



**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO**

RESOLUCIÓN NÚMERO Nº 24804 DE 2016

03 MAY 2016

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

En ejercicio de sus facultades legales, y en especial las previstas en la Ley 155 de 1959, la Ley 1340 de 2009 y el numeral 15 del artículo 3 del Decreto 4886 de 2011, y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el artículo 4 de la Ley 155 de 1958, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 del 24 de julio de 2009 dispone que:

“Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4 de la Ley 155 de 1959 quedará así:

Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada:

1. Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio o;

2. Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.

En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación.

(...)”.

SEGUNDO: Que de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, mediante comunicación radicada con el número 15-281642-0 del 25 de noviembre de 2015¹, **GUERBET S.A.** (en adelante **GUERBET**) y **MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.** (en adelante **MALLINCKRODT COLOMBIA**), informaron a esta Entidad la intención de realizar una operación de concentración consistente la celebración de un acuerdo de compraventa de acciones, con el cual **GUERBET** controlaría indirectamente el 100% de **MALLINCKRODT COLOMBIA**.

TERCERO: Que de conformidad con lo dispuesto en el numeral 2.3.1 de la Resolución No. 10930 de 2015, mediante comunicación radicada con el número 15-281642-1 del 30 de noviembre de

¹ Folios 1 al 102 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y del Cuaderno Público No. 1 del Expediente. Entiéndase que cuando se haga referencia al “Expediente”, el mismo corresponde al radicado con el No. 15-281642.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

2015², esta Superintendencia solicitó a **GUERBET** y a **MALLINCKRODT COLOMBIA** (en adelante y de manera conjunta, **INTERVINIENTES**), aclarar y complementar la información aportada en el documento de solicitud de pre-evaluación de la operación, con el fin de dar inicio al trámite de pre-evaluación solicitado.

La información faltante fue aportada por las **INTERVINIENTES** mediante escrito radicado con el número 15-281642-2 del 5 de enero de 2016³ y complementada con oficio radicado con el número 15-281642-3 del 6 de enero de 2016⁴.

CUARTO: Que en cumplimiento de lo previsto en el artículo 156 del Decreto Ley No. 19 de 2012, en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009 y en el numeral 2.3.2 de la Resolución No. 10930 de 2015, mediante radicado No. 15-281642-4 del 30 de octubre de 2015⁵, se ordenó la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada, en la página web de esta Superintendencia⁶.

QUINTO: Que dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación en la página web de esta Superintendencia, plazo señalado en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, no se recibieron observaciones ni comentarios de terceros en relación con la operación proyectada.

SEXTO: Que en ejercicio de las facultades previstas en el numeral 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, mediante comunicaciones radicadas con fecha 21 de enero de 2016⁷, esta Superintendencia formuló requerimientos de información a los principales competidores del mercado de medios de contraste y sistemas de suministro⁸.

Las empresas requeridas aportaron la información en fechas que transcurrieron entre el 27 de enero y el 15 de marzo de 2016.

SÉPTIMO: Que en ejercicio de las facultades previstas en el numeral 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, mediante comunicación radicada con el número 15-281642-10 del 22 de enero de 2016⁹, esta Entidad solicitó a la **DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES** (en adelante, **DIAN**) información sobre las importaciones de medios de contraste y sistemas de suministro.

La información fue aportada por la **DIAN** mediante comunicación radicada con el número 15-281642-24 del 7 de marzo de 2016¹⁰.

OCTAVO: Que dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a que se refiere el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, esta Superintendencia consideró procedente dar paso al estudio de fondo de la operación presentada, lo cual fue informado a las **INTERVINIENTES** mediante

² Folios 106 y 107 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³ Folios 108 y 113 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

⁴ Folios 114 al 137 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁵ Folio 138 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁶ Disponible en: <http://www.sic.gov.co/drupal/inicio-autorizacion-integracion>. Consulta 8 de enero de 2016.

⁷ Folios 139 al 146 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁸ El requerimiento de información se formuló a las siguientes empresas: **BAYER S.A.**, **GEMEDCO SALES & SERVICIOS S.A.S.**, **SISTEMAS MÉDICOS S.A.S.** y **AGFA HEALTHCARE COLOMBIA LTDA.**

⁹ Folio 147 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁰ Folios 225 al 227 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 y del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

comunicaciones radicadas con los números 15-281642-17 y 15-281642-18 del 5 de febrero de 2016¹¹.

NOVENO: Que una vez hechas las anteriores consideraciones y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación de integración informada, en los siguientes términos.

9.1. EMPRESAS INTERVINIENTES EN LA OPERACIÓN

9.1.1. GUERBET S.A.

GUERBET es la casa matriz de un grupo farmacéutico multinacional establecido en Francia. Se encuentra listada en Euronext - Segmento B y la mayoría de sus acciones pertenecen a la familia Guerbet. **GUERBET** tiene como actividad principal la “[c]ompra, fabricación, explotación, venta, distribución de productos y especialidades farmacéuticas, compra, venta, fabricación, tratamiento, explotación de productos químicos o paraquímicos, investigación”¹².

El negocio de **GUERBET** se centra principalmente en la comercialización de una amplia variedad de productos aptos para medios de contraste para rayos-x, tomografía computarizada y resonancia magnética.

En la siguiente tabla se presentan los códigos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), correspondientes a las principales actividades desarrolladas por **GUERBET** en Colombia:

Tabla No. 1
Códigos CIU actividades GUERBET

ACTIVIDAD	CIU
Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador	4645
Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.	4659

Fuente: Folio 12 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

La composición accionaria de **GUERBET** se encuentra distribuida principalmente en los siguientes accionistas:

Tabla No. 2
Composición accionaria GUERBET

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN(%)
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
TOTAL	100%

Fuente: Folio 13 y 14 del Cuaderno Reservado Intervinientes No.1 del Expediente.

GUERBET participa en el mercado colombiano a través de su único distribuidor autorizado [REDACTED] (en adelante, [REDACTED]). Dicha compañía fue autorizada por **GUERBET** para importar, distribuir y comercializar sus productos en Colombia¹³.

La información de activos totales e ingresos operacionales de **GUERBET** con corte a 31 de diciembre de 2014 se presenta a continuación:

¹¹ Folios 162 y 163 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹² Folio 41 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹³ Folio 23 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 3
Cuentas financieras GUERBET
 (31 de diciembre de 2014)

CUENTA	VALOR EN EUROS	VALOR COP (\$) ¹⁴
Activos	380.588.000	1.009.048.302.197
Ingresos operacionales	303.160.000	803.764.394.290

Fuente: Construcción GIE¹⁵. Folios 59 y 61 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

9.1.2. MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.

MALLINCKRODT COLOMBIA es una sociedad comercial colombiana identificada con NIT. 900.578.349-0 y con Matrícula Mercantil No. 2274444. Fue constituida el 7 de noviembre de 2012 mediante documento privado e inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá el 16 de noviembre de 2012 con el No. 1681589 del Libro IX¹⁶.

Como consta en su Certificado de Existencia y Representación Legal, en el objeto social de **MALLINCKRODT COLOMBIA** se encuentra el desarrollo, entre otras, de las siguientes actividades:

"La sociedad podrá llevar a cabo cualquier actividad comercial o civil lícita incluyendo pero sin limitarse a importar, exportar, comprar, vender y comercializar en general todos los productos, artículos e ítems para el uso clínico o médico (...)"¹⁷.

En la siguiente tabla se presentan los códigos de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), correspondientes a las principales actividades desarrolladas por **MALLINCKRODT** en Colombia:

Tabla No. 4
Códigos CIIU actividades MALLINCKRODT

ACTIVIDAD	CIIU
Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador	4645
Comercio al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.	4659

Fuente: Folio 12 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

MALLINCKRODT COLOMBIA es la subsidiaria colombiana de [REDACTED] (en adelante [REDACTED]), una empresa irlandesa con presencia global, especializada en diagnóstico por imágenes y tecnología bio farmacéutica que desarrolla, fabrica, comercializa y distribuye productos farmacéuticos especializados y agentes de contraste¹⁸.

El 100% del capital accionario de **MALLINCKRODT COLOMBIA** es propiedad de [REDACTED], una empresa con sede en Luxemburgo, controlada exclusivamente por [REDACTED]¹⁹.

La información de activos totales e ingresos operacionales de **MALLINCKRODT COLOMBIA** con corte a 31 de diciembre de 2014 se presenta a continuación:

¹⁴ Tomando como referencia una tasa de cambio promedio para el año 2014 de \$2.651 COP/EUR, con base en la información disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/tasa-cambio-monedas-reserva>. Consulta: 9 de marzo de 2016.

¹⁵ GIE: Grupo de Integraciones Empresariales de la Superintendencia de Industria y Comercio.

¹⁶ Folio 55 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

¹⁷ Ibíd.

¹⁸ Folios 12 y 15 del Cuaderno Reservado Intervinientes No.1 del Expediente.

