



MATERIAL
INSTITUCIONAL

► *Análisis de Concentraciones*

Guía práctica para el análisis de las concentraciones económicas



SUPERINTENDENCIA
DE COMPETENCIA

A thin vertical line runs down the left side of the page. A dark gray triangle points to the right, positioned to the left of the main title.

Análisis de Concentraciones

Guía práctica para el análisis de las concentraciones económicas

ÍNDICE

1. IMPORTANCIA DEL CONTROL PREVENTIVO DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS	3
2. PRINCIPALES ELEMENTOS DE ADMISIÓN Y PROCEDIMIENTO	4
a. Concepto de control	5
b. Independencia previa y grupo económico	7
c. Cambio de control	8
d. Umbrales	10
e. Sobre el nexo local	11
3. REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE CONCENTRACIÓN	12
4. MARCO CONCEPTUAL Y DE ANÁLISIS DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS	15
I. Mercado relevante.....	16
A. Dimensión de producto	16
B. Dimensión geográfica.....	20
II. Índices de concentración.....	20
A. Participación de mercado	21
B. Razón de concentración C_i	21
C. Índice de Herfindahl-Hirschman	22
D. Índice de Herfindahl-Hirschman normalizado	24
E. Índice de Horvath.....	24
III. Posibles efectos anticompetitivos de las concentraciones.....	24
A. Concentraciones Horizontales.....	26
B. Concentraciones no horizontales	34
IV. Análisis de entrada	41
A. Barreras legales o regulatorias.....	43
B. Barreras Estructurales	44
C. Barreras estratégicas.....	47
V. Poder de compra.....	49
VI. Análisis de eficiencias.....	50
VII. Condicionamientos	51
BIBLIOGRAFÍA.....	55

1. IMPORTANCIA DEL CONTROL PREVENTIVO DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

1. En una estructura de mercado dinámica, con altos niveles de competencia, los consumidores tienen acceso a los precios más bajos posibles y a mayor variedad de opciones de consumo, derivados de la rivalidad e innovación crecientes. En un contexto como este, resulta más plausible el ejercicio de los derechos económicos tutelados constitucionalmente. Desde allí, se erigen las bases económico – jurídicas subyacentes al control de concentraciones *ex ante* que realiza esta Superintendencia.
2. Así, en el conjunto de disposiciones alusivas al orden económico en la Constitución salvadoreña (Asamblea Legislativa de El Salvador, 1983) se identifican tres, orientadas a proteger, de forma implícita, la libre competencia, esquema facilitador de la praxis de los derechos económicos; a saber: artículos 101 inciso 2°, 102 inciso 1° y 110 incisos 1° y 2°.
3. En el primero (artículo 101 inciso 2°) se impone el deber del Estado de promover el desarrollo económico y, a la vez, defender los intereses de los consumidores; para lo cual es condición *sine qua non* la garantía de competencia efectiva en los mercados. Por su parte, el artículo 102 inciso 1° garantiza la libertad económica¹ en lo que no se oponga al interés social, es decir, se reconoce el derecho de los agentes económicos de llevar a cabo las combinaciones de negocios que más convengan a sus intereses; sin embargo, este derecho encuentra su límite en el bienestar de los consumidores. En otras palabras, si una transacción tiene el potencial de afectar la dinámica del mercado de modo tal que perjudique a los consumidores, esta no debe llevarse a cabo o, en su defecto, debe realizarse bajo ciertas condiciones para que su ejecución no actúe en perjuicio del interés social.²
4. Como corolario, el artículo 110 inciso 1° prescribe la imposibilidad de autorizar monopolios³ cuando estos no sean a favor del Estado o de los municipios - y aún en tales casos, únicamente conviene su habilitación cuando el interés social lo haga imprescindible -. Además, el inciso 2° de la referida disposición establece una prohibición a las prácticas monopolísticas. Es decir, se reconoce, de manera implícita, que un esquema de mercado tendiente a ser operado

¹ La Sala de lo Constitucional ha señalado en la sentencia de inconstitucionalidad del 20 de abril de 2015 que "... [la libertad económica] comprende o permite, en principio, todas las conductas dirigidas a participar en el mercado, es decir, en la producción e intercambio de bienes y servicios, según las preferencias o habilidades de cada persona, para obtener un provecho patrimonial o ganancia...".

² En similar sentido, ver resolución del Consejo Directivo de la Superintendencia de Competencia del 26 de agosto de 2016 en el procedimiento de autorización de concentración económica referencia SC-003-S/CE/R-2016.

³ Sin perjuicio de una explicación más amplia sobre un monopolio desde la teoría económica, la jurisprudencia constitucional, en el proceso de inconstitucionalidad 8-87, lo define como "toda concentración o acaparamiento industrial o comercial, o toda situación deliberadamente creada, que permita a una o varias personas determinadas imponer los precios de los artículos o las cuotas de servicios con perjuicio del público general...".

por un solo agente, o un conjunto nimio de ellos, resulta perjudicial y desaconsejable desde la perspectiva social en circunstancias normales.

5. En ese sentido también se ha emitido jurisprudencia que define a “... la libre competencia [como] un fenómeno social que se desarrolla a merced del libre juego de las fuerzas económicas” (Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia [SCnCSJ], 1989) del cual se deriva “...como consecuencia el estímulo, el afán de superación y el mejoramiento por parte de los que compiten. Y fundamentalmente es conocido también que por la competencia los precios bajan y se intensifica la actividad económica nacional...”. Y, por ende, “la [Constitución] para protegerla no hizo sino establecer prohibiciones que figuran como garantías constitucionales...” (Ibid.).
6. En aras de materializar una aproximación cada vez más cercana a la libre concurrencia, se institucionalizan en la Superintendencia de Competencia (SC) las facultades estatales de promover, proteger y garantizar la competencia [artículos 1 y 4 de la Ley de Competencia (en adelante, “LC”), 2021]. Desde un enfoque de protección *ex ante*, se dispuso como una herramienta de la SC el procedimiento de autorización de concentraciones económicas. Este resulta en un componente importante de la política de competencia, pues permite prevenir daños al consumidor⁴ derivados de operaciones entre agentes, potencialmente lesivas para la dinámica concurrencial.
7. En esta lógica, la LC y su reglamento (en adelante, “RLC”) establecen desde los elementos para considerar un acto o hecho jurídico como una concentración económica sujeta al control preventivo de esta Superintendencia, hasta los criterios a utilizarse en el análisis y el estándar para decidir la autorización, denegatoria o condicionamiento de la operación. También se establece el plazo para emitir resolución en cada fase procedimental y los requisitos que deberán acompañar la solicitud.

2. PRINCIPALES ELEMENTOS DE ADMISIÓN Y PROCEDIMIENTO

8. Anteriormente se indicó que en la LC se establecen los aspectos para determinar si un acto o hecho jurídico puede considerarse como una concentración económica sujeta al control de esta Superintendencia (artículos 31, 32 y 33). Estos elementos están relacionados, en su mayoría, con la determinación de independencia previa entre los agentes intervinientes, la ocurrencia de un cambio de control duradero, así como la superación de ciertos umbrales

⁴ Los daños al consumidor pueden materializarse como precios elevados o reducción en la calidad de los bienes y servicios, así como menos opciones de consumo o menos innovación en los productos.

económicos. A continuación, se explican las consideraciones más relevantes sobre estos aspectos.

a. Concepto de control

9. La noción de control es fundamental para discernir si una concentración económica está sujeta al escrutinio de esta autoridad. Esta tiene incidencia transversal en los presupuestos de existencia de una concentración (independencia previa, cambio de control y umbrales económicos).
10. El control – concepto desarrollado en el artículo 32 de la LC – implica la capacidad de un agente de influenciar a otro de forma duradera por diversos medios. La SC ha explicado que tal influencia es “... en cuanto a la determinación de las decisiones comerciales y estratégicas”.⁵
11. Los medios de control pueden ser de tipo patrimonial y de dirección o administrativos. Algunos resultan fáciles de identificar, otros, en cambio, son complejos de discernir debido a las intrincadas estructuras de algunos agentes, por ello, la SC realiza un análisis caso a caso. En dicho proceso, resulta de utilidad toda la documentación o información que puedan aportar las solicitantes a la autoridad para esclarecer las posibles vinculaciones. En seguida se ejemplifican algunos medios de control, sin intención de exhaustividad y reiterando, que cada solicitud engendra particularidades.
12. Una de las formas de control patrimonial más frecuentes ocurre mediante las participaciones sociales o acciones de las sociedades. El ejercicio de los derechos conferidos por estos permite influir en la sociedad por diversas vías, a saber: a través de la elección de miembros de la junta directiva o administración única, en su caso; modificación de los estatutos que rigen la sociedad; aprobación de operaciones estratégicas, entre otras que puedan definirse en el respectivo régimen social. Es pertinente apuntar que la influencia de un propietario de acciones o participaciones dependerá del porcentaje detentado, directa o indirectamente, así como del régimen de toma de decisiones, entre otros elementos estatutarios.
13. Para ilustrar esta tipología de control, piénsese, por ejemplo, en una sociedad en la cual las decisiones que definen aspectos clave del negocio se toman con los votos de la mitad más una de las acciones. En ese escenario, si una sola persona es propietaria del 51% de acciones, esta detentaría el control de dicha sociedad, poseyendo la capacidad de decidir estrategias de negocio maximizadoras de sus beneficios.

⁵ Ver resolución del caso [SC-015-S/C/R-2006](#).

14. En otros escenarios, la SC ha advertido que también es posible controlar una sociedad aunque no se cuente con la mayoría de votos para tomar decisiones, esto mediante un poder de veto o bloqueo de decisiones.⁶ Sin ser taxativos, otras formas de control patrimonial o por propiedad, pueden ocurrir mediante el arrendamiento de capacidad operativa, acuerdos o contratos físicos, financieros, fiduciarios o de otro tipo, que otorguen derechos de uso sobre activos, tangibles o intangibles, asociados a un negocio en marcha o con capacidad operativa.⁷
15. Por otro lado, una modalidad de control de dirección o administrativo puede tener lugar mediante la figura de agente representante o distribuidor (Odudu y Bailey, 2014). Respecto a esta figura la legislación mercantil salvadoreña apunta que “... se entiende por agente representante o distribuidor, la persona natural o jurídica que, en forma continua, con o sin representación legal y mediante contrato, ha sido designada por un principal para la agencia-representación o distribución de determinados productos o servicios en el país”.⁸
16. De conformidad con el artículo 4 de la LC, el análisis para determinar que se está ante un medio de control debe ser holístico, comprendiendo elementos técnicos, jurídicos y económicos. En ese marco, la Superintendencia ha observado que, bajo ciertos parámetros contractuales, la figura de agente representante o distribuidor puede habilitar en muchas para ejercer influencia en cuestiones medulares de un negocio y, por ende, al ejercicio de control en lo que respecta a una actividad económica específica.⁹
17. Otras formas de control de dirección o administrativo pueden provenir de acuerdos que transfieren la habilidad de toma de decisiones de los agentes. De acuerdo con la literatura (Rouhette y Garenne, 2020), la habilidad de toma de decisiones puede ser transferida de forma voluntaria por quien detenta un control por propiedad, o por el contrario esa transferencia puede ser forzosa. Es voluntaria, como su nombre lo indica, cuando libremente se conviene en ello (pudiendo derivarse en cargos gerenciales, directivos u otros) y tornarse forzosa en situaciones de dependencia económica (en ciertas condiciones crediticias, por ejemplo).
18. En cada caso, será necesario realizar una revisión de documentación interna y contractual de las partes, por ello se recomienda a los solicitantes presentar la información relevante completa desde el inicio del trámite.

⁶ Ver resolución del caso [SC-015-S/CE/R-2019](#).

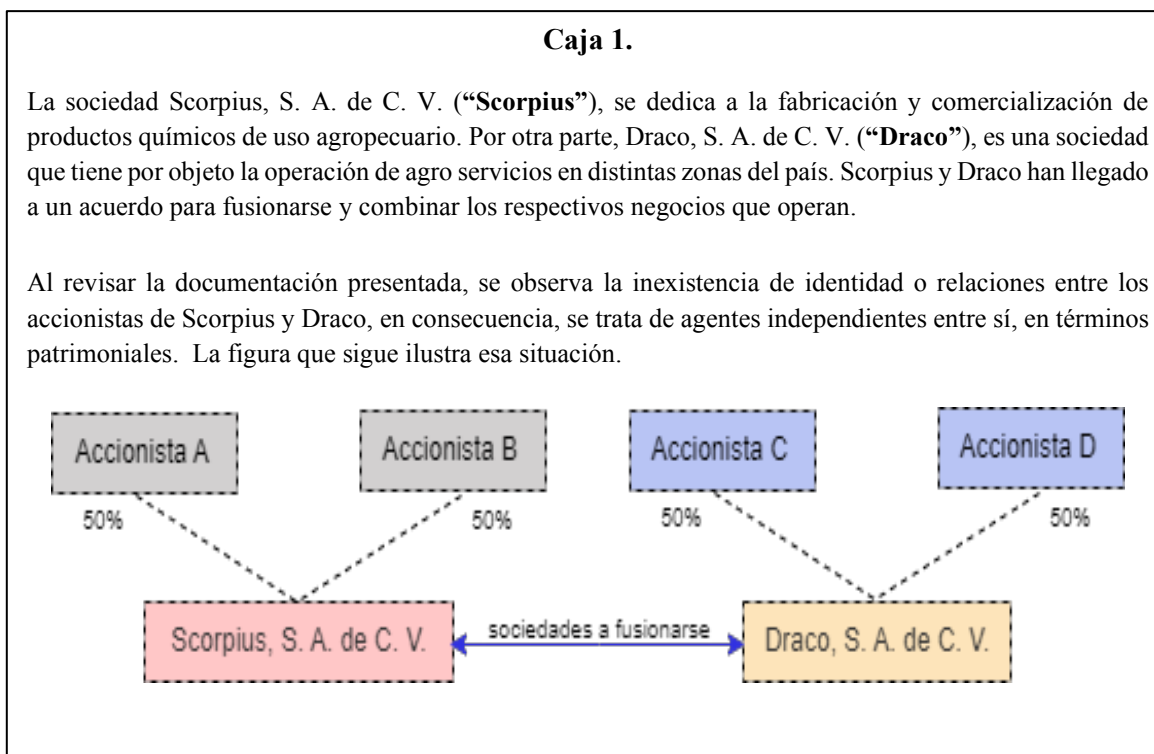
⁷ Ver opinión [SC-009-S//OV/NR-2019](#).

⁸ Artículo 392 del Código de Comercio (1970).

⁹ Ver resolución del caso [SC-003-S/CE/R-2016](#). En similar sentido, ver resolución del caso [SC-036-S/CE/NR-2018](#).

b. Independencia previa y grupo económico

19. Una vez asentado el concepto de control, corresponde desarrollar los presupuestos de existencia de una concentración. Según lo apuntado *supra*, el artículo 31 de la LC estipula que existe una concentración económica: “a) Cuando agentes económicos *que han sido independientes entre sí ...*” realizaren cualquier acto o acuerdo con el fin de combinar sus negocios en todo o parte. Por ende, el primer presupuesto para configurar una concentración económica es la existencia de independencia previa entre los agentes a concentrarse.
20. La independencia previa implica que los agentes económicos a concentrarse (y sus respectivos grupos económicos) carecen de vínculos de control de cualquier tipo (patrimoniales o de dirección) entre sí, sean estos directos o indirectos. Con el objeto de facilitar la comprensión de este presupuesto, considere el ejemplo sencillo, enfocado en el control de tipo patrimonial, descrito en la caja 1.



21. Para la determinación de la independencia también es pertinente atender al concepto de grupo económico, el cual ha sido tratado por la doctrina del derecho de competencia y acogido por la SC en sus precedentes administrativos.¹⁰

¹⁰ Ver resolución de los casos [SC-004-D/PA/R-2006](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-040-S/CE/R-2021](#).

