



Ministerio  
de Economía  
y Finanzas



Comisión de Promoción y  
Defensa de la Competencia

**Resolución N.º 80/022.**

Montevideo, 14 de marzo de 2022.

**ASUNTO N.º 15/2022: HOLBAH SANTANDER S.L.U-MARCOS LOMBARDO,  
DANIEL PILONI, ALEJANDRO BERNAL , DANIEL CHIAPPORI, NICOLAS TOBLER  
YANDINOCA AIZPUN, TEROL INTEGRATION INC., ROUGIEME SOLUTIONS  
LTD. SWIFTEY S.A., LOMBOK INC - CONCENTRACIÓN ECONÓMICA**

**VISTO:**

La comparecencia de fecha 16 de febrero de 2022, de Nicolás Herrera Alonso y de Esteban Gherardi, en calidad de apoderados de Holbah Santander S.L.U. y de Marcos Lombardo por sí, y en representación de Daniel Piloni, Alejandro Bernal, Daniel Chiappori, Nicolás Tobler, Yandinoca Aizpun, Terol Integration Inc., Rougieme Solutions Ltd., Swiftey S.A. y Lombok Inc.

**RESULTANDO:**

1. Que, mediante la misma, presentan Nota de Solicitud de Autorización de Concentración Económica y Formulario de Autorización de Concentración Económica, requiriendo autorización para la operación de concentración económica, consistente la adquisición del 100% del paquete accionario de Credileads por parte de Holbah.
2. Que la operación proyectada tendría lugar en el sector de la industria de la publicidad, concretamente en el marketing digital.
3. Que, los participantes, solicitan se declare la confidencialidad de la información aportada al amparo de lo previsto en el artículo 25 del Decreto N.º 404/007, por tratarse de información de utilidad para los competidores.
4. Que por Resolución N.º 63/022, de fecha 23 de febrero de 2022, la Autoridad de Competencia dispone que la información presentada por las partes en la Nota de

Solicitud de Autorización de Concentración Económica y en el Formulario de Solicitud de Autorización de Concentración Económica es correcta y completa.

5. Que, asimismo, a través de la relacionada se dispone remitir las actuaciones al área económica, a fin de realizar el examen de impacto de la concentración de marras.
6. Que, por su parte, se reservan las actuaciones hasta el dictado de la resolución que disponga en que fase encuadra la presente operación de concentración.

#### **CONSIDERANDO:**

1. Que, se ha emitido informe económico N.º 61/022, de fecha 11 de marzo de 2022.
2. Que el asesor economista en su dictamen describe la operación de concentración económica señalando que, Holbah Santander, S.L.U. pretende adquirir la totalidad del paquete accionario de Credileads S.A., una agencia de marketing digital que realiza actividades de publicidad para la generación de solicitudes de créditos de personas, y el vínculo de éstas con bancos, financieras, emisores de tarjetas de crédito y retailers.
3. Que a efectos de atraer a los clientes, la Sociedad genera 'ads' en redes sociales, Google, y otras plataformas.
4. Que, por otro lado, la parte vendedora se encuentra constituida por una serie de personas físicas y jurídicas, que detentan distintas participaciones en Credileads: Marcos Lombardo, Swiftey S.A., Lombok Inc., Daniel Piloni, Alejandro Bernal, Daniel Chiappori, Nicolás Tobler, Yandinoca Aizpun, Terol Integration Inc., y Rougieme Solutions Ltd.
5. Que, respecto a las partes intervinientes en la operación, el asesor economista señala que, Holbah Santander, una sociedad holding sin actividad comercial y constituida bajo las leyes españolas, pertenece al Grupo Santander, a través de la sociedad suiza Swesant S.A.
6. Que a su vez, presenta una participación minoritaria en Banco Santander S.A. de Uruguay.
7. Que, el Grupo Santander en Uruguay se encuentra conformado por: (i) Socur S.A. (Creditel), empresa administradora de créditos personales; (ii) Zurich Santander Seguros Uruguay S.A., empresa aseguradora, que emite seguros de vida y ramos generales, (iii) Universia Uruguay S.A., empresa que administra una plataforma de servicios no financieros, con énfasis en la cooperación universitaria a nivel internacional;



- (iv) Retop S.A., (Crédito de la Casa), empresa administradora de créditos personales; (v) Aduro S.A. (Paganza), empresa habilitada a emitir dinero electrónico y dedicada a los pagos móviles; (vi) Santander Merchant Platform Solutions Uruguay S.A. (Getnet), empresa que opera como adquiriente de medios de pago electrónicos; (vii) Phoenix S.A. (New Age Data), empresa administradora de red de terminales de procesamiento electrónico de pagos (POS); (viii) Artarien S.A. sociedad propietaria de la plataforma web “ecolicua.com”, dedicada a la intermediación online de seguros de automóviles.
8. Que, por otro lado, la parte vendedora se encuentra conformada por las 6 personas físicas y las 4 jurídicas.
  9. Que, Swiftey S.A., Lombok Inc., Terol Integration Inc., y Rougieme Solutions Ltd. constituyen sociedades de objeto holding, sin actividad comercial.
  10. Que, asimismo, los 6 propietarios restantes, todas personas físicas, desempeñan actividad comercial, pero por fuera del mercado relevante propuesto por las partes en el marco de la solicitud de autorización de la presente operación.
  11. Que en el contexto de la presente concentración económica, las partes definen el mercado relevante de producto como aquel de comunicación y marketing digital de créditos al consumo.
  12. Que, aclaran que dicha definición no incluye la comunicación y el marketing digital de otros productos financieros como créditos hipotecarios o prendarios.
  13. Que, desde punto de vista geográfico, el mercado es definido a nivel nacional, excluyendo las actividades en Argentina de los miembros que conforman la parte vendedora, según lo dispuesto en el Contrato de Compraventa correspondiente a la operación.
  14. Que la presente operación implica una concentración de tipo vertical, en tanto que las empresas del grupo Santander que participan del mercado de préstamos al consumo, en especial Creditel y Crédito de la Casa, pero también Banco Santander Uruguay, constituyen clientes de Credileads, y representaron en el último trimestre, según lo detallado en el formulario, la mitad de su facturación.