¹⁹ Ibíd.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 5
Cuentas financieras MALLINCKRODT

CUENTA	VALOR (COP.\$)
Activos	11.397.889.000
Ingresos operacionales	10.953.515.000

Fuente: Construcción GIE. Folios 119 y 120 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

9.2. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

De acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES** en la solicitud de pre-evaluación, la transacción consistiría en la suscripción de un contrato de compraventa, mediante el cual **GUERBET**, en calidad de comprador, adquiriría el 100% de las acciones de varias subsidiarias pertenecientes al negocio de medios de contraste y sistemas de suministro de **MALLINCKRODT**.

Como resultado de la operación, **GUERBET** adquiriría el control indirecto de **MALLINCKRODT COLOMBIA**²⁰.

9.3. DEBER DE INFORMACIÓN PREVIA DE LA OPERACIÓN

El artículo 9 de la Ley 1340 de 2009 establece que las empresas intervinientes en una integración empresarial estarán obligadas a informar a la Superintendencia sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse, cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada, siempre que se cumplan los siguientes supuestos:

- *Supuesto subjetivo:* cuando las empresas intervinientes se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor.
- *Supuesto objetivo:* cuando en conjunto o individualmente consideradas, las empresas intervinientes superen el monto establecido por esta Superintendencia para ingresos operacionales o para activos totales.

En consecuencia, las empresas que pretendan llevar a cabo un proceso de concentración empresarial, en cualquiera de sus manifestaciones, y cuya situación se enmarque en los supuestos previstos en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, deberán informar previamente la operación a esta Superintendencia.

9.3.1. Supuesto subjetivo

Para el caso concreto, se observa que las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en el mercado de medios de contraste, en el territorio colombiano. Adicionalmente, dicha operación tendría efectos verticales, considerando que **MALLINCKRODT COLOMBIA** participa en el mercado de sistemas de suministro, comercializando inyectores y repuestos, jeringas, conectores, y calentadores de medios de contraste, -productos utilizados en la administración de medios de contraste-.

En este sentido, se encuentra verificado el supuesto subjetivo establecido en el artículo 9 de la Ley 140 de 2009.

9.3.2. Supuesto objetivo

La Resolución No. 82040 del 26 de diciembre de 2014 fijó "a partir del 1 de enero de 2015 y hasta el 31 de diciembre de 2015, en CIENTO MIL SALARIOS MÍNIMOS LEGALES MENSUALES VIGENTES (100.000 SMLMV), los ingresos operacionales y los activos que se tendrán en cuenta para efectos de lo previsto en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009".

²⁰ Folio 11 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Por su parte, el artículo 1 del Decreto No. 2731 de 2014, que fijó el salario mínimo legal mensual a partir del 1 de enero de 2015 en seiscientos cuarenta y cuatro mil trescientos cincuenta pesos (\$644.350).

Por lo anterior, el valor mínimo de activos o ingresos operacionales para que una operación informada durante el año 2015 cumpla el supuesto objetivo, corresponde a sesenta y cuatro mil cuatrocientos treinta y cinco millones de pesos (\$64.435.000.000).

Estos valores serán los aplicables al presente estudio, teniendo en cuenta que la solicitud de pre-evaluación se radicó ante esta Entidad el 25 de noviembre de 2015.

De acuerdo con la información presentada en las tablas 1 y 3 del presente acto administrativo, las **INTERVINIENTES** cuentan de manera conjunta con activos por un valor total de \$1.020.446.191.197 y un total de ingresos operacionales por valor de \$814.717.909.290 pesos para el cierre del año 2014.

Tanto por el valor conjunto de los activos de las **INTERVINIENTES** como por el de sus ingresos operacionales, para el caso concreto se cumple el supuesto objetivo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009.

9.3.3. Deber de informar

Así las cosas, con la previa verificación de los supuestos subjetivo y objetivo, se configuran todos los requisitos para que la operación presentada deba ser informada a la Superintendencia de manera previa a su ejecución.

9.4. DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

La definición del mercado relevante para el análisis de una operación de concentración es primordial para identificar el escenario en el que las fuerzas competitivas tienen lugar. Además, permite calcular las cuotas de cada competidor, pues para esto es necesario contar con una aproximación del tamaño total del mercado. Por lo anterior, el mercado relevante es el marco de referencia apropiado para analizar los efectos sobre la competencia de una operación de integración²¹.

La participación de mercado de las empresas intervinientes en la operación de concentración, así como la de sus competidores, resultan una herramienta fundamental para detectar posibles efectos restrictivos de la competencia que pudieran derivarse de la misma, pues dicho indicador guarda una estrecha relación con el poder de mercado que tiene cada oferente.

Al determinar el mercado relevante es necesario hacer la distinción entre el mercado de producto y el mercado geográfico; de tal forma que se puedan establecer los efectos de una integración entre dos o más de los competidores.

En la definición del mercado de producto se debe tener presente la sustituibilidad al nivel de la demanda, pues se deben identificar aquellos productos (si los hay) hacia los cuales los consumidores pudieran desviar su demanda en caso de un incremento en los precios o una reducción en la calidad de los productos por parte de un determinado oferente.

Si bien algunas autoridades de competencia en otras jurisdicciones tienen en cuenta la sustituibilidad de la oferta al momento de definir el mercado relevante, esta Superintendencia toma

²¹ Para lograr una adecuada definición del mercado relevante, esta Superintendencia se apoyará en los lineamientos diseñados por la Red Internacional de la Competencia (ICN, por sus siglas en inglés).

Ver ICN Merger Working Group: Investigation and Analysis Subgroup, "ICN Merger Guidelines Workbook" (documento preparado para la Quinta Reunión Anual del ICN, Ciudad del Cabo, Sudáfrica, 16 de abril, 2006). Disponible al público en el siguiente enlace:

<http://www.internationalcompetitionnetwork.org/uploads/library/doc321.pdf>. (Consulta 8 de enero de 2015).

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

en consideración dicho concepto en caso de requerir un análisis de barreras de entrada y competencia potencial.

Con la dimensión geográfica del mercado relevante, se busca reconocer el área de influencia que tienen las empresas intervinientes en la operación de concentración, pues si enfrentaran alguna barrera que impida o dificulte que sus productos lleguen a alguna zona determinada, se deberá entender que en dicha área no son competidores activos. Es decir, el análisis de competencia debe limitarse a las zonas en las cuales las empresas intervinientes ejercen una competencia efectiva, pues sería dicha condición la que podría verse afectada con la operación.

Así las cosas, este Despacho procederá a definir el mercado relevante afectado por la operación proyectada, delimitando primero el mercado de producto y luego el mercado geográfico.

9.4.1. Mercado de producto

De conformidad con la información obrante en el Expediente, esta Superintendencia encontró que las **INTERVINIENTES** participan de manera coincidente en el mercado de medios de contraste. De otra parte, **MALLINCKRODT COLOMBIA** participa en el mercado de sistemas de suministro, comercializando productos que son utilizados en la administración de medios de contraste, con lo cual se encuentra una relación de complementariedad de éstos últimos, con los medios de contraste.

Según lo expuesto, los mercados involucrados en la operación proyectada se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No. 6
Actividades coincidentes

EMPRESAS	MEDIOS DE CONTRASTE	SISTEMAS DE SUMINISTRO PARA MEDIOS DE CONTRASTE
GUERBET	X	
MALLINCKRODT COLOMBIA	X	X

Fuente: Construcción GIE.

A continuación, se presentará la descripción de los productos involucrados en las actividades económicas arriba expuestas, con el fin de identificar si existen sustitutos cercanos de estos productos o si por el contrario corresponden en sí mismos a un solo mercado.

Para efectos de su posterior análisis de sustituibilidad, la descripción de los productos afectados se realizará desde el punto de vista de sus características, usos y precios en el mercado colombiano.

9.4.1.1. Medios de Contraste

i) Descripción

Los medios o agentes de contraste, son sustancias que permiten mejorar la visibilidad de estructuras al interior del cuerpo producidas por rayos x, tomografía axial computada (TAC), resonancia magnética nuclear (RMN) y ultrasonido. Cuando se introduce en el cuerpo, esta sustancia ayuda a distinguir las áreas del cuerpo seleccionadas de los tejidos circundantes. Los medios de contraste pueden ser administrados por vía oral, rectal o intravenosa²².

De acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES**, en general existen dos tipos de medios de contraste: (i) medios de contraste para Rayos-X y Tomografía Computarizada (en adelante, RX/CT) y, (ii) medios de contraste para Resonancia Magnética (en adelante, MRI).

²² Tomado de: http://www.radiologyinfo.org/sp/safety/index.cfm?pg=sfty_contrast, consultado el 18 de abril de 2016.

Para cada uno de los tipos de medios de contraste relacionados, las **INTERVINIENTES** participan con los siguientes productos:

Tabla No. 7

Productos ofrecidos por las **INTERVINIENTES** de manera coincidente por segmento

EMPRESA TECNOLOGÍA	GUERBET	MALLINCKRODT COLOMBIA
RX/CT	Telebrix Hexabrix Xenetix	Conray Optiray MD Gastroview MD 76R
MRI	Dotarem	Optimark

Fuente: Construcción GIE.