22. Un grupo económico se entiende como una combinación mínima de personas naturales o jurídicas, capaz de ejercer una sola fuerza competitiva en el mercado (Odudu y Bailey, 2014). Así, un conjunto de agentes económicos, con vínculos de control entre sí, comprenden una unidad económica desde la perspectiva de la defensa de la competencia, es decir, este cúmulo de agentes “no son distintos a un grupo de caballos que llevan un carruaje bajo el control de un mismo conductor” (Suprema Corte de los Estados Unidos, 1984). Esto es así porque, directa o indirectamente, el actuar en el mercado de estas unidades económicas respondería a los intereses de sus controladores finales.
23. La definición de grupos económicos es relevante para dilucidar las interacciones económicas con significancia competitiva. Así, no se considera que los agentes económicos que formen parte de un mismo grupo, aunque sean sujetos jurídicamente distintos, ejerzan presiones competitivas independientes para efectos del mercado, pues responden a intereses económicos y de negocio que son comunes.
24. Como consecuencia, los actos jurídicos que fusionen o combinen los negocios de algunos o todos los integrantes de un mismo grupo económico no estarían sujetos al control de concentraciones económicas, pues su ocurrencia no implicaría la unión de negocios previamente independientes.

c. Cambio de control

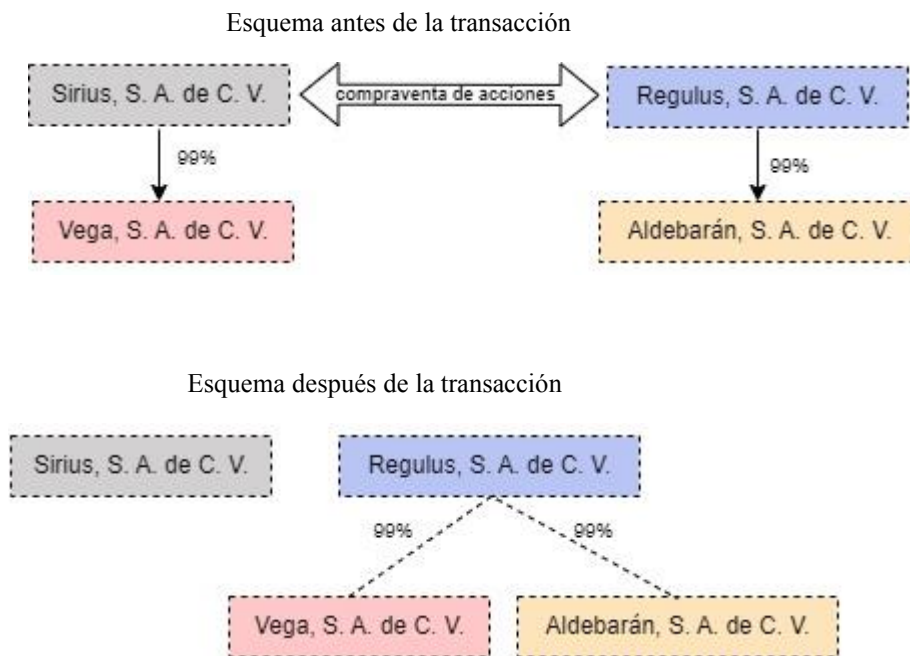
25. El artículo 31 de la LC también presupone que una concentración económica conlleva un cambio de control, en el sentido de que agentes económicos independientes lleven a cabo “a) [...] actos, contratos, acuerdos, convenios, que tengan como finalidad la *fusión, adquisición, consolidación, integración o combinación de negocios en todo o en parte*” y “b) Cuando uno o más agentes económicos que ya controlan por lo menos otro agente económico *adquieran por cualquier medio el control directo o indirecto* de todo o de parte de más agentes económicos”.
26. Esto significa que cuando la capacidad de decidir sobre los aspectos clave de un negocio es transferido, mediante cualquier acto jurídico, a otra persona – natural o jurídica –, la cual previamente no la detentaba, ocurre un cambio de control. Para facilitar la explicación de este presupuesto, considere el ejemplo de la caja 2 relacionado con un cambio de control directo por la vía accionaria.

Caja 2.

Sirius, S. A. de C. V. (“**Sirius**”) es propietaria del 99% de las acciones de Vega, S. A. de C. V. (“**Vega**”), sociedad que se dedica al negocio de venta de materiales de construcción.

Por otra parte, está Regulus, S. A. de C. V. (“**Regulus**”), propietaria del 99% de acciones de Aldebarán, S. A. de C. V. (“**Aldebarán**”), una sociedad dedicada a la venta y alquiler de equipo de construcción.

Sirius ha decidido deshacerse del negocio que realiza por medio de Vega. En ese contexto, ha llegado a un acuerdo con Regulus, para vender las acciones que posee en Vega. Así, esta compraventa de acciones en los términos que ha sido descrita implicaría un cambio de control. Regulus, que ya controla el negocio de Aldebarán, luego de la operación pasaría a controlar también el negocio de Vega. Las figuras que siguen ilustran la operación descrita.



27. En conclusión, el elemento inherente a la determinación de la existencia de una concentración es que, ya sea a partir de una combinación de negocios y/o cambio de control, se conforme en el mercado una sola unidad económica, donde antes había dos o más unidades independientes de toma de decisión.¹¹

¹¹ Ver resolución del caso [SC-015-S/C/R-2006](#).

d. Umbrales

28. Como se ha señalado, el control de concentraciones en El Salvador es de carácter *ex ante*, es decir, se analizan los efectos potenciales de una transacción antes de que esta se ejecute y se desplieguen efectos en el mercado. Bajo este sistema, la operación solo puede llevarse a cabo previa autorización de la SC, de lo contrario se incurre en una infracción por irrespetar el control administrativo. Sin embargo, no todas las operaciones de concentración económica tienen la obligación de solicitar autorización, este deber está vinculado a la superación de ciertos umbrales monetarios.
29. Los umbrales monetarios pretenden acotar el control a aquellas operaciones que, por su tamaño o la dimensión de los agentes involucrados, se presumen con el potencial de ser nocivas para la competencia, porque podrían alterar de forma permanente la estructura y funcionamiento del mercado. A esta premisa subyace la noción de que las concentraciones que engendran riesgos competitivos tienden a presentarse con más frecuencia a medida que los agentes involucrados son de mayor tamaño relativo¹². Lo anterior, sin perjuicio de otras herramientas económicas más rigurosas utilizadas en el análisis de fondo de las concentraciones económicas sujetas al control.
30. Usualmente, los umbrales monetarios se establecen en ventas, activos, participación de mercado, monto de la transacción o una amalgama entre estos. En El Salvador, los umbrales vigentes están determinados en activos o ingresos de las partes involucradas, es decir, de los agentes directamente relacionados¹³, así como de aquellos que forman parte del grupo económico comprador.
31. La LC establece el umbral de activos en cincuenta mil salarios mínimos anuales urbanos en la industria, y para ingresos, en sesenta mil salarios mínimos anuales urbanos en la industria (artículo 33). Al momento de evaluar los umbrales, la SC toma en cuenta el salario mínimo vigente al día anterior de la presentación de la solicitud y “... en caso de que las operaciones se pacten en moneda extranjera, se aplicará el tipo de cambio publicado por el Banco Central de Reserva de El Salvador de conformidad al Art. 57 de su Ley Orgánica”, según lo estipula el artículo 20 del RLC.
32. El RLC desarrolla aspectos del cálculo de dichos umbrales, en su artículo 19. En específico, plantea para los activos totales que “la Superintendencia deberá sumar todos los activos de las empresas participantes”. En cuanto al cálculo de ingresos, se señala que “[...] la Superintendencia deberá sumar los importes resultantes de la venta de productos y de la prestación de servicios realizados por las empresas objeto de la concentración económica,

¹² Lo cual no debería interpretarse como que las transacciones situadas por debajo de los umbrales están exentas de resultar perjudiciales para la dinámica de competencia.

¹³ Agentes adquirientes y la parte correspondiente (en cesión) del grupo vendedor.

durante su último ejercicio fiscal, previa deducción realizada de los descuentos sobre ventas, así como del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios y de otros impuestos directamente relacionados con la actividad económica en cuestión.” De acuerdo con lo establecido en la LC, como fuente de información se utilizan los estados financieros del ejercicio fiscal inmediato anterior, los cuales deberán cumplir con los requisitos de haber sido auditados externamente y depositados en debida forma en el Registro de Comercio, para asegurar su transparencia y comparabilidad inter-sociedades.

e. Sobre el nexo local

33. Un paso preliminar al cálculo de umbrales que realiza la autoridad de Competencia consiste en el examen sobre si la operación bajo análisis presenta un nexo apropiado en El Salvador. De acuerdo con las mejores prácticas internacionales, mediante el control *ex ante*, las autoridades de competencia deberían abordar únicamente las concentraciones económicas que exhiban un nexo con sus territorios (ICN, 2018). Esto se funda en la premisa de que, ante la falta de nexo geográfico apropiado de alguna de las partes involucradas, las condiciones de mercado posteriores a la concentración se mantendrían inalteradas respecto a su contrafactual *ex ante*. Una de las vías más frecuentes para constatar el nexo es a través de los activos o ingresos que los agentes económicos involucrados en la operación tengan, directa o indirectamente, dentro del territorio (OECD, 2016).
34. La SC reconoce la importancia del nexo local como un elemento para dotar de seguridad jurídica el control de concentraciones, pues facilita la identificación de aquellas operaciones que deben someterse a escrutinio. Existen precedentes de la SC en los cuales se ha acogido este elemento indicando que “... dicho nexo, en esta materia, debe entenderse prioritariamente en términos económicos. Así, en principio, una concentración guarda un nexo geográfico con El Salvador, toda vez que los agentes involucrados tengan presencia en el territorio mediante activos asociados a un negocio en marcha o mediante la producción de bienes o prestación de servicios en los límites geográficos del país”.¹⁴
35. Entonces, si una concentración carece de nexo geográfico apropiado, tal operación no estaría sujeta al procedimiento autorizatorio de concentraciones económicas.¹⁵ Por ejemplo, si al menos una de las partes intervinientes en la operación no posee, directa o indirectamente, activos asociados a un negocio en el territorio, no comercializa bienes o presta servicios directa o indirectamente, tal operación se encontraría eximida del análisis *ex ante* de la SC.

¹⁴ Ver resolución del caso [SC-029-S/CE/R-2021](#).

¹⁵ Ver resoluciones de los casos [SC-027-S/C/R-2009](#), [SC-008-S/CE/R-2015](#), [SC-007-S/CE/NR-2021](#) y [SC-029-S/CE/R-2021](#).

3. REQUISITOS Y PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE CONCENTRACIÓN

- ³⁶. Desde la entrada en vigor de la Ley de Procedimientos Administrativos (“LPA”), en febrero de 2019, la SC ha integrado estas disposiciones al procedimiento de autorización de concentraciones económicas, considerando siempre su especialidad y naturaleza. En ese sentido, las solicitudes de autorización de concentración económica deben cumplir con los requisitos establecidos en la LC (que incorpora lo señalado por la LPA)¹⁶, así como los indicados en el RLC.¹⁷ El listado completo de requisitos para solicitar autorización de una concentración económica también puede consultarse en el portal *web* de la Superintendencia¹⁸ y en el Registro Nacional de Trámites.¹⁹
- ³⁷. Los requisitos provenientes de la LPA principalmente buscan identificar a los agentes involucrados, así como garantizar las vías de notificación pertinentes. En contraste, los requisitos cuyo origen se sitúa en la LC y reglamento pretenden suplir una gama de objetivos más amplia de acuerdo con la naturaleza del procedimiento, tales como: documentación orientada a dilucidar el cumplimiento de los supuestos de ley para el control *ex ante*, es decir, verificación de independencia previa, cambio de control y umbrales; conocimiento pormenorizado de la operación y describir el mercado en el que tiene lugar la operación.
- ³⁸. Para alcanzar estos objetivos, la solicitud debe acompañarse de diversa documentación corporativa, financiera, operativa, datos de mercado y cualquier otro elemento relevante en torno a la transacción. Todo lo cual deberá presentarse con la formalidad correspondiente. A continuación, se sistematiza lo requerido²⁰ (Ilustración 1).

¹⁶ Reforma a la Ley de Competencia mediante Decreto Legislativo No. 207 del 17 de noviembre de 2021, publicado en el Diario Oficial No. 225, Tomo 433, del 25 de noviembre de 2021.

¹⁷ Al momento de redactar este documento se encuentra vigente el Reglamento de la Ley de Competencia aprobado mediante el Decreto Ejecutivo No. 169 del 13 de septiembre de 2013, publicado en el Diario Oficial No. 169, Tomo No. 400. No obstante, se prevé una reforma al RLC que puede alterar el contenido de algunos requisitos.

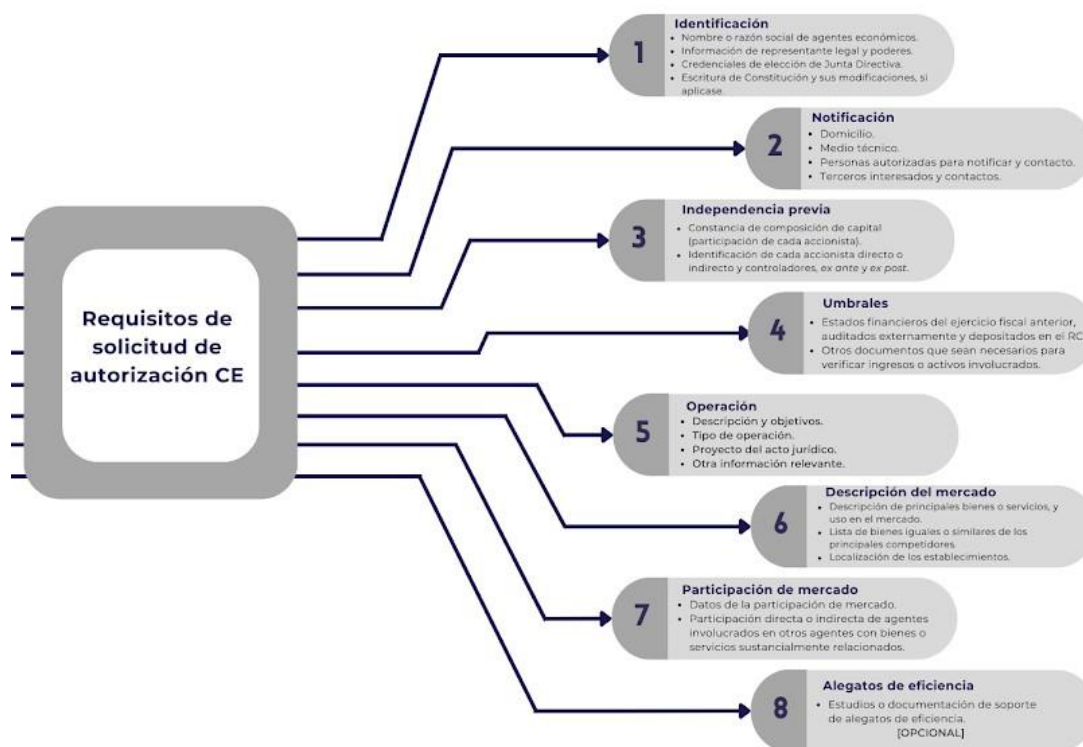
¹⁸ El formulario de solicitudes de concentración económica está disponible en la siguiente dirección electrónica: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/guia-de-concentraciones-economicas/.

¹⁹ Disponible en la siguiente dirección electrónica: <https://omr.gob.sv/download/autorizacion-de-concentracion-economica-modalidad-unica/>.

²⁰ El detalle completo de los requisitos puede consultarse en los artículos 33 LC y 25 RLC, así como 71 LPA. Además, puede consultar el formulario de Concentraciones Económicas.

Ilustración 1

Requisitos de solicitud de autorización de concentración económica clasificados según objetivo principal



Fuente: Elaboración propia a partir de lo establecido en la LC, el RLC y la LPA.

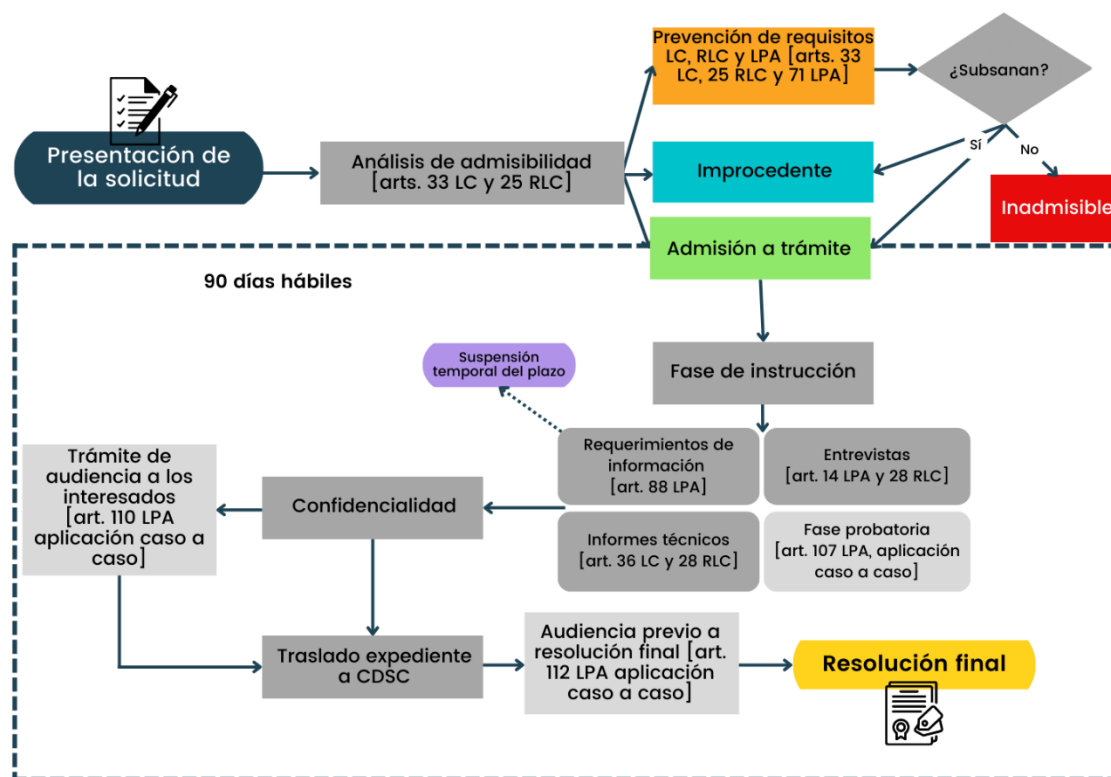
39. Conviene resaltar que, por la naturaleza del procedimiento y tal como se explicita en el artículo 23 del RLC, la solicitud de autorización de una concentración debe hacerse antes de la ocurrencia de ciertos supuestos, a saber: que se perfeccione la operación; que se ejerza el control sobre el(los) agentes o activo(s) objeto de la transacción; que se formalice el convenio de fusión; o tratándose de actos de operaciones realizadas en el extranjero, antes que surtan efectos jurídicos o materiales en territorio nacional.
40. Una vez presentada, la Superintendencia inicia una fase de análisis de la solicitud y su información anexa, esta puede durar hasta quince días hábiles. Si en este período se observan deficiencias u omisiones de requisitos, se previene la subsanación de estas, en un plazo de diez días hábiles, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 LC. Durante esta etapa inicial, son atribuciones del Superintendente declarar la admisibilidad, inadmisibilidad o improcedencia de las solicitudes (artículo 13 LC, literal b).

