

Guía para 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 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 N°27.442 (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 económicos, tales como empresas, organismos reguladores y profesionales expertos, entre otros, para aportar conocimiento e información en los mercados bajo análisis. Esta convocatoria puede materializarse a través de requerimientos de información por escrito, o bien mediante audiencias celebradas en la CNDC.

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 implica para los agentes (empresas, organismos, particulares) a los que se les requiere información o se los cita a 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 a terceros por 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.

	ESCENARIOS	POSIBLES RESULTADOS
1	<p>No se detectan problemas de competencia ni oportunidades de mejoras normativas o regulatorias para promover la competencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la investigación puede ser útil para comprender la dinámica competitiva del mercado • puede servir como fuente de información para consumidores, empresas y autoridades a cargo del diseño de políticas públicas en el sector investigado
2	<p>Se identifica la posibilidad de mejorar las condiciones de competencia del mercado mediante cambios en la regulación o en otras políticas públicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Se detectan indicios de una potencial violación a la LDC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>Se detectan posibles problemas de competencia no asociados a la presunción de una violación a la LDC en otros mercados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • apertura de una nueva Investigación de Mercado o decisión de encomendar un estudio de mercado a un consultor externo