

# Resultados de Examen práctico para P15 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**.
-

La sociedad (123) fabricante únicamente de condimentos para alimentos, acuerda con las tiendas de barrio en las ciudades A y B, a través de sus distribuidores, que estas venderán sus productos a sus clientes a cambio de una línea de crédito y descuentos en la adquisición de esos productos, así como el préstamo de vitrinas para colocar sus condimentos y otros productos diferentes a condimentos. Para ello establece la sociedad la condición, que las tiendas no oferten o coloquen publicidad en las tiendas de otras marcas de condimentos. La mayoría de las tiendas de barrio aceptaron en los últimos siete meses la oferta de la sociedad y sus ventas en condimentos aumentaron. Las tiendas que no tienen el acuerdo con la sociedad han disminuido sus ventas de condimentos.

### **Preguntas:**

De acuerdo con la Ley de Competencia de Guatemala explique:

1. En el presente caso, ¿es competente el Superintendente para ordenar el inicio de la investigación preliminar en materia de competencia?
2. ¿Se trata de un caso de práctica permitida? y ¿cuál es la razón de ello?
3. ¿Se trata de un caso de práctica anticompetitiva? y ¿cuál es la razón de ello?

Su respuesta:

1. En el presente caso, ¿es competente el Superintendente para ordenar el inicio de la investigación preliminar en materia de competencia? Si, la Superintendencia podría ordenar el inicio de una investigación, ya que posiblemente podrían estarse cometiendo alguna práctica anticompetitiva, no todas las acciones de mercadeo implementadas, según el ejemplo, podrían considerarse prácticas anticompetitivas, por lo que habría que obtener la información necesaria a través de todos los

métodos posibles información que pueda determinar cuales acciones podrían caer dentro de prácticas de competencia y cuales no.

2. ¿Se trata de un caso de práctica permitida? y ¿cuál es la razón de ello? Por la información que presenta este ejercicio podemos ver que la Sociedad (123), acuerda con las tiendas de barrio algunas ventajas que no encajan dentro de prácticas anticompetitivas, como lo son, líneas de crédito, algunos descuentos, aunque no clarifica si estos descuentos se deben a compras al por mayor o bajo que condiciones, el préstamo de exhibidores para los productos, aclarando que en estos se podrían colocar productos que no sean exclusivamente de la Sociedad (123), las ventajas anteriores podrían verse como prácticas permitidas; sin embargo, también se observan condiciones que si podrían considerarse como prácticas anticompetitivas, por ejemplo, la condicionante que el propietario de la tienda no pueda ofertar o colocar publicidad de marcas que son competencia directa de la Sociedad (123), lo que podrían encajar como prácticas de posiciones dominantes, de igual forma, como se mencionó anteriormente, sería necesario evaluar las condiciones de los descuentos ofrecidos, porque esta práctica podría resultar en precios predatorios, ambas consideradas practicas anticompetitivas, respondiendo las preguntas, son casos de prácticas permitidas, algunas de ellas si, la razón, son herramientas de mercadeo utilizadas para permitir que los consumidores tengan acceso a más opciones y a los intermediarios generar más ingresos
3. Se trata de un caso de práctica anticompetitiva? y ¿cuál es la razón de ello? Como se mencionó en la pregunta anterior la condicionante que el propietario de la tienda no pueda ofertar o colocar publicidad de marcas que son competencia directa de la Sociedad (123), podría encajar como prácticas de posiciones dominantes, de igual forma, sería necesario evaluar las condiciones de los descuentos ofrecidos, porque esta práctica podría resultar en precios predatorios, lo que pone en

desventaja a intermediarios que no aceptaron las condiciones de la empresa, lo cual, afecta al consumidor al limitarle las opciones de productos y que no estarían disponibles en puntos de venta asequibles

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, la clausula de no competencia, por un período de 3 años, no permite a los adquirientes: invertir 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 fina, así como la comercialización, venta y distribución de prótesis a la comercialización, venta y distribución de prótesis en territorio nacional, este período proporciona el tiempo necesario para que la competencia tome las

acciones necesarias para contrarrestar en lo posible la concentración de estas empresas en el mercado.

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. El mercado relevante es la posición que tienen las empresas dentro de la cuota del mercado de una región determinada, en este caso en el área metropolitana del país, lo cual define la región de influencia, así mismo, se lee que distribuyen a través de las plataformas digitales de, Amazon y Mercado Libre, esto le daría un alcance a nivel nacional, sin embargo, estas plataformas manejan distintos competidores tanto en ortopedia como en productos farmacéuticos similares lo que no les daría una ventaja significativa.
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. Primero se deberá analizar la influencia que ejercería en el mercado a través de comprobaciones econométricas como lo es el índice de Herfindel e Hirischman IHH, el cual, según datos presenta que antes de la operación presentaba un resultado menor o igual a 1500 lo que resulta en un mercado poco saturado, sin embargo posterior a la operación lo pondría en un rango de 3000 lo que lo coloca en un mercado saturado y casi en posición de dominancia, de igual forma se debe evaluar la elasticidad cruzada y directa, y por supuesto el beneficio que esto tendría para el consumidor
4. ¿Se cumplen algunos de los supuestos de la Ley de Competencia, que justificaría la denegación de la operación? Fundamente su respuesta, Si, según la lectura, la empresa justifica, economías de escala, distribuciones más amplias, reducción de precios, lo que traería ventajas al consumidor, sin embargo, es necesario realizar todos los análisis correspondientes sobre la afectación del mercado presentada a tra

Comentarios adicionales:

Puntos de corrección:

--

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

Actualizar calificaciones

**Puntaje final:** **97** de 100