuencia, Americana adquirirá el control de la operación, los activos, locales comerciales, equipo mobiliario, bienes inmuebles, marcas y demás bienes tangibles e intangibles propiedad de Welfare que se emplean en la operación de sus farmacias. Los promoventes celebraron el contrato de compraventa de acciones sujeto a la autorización previa de la autoridad.

Americana indica que su objetivo es consolidar una red de farmacias que ofrezca el abasto de medicamentos minimizando el costo de distribución y aprovechando economías a escala en sus operaciones. Por su parte, Welfare declara que su objetivo es centrarse en el negocio de distribución de equipo ortopédico y reducir sus pasivos.

La operación incluye una cláusula de no competencia que establece lo siguiente: “Cláusula de No Competencia.

**PRIMERO:** Por virtud del presente Convenio, las Partes convienen que por un periodo de 3 (tres) años contados a partir de la Fecha de Cierre del CONTRATO, GRUPO BIENESTAR, así como sus accionistas actuales, no podrán, ya sea por sí mismos o a través de interpósita persona, física o moral, directa o indirectamente, dentro del territorio nacional: Invertir en o participar, directa o indirectamente, ya sea como accionistas, socios, consejeros, agentes, comisionistas, asesores o de cualquier otra forma o medio, en cualquier actividad y/o negocio en el cual se distribuyan medicamentos al consumidor final en territorio nacional. No obstante lo anterior, la presente cláusula no limita de ninguna forma las actividades actuales de Ortopedia Welfare en la comercialización, venta y distribución de prótesis.

**SEGUNDO** Por virtud del presente Convenio, las Partes convienen que por un periodo de 3 (tres) años contados a partir de la Fecha de Cierre del CONTRATO, FARMACIA AMERICANA, así como sus accionistas actuales, no podrán, ya sea por sí mismos o a través de interpósita persona, física o moral, directa o indirectamente, dentro del territorio nacional: Invertir en o participar, directa o indirectamente, ya sea como accionistas, socios, consejeros, agentes, comisionistas, asesores o de cualquier otra forma o medio, en cualquier actividad y/o negocios dedicados a la comercialización, venta y distribución de prótesis. No obstante lo anterior, la presente cláusula no limita de ninguna forma las actividades actuales de FARMACIA AMERICANA en la comercialización, venta y distribución de medicamentos.”

Americana y Farmacias Welfare coinciden en la comercialización,



venta y distribución de medicamentos al usuario final en tiendas físicas así como algunos productos relacionados como fórmulas lácteas o nutricionales así como algunos productos de cuidado personal. La autoridad identifica a los siguientes agentes económicos que ofrecen el servicio de venta al menudeo de medicamentos, así como sus participaciones en el valor de las ventas a nivel nacional, antes y después de la operación, y el índice de concentración que correspondería a cada escenario:

Venta de Medicamentos a nivel nacional en establecimientos comerciales		
	Participación de Mercado, %	
	Previo a la Operación	Posterior a la Operación
Americana	30	50
Farmacias Welfare	20	
Farmacias Cruz Verde	10	10
Farmacia Refugio	10	10
Farmacias Arellano	10	10
Walmart	10	10
Farmacias Salvador	10	10
Total	100	100
Índice de Herfindahl– Hirschman (IHH)	1,800	3,000

A nivel regional, la autoridad asume tres mercados alrededor de las tres principales áreas metropolitanas del país:

Venta de Medicamentos a nivel regional en establecimientos comerciales						
	Participación de mercado, %					
	Mercado Regional A		Mercado Regional B		B Mercado Regional C	
	Previo a la Operación	Posterior	Previo a la Operación	Posterior	Previo a la Operación	Posterior
Americana	30	50	25	43	35	60
Welfare	20		18		25	
Cruz Verde	15	15	5	5	5	5
Refugio	7	7	14	14	10	10
Arellano	5	5	13	13	13	13
Walmart	15	15	10	10	5	5
Salvador	8	8	15	15	7	7
Total	100	100	100	100	100	100
IHH	1,888	3,088	1,664	2,564	2,218	3,968

Las zonas urbanas en cada una de las regiones delimitadas se encuentran a una distancia de al menos 200 kilómetros de zonas urbanas en las otras regiones.

