



**República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional**  
2020 - Año del General Manuel Belgrano

**Disposición firma conjunta**

**Número:**

**Referencia:** Aprobación de lineamientos generales para estudios de mercado

---

VISTOS el Expediente N° EX-2020-14565480-APN-DGD#MPYT caratulado "LINEAMIENTOS GENERALES PARA ESTUDIOS DE MERCADO", la Ley N° 25.156, la Ley N° 27.442, el Decreto N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018, el Decreto N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y la Resolución de la SECRETARÍA DE COMERCIO N° 359 de fecha 19 de junio de 2018 y;

CONSIDERANDO:

Que el artículo 28 de la Ley N° 27.442 de Defensa de la Competencia en sus incisos f); g) e i) establece, entre las facultades del TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, las de realizar aquellos estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes; promover el estudio y la investigación en materia de competencia y emitir recomendaciones pro-competitivas de carácter general o sectorial respecto a las modalidades de la competencia en los mercados.

Que el artículo 80 de la Ley N° 27.442 establece que la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 25.156 subsistirá, con todas las facultades y atribuciones que la mencionada ley otorga a la AUTORIDAD NACIONAL DE LA COMPETENCIA, hasta la constitución y puesta en funcionamiento de la AUTORIDAD NACIONAL DE LA COMPETENCIA.

Que, por su parte, el artículo 5° del Decreto N° 480/18 reglamentario de la Ley de Defensa de la Competencia establece que la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del ex MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO ejercerá como Autoridad de Aplicación de la Ley N° 27.442 con las funciones de la AUTORIDAD NACIONAL DE LA COMPETENCIA hasta tanto ésta se constituya y entre en funcionamiento.

Que, en el punto 8 del Anexo I correspondiente a los objetivos de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO del Decreto N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 se establece que ésta supervisará la ejecución de las políticas comerciales internas destinadas a la defensa de la competencia, el accionar de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, hasta la constitución de la AUTORIDAD NACIONAL DE LA COMPETENCIA.

Que, por su parte, el mencionado Decreto N° 480/18 establece en su artículo 6 que la COMISIÓN NACIONAL DE

DEFENSA DE LA COMPETENCIA continuará actuando en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR con su actual estructura.

Que el inciso 25 del Anexo de la Resolución SC N° 359/2018 faculta a esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA a realizar los estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes, así como también estudios e investigaciones en materia de competencia.

Que las Investigaciones de Mercado son procedimientos desarrollados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA para obtener un diagnóstico de las condiciones de competencia en determinados sectores de la economía, en virtud de la posible existencia de barreras a la competencia, ya sea de tipo normativo, de comportamiento de las empresas u originadas en las características intrínsecas de los mercados.

Que para la realización de las Investigaciones de Mercado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA cuenta con las atribuciones que surgen de la Ley N° 27.442 y sus normas complementarias, para efectuar requerimientos de información y celebrar audiencias con los agentes económicos, autoridades y organismos regulatorios de los mercados bajo análisis.

Que existen diversos factores que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA puede tomar en cuenta para seleccionar los sectores y mercados a investigar, considerando los recursos disponibles, como el nivel de impacto en el bienestar de los consumidores, la incidencia en la cadena de valor de las distintas ramas de la producción, la productividad, el tamaño y la estructura del mercado, entre otros.

Que un Estudio de Mercado realizado por un profesional experto en materia de defensa de la competencia constituye un elemento relevante para contar con información sobre sectores y mercados en los que se considere la posibilidad de iniciar una Investigación de Mercado.

Que por lo tanto, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dispone encomendar a profesionales expertos en materia de defensa de la competencia el estudio de diversos mercados claves de la economía argentina, cuando las circunstancias así lo requieran.

Que los Estudios de Mercado tendrán por objetivo la detección de posibles barreras a la competencia y la formulación de recomendaciones tendientes a eliminar o morigerar dichas barreras, con el fin de promover la competencia en el mercado y mejorar su funcionamiento.