41. También compete al Superintendente la sustanciación del procedimiento a partir de la admisión a trámite (artículo 13 LC, literal i). La finalidad de la instrucción o sustanciación es traer al procedimiento todos los datos que servirán de sustento para adoptar una decisión definitiva. En tal sentido, la recopilación de datos e información están a cargo del Superintendente, quien puede requerirla de los solicitantes, otros agentes económicos o de instituciones de la Administración Pública. Respecto a los agentes económicos, si estos no suministran la colaboración requerida incurrirían en infracciones administrativas sancionadas con multa (artículo 38 inciso 6° de la LC).
42. Según se dispone, la instrucción del procedimiento de concentraciones económicas y la decisión final corresponden a órganos diferentes de la Superintendencia. El pronunciamiento final compete al Consejo Directivo (artículo 14, letra e), esto es: autorizar, condicionar²¹ o denegar una concentración. Esta decisión se plasma en una resolución final, cuyo plazo para emitirse no debe exceder los noventa días hábiles contados desde el día hábil siguiente de la admisión a trámite. La Ilustración 2 esquematiza el procedimiento expuesto.

²¹ El artículo 31 RLC brinda una lista abierta de las condiciones a las que se podría sujetar una concentración. La disposición apunta como posibles condiciones: obligaciones de hacer o no hacer; eliminación de líneas de producción; desinversiones, entre otras.

Ilustración 2

Procedimiento de autorización de concentraciones económicas



Fuente: Elaboración propia a partir de lo establecido en la LC, el RLC y la LPA.

4. MARCO CONCEPTUAL Y DE ANÁLISIS DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

43. El propósito del análisis preventivo de las concentraciones económicas es capturar aquellas transacciones con potencial de ocasionar perjuicios en los mercados al limitar la competencia. Bajo esa premisa, el análisis de fondo realizado por la Superintendencia, emulando las mejores prácticas internacionales, parte de realizar un plan de investigación, el cual se fundamenta en las teorías del daño identificadas *a priori*. Este suele constituir la base para estructurar las necesidades de información, tanto aquella disponible públicamente como la requerida a los agentes económicos.
44. Con la información recopilada, se procede a la definición de los mercados relevantes, los cuales constituyen las unidades sobre las que se analizarán los efectos potenciales de la operación propuesta. Con el afán de parametrizar los mercados y la transacción, desde la perspectiva de competencia, se obtienen los índices de concentración *ex ante* y *ex post*, para luego proceder a la evaluación de efectos (unilaterales y coordinados), al análisis de barreras

a la entrada y de las eficiencias, si estas últimas fueron presentadas. Además, cuando la autoridad advierte daños potencialmente reparables, puede diseñar los condicionamientos necesarios. Este conjunto de elementos es plasmado en la resolución final.

I. Mercado relevante

45. La definición de mercado relevante permite identificar el conjunto de productos o servicios que pueden ser considerados como sustitutos de los ofertados por los involucrados en una concentración económica. De esta forma, los productos o servicios incluidos en el mercado relevante se limitan a aquellos que rivalizan con los ofrecidos por los intervinientes y, en consecuencia, ejercen presiones competitivas efectivas sobre el comportamiento de los agentes involucrados en la transacción.
46. El mercado relevante define el ámbito en donde la operación de concentración podría dar lugar a efectos sobre la eficiencia económica y el bienestar de los consumidores (artículo 21 RLC). En función de las actividades en las que participen los intervinientes, el análisis de competencia puede implicar la determinación de múltiples mercados relevantes.
47. La focalización de los mercados relevantes permite obtener información útil sobre los posibles efectos en la competencia que podría generar una concentración económica determinada, pues identifica y delimita a los agentes económicos rivales, posibilita cálculos adecuados de participaciones de mercado, índices de concentración, entre otros indicadores para verificar la dinámica competitiva. No obstante, cuando se cuente con información suficiente para descartar posibles riesgos a la competencia, la Superintendencia podrá prescindir de delimitar un mercado relevante de manera más acotada.²²
48. Para delimitar el ámbito del mercado relevante se toman en cuenta dos dimensiones: la de producto y la geográfica (artículos 28 LC y 15 RLC).

A. Dimensión de producto

i. Sustituibilidad de la demanda

49. La dimensión de producto del mercado relevante parte del análisis de sustituibilidad de la demanda, con el cual se evalúan las posibilidades reales de los consumidores para redirigir su consumo hacia bienes o servicios alternativos en respuesta a potenciales alzas pequeñas, significativas y no transitorias en los precios ofertados por los agentes económicos. Por tanto, este análisis permite identificar los bienes o servicios considerados por los consumidores

²² Ver caso [SC-005-S/CE/R-2016](#).

como sustitutos efectivos, en virtud de que sus características o funcionalidades permiten suplir necesidades similares.

50. Al evaluar la sustituibilidad entre bienes o servicios la Superintendencia considerará, entre otros, el tiempo requerido para tal sustitución, los precios, las características, los usos y aplicaciones, las alternativas de consumo, las finalidades, la disponibilidad, los costos de cambio, así como la accesibilidad del bien o servicio en cuestión, las percepciones de sustituibilidad y las tendencias de mercado (artículo 15, literal a, RLC).
51. Para este análisis de sustituibilidad de la demanda, la Superintendencia podrá hacer uso de información cualitativa o cuantitativa como la siguiente:

- **Características y usos del producto o servicio**

Para que un producto o servicio se considere intercambiable o sustituto de otro es preciso verificar las características y usos similares, es decir, su posibilidad para suplir efectivamente las mismas necesidades. Cuando se adviertan diferencias significativas en las características y usos de dos productos, su sustituibilidad por el lado de la demanda será limitada.²³

- **Percepciones de agentes económicos**

Las percepciones de rivalidad de los agentes económicos suelen ser útiles para definir el mercado relevante. Generalmente, al evaluar sus estrategias comerciales, los participantes analizan el comportamiento del mercado mediante estudios, presentaciones, informes, etc. Dicha documentación podría resultar relevante para identificar los bienes y servicios que rivalizan en el mercado. También es posible recopilar percepciones sobre la rivalidad, dinámica y diferenciación de los bienes o servicios en el mercado mediante entrevistas o cuestionarios a agentes económicos.²⁴

- **Restricciones regulatorias**

La existencia de restricciones normativas puede limitar el acceso a bienes o servicios sustitutos, o impedir el acceso a clientes o fuentes de abastecimiento alternativas (artículo 15 literal e, RLC).²⁵

- **Perfil de cliente atendido**

Las divergencias en perfiles de cliente para cada bien o servicio considerado pueden limitar la sustituibilidad de la demanda. A manera de ejemplo, los

²³ Ver los casos [SC-040-S/CE/R-2019](#), [SC-034-S/CE/R-2018](#) y [SC-051-S/CE/R-2017](#).

²⁴ Ver los casos [SC-021-S/CE/R-2020](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#).

²⁵ Ver el caso [SC-004-S/C/R-2012](#).

requisitos para optar por un servicio o la tipología clientelar de un producto pueden evidenciar diferencias en el perfil de cliente atendido.²⁶

- **Diferencias de precio**

La sustituibilidad por el lado de la demanda es limitada cuando existen diferencias sustanciales en los niveles de precios de dos o más productos, aunque esto dependerá de la sensibilidad de los consumidores y sus disposiciones a pagar por el bien en cuestión.²⁷

Por otra parte, cuando dos o más productos o servicios han mostrado dinámicas de precio diferenciadas podría indicar que los consumidores no los visualizan como sustitutos efectivos.²⁸

- **Comportamiento de la demanda del bien o servicio**

Evidencia sobre el comportamiento de la demanda de un bien o servicio ante variaciones en el precio de otro puede ser relevante para evaluar la sustituibilidad de estos. Asimismo, las diferencias sustanciales en los canales de distribución de un producto podrían dificultar la sustituibilidad de la demanda.²⁹

- ^{52.} En general, la Superintendencia tomará en cuenta múltiples de estos factores en conjunto con cualquier otro tipo de evidencia disponible en el análisis de sustituibilidad de la demanda. Usualmente, no es necesario el abordaje completo de los elementos listados, pues estos no constituyen una lista exhaustiva de toda la evidencia que se podría utilizar y el tipo de análisis efectuado dependerá de las particularidades de cada caso en concreto, así como de la evidencia disponible.
- ^{53.} Habida cuenta de las características disímiles entre casos, se suelen utilizar para la definición del mercado una amalgama de herramientas cualitativas y cuantitativas. Entre las primeras se podrán emplear entrevistas, cuestionarios o revisión de documentos. Respecto a las cuantitativas, en función de la robustez de la información de la que se disponga, se pueden utilizar herramientas como pruebas de hipótesis, estimación de elasticidades, correlación de precios y análisis de variación, de clúster o de conglomerados, entre otros.
- ^{54.} Por otra parte, en algunos casos podrá incorporarse el criterio de competencia potencial al análisis de sustituibilidad de la demanda (artículo 15 literal c, RLC), siempre y cuando exista evidencia de una elevada probabilidad del ingreso de productos sustitutos en el corto plazo, por ejemplo, como resultado de innovaciones tecnológicas.

²⁶ Ver los casos [SC-015-S/CE/R-2019](#) y [SC-019-S/C/NR-2007](#).

²⁷ Ver los casos [SC-021-S/CE/R-2020](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#).

²⁸ Ver el caso [SC-036-S/CE/NR-2018](#).

²⁹ Ver el caso [SC-003-S/CE/R-2016](#).

ii. Sustituibilidad de la oferta

55. En la mayoría de los casos, la sustituibilidad de la demanda es fundamental para definir la dimensión de producto del mercado relevante al permitir la identificación de los bienes o servicios efectivamente considerados como intercambiables por el consumidor. No obstante, en algunas circunstancias es indispensable evaluar la sustituibilidad de la oferta para incluir, dentro de un mismo mercado relevante, productos o servicios no sustituibles desde la perspectiva del consumidor, pero sí del productor.
56. Para definir el mercado relevante desde la oferta, la Superintendencia tomará en cuenta la existencia de oferentes en otros mercados que, sin ser productores del bien o servicio, puedan empezar a producirlo sin costos significativos y en un corto plazo (artículo 15 letra b RLC).
57. Generalmente, el criterio de sustituibilidad de la oferta resulta en una definición de mercado relevante más amplia respecto a la que se obtendría desde la perspectiva de la demanda. Por consiguiente, este criterio se suele aplicar cuando resulta altamente probable que oferentes que no produzcan bienes o servicios sustitutos puedan comenzar a hacerlo de manera oportuna y afrontando costos poco significativos.
58. Para evaluar tal situación, la Superintendencia podrá tomar en cuenta evidencia como: la existencia de oferentes con disponibilidad de infraestructura, maquinaria o materias primas similares a las necesarias para producir el bien en cuestión, la facilidad para dar usos alternativos a activos productivos, entre otros.³⁰
59. Además, cuando gran parte de los competidores ofrezcan de manera simultánea productos o servicios no sustituibles desde la perspectiva de la demanda, y los recursos necesarios para producirlos sean esencialmente iguales, la Superintendencia podrá evaluar la pertinencia de aplicar el criterio de sustituibilidad de la oferta y definir un solo mercado de producto. No obstante, también se podrán definir segmentos diferenciados dentro del mercado para abordar las rigideces detectadas por el lado de la demanda.³¹
60. Para el procesamiento de evidencia referente a la sustituibilidad por el lado de la oferta, la Superintendencia generalmente utiliza un conjunto de herramientas cualitativas y cuantitativas. Respecto a las primeras, se podrán utilizar entrevistas, cuestionarios o encuestas a los participantes del mercado. Para el caso de las cuantitativas, es posible emplear diferencias de medias, análisis de varianza, diferencias en la estructura de costos, entre otros.

³⁰ Ver el caso [SC-041-S/C/NR-2010](#).

³¹ Ver los casos [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#).

B. Dimensión geográfica

- ^{61.} La dimensión geográfica del mercado relevante está descrita en el artículo 15 literal d) del RLC, estableciéndose la necesidad de delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan los bienes o servicios relevantes y en la que se tenga la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes, sin incurrir en costos apreciablemente diferentes y tomando en cuenta el costo de distribución del bien o servicio y el costo y las probabilidades para acudir a otros mercados.
- ^{62.} En este sentido, la dimensión geográfica se constituye como la región o zona dentro de la cual los consumidores están en disposición de buscar bienes o servicios sustitutos. Generalmente, esto implica zonas en las que los agentes económicos relacionados con la concentración se encuentran activos en la oferta y demanda de bienes y servicios, y donde las condiciones de competencia son lo suficientemente homogéneas como para distinguirse de otras zonas vecinas.
- ^{63.} Para definir la dimensión geográfica del mercado relevante, la Superintendencia podrá tomar en cuenta factores como la ausencia de discriminación de precios, la presencia de competidores en distintas zonas del país, las áreas de cobertura del bien o servicio, los costos de transporte, los costos de búsqueda del consumidor, los elementos regulatorios que faciliten o dificulten la homogeneidad en las condiciones de competencia, la percepción de rivalidad entre competidores o cualquier otro elemento relevante.³²
- ^{64.} En consecuencia, en algunos casos, la delimitación del mercado geográfico podría acotarse a zonas específicas en donde se ejerzan las presiones competitivas efectivas, debido a factores como la existencia de costos de búsqueda relevantes o la localización de consumidores y oferentes.³³ Por otra parte, otros mercados geográficos podrán agrupar la totalidad del territorio nacional en función de factores como la homogeneidad de las condiciones de competencia, la posibilidad de adquirir el bien o servicio desde cualquier localidad, entre otros.³⁴

II. Índices de concentración

- ^{65.} Las medidas de concentración son utilizadas para estimar y dimensionar, a través de diversas aproximaciones, la estructura de los mercados analizados tanto en el momento de la

³² Ver los casos [SC-030-S/CE/R-2018](#), [SC-051-S/CE/R-2017](#), [SC-040-S/CE/R-2015](#) y [SC-004-S/C/R-2014](#).

³³ Al respecto, en los casos [SC-030-S/CE/R-2018](#) y [SC-004-S/C/R-2014](#) se definieron mercados geográficos que únicamente comprendían determinadas zonas urbanas o segmentos de carreteras.

³⁴ Al respecto, en los casos [SC-016-S/CE/R-2021](#), [SC-021-S/CE/R-2020](#) y [SC-032-S/CE/R-2019](#) se definieron mercados relevantes de ámbito nacional.

transacción propuesta, como en el estudio prospectivo que se llevará a cabo para comprender los cambios estructurales que la operación acarreará. A continuación, se listan algunos de los indicadores que pueden emplearse por la Superintendencia a este respecto.

A. Participación de mercado

66. Para efectos del análisis de concentraciones, se entenderá como participación de mercado a la medida del tamaño relativo de un agente económico en términos de una variable, la cual puede ser de tipo flujo o *stock*. Formalmente, el cálculo de la participación de mercado de un competidor vendría dado por la siguiente expresión:

$$S_i = \frac{q_i}{Q}$$

67. Donde S_i es la participación de la firma i , q_i son las unidades transadas por la firma i y Q representa el total de unidades transadas en el mercado. Vale aclarar que el cálculo de participaciones de mercado puede realizarse en términos de unidades físicas, monetarias u otras, según las particularidades de cada caso.
68. En lo referente a las variables flujo, la Superintendencia ha utilizado, por ejemplo, volúmenes de producción o venta³⁵ e ingresos percibidos³⁶ en un determinado periodo, usualmente de un año. Para las variables *stock*, se suelen ocupar medidas disponibles y generadas por los agentes, de acuerdo con el mercado en el que operan, por lo que se ha recurrido a diferentes indicadores, verbigracia: saldos de cartera en transacciones financieras,³⁷ líneas activas y número de clientes en el sector de telecomunicaciones.³⁸

B. Razón de concentración C_i

69. La razón de concentración o índice C_i es útil para identificar la estructura de los mercados. Su cálculo consiste en la sumatoria de las participaciones de mercado de los k competidores de mayor tamaño, según la siguiente expresión:

$$C_k = \sum_{i=1}^k S_i$$

70. En donde S_i corresponde con la participación de mercado del competidor i ; y, k corresponde al número de agentes más grandes considerado. En esta línea, el índice C_2 corresponde a la

³⁵ Ver casos [SC-030-S/CE/R-2018](#), [SC-051-S/CE/R-2017](#), [SC-003-S/CE/R-2016](#), [SC-004-S/C/R-2014](#), [SC-025-S/C/R-2011](#).

³⁶ Ver casos [SC-032-S/CE/R-2019](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#).

³⁷ Ver casos [SC-015-S/CE/R-2019](#), [SC-034-S/CE/R-2018](#), [SC-012-S/C/R-2007](#), [SC-015-S/C/R-2006](#).

³⁸ Ver casos [SC-032-S/CE/R-2019](#), [SC-013-S/C/R-2012](#), [SC-016-S/C/R-2011](#), [SC-016-S/C/R-2008](#).

suma de cuotas de mercado de los dos participantes de mayor tamaño, mientras que el C4 implicaría la sumatoria de cuotas de los cuatro competidores más grandes.

71. Para efectos de evaluar el impacto de una concentración económica en la estructura del mercado, el análisis se suele centrar en el cambio en las razones de concentración. Por ejemplo, un cambio significativo en el índice C4 podría indicar que la transacción daría lugar a una estructura de mercado más concentrada en un número reducido de competidores.