Los notificantes argumentan que el consumidor final puede adquirir diversos medicamentos a través plataformas digitales e identifica a Amazon y a Mercado Libre como participantes significativos en el mercado relevante. Adicionalmente, al existir una disponibilidad de la oferta de medicamentos vía plataformas digitales, los notificantes proponen una dimensión nacional del mercado. Bajo esta argumentación, los agentes económicos que

participan en el servicio de venta al menudeo de medicamentos, así como sus participaciones en ventas serían las siguientes de acuerdo a los notificantes:

□

Venta de medicamentos a nivel nacional en establecimientos comerciales y/o plataformas digitales -estimación de los notificantes		
	Participación de Mercado, %	
	Previo a la Operación	Posterior a la Operación
Americana	21.0	36.0
Farmacias Welfare	15.0	
Amazon	15.0	15.0
Mercado Libre	15.0	15.0
Farmacias Cruz Verde	7.0	7.0
Farmacia Refugio	7.0	7.0
Farmacias Arellano	7.0	7.0
Walmart	7.0	7.0
Farmacias Salvador	6.0	6.0
Total	100.0	100.0
Índice de Herfindahl–Hirschman	1,348	1,978

Es importante destacar que, bajo el marco regulatorio específico, en plataformas digitales solamente pueden adquirirse y entregarse medicamentos de libre venta (OTC) y no aquellos que requieren receta médica ni medicamentos controlados. Muchos consumidores aprovechan la visita a una farmacia, cuya motivación principal puede ser adquirir medicamentos que requieren receta, para comprar medicamentos de libre venta y diversos productos nutricionales y de cuidado personal.

Un establecimiento que busque participar en la comercialización, venta y distribución de medicamentos al público en general deberá contar con diversas autorizaciones de entidades gubernamentales como licencia sanitaria, registro sanitario, certificación de buenas prácticas, y la autorización de establecimientos farmacéuticos. Obtener estos permisos

para un nuevo agente económico sin actividades en el mercado puede tomar alrededor de dos años. Adicionalmente, la promoción de la marca de las farmacias es importante para ganar la lealtad del usuario y se realiza mediante campañas de publicidad a través de la televisión y la radio nacional. Cada cadena de farmacias cuenta con su red logística para la distribución de los medicamentos a cada una de sus sucursales. No se ha registrado un nuevo entrante al mercado en los últimos quince años.

1. Con independencia de su evaluación de la operación en sí, ¿resulta razonable y admisible la cláusula de no competencia propuesta?
2. En términos de la Ley de Competencia, proponga y fundamente la definición del mercado relevante o de los mercados relevantes que debería usarse al evaluar la operación.
3. En términos de la Ley de Competencia, evalúe los elementos que deberían considerarse para determinar si la operación debe ser autorizada, denegada o condicionada.
4. ¿Se cumplen algunos de los supuestos de la Ley de Competencia, que justificaría la denegación de la operación? Fundamente su respuesta.

Su respuesta:

Con independencia e su evaluación de la operación en si ¿resulta razonable y admisible la cláusula de no competencia propuesta?

R. No es razonable y admisible la Clausula de no Competencia porque es importe que haya un mercado libre de competencia, y aquí prácticamente se les esta vedando a otros Agentes que puedan competir en un libre mercado que se esperaría fuera contestable.

- 2o. En terminos de la Ley de Competencia, proponga y fundamethe la definición de mercado relevante o de los mercados relevantes que debía usarse al evaluar la operación.
- R. El mercado relevante tiene como uno de sus objetivos que haya intercambio de servios y productos en un determinado tiempo y espacio geograficos y donde el consumir y productos sean beneficiados con la oferta y demanda..
3. En terminos de la Ley de Competencia, evalúe lo

Comentarios adicionales:

Puntos de corrección:

--

Puede ajustar el puntaje de forma manual agregando puntos positivos o negativos con este cuadro.

Actualizar calificaciones

Puntaje final: 75 de 100