Que, a los efectos de la realización de los Estudios de Mercado, deviene necesario seguir los lineamientos generales de referencia que como Anexo I (IF-2020-14338956-APN-CNDC#MDP) se agregan a la presente, los que establecen pautas de análisis, objetivos, metodologías de trabajo, tiempos de ejecución, formatos de presentación, perfil de los expertos consultores, y estructura general de los Estudios, entre otros lineamientos que deberán seguirse en la elaboración de los mismos.

Que la presente se dicta en ejercicio de las facultades conferidas por el artículo 28 incisos f), g) e i) de la Ley N° 27.442, los artículos 5 y 6 del Decreto Reglamentario N° 480/2018 y el inciso 25 del Anexo de la Resolución SC N° 359/2018,

En función de lo expuesto,

LA COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

DISPONE:

ARTÍCULO 1º: Apruébense los “Lineamientos Generales para Estudios de Mercado” que como Anexo I (IF-2020-14338956-APN-CNDC#MDP) son parte integrante de la presente Disposición.

ARTÍCULO 2º: Publíquese la presente Disposición en el sitio web oficial de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

ARTÍCULO 3º: Archívese.

## ANEXO I

### COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA LINEAMIENTOS GENERALES PARA ESTUDIOS DE MERCADO

#### I. OBJETIVOS

##### I.1 Objetivos generales

1. El Estudio de Mercado (en adelante, “Estudio”) consiste en el análisis de las condiciones de competencia en el mercado de que se trate, con el fin de formular recomendaciones tendientes a promover la competencia en el mercado y mejorar su funcionamiento.
2. Para lograr ese objetivo, el Estudio deberá detectar potenciales barreras a la competencia en el mercado bajo análisis. Dado que dichas barreras pueden ser de tipo normativo, de comportamiento de las empresas (prácticas restrictivas de la competencia) o características intrínsecas de los mercados, el Estudio deberá hacer un análisis de la normativa, estrategias de comercialización y administración, costos asociados, prácticas comerciales, márgenes de ganancia y licencias otorgadas para la explotación de los servicios, políticas de precios, cálculo de índices internacionalmente aceptados para medir la competencia de los mercados y estimación del grado de contestabilidad, incluyendo la identificación de condiciones que puedan posibilitar prácticas anticompetitivas por parte de agentes económicos del mercado.
3. Una vez detectadas las barreras, el Estudio deberá postular posibles cambios en el mercado tendientes a eliminar o morigerar dichas barreras. Los cambios postulados pueden consistir en:
  - a. **Cambios normativos**, cuando se detecta una norma que distorsiona la competencia en el mercado. En este caso, el análisis deberá considerar la posibilidad de alcanzar los objetivos de la norma cuestionada por medio de otra regulación menos restrictiva de la competencia.
  - b. **Cambios en la conducta de uno o varios actores del mercado**, cuando se detectan prácticas que restringen la competencia. Esto incluye tanto empresas como cámaras empresarias o asociaciones profesionales. En este caso, es necesario evaluar las potenciales mejoras a la eficiencia de la práctica cuestionada, así como la posibilidad de obtener los mismos resultados mediante prácticas que no lesionen la competencia, y la necesidad de hacer un seguimiento del mercado o una investigación más exhaustiva por parte de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
  - c. **Propuestas de nueva normativa**, cuando se detectan barreras provenientes de fallas de mercado que podrían, eventualmente corregirse con una adecuada regulación. En este caso, deberán evaluarse los potenciales efectos contrarios a la competencia de la normativa propuesta, describiendo los elementos del interés económico general que resultan afectados por la falla detectada.

##### I.2 Objetivos específicos

4. Además de los objetivos generales, el Estudio en cuestión tendrá los siguientes objetivos:
  - a. Identificar y definir estructuralmente cada uno de los componentes del sector a investigar, a través de una caracterización económica de cada uno de ellos que permita identificar sus principales variables e indicadores que inciden sobre la oferta y demanda de sus principales

productos, agentes económicos que forman parte de la cadena de valor, cámaras empresarias, evolución de los principales indicadores económicos, entre otros aspectos que se consideren relevantes.