C. Índice de Herfindahl-Hirschman

72. El grado de concentración de mercado indica la forma en que está distribuida la producción de bienes y servicios entre los agentes económicos participantes en dicha actividad.
73. Como una medida más específica y global del grado de concentración en los mercados relevantes identificados, la Superintendencia suele utilizar el Índice de Herfindahl-Hirschman (“IHH”), el cual pondera las participaciones de mercado de cada agente económico en la industria, a partir de su tamaño relativo. Matemáticamente, corresponde a la sumatoria de las participaciones al cuadrado (S_i^2), convencionalmente en porcentaje, de aquellos agentes económicos que participan en el mercado relevante.³⁹ Así, los agentes económicos de mayor tamaño contribuyen al indicador de concentración con un mayor peso relativo que los agentes económicos más pequeños. El IHH puede tomar valores entre cero y diez mil. La siguiente expresión, muestra la construcción expuesta:

$$IHH = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

74. Siguiendo la idea de Calkins (1983), existen tres propósitos por los cuales el IHH es utilizado. El primero es para establecer un rango seguro. El segundo objetivo es para determinar ciertos niveles de concentración, utilizando como principal variable el IHH posterior a la concentración. Finalmente, se utiliza el cambio del IHH (delta) para cuantificar el posible impacto competitivo producto de la concentración⁴⁰. En suma, a la importancia de conocer el grado de concentración del mercado relevante subyace el reconocimiento de que cualquier amenaza para el mercado aparece bajo ciertos escenarios con un grado de concentración (y delta) derivado de la operación.
75. Si bien los precedentes de esta Superintendencia han incluido diversos referentes, según las características de la operación, mayoritariamente las pautas empleadas toman en cuenta los criterios de la Guía de Concentraciones Horizontales de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América (“FTC”, por sus siglas en inglés) y del Departamento de

³⁹ Ver anexo 1 para un ejemplo de cálculo del IHH.

⁴⁰ Ver anexo 2 para ejemplo de utilización del IHH en el análisis *ex ante* de concentraciones económicas.

Justicia de los Estados Unidos de América (“DOJ”, por sus siglas en inglés) para el año 2010.⁴¹ .

Tabla 1
Interpretación de IHH

Indicador Post – Concentración	Tipo de mercado	Variación	Interpretación
IHH <1500	No concentrado	No relevante	Poco probable que los efectos de la concentración sean anticompetitivos y no requieren posterior análisis.
1500 < IHH < 2500	Moderadamente concentrado	<100 puntos	Poco probable que los efectos de la concentración sean anticompetitivos y no requieren posterior análisis.
		> 100 puntos	La concentración potencialmente aumenta la preocupación de que se produzcan efectos anticompetitivos. Por lo que una evaluación es recomendable.
IHH > 2500	Altamente concentrado	Entre 100 y 200 puntos	La concentración aumenta la preocupación de que se produzcan efectos anticompetitivos por lo que merece escrutinio.
		> 200 puntos	La concentración aumenta la preocupación de que se produzcan efectos anticompetitivos

Fuente: Elaboración propia con base en FTC y DOJ (2010).

76. Las consideraciones sobre los índices de concentración ayudan a identificar aquellos mercados relevantes en los cuales, en virtud de la operación, se podrían experimentar limitaciones a la competencia. No obstante, estos son analizados en conjunto con el resto de los elementos constituyentes del control preventivo de concentraciones económicas, como el análisis de contestabilidad, condiciones de rivalidad, entre otros.

⁴¹ Si bien FTC/DOJ han publicado una nueva guía que actualiza la interpretación del IHH – señalando una presunción de daños a la competencia en las transacciones que dan lugar a un nivel de IHH superior a 1800, junto a un cambio del IHH de 100 puntos o cuando el agente concentrado obtiene una participación superior al 30% en conjunto con un cambio en el IHH superior a 100 puntos –, a la fecha no existen precedentes de esta Superintendencia que retomen este criterio. Sin embargo, ello no es óbice para su empleo en el futuro, según lo considere el Consejo Directivo y lo requirieran las particularidades de los mercados analizados.

D. Índice de Herfindahl-Hirschman normalizado

77. El IHH también puede expresarse de manera normalizada, de modo que su valor tienda a cero cuando los mercados sean desconcentrados y se aproxime a uno cuando la concentración sea alta. Para normalizar el IHH se utiliza la siguiente formula:

$$IHH_n = \frac{IHH - \frac{1}{n}}{1 - \frac{1}{n}}$$

78. Las concentraciones que deriven en un IHH normalizado cercano a uno podrían implicar riesgos a la competencia, pues existiría un alto nivel de concentración *ex post*. Por otra parte, las transacciones que involucren mercados con un IHH normalizado cercano a cero sugieren pocas preocupaciones a la competencia, al mostrar exigüos niveles de concentración en el mercado⁴².

E. Índice de Horvath

79. Conocido como “índice de concentración global” o “índice de concentración industrial comprensivo”, este indicador permite obtener la dispersión entre competidores, es decir, constituye una medida de la rivalidad potencial. En este índice, la cuota más alta de mercado tiene ponderación de 1 y las demás son elevadas al cuadrado y multiplicadas por factor (2-S_i). Matemáticamente se expresa con la siguiente ecuación:

$$CCI = S_1 + \sum_{i=2}^n S_i^2 (2 - S_i)$$

80. Con el multiplicador, las participaciones de las empresas restantes disminuyen la importancia en el relativo con la primera empresa (S₁). Esto acota el contraste entre el conjunto de empresas con mayor y menor participación que realiza el IHH. Un incremento de este indicador sugiere un mayor nivel de poder de mercado por parte de las empresas grandes respecto a las de menor cuota de mercado (Zurita, 2014).

III. Posibles efectos anticompetitivos de las concentraciones

81. La Superintendencia procura identificar cómo la transacción en análisis puede afectar las condiciones estructurales y dinámica de competencia de los mercados involucrados. De esta

⁴² Ver anexo 3 para ejemplo de cálculo de IHH normalizado.

forma, al dilucidar los posibles efectos de una concentración económica se enfoca en las alteraciones ocasionadas al contrafactual, es decir, a la situación del mercado si dicha transacción no ocurriera.

82. Las afectaciones a la competencia que pueden derivar de una concentración económica se agrupan en dos modalidades:

- **Efectos unilaterales**

83. Cuando los efectos anticompetitivos resultan del actuar individual del agente concentrado. Generalmente, surgen producto de un menor número de competidores en el mercado, permitiendo a la entidad concentrada ejercer unilateralmente su poder de mercado y así incrementar su rentabilidad. Esto puede darse a través de subidas directas de precios, estrechamiento de la oferta, ralentización de los procesos innovativos, entre otros, traduciéndose, en cualquier caso, en daños para los consumidores (ICN 2006).

- **Efectos coordinados**

84. Cuando las restricciones de la competencia provienen del actuar en conjunto del agente concentrado con otro(s) competidor(es) del mercado. Tienden a generarse si una concentración económica aumenta la probabilidad de que los participantes en un mercado coordinen o refuercen la coordinación en su comportamiento competitivo, adoptando y ejecutando decisiones comerciales conjuntas en detrimento de los consumidores. Estos efectos son particularmente preocupantes en mercados transparentes y productos homogéneos (ICN, 2006).
85. La materialización y, por ende, el análisis de estos efectos difiere según el lugar que ocupen en la cadena de valor los negocios a combinarse. Atendiendo a este aspecto, las concentraciones económicas pueden clasificarse en horizontales y no horizontales, estas últimas incluyen al menos las subcategorías de verticales y conglomerado. La Tabla 2 lista los principales riesgos asociados a cada tipo de transacción. En lo sucesivo se detallan los elementos que suelen tomarse en cuenta para analizar los efectos de estas tipologías y sus modalidades.

Tabla 2

Principales riesgos de limitaciones a la competencia por modalidad, según tipo de concentración económica

		Unilaterales	Coordinados
No horizontales	Horizontales	• Adquisición o refuerzo de una posición de dominio. • Eliminación de competidor disruptivo. • Eliminación de rival cercano competitivo. • Ralentización de dinámica de rivalidad.	• Reducción de la cantidad de competidores. • Aumento de simetría entre oferentes. • Disminución del ritmo de innovación. • Mitigación de factores disuasivos de la coordinación.
	Verticales	• Aumento de probabilidad de bloqueo de insumo. • Aumento de probabilidad de bloqueo de clientes. • Acceso a información comercial sensible de otros eslabones.	• Aumento de simetría entre oferentes facilita controlar acuerdos. • Incremento de castigos creíbles ante desvío de acuerdo, por tratarse de proveedor-cliente.
	Conglomerado	• Posibilidad de apalancar posición dominante. • Aumento de capacidad de exclusión de competidores. • Incrementos de incentivos para excluir.	• Aumento de simetría de información entre agentes. • Aumenta probabilidad de traslado de acuerdos entre mercados.

Fuente: Elaboración propia

A. Concentraciones Horizontales

86. Las concentraciones horizontales involucran a agentes económicos competidores en la prestación de un mismo bien o servicio y, por tanto, implican la eliminación de, al menos, un participante en el mercado. En la jurisprudencia local e internacional, suelen ser consideradas las que dan lugar a mayores riesgos de competencia.

i. Efectos Unilaterales

87. Al evaluar los posibles efectos unilaterales que podría generar una concentración horizontal, en general, la Superintendencia se apoya en múltiples factores cualitativos y cuantitativos.
88. A continuación, se presentan algunos elementos frecuentemente utilizados en la identificación de efectos sobre la competencia. Estos no constituyen una lista exhaustiva de los factores que podría tener en cuenta la Superintendencia, y su uso dependerá de las particularidades de cada caso en concreto.

a) Evolución de participaciones de mercado

89. Como se ha señalado, el efecto más evidente de una concentración horizontal es la pérdida de un competidor en el mercado. Esto podría implicar restricciones a la competencia en función de la cantidad de agentes rivalizando en el mercado, así como de la importancia de las presiones competitivas ejercidas por el agente adquirido. No obstante, para la materialización de estos efectos, no es necesario que el agente adquirido se constituya como el competidor de mayor relevancia en el proceso competitivo.

90. Aun así, la dinámica de las cuotas de mercado suele brindar información útil en la evaluación de los posibles efectos de una transacción. La Superintendencia podrá tomar en cuenta el comportamiento histórico de las participaciones de mercado de los agentes involucrados en la concentración económica y, además, revisar las tendencias, tasas de crecimiento, posicionamiento en el mercado y brechas en relación con el resto de los competidores.⁴³ Estos elementos, en conjunto con otros, permiten identificar puntos de inflexión o patrones en el comportamiento de los agentes económicos involucrados en la concentración.
91. Este análisis generalmente se complementa con el cálculo de participaciones en términos de distintas variables, en virtud de las características específicas del mercado. A manera de ejemplo, el análisis tradicional de participaciones en términos del número total de clientes puede ser complementado con la evaluación de cuotas en términos de nuevos clientes adquiridos en un periodo.⁴⁴
92. El análisis dinámico de participaciones es prioritario en mercados con costos de cambio significativos para los consumidores, debido a que la cantidad de clientes contestables (o disputables) tiende a acotarse. De esta forma, en algunos casos, el cálculo de cuotas de clientes contestables y su evolución sería una aproximación más precisa respecto a la valoración que hacen los consumidores de las ofertas comerciales.

b) Dinámicas de rivalidad y existencia de competidores disruptivos

93. Los efectos de una concentración económica pueden abordarse mediante el análisis de la dinámica de rivalidad en el mercado. Por ejemplo, aquellos competidores con las ofertas comerciales más atractivas para los consumidores en términos de precios, calidad, servicio, entre otros, generalmente ejercerán mayores presiones competitivas al resto de agentes participantes del mercado.
94. Al analizar la dinámica de rivalidad en un mercado es posible identificar a competidores con un rol fundamental en el proceso competitivo, comúnmente denominados como disruptivos o *mavericks*. Estos agentes suelen destacar por ofrecer bienes o servicios particularmente atractivos para los consumidores, que puede explicarse por diversos factores, tales como: ofrecer precios más bajos, niveles de calidad superiores u otras innovaciones que el consumidor considere de interés.
95. La existencia de dichos agentes ejerce presiones competitivas significativas para que el resto de competidores mejore sus propias ofertas comerciales. En tal sentido, si una concentración económica implica la eliminación de un agente disruptivo, el resultado de la transacción

⁴³ Al respecto, los casos [SC-021-S/CE/R-2020](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#) y [SC-040-S/CE/R-2015](#).

⁴⁴ Sobre este punto, por ejemplo, en los casos [SC-016-S/CE/R-2021](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#) se evaluaron participaciones en términos de clientes nuevos.

tendería a menoscabar la intensidad competitiva y los incentivos para perfeccionar los atributos y condiciones de los bienes o servicios comercializados en el mercado.⁴⁵ No obstante, es preciso señalar que una concentración económica podría suponer restricciones a la competencia aun cuando el agente a desaparecer del mercado no sea considerado disruptivo.

96. Para efectuar el análisis de rivalidad, la Superintendencia generalmente utiliza distintas fuentes de información. Usualmente, se recopila información mediante entrevistas y encuestas a los participantes del mercado, además de revisar estudios, presentaciones u otra documentación interna de las partes involucradas y el resto de los competidores. También, dependiendo de las características del caso, se pueden considerar recursos como el análisis de las diferencias en precios, atributos en la calidad del servicio, esfuerzos en publicidad, promociones implementadas, etc.⁴⁶ Adicionalmente, en función de la información disponible, es posible emplear experimentos naturales para comparar las condiciones de rivalidad previo y posterior a la entrada de un competidor.⁴⁷

c) Adquisición o refuerzo de una posición de dominio

97. Una concentración económica podría restringir la competencia mediante la creación o refuerzo de una posición dominante en el mercado. Como está estipulado en el artículo 29 de la Ley de Competencia, para determinar la existencia de una posición dominante se toman en cuenta factores como la participación de mercado, la capacidad para fijar precios unilateralmente, la existencia de barreras a la entrada, la existencia y poder de otros competidores, entre otros.
98. Una concentración conducente a la generación de una posición de dominio implicaría restricciones a la competencia pues el agente resultante obtendría la capacidad de desmejorar las condiciones en las que ofrece sus productos y servicios (precio, calidad, cantidad, etc.) de manera rentable, sin que el resto de los competidores represente una amenaza efectiva para contrarrestar dicho comportamiento.
99. Además, una concentración económica podría restringir la competencia al incrementar de manera significativa el poder de mercado de la entidad resultante, aun si esta no obtiene una posición dominante. Por ejemplo, al incrementar la participación de mercado de manera significativa, el agente resultante podría tener mayores incentivos para elevar los precios de sus productos, bajo la premisa de que la rentabilidad de la subida de precios está en función directa del aumento de la base de clientes, quienes pagarían el sobreprecio.⁴⁸

⁴⁵ Al respecto, consultar el caso [SC-013-S/C/R-2012](#).

⁴⁶ Ver los casos [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-013-S/C/R-2012](#).

⁴⁷ Esta metodología fue empleada, por ejemplo, en los casos [SC-030-S/CE/R-2018](#) y [SC-004-S/C/R-2014](#).

⁴⁸ Al respecto, consultar el caso [SC-047-S/CE/R-2016](#).

¹⁰⁰. La Superintendencia, para este tipo de análisis, acostumbra tomar en cuenta factores como participación de mercado *ex post* de la entidad resultante y del resto de competidores, existencia de barreras a la entrada, así como la utilización de indicadores que denoten la potencial posición de dominio a obtener por el agente concentrado.⁴⁹ Por ejemplo, se ha empleado el umbral de dominancia de Stenbacka⁵⁰, el cual indica el nivel de participación de mercado a partir del cual es posible suponer que un agente económico posee una posición de dominio en el mercado analizado.

¹⁰¹. El cálculo de este indicador viene dado por la siguiente expresión:⁵¹

$$S_D = \frac{1}{2} [1 - \gamma(s_1^2 - s_2^2)]$$

¹⁰². En donde s_1^2 y s_2^2 representan la cuota al cuadrado del primer y segundo competidor de mayor tamaño, respectivamente, mientras que γ corresponde a un parámetro que busca capturar el efecto de la competencia potencial en la dominancia de la firma, es decir, valores bajos de este parámetro están ligados con bajas barreras a la entrada y viceversa.⁵²

d) Cercanía competitiva de los agentes involucrados

¹⁰³. Cuando una concentración económica involucra rivales cercanos, el agente concentrado podría aumentar su incentivo y capacidad para elevar sus precios. Esto bajo la premisa que, *ex post*, ante un incremento de precios, el agente resultante podría recapturar parcialmente las ventas perdidas por los clientes que habrían desviado su consumo hacia la empresa adquirida.

¹⁰⁴. En términos económicos, la cercanía en rivalidad entre participantes de un mercado determinado puede estimarse mediante la razón de desviación, la cual se define como el porcentaje de ventas de un producto A que son desviadas hacia el producto B, cuando existe un incremento en el precio del producto A (OECD, 2020).

¹⁰⁵. A medida que incrementa la cantidad de consumidores que sustituyen su consumo entre los productos ofrecidos por las partes de la concentración, mayor es la razón de desviación entre sus productos y, consecuentemente, la pérdida de presiones competitivas crecería con la operación. Dado el proceso de recaptura de ventas, podría afirmarse que, una transacción así

⁴⁹ Por ejemplo, en el caso [SC-003-S/CE/R-2016](#) se estimaron elasticidades precio propio y cruzado de la demanda para mostrar la posición dominante del agente concentrado.

⁵⁰ Ver los casos [SC-016-S/CE/R-2021](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-034-S/CE/R-2018](#).

⁵¹ Al respecto, consultar Melnik, A., Shy, O. y Stenbacka, R., (2008), Assessing market dominance, Journal of Economic Behavior & Organization.

⁵² De acuerdo con Melnik, Shy y Stenbaka (2008) este parámetro también puede capturar la existencia de poder de compra, regulación económica o derechos de propiedad intelectual.

descrita, incrementaría los incentivos y la capacidad para subir precios. Para que la transacción dé lugar a efectos unilaterales de este tipo, las partes no necesitan constituirse como los rivales más cercanos entre sí, basta con la adquisición de capacidad de recaptura significativa por la entidad resultante.