A continuación, se presenta la descripción de los productos ofrecidos de manera coincidente por las **INTERVINIENTES**, por tipo de medio de contraste, indicando en cada caso la presentación y la unidad de entrega:

Tabla No. 8

Descripción de los productos ofrecidos por GUERBET

TECNOLOGÍA	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	UNIDAD DE ENTREGA	DESCRIPCIÓN	
RX/CT	Telebrix 30	1 x 50ml	Caja de 1	Medio de contraste iónico de Alta Osmolaridad (HOCM), el ácido loxitámico es la base para la producción de los medios de contraste iodados con excelente tolerabilidad de la categoría de alta osmolaridad.	
		25 x 50ml	Caja de 25		
		1 x 100ml	Caja de 1		
		10 x 100ml	Caja de 10		
	Telebrix 35	1 x 50ml	Caja de 1		
		25 x 50ml	Caja de 25		
		1 x 100ml	Caja de 1		
		10 x 100ml	Caja de 10		
	Hexabrix 320	1 x 50ml	Caja de 1		Medio de contraste iónico de Alta Osmolaridad (HOCM) que contiene ioxaglato de meglumina e ioxaglato de sodio.
		25 x 50ml	Caja de 25		
		1 x 100ml	Caja de 1		
		10 x 100ml	Caja de 10		
	Xenetix 300	1 x 50ml	Caja de 1		Medio de contraste no iónico de Baja Osmolaridad (LOCM), uroangiográfico e hidrosoluble. La molécula de iobitridol presenta una hidrofilia con una óptima eficacia asociada a una excelente tolerabilidad.
		25 x 50ml	Caja de 25		
		1 x 100ml	Caja de 1		
		10 x 100ml	Caja de 10		
1 x 500ml		Caja de 1			
Xenetix 350	1 x 50ml	Caja de 1			
	25 x 50ml	Caja de 25			
	1 x 100ml	Caja de 1			
	10 x 100ml	Caja de 10			
	1 x 500ml	Caja de 1			
MRI	Dotarem	1 x 15ml	Paquete de 1	Medio de contraste Paramagnético. El ácido gadotérico es el complejo de gadolinio (DOTA), de cadena macrocíclica. Cadena macrocíclica significa: mayor estabilidad, mayor retención de gadolinio en el quelante, sin evidencias de depósito residual de Gadolinio en los tejidos.	
		25 x 15ml	Paquete de 25		

Fuente: Folio 102 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Tabla No. 9
Descripción de los productos ofrecidos por MALLINCKRODT COLOMBIA

TECNOLOGÍA	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	DESCRIPCIÓN
RX/CT	Conray	12 x 100ml	Es un Medio de Contraste Radiológico Iónico de uso uroangiográfico. Siendo su característica más importante la excelente tolerancia que brinda, debido a ser el medio de contraste iónico de menor Osmolaridad de nuestro medio, 1,400 mOsm/Kg. H ₂ O. Su concentración de Iodo, 282 mg/ml., brinda una excelente radiopacidad. El Yodotalamato es menos Neuro y Nefrotóxico que el Diatrizoato. Provoca menos dolor al aplicarlo que el diatrizoato.
		12 x 150ml	
		50 x 30ml	
		50 x 50ml	
	Optiray 320	25 x 20ml	Presentan radicales Hidroxilo (OH) en su formulación, lo que les provee de una ALTA SOLUBILIDAD en agua. Mayor Hidrofilia, menor neurotoxicidad y una mayor tolerancia local y general. Excelente Medio de Contraste para ser utilizado en pacientes de alto riesgo y en pediatría.
	Optiray 300	25 x 30ml	
		25 x 50ml	
		12 x 100ml	
		12 x 150ml	
		12 x 200ml	
		20 x 50ml	
		20 x 30ml	
		20 x 125ml	
		20 x 100ml	
		20 x 75ml	
	Optiray 350	25 x 50ml	
		12 x 100ml	
		20 x 100ml	
20 x 100ml			
Optiray 240	25 x 50ml		
MD - Gastroview	30ml	Está indicado para el examen radiográfico de segmentos del tracto gastrointestinal. Es un Medio de Contraste radiopaco yodado, hidrosoluble, de sabor agradable vainilla-limón, para administración oral o rectal. Cada ml contiene 660 mg de diatrizoato de meglumina y 100 mg. de diatrizoato de sodio.	
MD-76R	50 x 50ml	Es un medicamento de prescripción que se destina a ser terapéuticamente y biológicamente inerte cuando es inyectado en el cuerpo para su uso en el realce de órganos o tejidos en procedimientos de TAC, Rayos X y Fluoroscopia.	
	12 x 100ml		
MRI	Optimark	10 x 15ml	Es un medio de contraste no iónico, indicado para resonancia magnética, aprobado por la FDA y demostrada su seguridad en todos los pacientes que tengan un índice de filtración mayor a 30ml/min. Este medio de contraste presenta bajo índice de reacciones adversas.
		10 x 15ml	
		10 x 15ml	
		10 x 10ml	
		10 x 10ml	
		10 x 15ml	

Fuente: Folio 102 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Ver: <http://rxsa.com.co/portafolio-mallinckrodt/medios-de-contraste/>. Consulta: 10 de marzo de 2016

ii) Usos y aplicaciones

A continuación, se muestran los usos y las aplicaciones de los productos afectados comercializados por las INTERVINIENTES:

Tabla No. 10
Usos y aplicaciones de los productos ofrecidos por GUERBET

TECNOLOGÍA	PRODUCTO	USOS Y APLICACIONES
RX/CT	Telebrix 30	Debido a la mayor hidrofilia de la molécula, el producto tiene una buena tolerabilidad comparado a otros medios de contraste de alto osmolalidad.
	Telebrix 35	

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

	Hexabrix 320	Se utiliza en exploraciones radiológicas de los vasos de todos los territorios corporales, comprendidos el cerebral y coronario (angiografía), en exploraciones radiológicas de articulaciones (artrografía), y en exploraciones radiológicas del aparato urinario (urografía).
	Xenetix 300	Se reparte en el sistema vascular y el espacio intersticial, se elimina totalmente por vía renal (filtración glomerular sin reabsorción ni secreción tubular) en forma intacta. Internacionalmente utilizado en los más modernos protocolos de tomografía de <i>multislice</i> .
	Xenetix 350	
MRI	Dotarem	Presenta una gran seguridad y eficacia para los exámenes de Imágenes de Resonancia Magnética (MRI). En pacientes que presentan Insuficiencia Renal Crónica, gracias a su gran estabilidad no existen casos de FSN reportados con <i>Dotarem</i> , siendo considerado por las Guías Internacionales como un producto de bajo riesgo.

Fuente: Folio 102 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Tabla No. 11

Usos y aplicaciones de los productos ofrecidos por MALLINCKRODT COLOMBIA

TECNOLOGÍA	PRODUCTO	USOS Y APLICACIONES
RX/CT	Conray	Urografía excretoria, Angiografía cerebral, Arteriografía periférica, Venografía, Artrografía, Colangiografía directa, Colangiopancreatografía retrógrada endoscópica, mejora de contraste de imágenes cerebrales por CT, Angiotomografía Cerebral computarizada, Angiografía por sustracción digital intravenosa, Angiografía por sustracción digital arterial, mejora de contraste de CT para la detección y evaluación de lesiones en el hígado, páncreas, riñones, aorta abdominal, cavidad abdominal.
	Optiray 320	Indicado a adultos para angiografía en el sistema cardiovascular. Sus usos incluyen arteriografía, venografía, aortografía y ventriculografía izquierda cerebral, coronaria, periférica, visceral y renal. También se indica para la mejora de tomografías computarizadas de cabeza y cuerpo, y urografía excretora intravenosa. Optiray 350 es recetado a niños para angiocardiógrafa, barrera cerebral o vascularidad anormal del cerebro.
	Optiray 300	
	Optiray 350	
	Optiray 240	
	MD – Gastroview	Examen radiográfico de segmentos del tracto gastrointestinal (esófago, estómago, intestino delgado y colon).
	MD-76R	Urografía excretora intravenosa, Artrografía, Angiocardiógrafa pediátrica, Arteriografía periférica, Arteriografía renal selectiva, Arteriografía visceral, Arteriografía coronaria selectiva con o sin ventriculografía izquierda, mejora de contraste de imágenes cerebrales por CT, Angiografía por sustracción digital intravenosa, mejora de contraste en CT de cuerpo.
MRI	Optimark	Usado con MRI en pacientes con barrera cerebral anormal o vascularidad anormal del cerebro, espina dorsal, y tejidos asociados. También se receta para uso con MRI para mejorar el contraste y facilitar la visualización de lesiones con vascularidad anormal en el hígado.

Fuente: Folio 102 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

iii) Sustituibilidad de la demanda

La primera condición necesaria que debe presentarse para que dos o más productos sean considerados sustitutos entre sí desde el punto de vista de la demanda, es que estos puedan ser utilizados para satisfacer las mismas necesidades del consumidor. Es decir, sus usos deben ser coincidentes. Si se encuentra verificada tal condición, se hace necesario determinar si las características particulares de los productos evaluados, hacen que sus condiciones de consumo sean similares para el consumidor, de forma tal que no tenga que incurrir en costos adicionales al precio mismo del bien (p. ej. adaptación a una tecnología particular), para poder darle el uso que necesita.