- b. Determinar los mercados relevantes en el sector y la existencia de poder de mercado y/o poder de compra de los participantes. El análisis de las condiciones de competencia en los mercados relevantes definidos se podrá concentrar en los mercados de mayor relevancia, previa consideración de las circunstancias en las que operan esos mercados, a fin de evaluarlos y priorizarlos.
- c. Estimar y analizar el nivel de concentración de los mercados relevantes considerados y su evolución en un período que abarque al menos cinco años, utilizando índices internacionalmente aceptados.
- d. Evaluar las políticas públicas y la legislación aplicable que dan el marco institucional y legal a la actividad del sector estudiado, y sus implicaciones para las condiciones de competencia.
- e. Identificar las principales barreras de entrada a la competencia: normativas, técnicas, económicas y comerciales.
- f. Analizar el grado de contestabilidad de los mercados relevantes identificados.
- g. Analizar el rol de las empresas y de las cámaras empresarias sobre la competencia en el sector.
- h. Recopilar, sistematizar y analizar la información relevante relacionada con el sector.
- i. Analizar los esquemas de comercialización del sector y sus implicaciones sobre las condiciones de competencia y bienestar de los consumidores.
- j. Analizar el comportamiento histórico del mercado mediante el uso de índices, modelos econométricos u otro tipo de técnicas disponibles, con el fin de determinar la existencia de agentes con poder de mercado y/o poder de compra.
- k. Analizar la integración horizontal y vertical de los agentes económicos participantes del sector; y
- l. Efectuar recomendaciones de política pública, de normativa o de medidas necesarias para fortalecer y mejorar las condiciones de competencia del sector.

## **II. METODOLOGÍA DE TRABAJO**

5. El trabajo se desarrollará de conformidad con las pautas establecidas en el presente reglamento, considerando las disposiciones de la Ley 27.442 de Defensa de la Competencia y su normativa complementaria que tenga relación con los objetivos y contenido del Estudio.
6. Durante el desarrollo del trabajo, el consultor estará en permanente contacto con la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia a través de los funcionarios de la Dirección de Investigaciones y Monitoreo de Mercados.
7. A lo largo del trabajo de consultoría, el consultor podrá, en caso de considerarlo pertinente, realizar entrevistas o reuniones de carácter voluntario con agentes relevantes para el sector.
8. Durante el desarrollo del Estudio, se realizarán evaluaciones de la situación que se presente, se definirán las políticas y acciones a seguir y se analizarán casos o situaciones específicas que surjan de estas evaluaciones.

