

Resolución N° 270/020.

Montevideo, 18 de diciembre de 2020.

**ASUNTO N° 8/2020: FLATER S.R.L. - AGERAN S.A. -
CONCENTRACION ECONOMICA**

VISTO:

La comparecencia de Magdalena Cuñarro, en representación de Flater S.R.L., de fecha 20 de noviembre de 2020.

RESULTANDO:

Que mediante la misma, procedió a evacuar la vista conferida por Resolución N° 113/020, del 27 de mayo del corriente.

CONSIDERANDO:

1. Que se ha emitido el informe económico N° 263/020 de fecha 2 de diciembre de 2020, y el informe jurídico N° 274/020, de fecha 16 de diciembre de 2020.
2. Que el asesor economista indica, que se adjuntó a marras la información referida al listado de productos, bienes o servicios, que ofrecen las notificantes.
3. Que dicha información refiere al total de los productos de Tienda Inglesa.
4. Que posteriormente, y alineado a la información solicitada en la Medida Preparatoria de análisis del sector minorista Asunto N° 31/2020, se adjuntó información sobre los productos ofertados por Ageran S.A.
5. Que, asimismo, la compareciente indica el total del volumen de las ventas de los años 2017, 2018 y 2019 y se detalla información respecto a los precios y a las cantidades vendidas del período en cuestión.
6. Que el asesor economista señala que en el Expediente N° 23/2020, donde se trató la concentración entre el Grupo Tienda Inglesa y el Grupos Disco, que finalmente no se concretó, se realizó una definición del mercado relevante en el informe N° 42/020.

7. Que de forma resumida, en el mismo se indicaba que aquellos supermercados de gran tamaño realizan presión competitiva hacia los supermercados de menor tamaño, pero no sucede lo mismo en el sentido contrario.
8. Que este hecho se basa en la idea que aquellos supermercados de gran tamaño, generalmente integrantes de una cadena, son utilizados para compras tanto de stock como de reposición, además de presentar características particulares que hacen que le sea más conveniente a los clientes, como tarjeta de puntos, descuentos, más y mejores servicios; mientras que los supermercados de menor porte son utilizados generalmente para compras de reposición, además de no presentar tantas ventajas comparativas con respecto a cadenas de gran porte.
9. Que por tal motivo, se pretendió establecer mercados diferentes según las dimensiones de cada supermercado; hecho que coincide con casos similares de distintos países.
10. Que en el informe N° 42/020 se utilizó la información disponible hasta ese momento para realizar la diferenciación pertinente.
11. Que a partir del antecedente reseñado, la Autoridad de Competencia comenzó a realizar una investigación de mercado, Expediente N° 31/2020 donde se busca obtener información más detallada de la mayoría de los supermercados del país, más de 3 cajas, y presentar una definición que sustente lo anteriormente mencionado a partir de la utilización de otras variables relevantes.
12. Que en el caso del mercado geográfico, se debería analizar el área donde las partes afectadas desarrollan sus actividades de suministro de bienes y servicios.
13. Que, en este caso, el área estaría delimitada por el máximo recorrido al que los consumidores estarían dispuestos a movilizarse para acceder a los bienes ofrecidos por dicho local.
14. Que en este sentido, las partes adjuntan un mapa donde detallan los comercios presentes en un radio cercano al comercio en cuestión.
15. Que, el caso de análisis del mercado relevante por producto dentro del mercado minorista resulta complejo debido a la necesidad de identificar qué alternativas existen al producto o productos que comercializan las partes, y si los mismos son buenos sustitutos del producto, o productos, en cuestión.

16. Que en el caso de los supermercados, los mismos comercializan gran variedad de productos, donde en la mayoría de los casos existentes se ofrecen varias marcas de un mismo producto.
17. Que por lo tanto, este tipo de comercios refieren a empresas que no se identifican con uno o varios productos, sino que comercializan un número muy amplio de productos en función de sus capacidades y su estrategia comercial.
18. Que ya se cuenta con información sobre los principales productos vendidos, unidades y precios, de una gran cantidad de comercios.
19. Que el asesor economista entiende que dicha información es suficiente para estimar volumen anual de ventas totales por producto y la participación de cada uno de ellos en el mercado.
20. Que por su parte, el informe N° 274/020, señala que surge agregada en autos la copia simple del contrato de constitución de usufructo entre los accionistas de Ageran S.A. y FLater S.R.L.
21. Que la asesora deja constancia que ha tenido a la vista el informe jurídico N° 180/2020 del 18 de agosto de 2020, respecto del expediente N° 36/020 de “Concentración Económica - Tienda Inglesa US Holdings LLC - Flater S.R.L. - Medida Preparatoria”, por el cual se analizó el testimonio por exhibición del Contrato de Constitución de Usufructo de Acciones entre los accionistas de Ageran S.A. y Flater S.R.L., otorgado el día 28 de febrero de 2020.
22. Que, asimismo, señala que se ha presentado un resumen no confidencial de la información de acuerdo al artículo 30 del Decreto N° 232/010.
23. Que la Comisión comparte los informes y sus conclusiones por lo que habrá de tener por debidamente notificada la operación de concentración económica entre las empresas Flater S.R.L. y Ageran S.A.

ATENTO:

A las disposiciones de la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia N° 18.159 del 20 de julio de 2007 y Decreto 404/007 de 29 de octubre de 2007 y normativa complementaria y concordante.

LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

RESUELVE:

1. Tener por debidamente notificada la operación de concentración económica entre las empresas Flater S.R.L. y Ageran S.A.
2. Dar por cumplida la obligación de presentación del resumen no confidencial, de conformidad con el artículo 30 del Decreto N° 232/010.
3. Comuníquese a Flater S.R.L. y Ageran S.A.

Dra. Natalia Jul

Ec. Luciana Macedo

Dra. Alejandra Giuffra