- ^{106.} Para estimar la cercanía en rivalidad entre los agentes involucrados, la Superintendencia puede auxiliarse de diferentes herramientas, tales como encuestas a consumidores, estudios de mercado e información interna de las partes, características de la oferta comercial de cada agente económico, patrones de sustitución observados en el pasado, pruebas de correlación de precios, estimaciones de elasticidades, entre otros.⁵³
- ^{107.} A partir de la estimación del grado de rivalidad entre dos competidores, medido por su razón de desviación, es posible cuantificar los incentivos que la entidad concentrada tendría para incrementar sus precios, en concreto, mediante el índice de presión bruta al alza en precios o GUPPI por sus siglas en inglés. El cómputo de este indicador para dos productos “A” y “B” viene dado por la siguiente expresión (OECD, 2020):

$$GUPPI_A = D_{AB} M_B \frac{P_B}{P_A}$$

- ^{108.} En donde D_{AB} simboliza la razón de desviación del producto A al B ante un aumento en el precio del A. P_B y M_B representan el precio y el margen del producto B, respectivamente. Y P_A simboliza el precio del producto A.
- ^{109.} Es importante aclarar que el GUPPI no representa una cuantificación del incremento porcentual en precios que ocasionaría una concentración económica, sino que constituye una estimación de los incentivos en términos de costo de oportunidad para que la entidad fusionada incremente los precios de los productos que controla.
- ^{110.} Por otra parte, la eliminación de un rival del mercado siempre da lugar a valores positivos del GUPPI, por lo cual corresponde a las autoridades de competencia establecer un umbral a partir del cual se considera que la transacción aumenta de manera significativa los incentivos de incrementar precios a los consumidores. En diferentes precedentes de esta Superintendencia⁵⁴ se ha establecido un umbral del 10% para este indicador.⁵⁵

⁵³ Al respecto, por ejemplo, en el caso [SC-032-S/CE/R-2019](#) se utilizó información de portaciones numéricas como parte de la evaluación de cercanía en rivalidad, mientras que en el caso [SC-030-S/CE/R-2018](#) se utilizaron correlaciones de precios.

⁵⁴ Por ejemplo, los casos [SC-003-S/CE/R-2016](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-021-S/CE/R-2020](#).

⁵⁵ Dicho umbral es congruente con el marco teórico de definición de mercado relevante, el cual indica que dos productos pertenecen a un mismo mercado cuando un monopolista hipotético puede ejercer de manera rentable un aumento pequeño pero significativo y no transitorio en precios, comúnmente fijado en 5%. Bajo el supuesto de demanda lineal y simetría en las razones de desviación, un GUPPI del 10% se traduce en un incremento en precios del 5%.

- ¹¹¹. A partir del enfoque de presión al alza en precio es posible obtener estimaciones de los potenciales incrementos en precios que podrían generarse con la concentración económica. Para este fin, además de suponer que el precio del resto de competidores permanece constante, se incluye el supuesto de curvatura de la función de demanda. El indicador que se obtiene de esta estimación es comúnmente llamado “incremento indicativo en precios”, el cual bajo el supuesto de demanda lineal viene dado por la siguiente expresión:⁵⁶

$$\frac{P_A^* - \bar{P}_A}{\bar{P}_A} = \frac{2D_{AB}M_B \frac{\bar{P}_B}{\bar{P}_A} + D_{BA}(D_{BA} + D_{AB})M_A}{4 - (D_{BA} + D_{AB})^2}$$

- ¹¹². En donde P_A^* hace referencia al precio post concentración y $\bar{P}_A$ hace referencia al precio previo a la concentración. D_{AB} hace referencia a la razón de desviación del producto A al B, y de manera análoga, D_{BA} se refiere a la razón de desviación del producto B al A. M_A y M_B corresponden con los márgenes de cada agente involucrado en la transacción.
- ¹¹³. La Superintendencia podrá utilizar otros métodos para evaluar el posible impacto en precios que podría generar una concentración, según las características del caso y la información disponible. A manera de ejemplo, los métodos de simulación de concentraciones, así como otros métodos econométricos podrían ser de utilidad para estimar incrementos en precios.

ii. Efectos coordinados

- ¹¹⁴. La interacción coordinada consiste en restricciones a la competencia efectuadas por la entidad fusionada en conjunto con otros competidores del mercado, por medio de la creación o refuerzo de una posición dominante colectiva. Este comportamiento puede reducir el incentivo para ofrecer mejores ofertas para los consumidores, ya que la coordinación permite aliviar la amenaza de una migración de su clientela hacia sus rivales. Cabe recalcar que la coordinación puede llevarse a cabo aun sin la existencia de una negociación explícita.
- ¹¹⁵. Generalmente, la coordinación puede manifestarse a través de:
- Mantenimiento por tiempo prolongado de precios por encima del nivel competitivo.
 - Restricciones de producción.
 - Reparto de mercado por tipo de clientes, zonas geográficas, subastas de licitaciones, entre otros.
- ¹¹⁶. Al evaluar los potenciales efectos coordinados resultado de una concentración económica, la Superintendencia toma múltiples factores en consideración. A continuación, se presentan

⁵⁶ Al respecto, consultar Shapiro (2010).

algunos elementos usualmente utilizados para determinar el surgimiento de efectos coordinados.

a) Reducción en el número de competidores

- ¹¹⁷. Una disminución en el número de competidores, en especial en aquellos mercados con niveles elevados de concentración, podría mejorar la capacidad de anticipar las estrategias de los demás participantes. Adicionalmente, facilita el mantenimiento de un comportamiento coordinado, pues las ganancias que resultarían de desviarse del acuerdo tenderían a ser menores en este escenario, facilitando así el establecimiento de condiciones que pueden ser controladas en función de la mitigación de la incertidumbre del mercado.⁵⁷

b) Reducción de asimetrías

- ¹¹⁸. Las asimetrías en la diversidad y características de la oferta de cada firma pueden también obstaculizar el establecimiento de acuerdos colusorios al dificultar la consolidación de condiciones sobre las cuales coludir, así como el monitoreo y castigo de posibles desviaciones del acuerdo. En consecuencia, en el derecho de competencia se considera que las asimetrías, en términos generales, limitan el surgimiento de comportamientos coordinados, por ende, entre menores sean tenderá a facilitar la coordinación.
- ¹¹⁹. Por ejemplo, cuando los competidores son relativamente simétricos en términos de participaciones de mercado y en costos de producción,⁵⁸ existen mayores incentivos para coordinar su comportamiento. Para el análisis de posibles efectos bajo esta primicia se han usado indicadores como Kwoka⁵⁹ y la varianza del logaritmo del tamaño de la firma de Hart.⁶⁰

c) Escasa innovación y productos homogéneos

- ¹²⁰. Los esfuerzos en innovación se traducen en el acceso a una ventaja sustancial para el competidor que los emplee, al propiciar características diferenciadoras en su(s) producto(s). De manera opuesta, los mercados con escasa innovación podrían generar un efecto contrario, al erosionar la dinámica competitiva, provocando una tendencia a la homogeneidad de los productos.

⁵⁷ Ver casos [SC-034-S/CE/R-2018](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#), [SC-021-S/CE/R-2020](#).

⁵⁸ Ver caso [SC-051-S/CE/R-2017](#).

⁵⁹ Ver caso [SC-047-S/CE/R-2016](#).

⁶⁰ Ver caso [SC-021-S/CE/R-2021](#).

- ¹²¹. La comercialización de un producto cuando desde el punto de vista de los consumidores presenta características similares, independientemente de su oferente, suaviza la dinámica competitiva.

d) Eliminación de un agente disruptivo (maverick)

- ¹²². El agente *maverick*, o agente disruptivo, es aquel agente cuya estrategia comercial (precios inferiores o innovaciones) es diferente a aquellas implementadas por la mayoría de los participantes del mercado, haciendo difícil la predicción de las estrategias que este puede tomar. En consecuencia, si la coordinación consiste en la integración de un agente disruptivo, se estarían perdiendo presiones competitivas significativas, lo cual podría facilitar la coordinación entre los competidores que permanezcan en el mercado.⁶¹

e) Mitigación de desviaciones a la coordinación

- ¹²³. El control interno de las condiciones de la coordinación resulta más probable si la asimetría de información e incertidumbre del mercado han sido mitigadas, al grado que los agentes pueden observar desviaciones en función del precio, cantidades vendidas, puntos de ventas, etc.
- ¹²⁴. Un factor importante que determina la viabilidad de la coordinación es la activación de un mecanismo de disuasión, que permita materializar las represalias por desviaciones. Algunos pueden ser el establecimiento de precios inferiores conducentes a una guerra de precios o el aumento de la producción con el fin de restringir la cuota de mercado.
- ¹²⁵. La inmediatez del mecanismo de disuasión también suele ser evaluada. Por ejemplo, en un mercado con baja rotación de productos, los movimientos de los agentes son más lentos, por lo tanto, la efectividad del castigo se ve diluida al ser poco probable contrarrestar las desviaciones del acuerdo inmediatamente. En otro caso, si las restricciones producen pérdidas en el desviante, pero en el largo plazo se ven compensadas por mayores beneficios, entonces la efectividad del castigo se puede ver contrarrestada.

f) Poder de mercado de los no involucrados en la coordinación

- ¹²⁶. Para evaluar la viabilidad de la coordinación, es necesario incorporar las reacciones de los no participantes de la coordinación,⁶² tales como:
- Oferta de productos con percepción similar entre los consumidores.
 - Nivel de migración de ventas de los rivales coordinados.

⁶¹ Ver caso [SC-013-S/C/R-2012](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#) y [SC-032-S/CE/R-2019](#).

⁶² Ver caso [SC-004-S/C/R-2014](#).

- Cantidad de agentes no participantes en la coordinación y su participación en el mercado de referencia.

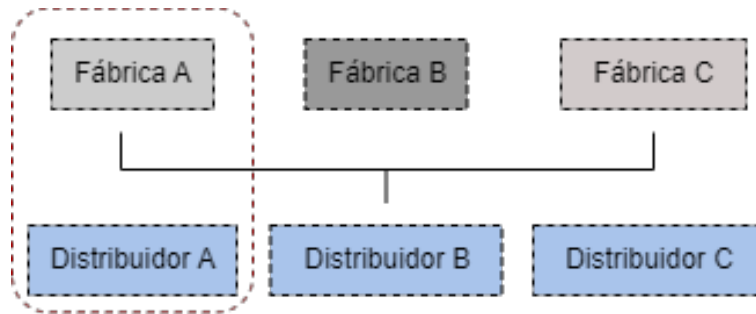
iii. Identificación de posibles efectos no horizontales

- ^{127.} Aun siendo una operación de concentración horizontal, la Superintendencia de Competencia puede analizar los posibles efectos verticales o de conglomerado derivados de la transacción cuando se advierta que la misma podría coadyuvar al reforzamiento de poder de mercado en el agente resultante.
- ^{128.} Por ejemplo, si una concentración económica involucra relaciones verticales entre las partes, existe la posibilidad de que uno de los efectos anticompetitivos sea el surgimiento de potenciales cierres o bloqueos de mercado. Esta limitación de la competencia ocurre cuando el acceso a suministros y mercados se ve dificultado o eliminado como resultado de la concentración, lo cual disminuye la capacidad e incentivos para competir por parte de otros agentes rivales (European Commission 2008).
- ^{129.} Como se profundizará en el apartado de efectos unilaterales de las transacciones no horizontales, los cierres de mercado tienen dos modalidades: de insumos o de consumidores. Ambas pueden constituirse como cierres totales o parciales dependiendo de si da lugar a restricciones de acceso completas o un acceso en condiciones menos favorables para el resto de los competidores no involucrados en la transacción.

B. Concentraciones no horizontales

- ^{130.} Si bien este tipo de concentraciones no supone la pérdida directa de un competidor, pueden acarrear ciertas perturbaciones en la dinámica competitiva de los mercados involucrados, ya sea que estos pertenezcan a diferentes eslabones de la cadena de producción (verticales) o estén en mercados relacionados (de conglomerado). A su vez, estos efectos pueden ser ejecutados unilateralmente por la sociedad integrada resultante de la transacción o por un conjunto de firmas que rivalizan en los mercados relevantes.
- ^{131.} En las ilustraciones 4 y 5 se ejemplifica la concentración vertical y de conglomerado, respectivamente.

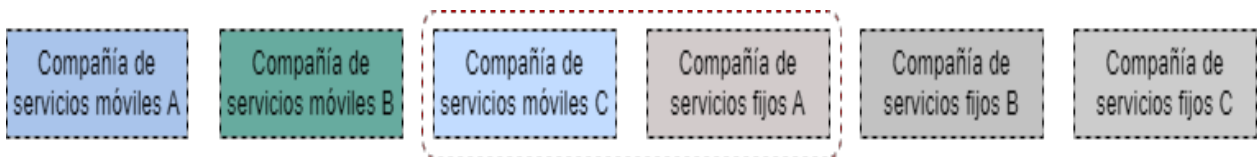
Ilustración 4. Ejemplo de concentración vertical



Fuente: elaboración propia

En este ejemplo, la cadena de valor se conforma en dos niveles: el ascendente referente a la producción de zapatos, y el descendente a la comercialización de estos bienes mediante tiendas minoristas. En este caso, las empresas Fábrica A y Distribuidor A deciden integrarse. Esto se tipificaría como una concentración vertical, debido a que los agentes participan en diferentes niveles de la misma cadena de valor.

Ilustración 5. Ejemplo de concentración de conglomerado



Fuente: elaboración propia

Si, por ejemplo, en el sector de comunicación existe un conjunto de empresas que ofrece servicios móviles, y otro destinado a servicios fijos. La compañía “Compañía de servicios móviles C” decide integrarse con “Compañía de servicios fijos A”. Tal cual se plantea el caso, se tipifica como una concentración de conglomerado, pues involucra a sociedades que no interactúan de manera directa en la cadena de valor de sus respectivos productos ofertados, aun cuando pertenezcan al mismo sector de actividad económica.

Una concentración económica también sería considerada de conglomerado si ambos mercados involucrados pertenecieran a distintos sectores, por ejemplo, transporte marítimo y comunicaciones.

i. Concentraciones Verticales

a) Efectos Unilaterales

¹³². Las estrategias de exclusión pueden resultar nocivas para la competencia en la medida que los efectos de estas se manifiesten en un abandono forzado de los rivales; o de manera parcial, en una distorsión de la oferta del producto, a través de un aumento de precios, erosión en la calidad, disminución de la disponibilidad del bien, entre otros.

¹³³. Al evaluar un cierre, de insumo o de cartera de clientes, se deben considerar principalmente las siguientes cuestiones:

- *Capacidad de la firma integrada para realizar el cierre*

¹³⁴. En la evaluación de este aspecto se puede observar la estructura de costos y los precios de venta, tanto en el mercado ascendente como descendente. Por ejemplo, si la entidad concentrada va a controlar un insumo que representa un porcentaje importante del costo de sus rivales en el mercado descendente, con lo cual tendría una mayor capacidad de desplazarlos.

- *Incentivos de la firma integrada para realizar el cierre*

¹³⁵. El incentivo radica en la comparación de los beneficios derivados de efectuar el cierre de mercado (incremento en precios o mayores ventas luego de desplazar rivales) contra los costos que implica realizarlo (por ejemplo, las ventas perdidas al no abastecer de insumos esenciales a otros competidores del mercado descendente). En este sentido, el incentivo de realizar un cierre de mercado será mayor a medida que sea más rentable para la firma concentrada.

- *Verificación de efectos perjudiciales para los consumidores en implementación de la estrategia*

¹³⁶. Los efectos en los consumidores se pueden observar, por ejemplo, en un aumento del precio del producto final, la disminución en la calidad o la disponibilidad del bien. Para ello, es posible recurrir a herramientas cuantitativas como estimación de demanda, o cualitativas como la información proveniente de encuestas o entrevistas. Sin embargo, el análisis de aumento de precios para los consumidores en este tipo de estrategias es complejo y dependerá de la efectividad del cierre en términos de reducción de la oferta en los mercados descendentes.

1. Bloqueo de insumos

¹³⁷. Esta modalidad se produce cuando un agente verticalmente integrado busca incrementar los costos o limitar la participación de sus rivales al dificultar o impedir el acceso a insumos

necesarios para operar en el mercado descendente.⁶³ Para este fin, el agente con integración vertical puede negar el acceso a estos insumos o brindarlos en condiciones desfavorables a sus rivales descendentes.

138. La implementación de esta estrategia es más probable a medida que el poder de mercado de la firma integrada sea mayor que el del resto de competidores existentes. Ante esto, la Superintendencia suele observar, por ejemplo, variables como la participación de mercado de la firma resultante de la concentración.⁶⁴

139. Asimismo, la probabilidad de que la exclusión sea viable para la empresa resultante aumenta a medida que las ganancias adicionales por incrementos en precios o por la captación de clientes provenientes de los rivales excluidos sean mayores a las utilidades no percibidas de la venta del insumo a los competidores descendentes. Lo anterior puede expresarse de la siguiente manera:

$$[\Delta\pi * Q_{ex\ ante\ descendente} + \pi_{ex\ post} * \Delta Q_{descendente}] > [\pi_{ex\ ante} * \Delta Q_{ascendente}]$$

140. Donde, por el lado de los beneficios, $\Delta\pi$ es el incremento en la rentabilidad en el mercado descendente debido a la posibilidad de incrementar precios, $Q_{ex\ ante\ descendente}$ se refiere a la cantidad de ventas previo a la estrategia de cierre, $\pi_{ex\ post}$ se refiere a la rentabilidad en el mercado descendente posterior a la estrategia y $\Delta Q_{descendente}$ hace referencia al potencial aumento en ventas ocasionado por el desplazamiento de rivales en el mercado descendente. Por el lado de los costos, $\pi_{ex\ ante}$ se refiere al margen del mercado ascendente previo a la estrategia y $\Delta Q_{ascendente}$ se refiere a la disminución en las ventas del mercado ascendente ocasionada por la estrategia de cierre de insumos.