## **II.1 Metodología de análisis**

9. La metodología empleada para el desarrollo del Estudio deberá seguir las reglas del arte en materia de defensa de la competencia.
10. El Estudio requerirá una descripción y análisis de la cadena de valor del sector, indicando las diferentes etapas y agentes que intervienen (ya sea producción primaria, producción industrial, distribución mayorista y minorista).
11. Asimismo, se analizará la evolución de la oferta y la demanda y se caracterizará a los agentes económicos relevantes, evaluando las estructuras societarias, la existencia de empresas conjuntas (“joint ventures”), el grado de integración horizontal y vertical, la localización geográfica de las plantas de producción y de la demanda, la estructura del transporte, la forma de utilización de los derechos de propiedad intelectual, entre otros factores.
12. Un aspecto importante es la descripción y análisis del marco normativo y regulatorio aplicable, ya que como resultado del Estudio pueden surgir recomendaciones de modificación de dicho marco para promover la competencia.
13. Adicionalmente, el Estudio requiere el análisis minucioso de los antecedentes nacionales e internacionales del sector bajo evaluación, en materia de defensa de la competencia (investigaciones por conductas anticompetitivas, concentraciones, abusos de posición dominante, investigaciones y estudios de mercado), así como de la literatura académica e informes existentes de diversos organismos (vgr. OECD, ICN, otras).
14. El Estudio requerirá definir los mercados relevantes de producto y geográfico e identificar oferentes y demandantes, considerando tanto la sustitución por el lado de la demanda como de la oferta.
15. Se considera necesario que el Estudio analice la estructura de mercado y el nivel de concentración, utilizando los indicadores apropiados a tal efecto.
16. Asimismo, a efectos de poder determinar si existe posición dominante en el mercado, se realizará un análisis de la desafiabilidad del mercado, de la presencia de barreras a la entrada y salida, económicas, tecnológicas o barreras regulatorias. Se deberá indicar la entrada y salida de empresas en el pasado reciente y evaluar la existencia de potenciales entrantes.
17. El Estudio requerirá analizar el comportamiento de las firmas y caracterizar el proceso competitivo, para lo cual se deberá abordar un análisis de la formación de precios, las características de las relaciones comerciales con clientes y proveedores (existencia de contratos o acuerdos, cláusulas de exclusividad o restrictivas de la competencia, etc.) y de la estructura de costos.
18. El análisis de las prácticas comerciales y sus efectos sobre la competencia incluirá elementos estructurales y características conductuales que indiquen potenciales prácticas unilaterales o coordinadas, según corresponda, posibles motivaciones anti-competitivas y potenciales motivaciones de eficiencia de las prácticas comerciales.
19. El Estudio deberá finalizar con conclusiones sobre potencialidad de conductas anticompetitivas y con recomendaciones de cambios regulatorios pro-competitivos, de corresponder.

## **II.2 Material de consulta**

20. Ley 27.442 de Defensa de la Competencia (disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-27442-310241/texto>).

## 21. Guías y lineamientos sobre tópicos de defensa de la competencia

- a. Guías y lineamientos de la CNDC (disponibles en <https://www.argentina.gob.ar/defensadelacompetencia/guiasylineamientos>)
- b. Guías y lineamientos de otras agencias de competencia. Por ejemplo:
  - i. Federal Trade Commission (<https://www.ftc.gov/tips-advice/competition-guidance>)
  - ii. Guías de fusiones horizontales de Estados Unidos (<https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>)
  - iii. Reglamento N° 139/2004 sobre el control de las concentraciones entre empresas de la Comisión Europea (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex:32004R0139>)
  - iv. Guía de la Comisión Europea sobre abusos de posición dominante de tipo exclusorio (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52009XC0224%2801%29>)
  - v. Guía sobre acuerdos entre competidores de Estados Unidos ([https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf))
  - vi. Directrices relativas a las restricciones verticales de la Comisión Europea (<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:130:0001:0046:ES:PDF>).
  - vii. Antitrust guidelines for the licensing of intellectual property (<https://www.justice.gov/atr/IPguidelines/download>) del U.S. Department of Justice y la Federal Trade Commission
- c. Mejores prácticas en temas de competencia (Best practices roundtables on competition) de la OECD, disponibles en <http://www.oecd.org/competition/roundtables.htm>.

## 22. Estudios e investigaciones de mercado

- a. Estudios e investigaciones de mercado de la CNDC (disponibles en <https://www.argentina.gob.ar/defensadelacompetencia/estudiosdemercado>)
- b. Material sobre estudios de mercado en defensa de la competencia, por ejemplo:
  - i. OECD (disponible en <https://www.oecd.org/daf/competition/market-studies-and-competition.htm>)
  - ii. ICN (disponible en <https://www.internationalcompetitionnetwork.org/working-groups/advocacy/market-studies/>)
  - iii. Estudios del mercado de referencia publicados por otras agencias de competencia, en especial: Estados Unidos, Europa, España, Chile, Brasil, México, Perú, Colombia.