Finalmente, y una vez verificadas las dos condiciones anteriores (coincidencia en usos y características compatibles), se debe evaluar si existen diferencias sustanciales en los precios de los productos evaluados, pues de dicha condición podría inferirse que están orientados a atender las necesidades de consumidores con un poder adquisitivo diferente o con una valoración distinta de las prestaciones de los productos.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

En todo caso, si la condición necesaria inicial (coincidencia en usos de los productos evaluados) no se cumpliera, puede descartarse de plano la existencia de una relación de sustituibilidad.

Para el caso concreto, de acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES**, estas participan en la comercialización de medios de contraste para RX/CT y medios de contraste para MRI. Entonces, se debe determinar si los medios de contraste en general corresponden a un solo mercado relevante, o si, por el contrario, se debe entender cada aplicación (RX/CT y MRI) como un mercado en sí mismo.

Al respecto, esta Superintendencia en la Resolución No. 49236 del 5 de agosto de 2015, abordó el análisis de los *medios de contraste* como un solo mercado, toda vez que en dicho caso no se presentaba una relación horizontal entre las empresas intervinientes, sino que su relación se limitaba a la participación en eslabones diferentes de una misma cadena de valor. En tal sentido y por las condiciones particulares de dicha operación, esta Entidad no consideró procedente analizar de manera detallada la existencia o no de una relación de competencia entre los distintos tipos de medios de contraste.

Sin embargo, dado que en el presente caso sí existe una relación de competencia directa entre las **INTERVINIENTES** en la comercialización de medios de contraste en Colombia, de la cual podría derivarse un efecto concentrativo, esta Superintendencia considera procedente determinar si, particularmente, los medios de contraste para RX/CT son sustitutos de los medios de contraste para MRI.

Al revisar la descripción de los productos, tal y como se evidenció en el numeral anterior, se encuentra que cada uno de los tipos de medios de contraste (RX/CT y MRI) tienen composiciones químicas particulares, y son utilizados para tecnologías distintas de imágenes diagnósticas. En tal sentido, cada tipo de medio de contraste conformaría un mercado en sí mismo.

Considerando principalmente los usos y características de los productos evaluados, esta Superintendencia encuentra que la operación proyectada involucra dos (2) mercados de producto, los cuales para efectos del presente acto administrativo se denominarán: (i) medios de contraste para RX/CT; y (ii) medios de contraste para MRI.

9.4.1.2. Sistemas de suministro para medios de contraste

Los sistemas de suministro para medios de contraste que hacen parte del negocio de **MALLINCKRODT COLOMBIA**, específicamente, corresponden a inyectores, repuestos de inyectores, jeringas, conectores y calentadores de medios de contraste.

A continuación, se muestran las características, usos y/o aplicaciones de los productos en mención:

Tabla No. 12

Características, usos y/o aplicaciones de los productos ofrecidos por MALLINCKRODT COLOMBIA

PRODUCTO	Características, usos y/o aplicaciones
Inyectores	Sistema de administración de medios de contraste para cardiología, angiografía (Cath Lab) y tomografía computarizada (CT). Adicionalmente, es utilizado en estudio de resonancia magnética. Los inyectores reducen los riesgos como extravasación y embolismo.
Repuestos de inyectores	Piezas que se utilizan para reemplazar las originales en inyectores que debido a su uso diario han sufrido deterioro o algún tipo de avería.
Conectores	Sirven para administrar el medio de contraste al paciente. En una punta se conectan a la jeringa del inyector y en la otra a la extensión endovenosa que a su vez ha sido conectada al paciente.
Jeringas	Sirven para contener el medio de contraste y/o la solución salina que se va a administrar al paciente durante el estudio. <u>Especialmente diseñadas para adaptarse a los inyectores de Mallinckrodt por sus tamaños y por su resistencia a la presión de dichos inyectores.</u>
Calentadores de medios de contraste	Calentador en seco de medio de contraste a temperatura corporal. Esto reduce la viscosidad y permite flujos de inyección mayores con presiones más bajas, cuya consecuencia es una mayor comodidad para el paciente a medida que se inyecta el medio de contraste.

Fuente: Construcción GIE. Folio 102 (CD) del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

En relación con los anteriores productos, las **INTERVINIENTES** indicaron que el mercado de sistemas de suministro para medios de contraste (inyectores, repuestos para inyectores, jeringas, conectores y calentadores para medios de contraste), no corresponde a insumos para los medios de contraste, es decir no hacen parte de la cadena de valor para la producción de medios de contraste. Sin embargo, dichos productos son necesarios e indispensables para el suministro de los medios de contraste a los pacientes²³.

De acuerdo con las características y/o usos de dichos productos, estos pueden agruparse de la siguiente manera: (i) inyectores y repuestos para inyectores; (ii) jeringas; (iii) conectores; y (iv) calentadores para medios de contraste, donde cada uno correspondería a un mercado en sí mismo.

Sin embargo, considerando que dichos elementos hacen parte del mercado de sistemas de suministro para medios de contraste, y que finalmente todos en conjunto resultan necesarios e indispensables para la aplicación de dichos compuestos, esta Superintendencia considera innecesario efectuar un análisis detallado de cada una de las partes que son comercializadas como "sistemas de suministro para medios de contraste". Por el contrario, y con el fin de simplificar el análisis de competencia, todos estos elementos se entenderán como parte de un mismo mercado.

9.4.1.3. Conclusión del mercado de producto

De conformidad con lo señalado en los numerales 9.4.1.1 y 9.4.1.2 del presente acto administrativo, para efectos de la evaluación de la operación proyectada entre las **INTERVINIENTES**, el mercado de producto abarca:

- (i) Medios de contraste para RX/CT; y
- (ii) Medios de contraste para MRI
- (iii) Sistemas de suministro para medios de contraste

Cada uno de los literales anteriores será evaluado como un mercado en sí mismo.

9.4.2. Mercado geográfico

Para la determinación del mercado geográfico es necesario identificar todas las zonas geográficas donde las **INTERVINIENTES** tengan participación en el mercado analizado y donde las condiciones de competencia sean similares. Además, resulta indispensable tener en cuenta factores como la localización de los compradores, ubicación de las plantas de producción y/o puntos de distribución, etc.

En primer lugar, se debe indicar que **GUERBET** no produce ni comercializa medios de contraste en Colombia, ya que todas sus ventas son realizadas por [REDACTED] (único distribuidor), quien trae a Colombia los productos desde el extranjero. Por su parte, los productos de **MALLINCKRODT COLOMBIA** son importados y almacenados en una bodega de propiedad de [REDACTED]

Los productos comercializados en Colombia por **MALLINCKRODT COLOMBIA** son vendidos principalmente a su distribuidor [REDACTED] y en menor proporción a tres (3) hospitales a saber: (i) [REDACTED]; (ii) [REDACTED]; y (iii) [REDACTED]

Si bien los productos comercializados por las **INTERVINIENTES** son de origen extranjero y este Despacho reconoce la existencia de una oferta a nivel mundial de los productos en cuestión, los efectos de la operación proyectada deberán analizarse en el territorio colombiano, toda vez que a él se circunscribe la facultad de esta Superintendencia como autoridad de competencia y sólo en él se encuentran los administrados objeto de vigilancia, control e inspección.

²³ Folio 2 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

9.4.3. Conclusión del mercado relevante

Considerando lo expuesto en los numerales anteriores, se encuentra que el mercado relevante para efectos del análisis de la operación proyectada, corresponde a los siguientes mercados producto, en todo el territorio colombiano:

- (i) Medios de contraste para RX/CT
- (ii) Medios de contraste para MRI
- (iii) Sistemas de suministro para medios de contraste

9.5. ANÁLISIS DEL MERCADO RELEVANTE

Una vez definida la dimensión del mercado relevante, esta Superintendencia procederá a identificar los principales competidores y sus respectivas cuotas de participación.

