

Resultados de Examen práctico para P07 EJOB25

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:

Delimitación del caso: Estamos ante un posible caso de (APD), Practica Absoluta. Duopolio. El acuerdo abarca la coordinación en el desarrollo de nuevos productos para el mercado guatemalteco, fijación conjunta de precios, coordinación en la producción, porcentaje de distribución de ingresos y la cuota de participación es del 100%.

Contexto: TK Jumbo y Energy son competidores directos en la producción de computadoras en Guatemala, en el sector tecnológico. Quieren firmar un acuerdo para optimizar sus operaciones y mejorar sus competitividad en el mercado guatemalteco. La cuota de participación de ambas empresas combinadas es de 100%. TK Jumbo acepta producir bajo la marca la Chapinita, buscando fidelidad de los consumidores. Adicionalmente, estos dos competidores son los únicos que tienen la licencia para explotación

minera de silicio y cobre, dentro del convenio tienen exclusividad en la compra y venta de los minerales descritos, argumentan que el acuerdo busca beneficios para los consumidores, como una mayor eficiencia operativa y mejor integración de los productos. Cualquier empresa que quiera competir en el mercado guatemalteco, tendrían un costo adicional 25% con las producidas en el territorio nacional, debido a la carga arancelaria, limitación de barreras.

Que dice la Ley: La Constitución Política de la Republica, el Código de Comercio y específicamente, la Ley de Competencia en Guatemala prohíben los duopolios, el abuso de posición de mercado y las practicas absolutas.

Solución: Se debe autorizar el Acuerdo de cooperación internacional conjunta, con limitaciones a futuro, especificando la limitación de barreras, para facilitar el ingreso de nuevos competidores y el abuso en el establecimiento de precios que vaya en afectación del consumidor. Para ello se debe monitorear periódicamente el comportamiento del mercado tecnológico realizando estudios de IKK como el Test SSNIP, precios paralelos e históricos revisando las eficiencias de mercado.

Cierre: Como estamos promoviendo la libre competencia y beneficiando al consumidor.

1. Ante una denuncia de este acuerdo, ¿existen suficientes motivos para investigar esta negociación por parte de la Superintendencia de Competencia? **Si, efectivamente. Hay suficientes elementos para investigar la negociación.**
2. De acuerdo con los hechos descritos, ¿existe un mercado contestable en la producción de computadoras en Guatemala? **Si existe un mercado**

contestable.

3. ¿El acuerdo entre TK Jumbo y Energy constituye una infracción a la Ley de Competencia? **Si efectivamente existe una infracción, por eso se debe aprobar con condiciones.**

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:

1. Con independencia de su evaluación de la operación en sí, ¿resulta razonable y admisible la cláusula de no competencia propuesta? **Si resulta razonable.**
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. **Existe una sustituibilidad de productos entre si en una regio geográfica determinada, por lo que se debe aplicar el Test SSNIP.**
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. **Podría ser autorizada con limitaciones estructurales y administrativas de futuro.**

4. ¿Se cumplen algunos de los supuestos de la Ley de Competencia, que justificaría la denegación de la operación? Fundamente su respuesta. **Si se cumplen los supuestos para denegar la operación, pero antes debemos tener los resultados de la herramientas técnicas que nos permitan tener certeza jurídica y económica, para tener una caso robusto a la hora de emitir una resolución de negación.**

Por factor tiempo no desarrolle mas ampliamente el caso, solo conteste las preguntas.

Comentarios adicionales:

Puntos de corrección:

--

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

Actualizar calificaciones

Puntaje final: 64 de 100