## 23. Evaluación de normativa

- a. Herramientas para la evaluación de la competencia de la OECD (<https://www.oecd.org/competition/assessment-toolkit.htm>)

## II.3 Entrevistas

### 24. Entrevistas de carácter voluntario, con actores relevantes del mercado, por ejemplo:

- a. Cámaras empresariales/asociaciones profesionales
- b. Empresas, clientes, proveedores, distribuidores, etc. que integran el mercado bajo estudio
- c. Expertos sectoriales
- d. Autoridades regulatorias

#### **II.4 Fuentes de información y datos de consulta**

25. Conductas, concentraciones e investigaciones de mercado de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, disponibles en el buscador de Dictámenes y Resoluciones de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (disponible en <http://cndc.produccion.gob.ar/>).
26. Subsecretaría de Programación Microeconómica: informes productivos y datos sectoriales (disponibles en <https://www.argentina.gob.ar/economia/politicaeconomica/microeconomica/informesproductivos>).
27. Otros.

### **III. CONTRAPARTE**

28. La contraparte de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia estará coordinada por la Dirección de Investigaciones y Monitoreo de Mercados.
29. La verificación del cumplimiento de las condiciones contractuales en cuanto a la entrega satisfactoria de los informes presentados por el consultor, será responsabilidad del Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia o quien fuera designado para esta función.

### **IV. TIEMPO DE EJECUCIÓN**

30. La duración de la consultoría será la estipulada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, a partir de la fecha de la firma del contrato, para lo cual el consultor deberá presentar un cronograma de trabajo de actividades que deberá ser aprobado por el Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia o quien fuera designado para esta función.

### **V. PRODUCTOS ESPERADOS**

#### **V.1 Plan de trabajo y calendario de actividades**

31. En el término de los días hábiles fijados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia contados a partir de la firma del contrato, el consultor deberá presentar el plan de trabajo, el cual deberá ser aprobado por el Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia o quien fuera designado para esta función. El consultor también deberá presentar el calendario de actividades y entregas y la metodología para el desarrollo del Estudio. El contenido del Estudio se detalla en la Sección VI.

#### **V.2 Informe de avance**

32. En el término de los días hábiles fijados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia contados a partir de la firma del contrato, el consultor deberá presentar un informe de avance, que contendrá el análisis realizado hasta ese momento, la información cuantitativa recabada y las



conclusiones preliminares, las que serán discutidas y consensuada con la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

### **V.3 Informe final**

33. El informe final deberá entregarse una vez finalizado el tiempo de ejecución establecido en la Sección IV. El informe final será sometido a una revisión, de la cual podrían resultar observaciones que deberán ser subsanadas con el fin de darlo por aprobado.

### **V.4 Presentación**

34. Una vez aprobado el informe final, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y el consultor coordinarán una fecha para la presentación del informe. Se presentarán los principales resultados y recomendaciones del Estudio ante las autoridades y el staff de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

## **VI. PROPIEDAD INTELECTUAL**

35. El consultor renuncia a los derechos de autor y demás derechos de la naturaleza que fuesen, sobre cualquier material producido en el desarrollo de la presente consultoría, los cuales serán propiedad exclusiva de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

## **VII. CONFIDENCIALIDAD**

36. Es obligación del consultor guardar la absoluta confidencialidad de la información que haya sido proporcionada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Pertenecerá al ámbito de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia la publicación de las partes del Estudio que estime convenientes.

37. El consultor se compromete a mantener la confidencialidad de los resultados del Estudio o cualquier dato relacionado con él.

38. La obligación de confidencialidad empezará a regir a partir de la fecha de la firma del contrato y seguirá vigente aún después de la expiración del contrato.

## **VIII. PERFIL DEL CONSULTOR**

39. El candidato para realizar la consultoría deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Consultor con título de Licenciado en Economía o maestría o doctorado en economía; asimismo, contar con experiencia profesional acumulada en materia de defensa de la competencia.
- b. Con al menos cinco años de experiencia profesional.
- c. De preferencia, contar con conocimientos de variables, funcionamiento y regulación del sector en cuestión.
- d. De preferencia, contar con experiencia en la realización de consultorías en materia de competencia.
- e. De preferencia, contar con experiencia en la docencia académica y/o estudios de posgrado en tópicos de competencia u organización industrial, valorándose especialmente si cuenta con libros publicados y/o artículos en revistas especializadas.