141. En este mismo sentido, la autoridad ha contemplado el grado de competidores que podrían reaccionar al bloqueo, por medio de las distorsiones en la oferta de insumo. En la evaluación de los efectos la Superintendencia también ha considerado otros elementos como el grado de concentración de los mercados ascendentes y descendentes, los mecanismos de fijación de precios y la existencia de márgenes dobles que, de concretarse la operación, podrían ser suprimidos.⁶⁵

⁶³ Ver caso [SC-040-S/CE/R-2019](#).

⁶⁴ Ver caso [SC-005-S/CE/R-2016](#).

⁶⁵ Ver casos [SC-002-S/C/R-2008](#), [SC-004-S/C/R-2012](#), [SC-002-S/CE/R-2017](#).

2. Bloqueo de clientes

- ¹⁴². Esta estrategia surge cuando una firma integrada restringe el acceso a un conjunto de compradores para sus rivales del mercado ascendente, incrementando de esta forma los costos de acceso de los rivales.
- ¹⁴³. El cierre de clientes es más probable si la firma integrada posee la maquila o la distribución de un producto de consumo final, así como de los sustitutos más cercanos. De esta forma, los rivales ascendentes no lograrían acceder a una base de clientes, lo cual, en determinadas condiciones, podría forzarles a abandonar el mercado.
- ¹⁴⁴. Por ejemplo, en un esquema de distribución a terceros, para que esta estrategia sea viable, la firma integrada debe experimentar un aumento en las ganancias por la venta de su(s) producto(s) mayor en relación con las ganancias no percibidas de la venta de productos de sus rivales. Es decir:

$$(\pi_{prod.propios})(\Delta Q_{prod.propios}) > (\pi_{prod.rivales})(-\Delta Q_{prod.rivales})$$

- ¹⁴⁵. Donde $\pi_{prod.propios}$ es el margen de ganancia de la venta de los productos propios, $\Delta Q_{prod.propios}$ la cantidad adicional de productos propios vendidos, $\pi_{prod.rivales}$ es el margen de ganancia de la venta de productos de los rivales y $\Delta Q_{prod.rivales}$ son las cantidades perdidas por la negativa de venta rival.
- ¹⁴⁶. Al restringir a los productos rivales el acceso a una base significativa de clientes, la concentración tendería a menoscabar la capacidad de rivalidad futura.⁶⁶ En ese sentido, la Superintendencia evalúa los efectos competitivos en función de factores compensatorios, tales como: poder de negociación de la demanda, o la probabilidad y efectividad de entrada de nuevos competidores.
- ¹⁴⁷. La Superintendencia también ha considerado, según las características del caso, que la existencia de varios competidores en el eslabón ascendente con exigua o nula reacción ante la estrategia de cierre podría mitigar los efectos de esta.⁶⁷ Para ello, suele ser relevante que los rivales no presenten restricciones a la expansión, ya sea por aumentos en capacidad o diferenciación de producto.

3. Otros efectos unilaterales

- ¹⁴⁸. Mediante una integración vertical la firma resultante podría acceder a información comercial sensible en los diferentes eslabones de la cadena de producción. En este contexto, es más

⁶⁶ Ver caso [SC-005-S/CE/R-2016](#).

⁶⁷ Ver caso [SC-040-S/CE/R-2019](#).

probable el desarrollo de efectos adversos a la competencia, si las estructuras productivas son similares a las de sus rivales ascendentes y descendentes.

b) Efectos Coordinados

¹⁴⁹. La coordinación supone un comportamiento ajeno a las dinámicas competitivas que las empresas sostendrían de participar como agentes independientes. Por lo general, esta conducta aumenta su probabilidad de ser duradera en la medida que se presenten los siguientes elementos en las transacciones verticales:

- *Mecanismos de control y monitoreo de las condiciones del acuerdo*

¹⁵⁰. El ejercicio de estos mecanismos de control y monitoreo podrían verse facilitados si la concentración vertical aumenta la simetría de información entre las empresas que participan, producto del acceso a información sensible de las actividades comerciales de los negocios. También si la concentración supone la integración de un agente *Maverick* en alguno de los mercados, pues podría traducirse en la eliminación de una presión competitiva.

¹⁵¹. Además, la coordinación será más probable si los precios al consumidor final son públicos pero las transacciones en mercados intermediarios son reservadas. Lo anterior es debido a que, por un lado, puede acceder a información sensible de los rivales y, por el otro, posee un fácil control de precios.

- *La existencia de un castigo como instrumento de disuasión ante la presencia de desvíos a la coordinación.*

¹⁵². Ante una desviación a los acuerdos, la posibilidad de imponer un castigo disuasor efectivo es mayor si el incumplidor constituye un cliente o proveedor significativo para la empresa integrada verticalmente.

- *La estrategia de los no participantes resulta indiferente en el cometimiento de la coordinación.*

¹⁵³. La existencia de barreras a la entrada o de expansión podría disuadir cualquier esfuerzo de rivalidad de los competidores no involucrados en la coordinación. Incluso, dada la vinculación de sus ventas al insumo o cartera de clientes de la firma integrada verticalmente, estos agentes pueden tener el incentivo de participar en la coordinación.

ii. Concentraciones de conglomerado

a) Efectos unilaterales

- ¹⁵⁴. La principal teoría del daño vinculada con este tipo de concentración es la tentativa del cierre del mercado excluyendo competidores mediante estrategias de apalancamiento de mercado, tales como ventas atadas o empaquetamiento. Estas estrategias en sí mismas no son perjudiciales para la competencia, en algunas circunstancias están diseñadas para suministrar mejores ofertas, por ende, la determinación de los efectos en el proceso competitivo es caso a caso.
- ¹⁵⁵. Sin afán de exhaustividad, en seguida se listan aspectos que esta Superintendencia puede considerar para estimar la probabilidad de efectos adversos a la competencia derivados de estrategias unilaterales de apalancamiento de mercado:

1. Capacidad de exclusión

- ¹⁵⁶. El agente resultante de la concentración tenderá a poseer mayor capacidad de exclusión en tanto le sea más factible el empleo de estrategias de exclusión para reforzar su poder de mercado, por ejemplo:
- Empaquetamiento puro: los productos solo se venden de manera conjunta, y en proporciones fijas.
 - Empaquetamiento mixto: los productos pueden ser vendidos de manera separada, sin embargo, el precio por adquirirlos de manera conjunta es menor respecto a su compra individual.
 - Venta atada: requiere la adquisición de un bien, para poder acceder a otro(s).
- ¹⁵⁷. Para que estas estrategias sean efectivas, al menos uno de los productos de las partes integradas debe poseer una amplia cartera de clientes.⁶⁸ A su vez, las alternativas al producto tendrían que ser escasas.⁶⁹ Finalmente, para este tipo de transacción, un cierre de mercado sería más factible si existe una amplia base común de clientes para cada uno de los productos individuales.

2. Incentivo para excluir

- ¹⁵⁸. El incentivo del agente integrado radica en la rentabilidad de la estrategia. En ese sentido, los beneficios adicionales del incremento en sus clientes deberían exceder los costos por impartir la vinculación o venta en paquete.
- ¹⁵⁹. Sin embargo, esta estrategia puede verse obstaculizada si un número significativo de clientes prefiere un solo producto en lugar del paquete.

⁶⁸ Ver caso [SC-040-S/CE/R-2019](#).

⁶⁹ Ver caso [SC-036-S/CE/NR-2018](#).

3. Impacto global probable en los precios

- ¹⁶⁰. La evaluación de los potenciales efectos anticompetitivos puede llevarse a cabo mediante la identificación de reducciones significativas en los niveles de rivalidad. Para ello, la Superintendencia podría observar disminuciones efectivas en número de clientes, cambios en la dinámica competitiva, perturbaciones en precios relativos, entre otras variables.
- ¹⁶¹. La autoridad también podría llegar a considerar que este tipo de concentraciones implicarían beneficios en ahorros de costos, si el agente resultante posee una ventaja por economías de alcance, haciendo más eficaz la comercialización de los componentes con el paquete. La carga de la prueba en este tipo de consideraciones recae en las solicitantes de la autorización.

b) Efectos Coordinados

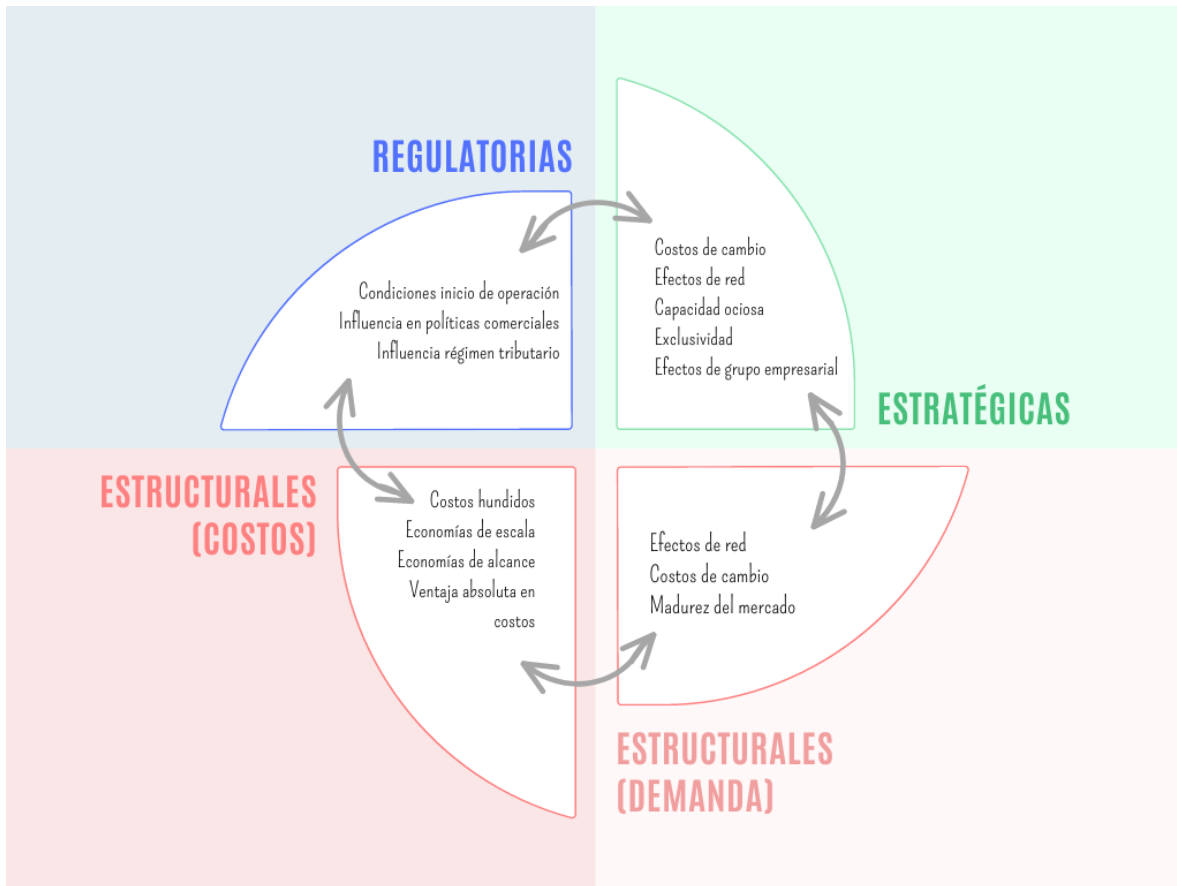
- ¹⁶². Una concentración de conglomerado podría reducir el número de competidores, de forma que deriva en mayor simetría de información entre estos, por ende, aumentar la probabilidad de una coordinación tácita. Además, existe la posibilidad que los competidores restantes participen de la misma, si esto se convierte en un requisito para operar. Finalmente, debido a que esta estrategia afectaría mercados relacionados, los efectos anticompetitivos podrían trasladarse a mercados ajenos a los involucrados en la concentración.

IV. Análisis de entrada

- ¹⁶³. El análisis de entrada permite identificar si es viable que nuevos competidores ingresen a los mercados involucrados en una concentración económica, es decir, evalúa su grado de permeabilidad. El objeto de esta evaluación es determinar si las potenciales distorsiones a la competencia derivadas de una concentración podrían ser contrarrestadas por la contestabilidad del mercado, en otras palabras, si la entrada de nuevos competidores tendería a disciplinar efectivamente el comportamiento del agente resultante de la transacción. De allí que el análisis de barreras a la entrada reviste particular importancia cuando la Superintendencia ha identificado posibles restricciones a la competencia.
- ¹⁶⁴. Si bien la literatura económica carece de consenso sobre cómo conceptualizar las barreras a la entrada (McAfee Preston, Mialon y Williams 2004), en lo referido al análisis de concentraciones, esta Superintendencia ha considerado como barreras a la entrada aquellos obstáculos con la aptitud para limitar la entrada probable, oportuna y suficiente de nuevos competidores de modo que, sin la entrada de estos, sea improbable restringir cualquier potencial efecto anticompetitivo derivado de la operación.

- ¹⁶⁵. De esta forma, en el análisis de entrada la Superintendencia procura evaluar si la entrada de nuevos competidores es probable, oportuna y suficiente. A continuación, se explican los principales elementos a considerar para abordar estos criterios:
- **Entrada probable:** para determinar si la entrada es probable, la Superintendencia puede tomar en cuenta si un potencial entrante operaría de manera rentable bajo las condiciones de mercado posterior a la concentración económica. Bajo la premisa que mientras menor sea la expectativa de rentabilidad del nuevo entrante, menor será la probabilidad de entrada. También es factible considerar el comportamiento histórico de la dinámica de ingreso en el mercado.
 - **Entrada oportuna:** Para evaluar si la entrada es oportuna se toma en cuenta el tiempo aproximado que demoraría un nuevo competidor en rivalizar de manera efectiva.
 - **Entrada suficiente:** el criterio de suficiencia implica, desde la perspectiva de competencia, la capacidad de un agente entrante de capturar una proporción de ventas tal que le posibilite contrarrestar los efectos anticompetitivos. Una aproximación a esta capacidad podría hacerse, por ejemplo, a través de verificar la disponibilidad, en términos competitivos, de los insumos requeridos para ingresar y expandirse.
- ¹⁶⁶. Los criterios para evaluar la entrada son también aplicables para la expansión de competidores ya presentes en el mercado, en tanto que podría tener efectos similares a los del ingreso de nuevos rivales. Análogamente, la Superintendencia evalúa si la expansión de competidores es probable, oportuna y suficiente.
- ¹⁶⁷. La evaluación de las barreras a la entrada proporciona una perspectiva del grado de competencia potencial que enfrentarían los agentes económicos establecidos en el mercado. Así, por ejemplo, ante una concentración con implicaciones anticompetitivas, en un escenario de altas barreras a la entrada, a los competidores incumbentes les resultaría factible mantener una dinámica de rivalidad menos intensa, elevar precios, coludir, etc., sin temer la entrada de posibles competidores que disciplinaran el mercado. En cambio, en un escenario de barreras a la entrada bajas, la amenaza perenne de nuevos entrantes supondría un impacto disuasor sobre los incumbentes, limitando así su ejercicio del poder de mercado individual o conjunto (OCDE 2011).
- ¹⁶⁸. En la experiencia del derecho de competencia se han generado diversas taxonomías sobre las barreras a la entrada, sin que exista consenso a la fecha. El análisis de las autoridades suele incluir múltiples tipos y considerarlos en conjunto, no de manera aislada, pues frecuentemente interactúan entre ellos, magnificando los efectos de cada uno (OCDE 2005).
- ¹⁶⁹. La clasificación más recurrente de barreras a la entrada utilizada en los precedentes de concentraciones económicas de la Superintendencia distingue entre regulatorias, estructurales o estratégicas. En las secciones sucesivas se explican estas categorías.

Ilustración 6
Principales elementos del análisis de entrada, según tipo



Fuente: Elaboración propia

A. Barreras legales o regulatorias

170. Hacen referencia a todas aquellas que resulten del actuar del legislador o la Administración Pública en el ejercicio de su potestad normativa. Si bien las diversas regulaciones del Estado pueden perseguir objetivos de política pública válidos, también podrían, en ciertas condiciones, generar obstáculos para la entrada o expansión de nuevos competidores en los mercados.
171. La Superintendencia evalúa, desde la perspectiva de competencia, los principales procedimientos a los cuales están sujetas las actividades económicas relacionadas con los mercados de referencia. En particular, se verifica si estos dificultan/facilitan el ingreso de nuevos competidores y, de ser así, en qué medida ralentizarían o mejorarían la posibilidad de

entrar. Sin buscar ser exhaustivos, a continuación, se desarrollan algunos elementos que la Superintendencia ha tenido en cuenta en su jurisprudencia sobre barreras legales a la fecha:

i. Inicio de operaciones

- ¹⁷². En algunos mercados, resulta importante revisar el conjunto de requerimientos establecidos para que un agente pueda iniciar operaciones. Entre estos suelen destacar la realización de inversiones iniciales en concepto de capital mínimo,⁷⁰ concesión de participación⁷¹ y adecuación de infraestructura a buenas prácticas medioambientales.⁷²

ii. Políticas comerciales

- ¹⁷³. El legislador puede influir sobre ciertas actividades comerciales de los agentes. Algunos ejemplos en el sector de comunicaciones son las autorizaciones para despliegue de infraestructura de red y otorgamiento de licencias relacionados con parrilla de programación. Los permisos de importación también suelen ser observados en los sectores de bebidas, alimentos y farmacéutico. En el ámbito financiero, gran parte de las actividades comerciales suelen estar supeditadas a la normativa prudencial que rige el sector. En el análisis se suelen evaluar las repercusiones de estas en la posibilidad, oportunidad y suficiencia de la entrada de nuevos participantes.

iii. Régimen tributario

- ¹⁷⁴. Algunas regulaciones tributarias pueden incentivar o ralentizar el ingreso. Por ejemplo, la imposición de aranceles a la importación, si bien podría tener objetivos válidos de política industrial, también tendería a dificultar la entrada en condiciones homogéneas de nuevos competidores.

