

Resolución N° 73/015

Montevideo, 3 de setiembre de 2015.

**ASUNTO N° 4/2014: MERCADO DE PRODUCTOS IMPORTADOS DE HIGIENE
PERSONAL, LIMPIEZA, ALIMENTOS Y MEDICAMENTOS - MEDIDA
PREPARATORIA.**

VISTO:

El estado de las presentes actuaciones.

RESULTANDO:

Que por Resolución N° 23/014 de fecha 1° de abril de 2014 se dispuso el inicio de una medida preparatoria para estudiar el mercado de determinados productos importados de higiene personal (crema dental, jabón de tocador, enjuague bucal); productos importados de limpieza (detergente de ropa); alimentos importados (mayonesa) y otros como analgésicos.

CONSIDERANDO:

1. Que se ha emitido el informe técnico N° 70/015 de fecha 2 de setiembre de 2015.
2. Que el informe realiza un análisis parcial de los diferentes mercados propuestos, definiendo cada uno de los productos referidos como un mercado relevante, al tiempo que define el mercado relevante geográfico como el territorio nacional.
3. Que el informe utilizando la información de ventas y precios proporcionada por las grandes cadenas de supermercados y por tres cadenas de farmacias, identifica los principales competidores de los diferentes productos, calculando sus porcentajes de

participación en cada uno de los mercados definidos, sus márgenes de ganancias y la diferencia de precios de venta al público.

4. Que el análisis se centra en estudiar la posible existencia de acuerdos colusorios de precios, evaluando si están dadas las condiciones en el mercado para que existan acuerdos de este tipo.
5. Que, asimismo, el estudio calcula los márgenes de ganancias de los distintos productos y realiza una comparación de los mismos entre competidores, señalando la diferencia entre márgenes existente.
6. Que, puntualmente, en lo que hace al producto mayonesa, se advierte la existencia de una alta concentración del mercado, al existir una empresa dominante - comercializadora de varias marcas- con el 75% del mercado. Sin embargo, el informe concluye que existe variedad de productos, presentaciones, precios y marcas, que representan opciones viables a los consumidores y que no hay indicios que hagan presumir la existencia de acuerdos colusorios.
7. Que por su parte, en lo que refiere al producto crema dental, también se aprecia una alta concentración, cuasi monopólica, con una empresa con 90% de participación en el mercado, lo que haría innecesaria la existencia de acuerdos colusorios, ya que dicha empresa podría actuar con independencia del resto, siendo las demás seguidoras del líder.
8. Que en relación a los enjuagues bucales, son válidas las mismas conclusiones que en los productos precedentes, en cuanto a que el mercado se presenta muy concentrado con una empresa ostentando el 80% del mercado, pero hay variedad de precios y no se advierten indicios de acuerdos colusorios.
9. Que en tanto, respecto del jabón de tocador, hay dos empresas muy fuertes en su participación de mercado, que conforman un duopolio, donde si bien podría existir un comportamiento de líder y seguidor en cuanto a precios, se advierten diferencias en los mismos y no se podría considerar un acuerdo ilegal sino una consecuencia natural de la característica del mercado analizado.
10. Que en cuanto al mercado del producto detergente para lavar ropa, el mercado se encuentra en un alto porcentaje distribuido entre dos empresas, habiendo otras que tienen menor participación. No es posible afirmar con la evidencia empírica disponible que existan acuerdos de precios.



BICENTENARIO.UY
INSTRUCCIONES
DEL AÑO XIII



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

11. Que por último en el caso de los analgésicos, al centrar el análisis en los laboratorios, se observa que es un mercado menos concentrado que los anteriores, si bien existen dos empresas más fuertes. De acuerdo al análisis, la variación de precios encontrada entre los productos seleccionados no permite concluir respecto a la existencia o no de acuerdos de precios.
12. Que en sus conclusiones el informe establece que si bien todos los mercados analizados presentan elevados grados de concentración, en ninguno se encontró evidencia suficiente para afirmar la existencia de un acuerdo de precios.
13. Que la Comisión comparte el análisis y las conclusiones del estudio técnico y en su mérito habrá de disponer el archivo de las actuaciones por no encontrar evidencias de la existencia de conductas ilegales que ameriten transformar el estudio preparatorio en una investigación de oficio.

ATENCIÓN:

A las disposiciones de la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia N° 18.159 de 20 de julio de 2007 y normativa complementaria y concordante.

LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

RESUELVE:

1. Dar por finalizado el presente estudio preparatorio con el informe técnico N° 70/015.
2. Archivar las actuaciones, sin perjuicio.
3. Comuníquese, etc.

Ec. Adriana Riccardi

Ec. Luciana Macedo

Dr. Javier Gomensoro