



# Investigaciones de Mercado



Comisión Nacional  
de Defensa  
de la Competencia

# Investigaciones de Mercado



## ¿Qué es una Investigación de Mercado y cuáles son sus objetivos?

Las **Investigaciones de Mercado (IM)** son procedimientos desarrollados por la CNDC para obtener un **diagnóstico** acabado de las **condiciones de competencia en determinados sectores** de la economía.

Su **objetivo** principal es **promover y mejorar la competencia** en los mercados. Para ello, tras el estudio del sector, la CNDC puede realizar **recomendaciones pro-competitivas** a organismos reguladores, legisladores, cámaras empresarias, etc. También puede **recomendar la apertura de una investigación de oficio** si advierte la existencia de posibles prácticas violatorias a la Ley de Defensa de la Competencia (LDC).



## ¿Cuáles son las facultades de la CNDC para realizar una IM?

Con el objetivo de analizar el funcionamiento de los mercados, la LDC y sus normas complementarias facultan a la CNDC para **convocar a los distintos agentes**, tales como **empresas, organismos reguladores y profesionales expertos**, entre otros, para **aportar conocimiento e información de los mercados bajo análisis**. Esta convocatoria puede materializarse a través de **requerimientos de información por escrito**, o bien mediante **audiencias presenciales o virtuales**.

La información solicitada en ambos casos puede referir a ventas, compras de materias primas e insumos, precios de productos e insumos, costos, contratos con proveedores y/o clientes, condiciones generales de comercialización, estructura accionaria de las empresas participantes y de las relaciones de control que pudieren existir, capacidad de producción, entre otros.



## ¿Qué debe hacer una empresa, organismo o particular si recibe por parte de la CNDC un requerimiento de información o la citación a una audiencia en el marco de una IM?

Tanto **quienes reciban requerimientos de información como quienes reciban citaciones a una audiencia testimonial** tienen la **obligación legal de responderlos y comparecer**, respectivamente. El artículo 59 de la LDC prevé una multa equivalente a quinientas unidades móviles por día para **quienes obstruyan o dificulten la investigación, o no cumplan con los requerimientos en tiempo y forma**.

Las empresas, organismos o particulares que reciban un pedido de información por parte de la CNDC en el marco de una IM **tendrán un plazo de 10 días hábiles para remitir las respuestas a lo requerido**.

Es importante remarcar que durante el procedimiento correspondiente a una IM no se sustancia una posible violación de la LDC por parte de una persona humana o jurídica en particular. Por ende, **en las IM no existen sujetos y/o empresas que revistan el carácter de "parte" en el sentido del derecho procesal y/o que estén siendo investigadas por la presunta comisión de una conducta anticompetitiva**. Por tanto, en el marco de este tipo de procedimiento no resulta posible la aplicación de sanciones ni la emisión de medidas cautelares.



## Confidencialidad de la información aportada

Conforme el artículo 34 de la LDC, las investigaciones están contenidas en expedientes confidenciales y **dado que no hay partes en los procedimientos de IM no está previsto el acceso de terceros a la información presentada por las personas requeridas**.



# ¿Cuáles son los posibles resultados de una IM?

Las IM finalizan con la publicación de **un informe** que expone los resultados del análisis realizado, sus conclusiones y, en caso de corresponder, las **recomendaciones propuestas**. Existen **cuatro categorías de resultados posibles de una IM**, tal como se detalla a continuación.

1

**No se detectan problemas de competencia ni oportunidades de mejoras normativas o regulatorias para promover la competencia**

- la investigación puede ser útil para **comprender la dinámica competitiva del mercado**
- puede servir como **f fuente de información para consumidores, empresas y autoridades** a cargo del diseño de políticas públicas en el sector investigado

2

**Se identifica la posibilidad de mejorar las condiciones de competencia del mercado mediante cambios en la regulación o en otras políticas públicas**

- inclusión de **recomendaciones pro-competitivas** tendientes a modificar la regulación que afecta al mercado, las prácticas regulatorias asociadas o determinadas políticas públicas
- coordinación de la **implementación de las recomendaciones con las autoridades regulatorias correspondientes**

3

**Se detectan indicios de una potencial violación a la LDC**

- **recomendación de abrir nuevas actuaciones** a fin de determinar la **posible existencia de conductas que infrinjan la LDC** por parte de una o varias de las empresas u otros agentes económicos que participan en el mercado investigado

4

**Se detectan posibles problemas de competencia no asociados a la presunción de una violación a la LDC en otros mercados**

- **apertura de una nueva IM** o decisión de encomendar un **estudio de mercado a un consultor externo**