9.5.1. Competidores

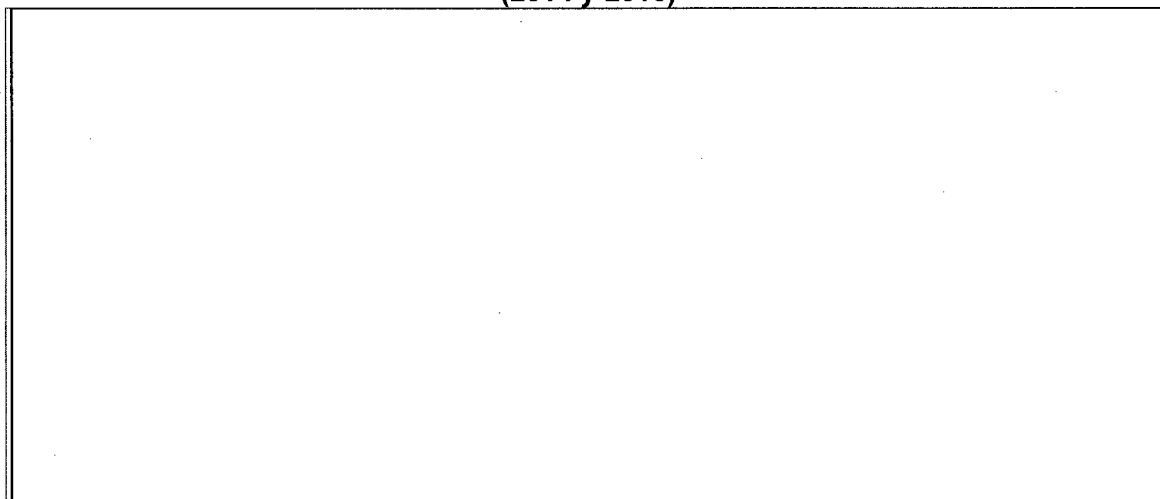
Las principales empresas identificadas que venden productos similares a los de las **INTERVINIENTES**, son: **BAYER S.A.** (en adelante, **BAYER**), **GH HEALTHCARE COLOMBIA S.A.S.** (en adelante, **GE**), **SISTEMAS MÉDICOS S.A.S.** (en adelante, **SISTEMAS MÉDICOS**), **AGFA HEALTHCARE COLOMBIA LTDA** (en adelante, **AGFA**).

9.5.2. Importaciones en Colombia

Dado que los productos comercializados por las **INTERVINIENTES** son de origen extranjero, resulta relevante presentar el comportamiento de las importaciones de medios de contraste en los últimos años (2014 y 2015), para determinar la tendencia que se ha presentado a lo largo del tiempo y así posteriormente entrar a observar la cantidad de oferentes que se pueden encontrar en este mercado.

En el Gráfico No. 1 se observa el total de las importaciones efectuadas en el los años 2014 y 2015²⁴ de forma trimestral, donde se evidencia que las importaciones de medios de contraste presentaron una caída durante el año 2014, las cuales a partir del primer trimestre de 2015 empezaron a crecer. Comparando el tercer trimestre de los años en mención se encuentra que las importaciones crecieron en un 51,5% con respecto al año 2014.

Gráfico No. 1
Importaciones totales de medios de contraste
(2014 y 2015)



Fuente: Construcción GIE. Folio 227 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

²⁴ Considerando que los datos se encuentran hasta noviembre de 2015, solo se muestran las cifras hasta el tercer trimestre de ese año.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Así mismo, la Tabla No. 13 indica el número de empresas importadoras de medios de contraste en el 2014.

Tabla No. 13
Empresas importadoras de medios de contraste en 2014

EMPRESA IMPORTADORA	VOLUMEN (ML)	% PARTICIPACIÓN
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Construcción GIE. Folio 227 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

De la anterior información se evidencia que aproximadamente el 95% de las importaciones de medios de contraste está concentrada en cuatro (4) empresas a saber: (i) [REDACTED]; (ii) [REDACTED]; (iii) [REDACTED]; y (iv) [REDACTED]²⁵, con participaciones de [REDACTED]%, [REDACTED]%, [REDACTED]% y [REDACTED]%, respectivamente. De igual forma, se denota la existencia de otras empresas (5 identificadas) que importan este producto.

9.5.3. Cuotas de participación

El porcentaje de participación que tenga cada empresa dentro del total de ventas de la industria se convierte en un importante aspecto de análisis de competencia, debido a que esta medición del mercado está directamente relacionada con el poder que tiene cada empresa en el mismo.

Así, esta variable permite precisar las condiciones que se presentan en la industria, en cuanto a concentración y competencia, así como la capacidad de contestabilidad y de oposición que tendrán las competidoras de las intervinientes ante el eventual perfeccionamiento de la integración objeto de estudio.

Considerando que los medios de contraste son importados casi en su totalidad, este Despacho requirió a la DIAN información referente a las partidas arancelarias 30.06.30.00 y 30.06.30.20.00, las cuales hacen referencia a los medios de contraste. Esto con el objetivo de obtener una aproximación del mercado total de medios de contraste en Colombia.

Por otra parte, para la determinación de las participaciones de mercado, esta Superintendencia tomará como referencia la información aportada por las INTERVINIENTES y los competidores requeridos, con el fin de establecer una aproximación de dichos mercados. Para el cálculo de la participación de las INTERVINIENTES y sus competidoras, esta Entidad utilizó la información de ventas en mililitros aportados por las mismas para el mercado de medios de contraste e información de ventas en (COP \$) para el mercado de sistemas de suministro de medios de contraste.

9.5.3.1. Mercado de medios de contraste para RX/CT

Tal y como se evidencia en la siguiente tabla, el mercado de medios de contraste para RX/CT en los años 2013 y 2014, fue atendido principalmente por cuatro (4) empresas que agregaron cerca del [REDACTED]% de las ventas totales: [REDACTED], [REDACTED], [REDACTED] y [REDACTED].

²⁵ Único distribuidor de GUERBET.

Tabla No. 14
Participación en el mercado de medios de contraste para RX/CT
(Volumen ml)

EMPRESAS	2013	2014	% ANTES DE LA OPERACIÓN	% DESPUÉS DE LA OPERACIÓN
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
Total	██████████	██████████	██████████	██████████

Fuente: Construcción GIE. Folios 102 y 113 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y folios 151, 156, 199 y 251 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Por su parte, en el 2014 las **INTERVINIENTES** alcanzaron una participación conjunta del █% del mercado de medios de contraste para RX/CT, por lo cual, **GUERBET** incrementaría su cuota de participación en █ puntos porcentuales, ubicándose en el █ lugar entre sus competidores.

De 2013 a 2014, ██████ presentó una caída en las ventas en aproximadamente █ veces, disminución que se viene presentando desde el año 2012, en donde la compañía redujo sus ventas en alrededor de █ veces, respecto al año 2013²⁶.

Es importante mencionar que el mercado continuaría siendo liderado por ██████, con una brecha de más de █ puntos porcentuales sobre el agente integrado. Adicionalmente, existe otro competidor que cuenta con una participación cercana a la de las **INTERVINIENTES** (██████████), y están en la capacidad de ejercer presión competitiva sobre el agente integrado, en el mercado nacional.

9.5.3.2. Medios de contraste para MRI

Como se observa en la siguiente tabla, cerca del █% del mercado de medios de contraste para MRI en el año 2014, fue atendido por cuatro (4) empresas: ██████, ██████, ██████ y ██████, mencionadas por tamaño.

Tabla No. 15
Participación en el segmento de mercado de medios de contraste para MRI
(volumen ml)

EMPRESAS	2013	2014	% ANTES DE LA OPERACIÓN	% DESPUÉS DE LA OPERACIÓN
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████
██████████	██████████	██████████	██████████	██████████

Fuente: Construcción GIE. Folios 102 y 113 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y folios 156, 199 y 251 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

En la tabla anterior, se observa que actualmente ██████ es el líder del mercado de medios de contraste para MRI, vendiendo el █% de dicho producto en Colombia, seguido por ██████, ██████ y ██████, con participaciones del █%, █% y █% respectivamente. En la última posición, se encuentra ██████, con una participación del █%.

²⁶ Las ventas de **MALLINCKRODT COLOMBIA** en el año 2012 en el mercado de medios de contraste para RX/CT, correspondieron a 25.244.970 (ml).

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Con la operación proyectada, se observa que el agente integrado alcanzaría una participación del ■%, llegando a ser el líder del mercado, producto de un incremento de ■ puntos porcentuales sobre la participación actual de **GUERBET**.

9.5.3.3. Mercado de sistemas de suministro para medios de contraste

En el mercado de sistemas de suministro para medios de contraste, es importante revisar las siguientes consideraciones, manifestadas por las **INTERVINIENTES** y por los competidores requeridos.

Al respecto indicaron las **INTERVINIENTES** que “[i]a práctica comercial es prestar los inyectores a los clientes por medio de contratos de comodato”²⁷, indicando además que “[a]lgunos hospitales, en sus convocatorias de licitación, requieren que los proveedores o distribuidores de medios de contraste entreguen inyectores en comodato”²⁸.

De igual forma, **SISTEMAS MÉDICOS** manifestó en su comunicación que “en el mercado de los medios de contraste en Colombia, las jeringas, inyectores y repuestos, conectores y calentadores de medios de contraste; son entregados en calidad de apoyo tecnológico y bonificación por la compra del medio de contraste”²⁹.

Por otra parte, **GE** señaló que “debido a la naturaleza propia de los medios de contraste, en la mayoría de los casos, se requiere de equipos especiales para poderlos administrar en los pacientes. Así las cosas se requiere de dispositivos tales como Inyectores y Calentadores, conocidos como “Apoyo Tecnológico”³⁰. Así, “los Inyectores y Calentadores son activos fijos de **GE HEALTHCARE COLOMBIA** adquiridos de terceros que se entregan a título de comodato a los clientes que compran medios de contraste. En consecuencia, dichos activos fijos son un mayor valor del medio de contraste”³¹.