- f. Si se trata de una universidad o centro de estudios, debe especificarse quiénes serán los integrantes del equipo de consultores que llevará a cabo el Estudio, sus calificaciones y señalar quién será el líder del equipo, quien debe cumplir con los requisitos especificados en los incisos anteriores.

## **IX. ESTRUCTURA GENERAL PARA ESTUDIOS DE MERCADO**

### **IX.1 Caracterización general de la industria**

1. Cadena de valor
  - a. Descripción del producto/servicio; principales usos
  - b. Descripción de las diferentes etapas y agentes que intervienen (producción primaria, producción industrial, distribución mayorista y minorista)
  - c. Diagrama ilustrativo
2. Evolución de la oferta y la demanda
  - a. Producción y consumo
  - b. Comercio exterior
3. Agentes económicos
  - a. Caracterización de las empresas que integran el mercado bajo estudio en cada eslabón de la cadena
  - b. Estructura societaria (accionistas, cuotapartistas o titulares de capital social de la empresa; estructura de control que poseen las firmas)
  - c. Integración vertical y horizontal
  - d. Localización geográfica de las plantas de producción y de la demanda
  - e. Otros actores relevantes del mercado (ej: cámaras empresariales, asociaciones profesionales, etc.)
4. Marco normativo/regulatorio
  - a. Principales autoridades regulatorias del sector
  - b. Normas (leyes, resoluciones, decretos, etc.) que regulan el funcionamiento del mercado, incluidas las que inciden sobre el comercio exterior (aranceles, medidas paraarancelarias, etc.)

### **IX.2 Antecedentes**

5. Antecedentes de la CNDC en el mercado bajo estudio (conductas, concentraciones, investigaciones y estudios de mercado)
6. Breve resumen de los casos y principales problemas de competencia identificados
7. Antecedentes de casos y estudios internacionales
8. Discusiones y literatura internacional (principales fuentes: OECD, ICN, otras)

### **IX.3 Definición de los mercados relevantes de producto y geográfico**

9. Mercados relevantes de producto
  - a. Sustitución por el lado de la demanda
  - b. Sustitución por el lado de la oferta
10. Mercados aguas arriba y aguas abajo
11. Mercados geográficos relevantes

### **IX.4 Estructura de mercado y nivel de concentración**

12. Participaciones de mercado (en base a cantidades vendidas, facturación); evolución
13. Indicadores de concentración (por ejemplo: IHH)

### **IX.5 Análisis de barreras a la entrada**

14. Existencia de economías de escala; barreras tecnológicas; barreras regulatorias; capacidad instalada y porcentaje de utilización, capacidad ociosa.
15. Entrada y salida de empresas en el pasado reciente
16. Potenciales entrantes

### **IX.6 Análisis de competencia**

17. Análisis de precios (precios de lista; precios efectivamente cobrados)
  - a. Precios por empresa y total del mercado
  - b. Evolución en términos nominales y reales
  - c. Variación de precios según localización geográfica
  - d. Paridad de importación
18. Relaciones comerciales con clientes y proveedores
  - a. Condiciones de venta; descuentos y bonificaciones
  - b. Acuerdos comerciales; acuerdos de exclusividad; contratos
19. Análisis de la estructura de costos
20. Análisis de las prácticas comerciales y sus efectos sobre la competencia
  - a. Elementos estructurales y características conductuales que indiquen potenciales prácticas unilaterales o coordinadas, según corresponda
  - b. Motivaciones anti-competitivas de las prácticas comerciales
  - c. Motivaciones de eficiencia de las prácticas comerciales

### **IX.7 Conclusiones y recomendaciones**

21. Conclusiones sobre potencialidad de conductas anticompetitivas

22. Recomendaciones de cambios regulatorios pro-competitivos

## **IX.8 Referencias**

23. Listado de la bibliografía y entrevistas realizadas



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
2020 - Año del General Manuel Belgrano

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Anexo firma conjunta**

**Número:**

**Referencia:** ANEXO I - Lineamientos Generales para Estudios de Mercado

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 9 pagina/s.