B. Barreras Estructurales

- ¹⁷⁵. Las barreras estructurales son todos aquellos factores provenientes de los medios tecnológicos o especializados, requeridos en la producción de un bien o servicio determinado, con la posibilidad de impedir, retrasar o reducir el alcance de la entrada. De acuerdo con Buccirosi (2014), las barreras estructurales pueden dificultar la incorporación de nuevos competidores al impactar su rentabilidad a través de: los costos afrontados al incursionar en el mercado y la demanda que dispondría al ingresar.

⁷⁰ Especialmente en el sector financiero. Ver los casos [SC-015-S/C/R-2006](#), [SC-012-S/C/R-2007](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#).

⁷¹ A manera de ejemplo, la concesión de participación en espectro radioeléctrico. Ver caso [SC-032-S/CE/R-2019](#).

⁷² Ver caso [SC-003-S/CE/R-2016](#).

- ¹⁷⁶. A continuación, se presentan algunos ejemplos de barreras estructurales que afectan la rentabilidad de un nuevo entrante por la vía de costos.

i. Costos hundidos

- ¹⁷⁷. Los costos hundidos se constituyen como inversiones necesarias para ingresar a un mercado determinado y que además no pueden ser recuperadas si luego se opta por abandonar dicha actividad. En este sentido, los costos hundidos reflejan la exigencia de adquirir ciertos activos o servicios especializados para lograr competir efectivamente en un mercado.
- ¹⁷⁸. La existencia de costos hundidos puede dificultar la entrada de nuevos competidores principalmente a través de dos vías. Primero, colocan en desventaja al entrante, pues los competidores incumbentes, que afrontaron estos costos en el pasado, pueden fijar sus precios sin tomar en cuenta dichas erogaciones. Además, como segunda vía, debido a que los costos hundidos son irrecuperables, aumentan el riesgo asociado a la entrada. De esta forma, mientras mayores sean los costos hundidos respecto a las potenciales ganancias de operar en el mercado, menor será el atractivo para ingresar a dicho mercado (OECD, 2005).
- ¹⁷⁹. Algunos ejemplos de costos hundidos son los gastos en publicidad y promoción, inversiones en la compra de equipo especializado, gastos en investigación y desarrollo, costos de capacitación e inversiones en capital humano, así como las erogaciones para cumplir con requisitos gubernamentales.⁷³

ii. Economías de escala

- ¹⁸⁰. La presencia de economías de escala supone una relación inversa entre los costos medios y la escala productiva. De esta forma, a medida que incrementa el volumen de producción, los costos medios afrontados por el agente son más bajos. Consecuentemente, en un mercado con economías de escala, un nuevo entrante se encontraría con una desventaja en costos respecto a los incumbentes.⁷⁴
- ¹⁸¹. Si bien las economías de escala suponen una desventaja en costos para nuevos agentes, es poco probable que impidan la entrada de nuevos competidores por sí mismas. No obstante, si existen otras barreras a la entrada, como costos hundidos o efectos de red, las economías de escala pueden reforzar el efecto del resto y, por tanto, incrementar la dificultad para entrar al mercado (Buccirosi, 2014).

⁷³ Al respecto, consultar los casos [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-015-S/CE/R-2019](#).

⁷⁴ Por ejemplo, la Superintendencia ha identificado la existencia de economías de escala como una barrera en los siguientes casos: [SC-047-S/CE/R-2016](#), [SC-013-S/C/R-2012](#), [SC-004-S/C/R-2012](#) y [SC-016-S/C/R-2008](#).

iii. Economías de alcance

- ¹⁸². Las economías de alcance surgen cuando se obtienen eficiencias de la producción y comercialización conjunta de múltiples bienes o servicios respecto a si se produjeran de forma individual (Buccirossi, 2014). Esta situación podría colocar a un entrante en una situación de desventaja en costos si solo incursiona en la producción de un bien o servicio, o bien obligaría al nuevo competidor a incursionar en múltiples mercados de manera simultánea.⁷⁵
- ¹⁸³. Al igual que con las economías de escala, las economías de alcance no suelen, por sí mismas, impedir la entrada de nuevos competidores. Sin embargo, en amalgama con otras barreras podrían fortalecer su efecto, retrasando o dificultando la entrada de agentes económicos adicionales.

iv. Ventaja absoluta en costos

- ¹⁸⁴. La ventaja absoluta en costos surge cuando la curva de costos de los incumbentes se sitúa por debajo respecto a la de un entrante para cada nivel de producción. Con esta ventaja, los incumbentes podrían fijar precios por debajo del costo esperado del entrante y consecuentemente, ocasionar que la entrada de nuevos competidores no sea rentable, aun si los competidores actuales obtienen beneficios *supra* competitivos. Esta situación puede derivar del acceso exclusivo a recursos o tecnologías productivas superiores (OECD, 2005).
- ¹⁸⁵. Por otra parte, como se indicó *supra*, las barreras estructurales también pueden dificultar la entrada al limitar la demanda disponible para nuevos competidores. A continuación, se presentan algunos ejemplos de este tipo de barrera estructural.

i. Efectos de red

- ¹⁸⁶. Los efectos de red pueden clasificarse como directos e indirectos. Los primeros surgen cuando la valoración de los consumidores respecto a un bien o servicio aumenta a medida que otros usuarios obtienen dicho producto. Por ejemplo, en el caso de redes sociales, los consumidores finales tienden a desarrollar una relación directa entre la popularidad del producto y su valuación. Por su parte, los efectos de red indirectos se generan cuando el incremento en un conjunto de usuarios estimula la producción de bienes o servicios complementarios. Siguiendo el ejemplo de redes sociales, esta tendrá mayor atractivo para anunciantes *web* en tanto que más usuarios finales la utilicen, pues tendrían una cantidad elevada de clientes potenciales (OECD, 2005).

⁷⁵ En los casos [SC-015-S/CE/R-2019](#), [SC-047-S/CE/R-2016](#) y [SC-013-S/C/R-2012](#) la Superintendencia identificó la presencia de economías de escala en su análisis de barreras a la entrada.

- ¹⁸⁷. La existencia de efectos de red directos o indirectos puede dificultar la obtención del volumen de clientes necesario para el desarrollo rentable de las operaciones de un nuevo competidor y, por ende, constituyen una barrera a la entrada relevante. Si bien los efectos de red, en ocasiones, surgen de la propia dinámica del mercado, también pueden ser generados por el comportamiento de los competidores, en cuyo caso se constituyen como una barrera estratégica.

ii. Costos de cambio

- ¹⁸⁸. Los costos de cambio limitan la demanda que puede ser atendida por un entrante al dificultar para los consumidores la sustitución de los productos de los incumbentes con los de un nuevo oferente. Estas limitaciones provienen de las condiciones del mercado o de las estrategias adoptadas por los competidores. En el primer caso, se constituyen como barreras estructurales; mientras, en el segundo, estratégicas.
- ¹⁸⁹. Desde la óptica del consumidor, los costos de cambio pueden surgir tanto de trámites de cambio, cuando estos son largos o engorrosos, como de la existencia de asimetrías de información y costos de búsqueda que podrían dificultar las decisiones del consumidor para buscar oferentes alternativos.⁷⁶
- ¹⁹⁰. Por otra parte, de acuerdo con Klemperer (1995), otros costos de cambio vienen asociados a problemas de compatibilidad con equipos existentes, costos de transacción y aprendizaje para utilizar nuevos productos, así como la incertidumbre sobre la calidad de un producto desconocido.

iii. Madurez del mercado

- ¹⁹¹. La entrada de nuevos competidores es menos probable en mercados maduros o en declive, principalmente debido a que los agentes económicos están menos dispuestos a invertir en mercados en los cuales no se prevé incrementos sustanciales en la demanda. En ese sentido, la madurez del mercado incide en la cantidad de clientes esperados de un entrante, lo cual podría limitar la rentabilidad de ingresar.⁷⁷

C. Barreras estratégicas

- ¹⁹². Las barreras a la entrada estratégicas son generadas por los agentes participantes en el mercado y también se les denomina endógenas. Buccirossi (2014) las describe como “...

⁷⁶ Ver caso [SC-015-S/CE/R-2019](#).

⁷⁷ Ver caso [SC-032-S/CE/R-2019](#).

aquellos factores que pueden impedir, retrasar o reducir el alcance de la entrada, que son creadas por la empresa incumbente adoptando estrategias específicas y evitables”.

- ¹⁹³. La existencia de barreras estructurales da lugar a la eventual creación de obstáculos de naturaleza estratégica. El análisis de las barreras estratégicas se suele orientar a la verificación de si el incumbente ha adoptado estrategias tendientes a reducir la probabilidad de entrada, disminución de su alcance o la respuesta a tiempo de esta.
- ¹⁹⁴. Estas estrategias suelen implicar condiciones de entrada creadas o acentuadas por el incumbente para disuadir el ingreso de posibles competidores. El agente económico establecido también puede circunscribirse a la amenaza de realizar estas estrategias, aun cuando no las lleve a cabo. Sin embargo, esto solo sería eficaz como elemento de disuasión de entrada, si la amenaza es lo suficientemente creíble, es decir, si el incumbente está en la disposición y condición de ejecutarlas.

i. Costos de cambio

- ¹⁹⁵. En la dinámica de competencia, la capacidad, disposición y facilidad de los consumidores para cambiar de proveedor, y las opciones que este pueda tener, son de especial relevancia. Los costos de cambio, como barrera estratégica, pueden estar presentes desde la compra inicial por parte del usuario, dependiendo de las estrategias utilizadas por el proveedor.
- ¹⁹⁶. Una forma para incrementar los costos de cambio por parte de los incumbentes puede ser enfocarse en el grupo de usuarios ya captado, basando sus estrategias en su retención con acciones como, por ejemplo, contratos de larga duración, descuentos por renovaciones contractuales, adicionar servicios a los contratos vigentes u ofrecer algunos valores agregados para incentivar la retención del usuario, etc. Esta preferencia en la retención sobre la captación de nuevos clientes suele prevalecer en mercados maduros.

ii. Efectos red

- ¹⁹⁷. Como se señaló en el acápite previo, en algunos mercados se generan externalidades cuando un bien o servicio es más valioso para sus usuarios, en la medida que el número de consumidores de este aumenta, generando así una economía de red (Tarziján, 2006).
- ¹⁹⁸. Los efectos de red pueden surgir del propio funcionamiento del mercado, no obstante, es posible que se generen a partir de las estrategias empleadas por parte de los competidores, por ejemplo, al diferenciar precios a usuarios dentro y fuera de la red.⁷⁸

⁷⁸ Ver casos [SC-032-S/CE/R-2019](#) y [SC-013-S/C/R-2012](#).

iii. Capacidad ociosa

- ¹⁹⁹. La existencia de capacidad ociosa en el sector puede disuadir a nuevos entrantes, a través de una estrategia de intimidación (Tarziján, 2006). Es decir, ante información de un posible entrante, la firma poseedora de capacidad ociosa puede expandir su oferta, lo cual presionaría a la baja temporal de los precios en el mercado; desincentivando la entrada, en particular de agentes con proyecciones de capacidades productivas más costosas.⁷⁹
- ²⁰⁰. De esta forma, las operaciones de los entrantes no serían rentables, por lo tanto, podrían verse obligados a desistir del ingreso o a acotar su permanencia en el mercado.

iv. Estrategias de exclusividad

- ²⁰¹. La entrada de un nuevo competidor puede verse obstaculizada en mercados en los cuales existen, uno o varios, agentes con la capacidad y la práctica de ofrecer beneficios a su red de clientes ascendente y/o descendente, a cambio de preferencias, e incluso, exclusividades.
- ²⁰². Este modelo de incentivos implica fuertes erogaciones, posiblemente difíciles de replicar para los entrantes, los cuales suelen ser de menor tamaño. En este contexto, existirían pocos incentivos para que los clientes opten por abocarse a los productos de entrantes.⁸⁰

v. Efectos de grupo empresarial

- ²⁰³. Las firmas que se integran, al formar parte de un grupo empresarial, podrían verse beneficiadas con una ventaja reputacional, accediendo así a una base potencial de clientes y ejercer estrategias de apalancamiento.⁸¹
- ²⁰⁴. A su vez la integración de las firmas de diferentes eslabones de la cadena de valor, o en mercados relacionados a este, podría conllevar la internalización de ciertos costos y mejoras en eficiencias.

V. Poder de compra

- ²⁰⁵. La evaluación del poder de compra busca identificar si la configuración de la demanda de un determinado producto dificultaría el surgimiento de efectos anticompetitivos como resultado de una concentración económica. Es importante recalcar que esta evaluación depende de las

⁷⁹ Ver caso [SC-003-S/CE/R-2016](#).

⁸⁰ Ver caso [SC-003-S/CE/R-2016](#).

⁸¹ Ver caso [SC-015-S/CE/R-2019](#).

características del mercado que se esté analizando y, consecuentemente, en gran parte de los casos la evaluación del poder de compra no es necesaria.

- ²⁰⁶. El poder de compra se da cuando los consumidores tienen la capacidad de influir en las condiciones comerciales que ofrecen los productores, principalmente bajo dos modalidades reconocidas en la literatura: el poder de monopsonio y el poder de negociación. En el primer caso, los clientes poseen una cuota de la demanda del mercado lo suficientemente grande como para influir en el precio de venta. En el segundo caso, existen relativamente pocos compradores y vendedores y las condiciones de comercialización se determinan mediante negociaciones bilaterales (OCDE, 2008).
- ²⁰⁷. Si bien el poder de compra es un elemento que puede dificultar la desmejora en las condiciones de comercialización de bienes y servicios, es necesario aclarar que, por sí mismo, no es suficiente para contrarrestar potenciales limitaciones a la competencia. No obstante, la Superintendencia toma en cuenta este elemento, cuando aplica, en conjunto con otra evidencia para determinar el potencial efecto de una concentración económica.

VI. Análisis de eficiencias

- ²⁰⁸. Durante el análisis de una concentración económica, según lo establecido en la LC (artículo 34), la Superintendencia no podrá denegar las solicitudes que demuestren ganancias en eficiencias, es decir, aquellas que se traduzcan en ahorro de costos y beneficios directos a los consumidores. La premisa subyacente a las valoraciones de eficiencia es que la mayoría de las concentraciones suelen decidirse sobre la base de sus ventajas económicas.
- ²⁰⁹. La valoración de las eficiencias involucra un análisis complejo que parte de la verificación del cumplimiento simultáneo de un conjunto de criterios indispensables para que las eficiencias alegadas sean tenidas por legítimas.⁸² Dichos criterios se desarrollan a continuación.
- ²¹⁰. Conviene subrayar que la carga de la prueba de las eficiencias implicadas en la concentración corresponde a los agentes solicitantes.⁸³

- ***Verificables***

⁸² Al respecto, ver los casos [SC-016-S/CR/2008](#), [SC-013-S/C/R-2012](#), [SC-003-S/CE/R-2016](#), [SC-047-S/CE/R-2016](#), [SC-051-S/CE/R-2016](#), [SC-015-S/CE/R-2019](#), [SC-032-S/CE/R-2019](#).

⁸³ Con base en el artículo 34 de la Ley de Competencia, artículo 21 letra e) y artículo 46 inciso 5 del Reglamento de la Ley de Competencia.

- ²¹¹. Las ganancias en eficiencias alegadas por los agentes económicos deben estar suficientemente fundamentadas, de manera que sea posible verificar de forma razonable cada una de ellas por parte de la Superintendencia. En este sentido, los agentes solicitantes deberán sustentar la magnitud, momento y modo en que tales eficiencias ocurrirían, así como el impacto que estas tendrían en los incentivos y capacidad de competir del agente resultante de la concentración económica.
- ²¹². La Superintendencia suele aducir una relación inversa entre la temporalidad y la ocurrencia efectiva de la eficiencia. Es decir, entre mayor sea el tiempo para que las eficiencias se materialicen, menor será su probabilidad de acaecer.

- ***Inherente a la operación***

- ²¹³. Las ganancias en eficiencias presentadas, para ser tomadas en cuenta, deben acreditar la imposibilidad de ser logradas por otros medios alternativos a la operación. Es decir, si las eficiencias alegadas son alcanzables en ausencia de la concentración, entonces la Superintendencia no las tendrá en cuenta como un efecto positivo para el mercado a derivarse de la transacción en análisis.

- ***Beneficiar a los consumidores***

- ²¹⁴. Las ganancias en eficiencias aludidas deben trasladarse en beneficios directos a los consumidores, por ejemplo, al otorgarles menores precios, mayor variedad, innovación en los productos, mejoras en calidad, etc. Adicionalmente, las eficiencias presentadas deben poseer la magnitud suficiente para compensar las posibles restricciones a la competencia identificadas, de manera que se obtenga un beneficio neto hacia los consumidores.

VII. Condicionamientos

- ²¹⁵. Como se ha señalado, en función de los efectos anticompetitivos identificados en el análisis, la Superintendencia podrá autorizar, condicionar o denegar las operaciones propuestas. En general, las transacciones se autorizan cuando los riesgos netos a la competencia que engendran son nulos o exiguos, mientras que son denegadas al implicar limitaciones significativas a la competencia que no pueden ser solventadas por la vía de condicionamientos.
- ²¹⁶. Al condicionar una solicitud de concentración económica, la Superintendencia busca contrarrestar las limitaciones significativas a la competencia que ocasionaría la transacción. Bajo esta lógica, los condicionamientos deben procurar la preservación o conservación efectiva de las condiciones y dinámica de competencia en cada uno de los mercados

afectados. Según su naturaleza, las condiciones implican la necesidad de monitorear al agente concentrado para garantizar el cumplimiento de lo estipulado.