Considerando lo señalado por las **INTERVINIENTES** y algunos de sus competidores, esta Superintendencia observa que la práctica generalizada en este mercado es que la venta de medios de contraste y sistemas de suministro se realice de manera conjunta, en donde, el valor de estos productos es incluido en el cobro realizado por concepto de medios de contraste, o simplemente son entregados en comodato.

Por tal razón, las ventas de dichas compañías en el mercado de sistemas de suministro para medios de contraste no serían plenamente indicativas de la situación real del mercado, toda vez que estos productos no reportan ventas constantes (ya que en algunos casos son entregados en comodato), o su valor podría estar incluido en el pago de los medios de contraste.

Por lo tanto, para este Despacho no resulta procedente establecer las participaciones en este mercado, ya que se encuentra técnicamente vinculado al de medios de contraste.

9.5.4. Índices de concentración, asimetría y dominancia

A continuación, se analizarán algunos indicadores de concentración, asimetría y dominancia, para determinar los niveles de competencia en el mercado objeto de estudio y establecer si la operación refuerza o genera alguna posición dominante en el mismo.

²⁷ Folio 6 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁸ Folio 8 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

²⁹ Folio 150 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

³⁰ Folio 172 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

³¹ Folio 173 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Con el fin de obtener una mejor visión y entendimiento de los efectos que la operación proyectada puede tener sobre el mercado y las indebidas restricciones sobre la competencia que esta puede tener, se realizarán diferentes análisis numéricos que pueden ayudar a cuantificar el efecto. A continuación, se presenta una compilación de los resultados obtenidos bajo los índices Herfindahl - Hirschman (HHI), Kwoka y Stenbacka.

El primero de los tres, el índice HHI³², es una medida de la concentración en el mercado que ayuda a entender si la operación proyectada representa cambios considerables en la concentración del mercado y, por lo tanto, en los niveles de competencia de la industria.

En segunda instancia se presentará el índice Kwoka³³, el cual mide, a partir de la desigualdad que se presenta entre las participaciones de las empresas del mercado, qué tan dominantes son las líderes del mismo. Este es un índice que arroja un resultado entre 0 y 1, siendo 1 el valor correspondiente a una estructura de mercado de monopolio, donde la empresa líder domina en su totalidad el mercado.

Finalmente se analizará el índice Stenbacka³⁴, usado comúnmente para establecer si una empresa que es líder del mercado se encuentra en una posición de dominio respecto de las demás

³² El índice HHI, fue desarrollado para evaluar los niveles de concentración de los mercados y operaciones de integración. De acuerdo con la herramienta, el poder de concentración de una industria se determina mediante la suma de los valores al cuadrado de las participaciones en el mercado de todas las empresas de la industria. SALVATORE, Dominick (1999) "Microeconomía" Tercera Edición. McGraw Hill. Capítulo 12, Pág. 341.

$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 \dots S_n^2$, Donde S_1 es la participación en el mercado más grande en la industria, S_2 es la participación de la siguiente empresa más grande en la industria y así sucesivamente para todas las demás empresas en la industria. Mientras mayor sea el valor del HHI, mayor será el grado de poder de concentración de la industria. Una vez calculado el valor del índice, se pueden definir tres categorías dependiendo de la concentración. Viscusi et al (1998) "Economics of Regulation and antitrust", MIT Press, Fourth Edition, pág. 215.

Mientras mayor sea el valor del HHI, mayor será el grado de poder de monopolio de la industria. Ver: Viscusi et al (1998) "Economics of Regulation and Antitrust", MIT Press. Fourth Edition, Pág. 215. Una vez calculado el valor del índice, se pueden definir tres categorías dependiendo de la concentración. Al respecto, ver las Horizontal Merger Guidelines U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission, 2010:

"(...) Based on their experience, the Agencies generally classify markets into three types:

Unconcentrated Markets: HHI below 1500

- Moderately Concentrated Markets: HHI between 1500 and 2500
- Highly Concentrated Markets: HHI above 2500".

³³ El índice de KWOKA se concentra en la estructura de las participaciones de mercado de las empresas. De esta forma, cuando la desigualdad entre el tamaño de las empresas aumenta, se incrementa la dominancia y, consecuentemente, el índice se eleva. Este índice se determina mediante la siguiente fórmula:

$$KWOKA = \sum_{i=1}^{n-1} (s_i - s_{i+1})^2$$

donde S_i 's están ordenadas de mayor a menor y corresponden a las participaciones de mercado de las empresas. El índice varía entre 0 y 1, siendo 1 el valor correspondiente a una estructura de mercado de monopolio. Al respecto ver: Kwoka. John, "Large Firm Dominance and Price-Cost Margins in Manufacturing Industries", Southern Economic Journal, Vol. 44, No. 1 (Jul., 1977), pp. 183-189.

³⁴ El índice de STENBACKA es una aproximación para identificar cuándo una empresa tiene una posición dominante en un mercado determinado. Teniendo en cuenta la participación de mercado de la empresa líder y de la segunda empresa más importante, el índice de STENBACKA arroja un umbral de cuota de mercado para determinar si la empresa más grande tiene o no posición de dominio. Según lo anterior, cualquier cuota de mercado superior a dicho umbral podría significar a una posición dominante. La fórmula para calcular el umbral de STENBACKA es la siguiente:

$$S^D = g(S_1, S_2) = \frac{1}{2} (1 - \gamma(S_1^2 - S_2^2))$$

donde S_1, S_2 corresponden a las participaciones de mercado de las dos empresas más importantes, respectivamente.

Por su parte, γ es un parámetro específico a cada industria y está relacionado con las barreras a la entrada, los instrumentos de política pública para incentivar la competencia, la regulación económica, la existencia de derechos de propiedad intelectual, entre otros. Para simplificar el análisis, en este ejercicio supondremos $\gamma = 1$. Al respecto ver: Stenbacka et al, "Assessing Market Dominance", Journal of Economic Behavior, Vol. 68, Issue 1, (October 2008), pp. 63-72.

competidoras. Se trata de una aproximación que identifica lo anterior teniendo en cuenta la participación de mercado de la empresa líder y de la segunda empresa más importante, arrojando un umbral de cuota de mercado para determinar si la empresa más grande tiene o no posición de dominio. Según lo anterior, cualquier cuota de mercado de la empresa líder superior a dicho umbral podría significar efectivamente una posición dominante.

Los índices fueron calculados tomando las cuotas de participación de las **INTERVINIENTES** y sus competidores, de conformidad con lo presentado en el numeral 9.5.1 del presente acto administrativo.

De acuerdo con las definiciones y consideraciones anteriores, a continuación, se presentan resultados de los cálculos de los índices de concentración y dominancia de cada uno de los mercados relevantes.

9.5.4.1. Medios de contraste para RX/CT

En la siguiente tabla, se presenta la información correspondiente a los índices de concentración, asimetría y dominancia en el mercado de medios de contraste para RX/CT.

Tabla No. 16
Índices de concentración y dominancia 2014

ÍNDICE	ANTES OPERACIÓN	DESPUÉS OPERACIÓN	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
HHI	2.877	3.301	424	14,7%
KWOKA	0,05	0,06	0,01	27,1%
STENBACKA	43,9%	45,47%	0,02	3,7%

Fuente: Construcción GIE. Folios 102 y 113 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y folios 151, 156, 199 y 251 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

En el mercado de medios de contraste para RX/CT, se observa que el índice HHI supera los 2.500 puntos, umbral a partir del cual un mercado es considerado como altamente concentrado. Así, un HHI de 2.877 puntos (antes de la operación) y 3.301 (después de la operación) es indicativo de un alto grado de concentración, donde el aumento de la concentración en el mercado con la proyectada operación sería de 424 puntos, es decir, el 14,7%, lo que incrementa la participación de **GUERBET** en la comercialización de medios de contraste para RX/CT en Colombia.

Por otro lado, en el índice Kwoka, se observa una variación de 0,01 puntos en una escala de 0 a 1. Es decir, que pese al incremento después de la operación, los resultados del mercado analizado, no muestran algún tipo de preocupación en términos de asimetría, por el contrario, indican una mínima desigualdad en el tamaño de las empresas.

Finalmente, los resultados del índice Stenbacka muestran que el umbral a partir del cual una empresa presenta dominancia en el mercado, corresponde al 43,9% antes de la operación y del 45,47% después de la operación de concentración. De acuerdo con este indicador, ninguna de las empresas partícipes (incluyendo las **INTERVINIENTES**), cuentan con posición de dominio en el mercado analizado.

De conformidad con los resultados presentados, si bien no se encuentra que las **INTERVINIENTES** tengan conjuntamente una participación de mercado tal que llevara al agente integrado a ser dominante en el mercado, sí se presenta un alto nivel de concentración en la comercialización de medios de contraste para RX/TC, por lo cual esta Superintendencia considera procedente evaluar si existen barreras de entrada considerables en este mercado.

9.5.4.2. Medios de contraste para MRI

En la siguiente tabla, se presenta la información correspondiente a los índices de concentración, asimetría y dominancia en el mercado de medios de contraste para MRI.

Por la cual se aprueba una operación de integración

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Tabla No. 17
Índices de concentración y dominancia 2014

ÍNDICE	ANTES OPERACIÓN	DESPUÉS OPERACIÓN	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
HHI	2.704	3.568	863	31,9%
KWOKA	0,036	0,065	0,029	80,3%
STENBACKA	49,8%	45,0%	-0,05	-9,6%

Fuente: Construcción GIE. Folios 102 y 113 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 y folios 156, 199 y 251 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

El HHI en este mercado arroja un total de 2.704 puntos antes de la operación y 3.568 después de la operación. El aumento que tiene la concentración en el mercado analizado, una vez se perfeccione la operación proyectada, es de 863 puntos, es decir, el 31,9%, con lo cual pasaría de un nivel de concentración moderado a un nivel alto.

Por otro lado, el índice Kwoka es de 0,036 en una escala de 0 a 1, lo que evidencia una mínima desigualdad en el tamaño de las empresas, en donde con la operación proyectada se alcanzaría un índice de 0,029 puntos, continuando así en un nivel bajo de asimetría entre los competidores.

Por último, los resultados del índice Stenbacka muestran que el umbral a partir del cual una empresa podría presentar dominancia en el mercado, corresponde al 49,8% antes de la operación y del 45 % después de la operación de concentración, en donde el ente integrado alcanza a sobrepasar el umbral (46%).

Por lo tanto, esta Superintendencia se permite concluir que, en el mercado de medios de contraste para MRI, el agente integrado superaría el umbral de dominancia.

Dado que con la operación proyectada se presenta un cambio sustancial en la estructura del mercado de medios de contraste para MRI, esta Superintendencia considera procedente evaluar si en el mismo existen barreras de entrada considerables.

9.5.5. Barreras de entrada

Cuando existen barreras significativas de entrada y altos niveles de concentración en un mercado, tales circunstancias llevan a que las empresas que proyectan integrarse tengan la posibilidad de determinar las condiciones de mercado, tales como los precios o la calidad de sus productos, con independencia de los demás agentes económicos.

Este Despacho encontró las siguientes características del mercado de medios de contraste, que pueden considerarse como desincentivos o costos adicionales que podrían dificultar la entrada de nuevos competidores.

i) Inversión inicial

De acuerdo con la información aportada por las **INTERVINIENTES**³⁵, un competidor que desee ingresar al mercado en condiciones similares, debe contar con una operación estructurada, en donde la compañía esté en la facultad de importar los productos y comercializarlos, bien sea directamente al cliente o a través de distribuidores locales.

Las **INTERVINIENTES** señalan además que la totalidad del mercado de medios de contraste no es fabricado en Colombia, es decir que el 100% es importado. De otra parte, respecto al mercado de sistemas de suministro, manifiestan que no existe producción nacional significativa en Colombia³⁶, por lo cual casi la totalidad de los mismos se comercializa a través de importaciones.

³⁵ Folios 25 y 26 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁶ Las Intervinientes señalan que existe una compañía colombiana, **LABORATORIOS GOTHAPLAST LTDA.**, que compite con producción local, las demás empresas importan dichos productos. Folio 7 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

Por lo anterior, no sería necesario que las futuras empresas que deseen ingresar al mercado colombiano respecto de los productos afectados, construyan una planta de producción en el país e incurran en los demás costos de funcionamiento. Basta con que establezcan un esquema de exportación del producto hacia Colombia, utilizando una venta directa al cliente o estableciendo un esquema de comercialización al interior del país, de tal forma que puedan participar en el mercado.

Según señalan las **INTERVINIENTES**, un competidor que pretenda ingresar al mercado de medios de contraste (bien sean para RX/CT o MRI), debe incurrir en los siguientes costos de entrada³⁷:

- Cumplir con los requisitos legales, tales como el registro de importador y el Certificado de Capacidad de Almacenamiento y/o Acondicionamiento de Dispositivos Médicos (en adelante, **CCAA**).
- Dependiendo de la estrategia que maneje la compañía, podrían necesitar un distribuidor que cuente con los suficientes recursos económicos y con una amplia red de clientes.
- Para competir con un mismo volumen de producción, la compañía debería contar con un inventario en el país de aproximadamente US\$ ■ millón antes de iniciar operaciones. Adicionalmente, deberá considerar costos tales como registros, mercadeo, oficinas, entre otros, por un valor aproximado de US\$ ■.
- Aproximadamente un mes para llevar a cabo el entrenamiento a un vendedor.

Si bien la inversión inicial que requiere realizar un competidor entrante resulta considerable, esta Superintendencia reconoce que estos costos no suponen en sí mismos una alta barrera a la entrada. Solamente cuando se consideran en conjunto con las otras barreras se podrá determinar si efectivamente debe ser considerada como una barrera a la entrada.

ii) Barreras legales

Para la importación y comercialización de los productos afectados en Colombia, las empresas deben cumplir con los siguientes requisitos³⁸:

- Registro sanitario: para la fabricación e importación de un dispositivo médico, es necesario obtener un documento expedido por la autoridad sanitaria competente (**INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS – INVIMA**).
- Registro como importador: el importador debe estar registrado como tal ante la **DIAN**, en el Registro Único Tributario (RUT).
- **CCAA**: el importador y el distribuidor de dispositivos médicos (sujetos a control del **INVIMA**), deben solicitar el **CCAA** ante dicha entidad. Es necesario solicitar una visita de inspección de la entidad, la cual será realizada por el **INVIMA** dentro de los 90 días hábiles siguientes a la solicitud, y si el establecimiento cumple con los requisitos, procederá a realizar la expedición del respectivo certificado.

Si bien, para la importación y/o comercialización de medios de contraste, es necesario cumplir con ciertos requisitos de ley, esta Superintendencia considera que estos no configuran altas barreras que retrasen o imposibiliten la entrada al mercado de un potencial competidor.

³⁷ Folios 25 y 26 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

³⁸ Folio 26 del Cuaderno Reservado de Intervinientes No. 1 del Expediente.

iii) Otras consideraciones

Finalmente, para determinar otras posibles barreras a la entrada, este Despacho efectuó requerimiento de información a las principales empresas competidoras en el mercado de medios de contraste en Colombia.

Específicamente para la pregunta: **“Señale las limitaciones de orden legal y económico en Colombia que deben ser tenidas en cuenta para la comercialización de medios de contraste para rayos-x y tomografía computarizada, medios de contraste para resonancia magnética, así como en la comercialización de jeringas, inyectores y repuestos, conectores y calentadores de medios de contraste”**, los competidores requeridos respondieron lo siguiente:

GH HEALTHCARE COLOMBIA S.A.S. indicó:

“A. Legales:**I. Productos vigilados y controlados por el INVIMA,**

En Colombia, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y alimentos (INVIMA), regula la venta de equipos médicos, dispositivos médicos y sustancias biomédicas, de tal manera que los importadores deben obtener la aprobación del INVIMA antes de importar. (...)

II. Regulación de precios

El artículo 245 de la ley 100 de 1993 y el artículo 87 de la Ley 1438 de 2011, confirieron a la Comisión Nacional de Precios de Medicamentos y Dispositivos Médicos (en adelante la Comisión) la potestad de regular los precios de los medicamentos.

La (...) CNPMDM- ha establecido el precio máximo de venta a nivel mayorista para diferentes medicamentos que se comercializan en Colombia.

El listado de medicamentos del Plan Obligatorio de Salud (...), incluye los medicamentos a base de gadolinio como medicamentos controlados: medios de contraste para resonancia magnética (Omniscan, Optimark, Dotarem y Magnevist).

B. Económicas**i. Volatilidad del dólar**

Este es un mercado de productos importados, cuyos precios de venta se fijan en pesos y están sujetos a las variables propias del mercado doméstico (...) la devaluación del peso reduce de manera muy importante el margen de los comercializadores en Colombia, por cuanto el precio de importación sube considerablemente pero el precio al que se vende el producto no puede aumentar de manera proporcional”³⁹.

Al respecto, **BAYER S.A.** manifestó:

“5.1. Regidos por la normativa de registros de medicamentos (Decreto 677 de 1995):

- a) Registros sanitarios de medicamentos para medios de contraste para Tomografía: Ultravist*
- b) Medios de contraste para resonancia magnética: Magnevist, Gadovist, Primovist*
- c) Otros medios de contraste: Reliev, Pielograf*

5.2. Regidos por la normativa de registros y permisos de comercialización de dispositivos médicos (Decreto 4725 de 2005):

- d) Jeringas desechables para angiografía – MEDRAD*

³⁹ Folios 189 y 190 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

5.3. Como permisos de comercialización para equipos biomédicos de tecnología controlada:

- e) Monitor de signos vitales Veris
- f) Inyector de medio de contraste MEDRAD (...)

5.4. Los permisos de Jeringas y los permisos de comercialización de Equipos incluyen en la autorización, los repuestos⁴⁰.