²¹⁷. Las mejores prácticas internacionales sugieren que las condiciones impuestas en una transacción tomen en cuenta los factores como: impacto competitivo, duración, factibilidad y riesgo (ICN, 2016). A continuación, se explican estos elementos.

- **Impacto Competitivo:** las condiciones deberían orientarse a solventar las restricciones a la competencia identificadas en cada mercado involucrado, considerando el impacto potencial de los remedios en contraste con los efectos anticompetitivos resultado de la transacción.
- **Duración:** el efecto de las condiciones impuestas debería perdurar lo suficiente para impedir los daños a la competencia derivados de la concentración. Asimismo, los condicionamientos que inhiben los efectos anticompetitivos de manera rápida son preferibles a aquellos que solo actúan en el largo plazo.
- **Factibilidad:** las condiciones deben poder ser implementadas y monitoreadas para garantizar su cumplimiento.
- **Riesgo:** la aceptación de cualquier condicionamiento implica cierto nivel de riesgo, por lo cual es preciso tener en cuenta los factores que podrían limitar el éxito de las condiciones impuestas.

²¹⁸. Para resguardar las condiciones de competencia, la Superintendencia podrá valorar diversos condicionamientos o remedios. Convencionalmente, estos se clasifican en estructurales y conductuales.

²¹⁹. Las condiciones estructurales consisten en medidas puntuales tendientes a restaurar la estructura competitiva del mercado, mientras las conductuales se constituyen en actividades continuas que procuran modificar o restringir el comportamiento del agente concentrado. Las condiciones estructurales, al poseer incidencia directa en la composición del mercado, suelen considerarse el tipo de remedio más apto para resguardar la competencia. No obstante, las condiciones conductuales podrían ser preferibles bajo ciertas circunstancias, particularmente en transacciones no horizontales, y también suelen ser útiles para reforzar el efecto de otras condiciones estructurales (OECD, 2011). A continuación, se amplía sobre estas tipologías.

a) Condiciones Estructurales

²²⁰. Las condiciones o remedios estructurales buscan preservar las condiciones de competencia *ex ante* a través de la creación de un nuevo competidor o del reforzamiento de un rival existente e independiente de las partes involucradas en la transacción. Para este fin, los condicionamientos estructurales generalmente involucran desinversiones totales o parciales

de negocios de las partes solicitantes.⁸⁴ Según la jurisprudencia internacional, un remedio de este tipo tendrá mayores probabilidades de éxito si el paquete de desinversión permite la creación de un negocio viable, el cual pueda ser operado de manera independiente al agente concentrado (Kokkoris y Shelanski, 2014).

221. Otro elemento señalado como fundamental para mejorar la efectividad de una condición o remedio estructural es la aprobación de un comprador adecuado. Para la Superintendencia es importante que los solicitantes acrediten que se cumpla, al menos, con los siguientes requisitos generales establecidos por las mejores prácticas (ICN, 2016):

- **Capacidad financiera:** el comprador debe contar con los recursos financieros necesarios para adquirir el paquete de desinversión y, además, con la capacidad de inversión necesaria para convertir al negocio desinvertido en una fuerza competitiva efectiva en el mercado, es decir, capaz de contrarrestar los efectos anticompetitivos derivados de la concentración económica.
- **Experiencia gerencial:** el comprador debe contar con los conocimientos y experiencia requeridos para manejar el negocio desinvertido.
- **Capacidad operativa:** cuando la condición consista en una desinversión parcial, se debe acreditar que el comprador cuenta con los recursos necesarios para la operación del negocio o puede proveérselos en el corto plazo.
- **Independencia:** es fundamental garantizar la independencia del comprador respecto de las partes solicitantes, pues solo así contará con los incentivos necesarios para competir de manera efectiva en el escenario posterior a la concentración.
- **Intención de competir:** se debe demostrar que el comprador posee los incentivos y la capacidad de competir en los mercados afectados por la concentración económica.
- **No generar restricciones competitivas:** se debe considerar el impacto de la desinversión en el mercado pues, por ejemplo, si el potencial comprador es un competidor con una alta participación de mercado, la desinversión podría en sí misma ser restrictiva a la competencia.

b) Condiciones Conductuales

222. Por su parte, los remedios conductuales no inciden de manera directa en la estructura de mercado, pues buscan restaurar las condiciones de competencia mediante restricciones u

⁸⁴ Al respecto, ver condiciones del caso [SC-003-S/CE/R-2016](#).

obligaciones al comportamiento del agente concentrado durante un periodo. Las condiciones impuestas al comportamiento del agente concentrado pueden tomar distintas modalidades, en seguida, se presentan algunos ejemplos (ICN, 2016):

- **Acuerdos de suministro de corto plazo:** este tipo de condición suele reforzar el efecto de desinversión de activos. Mediante estos acuerdos, la entidad fusionada se compromete a brindar asistencia técnica o suministros relevantes durante un periodo de transición para facilitar la entrada al mercado del comprador del paquete de desinversión.
- **Cambios en acuerdos contractuales existentes:** la modificación o eliminación de contratos de exclusividad de suministro podría restaurar las condiciones de competencia al permitir la entrada o permanencia de agentes rivales que, en ausencia de remedios de este tipo, serían desplazados.
- **Remedios de acceso:** las condiciones conductuales pueden requerir que la entidad fusionada brinde acceso a infraestructura o tecnología clave (redes, patentes, *know – how*, etc.). El acceso transitorio y no discriminatorio de bienes clave podría facilitar la entrada de nuevos competidores o eliminar preocupaciones relativas al desplazamiento de competidores.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Legislativa de El Salvador (1970). Código de Comercio. Diario Oficial N° 140, Tomo N° 228 del 31/07/1970.

Asamblea Legislativa de El Salvador (1983). Constitución de la República de El Salvador. Diario Oficial N° 142, Tomo N° 280 del 29/07/1983.

Asamblea Legislativa de El Salvador (2018). Ley de Procedimientos Administrativos. Diario Oficial N° 30, Tomo N° 418 del 13/02/2018.

Asamblea Legislativa de El Salvador (2021). Ley de Competencia. San Salvador. Diario Oficial N° 225, Tomo N° 433 del 25/11/2021.

Buccirossi, P. (2014). Guidelines on Barriers to Entry. Centro Regional de Competencia para América Latina.

Calkins, S. (1983). The new merger guidelines and the Herfindahl-Hirschman Index. California Law Review, Inc., 71(2), 402 – 429.

European Commission. (2008). Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings.

Disponible en: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008XC1018\(03\)&from=DA](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008XC1018(03)&from=DA)

FTC & DOJ. (2010). Horizontal Merger Guidelines. Disponible en: <https://www.justice.gov/sites/default/files/atr/legacy/2010/08/19/hmg-2010.pdf>

ICN. (2006). ICN merger Guidelines Workbook. International Competition Network.

Disponible en: https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2018/05/MWG_MergerGuidelinesWorkbook.pdf

ICN. (2016). ICN merger remedies guide. Disponible en:

https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2018/05/MWG_RemediesGuide.pdf

ICN. (2018). ICN recommended practices for merger notification and review procedures.

Disponible en: https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wp-content/uploads/2018/09/MWG_NPRecPractices2018.pdf

Klemperer, P. (1995). Competition when consumers have switching costs: An overview with applications to industrial organization, macroeconomics, and international trade. Review of economic studies, 515 – 539.

Kokkoris, I. y Shelanski, H. (2014). EU Merger Control. A legal and economic analysis. Oxford University Press.

McAfee Preston, Randolph, Hugo M. Mialon, y Michael A Williams. (2004). What Is a Barrier to Entry? The American Economic Review, 2004: 461-465.

Melnik, A., Shy, O. y Stenbacka, R., (2008), Assessing market dominance, Journal of Economic Behavior & Organization.

OCDE. (2005). Barriers to Entry. Policy Roundtables. Disponible en: <https://www.oecd.org/daf/competition/36344429.pdf>

OCDE. (2008). Monopsony and Buyer Power. Disponible en: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2008\)38/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2008)38/en/pdf)

OCDE. (2011). Herramientas para la evaluación de la competencia. Vol. II. Disponible en: <https://www.oecd.org/daf/competition/98765433.pdf>

OECD. (2016). Jurisdictional Nexus in Merger Control Regime. Disponible en: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP3/M\(2016\)1/ANN3/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP3/M(2016)1/ANN3/FINAL/en/pdf)

OCDE (2020). Economic analysis in merger investigations, Global Forum on Competition. Discussion Paper. Disponible en: www.oecd.org/daf/competition/economic-analysis-in-merger-investigations-2020.pdf

Odudu Okeoghene, Bailey David. (2014). The Single Economic Entity doctrine in EU Competition Law. Common Market Law Review 51, pp. 1721 – 1758. 2014.

Presidencia de la República de El Salvador. (2013). Reglamento de la Ley de Competencia. San Salvador. Decreto Ejecutivo No. 169 del 13 de septiembre de 2013, publicado en el Diario Oficial No. 169, Tomo N° 400, del 13 de septiembre de 2013.

Rouhette Alexandre, Garenne Pierre. (2020). De facto control in EU merger control law. Concurrences N° 4-2020.

Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de El Salvador (1989). Sentencia 8-87. Disponible en: <https://www.jurisprudencia.gob.sv/DocumentosBoveda/D/1/1980-1989/1989/09/8931B.PDF>

Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de El Salvador. (2012). Sentencia 11-2012. Disponible en: <https://www.jurisprudencia.gob.sv/busqueda/showFile.php?bd=1&data=DocumentosBoveda%2FD%2F1%2F2010-2019%2F2015%2F04%2FAEEE1.PDF&number=716513&fecha=20/04/2015&numero=11-2012&cesta=0&singlePage=false%27>

Sala de lo Constitucional de la Corte Suprema de Justicia de El Salvador. (2015). Sentencia 148-2012. Disponible en: <https://sv.vlex.com/vid/576320838>

Shapiro (2010) Unilateral Effects Calculations. Disponible en: <https://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/unilateral.pdf>

Superintendencia de Competencia (2006). Resolución referencia SC-015-S/C/R-2006. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-en-sector-financiero-sc-015-s-c-r-2006/

Superintendencia de Competencia (2006b). Resolución referencia SC-004-D/PA/R-2006. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/resolucion-final-sc-004-d-pa-r-2006/

Superintendencia de Competencia (2007). Resolución referencia SC-012-S/C/R-2007. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-sc-012-s-c-r-2007/

Superintendencia de Competencia (2007b). Resolución referencia SC-019-S/C/NR-2007. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-en-sector-financiero-sc-019-s-c-nr-2007/

Superintendencia de Competencia (2008). Resolución referencia SC-002-S/C/R-2008. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-en-energia-sc-002-s-c-r-2008/

Superintendencia de Competencia (2008b). Resolución referencia SC-016-S/C/R-2008. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-en-telecomunicaciones-sc-016-s-c-r-2008/

Superintendencia de Competencia (2009). Resolución referencia SC-027-S/C/R-2009. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/improcedencia-concentracion-economica-taca-y-avianca/

Superintendencia de Competencia (2010). Resolución referencia SC-041-S/C/NR-2010. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-alberto-culver-company-y-unilever-de-centroamerica-sc-041-s-c-nr-2010/

Superintendencia de Competencia (2011). Resolución referencia SC-016-S/C/R-2011. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/resolucion-del-recurso-concentracion-economica-america-movil-y-amoviv-con-digicel-holdings-limited-sc-016-s-c-r-2011/

Superintendencia de Competencia (2011b). Resolución referencia SC-025-S/C/R-2011. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/condicion-solicitud-de-autorizacion-de-concentracion-economica-puma-energy-centam-holdings-i-llc-y-ii-llc-y-esso-standard-oil-ltd-servicios-santa-elena-refineria-petrolera-sc-025-s-c-r-2011/

Superintendencia de Competencia (2012). Resolución referencia SC-004-S/C/R-2012. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-solicitud-de-autorizacion-de-concentracion-economica-seguros-suramericana-aseguradora-suiza-salvadorena-sc-004-s-c-r-2012/

Superintendencia de Competencia (2012b). Resolución referencia SC-013-S/C/R-2012. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/denegatoria-concentracion-economica-america-movil-y-amoviv-con-digicel-holdings-limited-sc-013-s-c-r-2012/

Superintendencia de Competencia (2014). Resolución referencia SC-004-S/C/R-2014. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizada-concentracion-economica-entre-alba-petroleos-s-e-m-de-c-v-y-ocho-estaciones-de-servicio-sc-004-s-c-r-2014/

Superintendencia de Competencia (2015). Resolución referencia SC-008-S/CE/R-2015. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/15423/

Superintendencia de Competencia (2015b). Resolución referencia SC-040-S/CE/R-2015. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizada-solicitud-de-autorizacion-de-concentracion-economica-de-las-sociedades-assa-compania-de-seguros-y-assa-compania-tenedora-y-aig-seguros-el-salvador-y-aig-vida/

Superintendencia de Competencia (2016). Resolución referencia SC-003-S/CE/R-2016. Disponible en: <https://www.sc.gob.sv/index.php/project/solicitudanheuser-bushinbevbmiller-sc-003-s-ce-r-2016/>

Superintendencia de Competencia (2016b). Resolución referencia SC-005-S/CE/R-2016. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-solicitud-de-autorizacion-de-concentracion-economica-de-las-sociedades-imperia-intercontinental-inc-e-inversiones-imperia-el-salvador-y-banco-citibank-de-el-salvador-citi-tarjetas-de/

Superintendencia de Competencia (2016c). Resolución referencia SC-047-S/CE/R-2016. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/condicionada-autorizacion-de-concentracion-economica-de-las-sociedades-telemovil-el-salvador-caribena-y-caribena-cable-sc-047-s-ce-r-2016/

Superintendencia de Competencia (2016d). Resolución referencia SC-051-S/CE/R-2016. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-orazul-energy-el-salvador-nejapa-power-company-cenergica-y-poliwatt-sc-051-s-ce-r-2017/

Superintendencia de Competencia (2017). Resolución referencia SC-002-S/CE/R-2017. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-solicitud-de-autorizacion-de-concentracion-economica-de-las-sociedades-corporacion-de-inversiones-atlantida-y-procredit-holding/

Superintendencia de Competencia (2017b). Resolución referencia SC-051-S/CE/R-2017. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-orazul-energy-el-salvador-nejapa-power-company-cenergica-y-poliwatt-sc-051-s-ce-r-2017/

Superintendencia de Competencia (2018). Resolución referencia SC-030-S/CE/R-2018. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-uno-almosa-sc-030-s-ce-r-2018/

Superintendencia de Competencia (2018b). Resolución referencia SC-034-S/CE/R-2018. Disponible en: <https://www.sc.gob.sv/index.php/project/concentracion-economica-banco-azteca-perinversiones-y-nueve-personas-naturales-sc-034-s-ce-r-2018/>

Superintendencia de Competencia (2018c). Resolución referencia SC-036-S/CE/NR-2018. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-la-constancia-y-the-coca-cola-company-sc-036-s-ce-nr-2018/

Superintendencia de Competencia (2019). Resolución referencia SC-015-S/CE/R-2019. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-imperia-intercontinental-inc-scotiabank-el-salvador/

Superintendencia de Competencia (2019b). Resolución referencia SC-009-S//OV/NR-2019. Disponible en: <https://www.sc.gob.sv/index.php/project/opinion-sobre-contrato-de-arrendamiento-de-un-molino-industrial-de-harina-de-trigo-sc-009-s-ov-nr-2019/>

Superintendencia de Competencia (2019c). Resolución referencia SC-032-S/CE/R-2019. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-america-movil-telefonica-moviles-el-salvador-y-telefonica-multiservicios-032-s-ce-r-2019/

Superintendencia de Competencia (2019d). Resolución referencia SC-040-S/CE/R-2019. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/autorizacion-concentracion-economica-perinversiones-aseguradora-vivir-sc-040-s-ce-r-2019/

Superintendencia de Competencia (2020). Resolución referencia SC-021-S/CE/R-2020. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-rodin-procaps-biokemical-sc-021-s-ce-r-2020/

Superintendencia de Competencia (2021). Resolución referencia SC-007-S/CE/NR-2021. Disponible en: <https://www.sc.gob.sv/index.php/project/concentracion-economica-trafigura-puma-energy-holdings-sc-007-s-ce-nr-2021/>

Superintendencia de Competencia (2021b). Resolución referencia SC-016-S/CE/R-2021. Disponible en: <https://www.sc.gob.sv/index.php/project/concentracion-economica-inversiones-financieras-grupo-azul-banco-gt-continental-el-salvador-sc-016-s-ce-r-2021/>

Superintendencia de Competencia (2021c). Resolución referencia SC-021-S/CE/R-2021. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-rodin-procaps-biokemical-sc-021-s-ce-r-2020/

Superintendencia de Competencia (2021d). Resolución referencia SC-029-S/CE/R-2021. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-

[economica-general-international-telecom-el-salvador-telefonica-moviles-el-salvador-telefonica-multiservicios-sc-029-s-ce-r-2021/](https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-ingenio-el-angel-obsidiana-y-la-chirimia-sc-040-s-ce-r-2021/)

Superintendencia de Competencia (2021e). Resolución referencia SC-040-S/CE/R-2021. Disponible en: https://www.sc.gob.sv/index.php/sala_multimedia/concentracion-economica-ingenio-el-angel-obsidiana-y-la-chirimia-sc-040-s-ce-r-2021/

Tarziján, Jorge. (2006). Organización Industrial para la Estrategia Empresarial. México: Pearson Educación.

Zurita, Jaime. (2014). Análisis de la concentración y competencia en el sector bancario. BBVA Research. Disponible en: <https://www.bbvarsearch.com/wp-content/uploads/2014/09/WP-concentraci%C3%B3n-y-competencia-sector-bancario.pdf>



Educando sobre competencia



GOBIERNO DE
EL SALVADOR

sc.gob.sv

[@scompetencia](https://twitter.com/scompetencia)