Por su parte, **SISTEMAS MÉDICOS S.A.S.** indicó:

“Las limitaciones de orden legal y económico referente a la comercialización de medios de contraste de rayos x, medios de contraste de resonancia magnética, jeringas, inyectores y repuestos, conectores y calentadores de medios de contraste, dependen del INVIMA.

Los medios de contraste para Rayos X y resonancia magnética, jeringas, inyectores y repuestos, conectores y calentadores de medios de contraste, dependen del INVIMA, y están exentos de IVA.

Los equipos médicos y sus componentes y/o consumibles (...) requieren Certificado de Capacidad de Almacenamiento y Acondicionamiento otorgado al importador por el INVIMA, permiso de comercialización expedido por el INVIMA; y deben ser facturados con IVA⁴¹.

Finalmente, **AGFA HEALTHCARE COLOMBIA LTDA** señaló que *“las únicas limitaciones a las que hacemos (sic) referencia, tienen que ver con que al ser los medios de contraste un medicamento invasivo, se requiere de un proceso formal de registro ante el INVIMA, para obtener todos los permisos de comercialización⁴².”*

Las opiniones aportadas por las empresas competidoras en el mercado de medios de contraste son de vital importancia, toda vez que al participar en dicho mercado son los mayores concedores de la industria y por tanto los agentes indicados para establecer posibles barreras de entrada en el mercado en cuestión.

De acuerdo con lo anterior, esta Superintendencia encuentra que los principales costos asociados a la importación de medios de contraste se limitan a la obtención de licencias por parte del **INVIMA**, lo cual no representa una dificultad mayor para la entrada de nuevos competidores al mercado.

Por lo anterior, este Despacho encuentra que en general no existen barreras económicas y/o legales significativas ni insuperables para potenciales competidores que deseen ingresar al mercado de medios de contraste en Colombia.

9.6. EFECTOS DE LA OPERACIÓN

9.6.1. Efectos horizontales

Para el caso objeto de estudio, la operación proyectada tendría efectos horizontales en el mercado relevante definido, toda vez que las **INTERVINIENTES** se encuentran activas en el mercado de medios de contraste en el territorio colombiano.

En caso de consolidarse la operación, **GUERBET** controlará indirectamente el 100% de las acciones de **MALLINCKRODT COLOMBIA**, quien también participa en el negocio de medios de contraste, razón por la cual, **GUERBET** aumentaría su participación en el mercado definido.

En primer lugar, en el mercado de medios de contraste para RX/CT, si bien la cuota de participación del agente integrado sería del ■%, producto de un aumento de ■ puntos porcentuales sobre la

⁴⁰ Folio 235 del Cuaderno Público No. 1 del Expediente.

⁴¹ Folio 150 del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

⁴² Folio 156 (CD) del Cuaderno Reservado de Terceros No. 1 del Expediente.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

participación actual de **MALLINCKRODT COLOMBIA** (■%), este es un mercado donde antes y después de la concentración el líder del mercado es un tercero (■ con el ■%), quien podría ejercer con facilidad una presión competitiva sobre el ente integrado. Asimismo, el fortalecimiento de **GUERBERT** en el mercado, permitiría contrarrestar de manera más efectiva el poder de mercado que pudiera ejercer ■ como líder actual.

Se resalta además que la participación de ■ se redujo cerca de ■ puntos porcentuales entre 2013 y 2014, tendencia que también se observó entre 2012 y 2013. En contraste, el competidor ■ logró incorporar parte de la reducción en ventas de ■, logrando un aumento de ■ puntos porcentuales (■% a ■%) entre 2013 y 2014.

En segundo lugar, en el mercado de medios de contraste para MRI el agente integrado pasaría a ser el principal oferente, con una cuota de participación de ■%, producto de un aumento de ■ puntos porcentuales sobre la participación actual de ■ (■%). Así, el agente integrado superaría a ■ (su inmediato competidor) por cerca de ■ puntos porcentuales.

Pese a lo anterior, esta Superintendencia resalta el desempeño del competidor ■, que cuenta con una participación importante (■%) en relación con sus competidores y que aumentó de manera considerable con respecto al año anterior (2013), cuando alcanzó el ■% del mercado. En contraste, las **INTERVINIENTES** y ■ redujeron individualmente sus respectivas cuotas de mercado en cerca de ■ puntos porcentuales, entre 2013 y 2014.

Lo anterior, sumado a la ausencia de altas barreras de entrada para potenciales competidores, indica que existe suficiente presión competitiva en los mercados evaluados, que permita contrarrestar cualquier intento del agente integrado para restringir la competencia.

9.6.2. Efectos verticales

De otra parte, la integración entre **GUERBET** y **MALLINCKRODT COLOMBIA** presenta un efecto vertical, toda vez que esta última participa en el mercado de sistemas de suministro de medios de contraste, los cuales resultan un insumo esencial para el uso de dichos compuestos en los pacientes.

Al respecto, esta Superintendencia resalta que la comercialización de sistemas de suministro de medios de contraste está sujeta a la venta de medios de contraste, por lo cual la práctica generalizada en el mercado es que los proveedores de medios de contraste suministren a la vez los insumos necesarios para su aplicación, generalmente con la figura de comodato. Por lo anterior, las observaciones realizadas para los mercados de medios de contraste evaluados, pueden extenderse sin pérdida de generalidad al mercado de sistemas de suministro.

Entonces, dado que los medios de contraste y los sistemas de suministro son utilizados en conjunto y en general son adquiridos de la misma compañía, toda vez que cuentan con especificaciones compatibles entre ellos, este Despacho encuentra que con la operación proyectada no se presentarían efectos restrictivos en la oferta de sistemas de suministro de medios de contraste que deban ser analizados por esta Entidad.

9.7. CONCLUSIÓN

Evaluada la información relevante con respecto a la operación proyectada, esta Superintendencia encontró lo siguiente:

- La operación proyectada entre las **INTERVINIENTES**, daría lugar a una integración de tipo horizontal en el mercado de medios de contraste en Colombia, como quiera que las **INTERVINIENTES** se encuentran activas en el mismo eslabón de la cadena de valor. Asimismo, conllevaría a efectos verticales toda vez que, **MALLINCKRODT COLOMBIA** participa en el mercado de sistemas de suministro de medios de contraste.

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

- Con el perfeccionamiento de la operación proyectada, en el mercado de medios de contraste para RX/CT, **GUERBET** ocuparía el [REDACTED] lugar como oferente de dicho producto con el [REDACTED]% de participación, reduciendo la brecha existente con su principal competidor ([REDACTED]), quien antes y después de la operación sería el líder del mercado con una cuota cercana al [REDACTED] %.
- En el mercado de medios de contraste para MRI, **GUERBET** incrementaría su cuota de participación en [REDACTED] puntos porcentuales, logrando posicionarse como el principal agente de dicho mercado. Pese a esto, existen empresas como [REDACTED] y [REDACTED] que cuentan con participaciones importantes y significativas, que les otorga la capacidad de contrarrestar cualquier indebida restricción de la competencia que pueda efectuar el ente integrado.
- En los últimos años (2012 a 2013), se encontró evidencia de fuertes presiones competitivas en el mercado de medios de contraste tanto para RX/C como para MRI, por parte de competidores como [REDACTED] y [REDACTED], quienes han logrado incrementar su participación, al tiempo que las cuotas de las **INTERVINIENTES** y [REDACTED] se han visto reducidas.
- No existen altas barreras a la entrada (legales y/o económicas) que impidan o dificulten la entrada de potenciales competidores a la industria.

Según lo expuesto a lo largo del presente acto administrativo, este Despacho concluye que la operación proyectada, en los términos en los que fue presentada, no representa un riesgo para las condiciones actuales de competencia en el mercado involucrado.

Por lo anterior y de conformidad con lo señalado en los artículos 9 y 10 de la Ley 1340 y demás normas concordantes, la operación proyectada no amerita ninguna objeción ni condicionamiento.

En mérito de lo expuesto en este acto administrativo, esta Superintendencia,

RESUELVE:


ARTÍCULO PRIMERO: NO OBJETAR ni someter a condicionamientos la operación de integración propuesta entre **GUERBET S.A.** y **MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.**

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a **GUERBET S.A.** y **MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.** entregándoles copia de la misma en su versión reservada e informándoles que contra el presente acto procede recurso de reposición, el cual deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., a los **03 MAY 2016**

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO


PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO

Rad. No. 15-281642

VERSIÓN PÚBLICA

NOTIFICAR:

GUERBET S.A.

MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.

NIT.900.578.349

Doctores:

ALEJANDRO GARCÍA DE BRIGARD

C.C. 79.946.984

T.P. No. 148.332 del C.S. de la J.

Apoderado

GUERBET S.A.

Calle 70 A No. 4-41

agarcia@bu.com.co

Teléfono: 3462011

Bogotá D.C.

MARÍA CAROLINA PARDO CUELLAR

C.C. 52.000.874

T.P. No. 78.079 del C.S de la J.

Apoderada

MALLINCKRODT COLOMBIA S.A.S.

Avenida 82 No. 10-62 Piso 5

Teléfono: 6341500

Bogotá D.C.