15. Que, el grupo de los clientes restantes de Credileads en ese periodo estuvo conformado por Pronto, Wenance y otros prestadores.
16. Que, para analizar eventuales efectos perjudiciales en las condiciones de competencia como consecuencia de integraciones económicas verticales, resulta necesario definir al menos dos mercados relevantes desde punto de vista del producto y ámbito geográfico, que se encuentren relacionados en niveles subsiguientes de la cadena de producción aguas arriba y aguas abajo.
17. Que, para el caso particular, las partes ya habían definido el mercado relevante de aguas arriba en el cual se encontraba presente Credileads: el de comunicación y marketing de créditos al consumo online.
18. Que la empresa se dedicaba a captar mediante “ads” a personas interesadas en créditos al consumo, para luego generar el nexo con la entidad financiera prestadora, a cambio de comisiones fijas o variables.
19. Que, por otra parte, puede deducirse entonces que el mercado aguas abajo constituye aquel conformado por los créditos personales al consumo online o por canal internet.
20. Que, los posibles efectos anticompetitivos que podrían generarse a través de una integración vertical comprenden aquellos que promuevan, en relación a los demás competidores, tanto la exclusión de acceso a los insumos como la exclusión de acceso a los clientes, en los respectivos mercados.
21. Que para que el primero de estos efectos tuviera posibilidad de materializarse, Credileads debería necesariamente contar con una participación elevada o una posición dominante en su mercado.
22. Que, en este sentido, al integrarse con una empresa presente aguas abajo, podrían en conjunto llevar adelante con éxito estrategias que dificulten o excluyan a otras empresas financieras prestatarias de créditos personales a través de internet (no verticalmente integradas) de poder acceder a servicios de marketing digital, como insumo en la cadena para ofrecer sus propios créditos.
23. Que eventualmente, ello terminaría entonces impactando en términos de precios y disponibilidad en la oferta de los créditos al consumo vía online hacia el consumidor final.
24. Que, no obstante, a fojas 17, las partes estiman que únicamente el 10% de las colocaciones totales mensuales de créditos al consumo por canal internet resultan



generadas por Credileads, por lo que la existencia de múltiples competidores en ese mercado imposibilitaría a priori una estrategia exitosa de exclusión de acceso a los insumos.

25. Que análogamente, la posibilidad de que pueda concretarse un efecto de exclusión de acceso a los clientes resulta también improbable.
26. Que en ese sentido, las empresas del Grupo Santander que participan del mercado de créditos al consumo online, Creditel, Crédito de la Casa y Banco Santander Uruguay, deberían necesariamente contar con una posición muy preponderante en dicho mercado para que, luego de llevarse a cabo la operación de concentración con Credileads, la empresa aguas abajo pudiera decidir prescindir o contratar en condiciones desventajosas a las demás agencias dedicadas a la publicidad y marketing de préstamos al consumo por el canal internet.
27. Que a fojas 31, bajo el título “Shares de Colocaciones por prestador” puede apreciarse que, de las empresas del Grupo de Santander dedicadas a otorgar préstamos de consumo vía online, únicamente aparece discriminada Crédito de la Casa con un 6% del porcentaje del mercado, en tanto que Creditel y Banco Santander se encuentran presumiblemente incluidos en la categoría residual “otros” que representa simplemente al 11% de la cuota de ese mercado.
28. Que el bajo porcentaje de participación en el mercado aguas abajo, implicaría entonces que una estrategia dirigida a los demás competidores para excluirlos del acceso a los clientes, contaría con pocas probabilidades de éxito.
29. Que el asesor economista concluye que la presente operación, que supone la adquisición de Credileads por parte de Holbah Santander, no implica aumentos en el grado de concentración a nivel nacional en los mercados de comunicación y marketing digital de créditos al consumo.
30. Que, sin perjuicio de ello, en esta clase de concentración económica existe la posibilidad de que se materialicen ciertos efectos anticompetitivos: la exclusión a los competidores del acceso a los insumos o a los clientes, en los mercados aguas arriba y aguas abajo, respectivamente.

31. Que, para el caso concreto, las bajas participaciones, tanto de las empresas del Grupo Santander en el mercado de créditos al consumo por canal internet, como de Credileads en su respectivo mercado, implican una probabilidad no significativa de éxito.
32. Que el dictamen N.º 61/022 indica que no existen elementos para impedir la aprobación de la presente operación en primera fase.
33. Que, por su parte, el asesor economista sugiere que se opere el cambio de la carátula de marras a ASUNTO N.º 15/2022: “HOLBAH SANTANDER S.L.U. / CREDILEADS S.A. -CONCENTRACIÓN ECONÓMICA” de manera que resulte apreciable en la denominación respectiva la empresa objeto de compraventa en la presente operación de concentración económica.
34. Que la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, comparte el informe económico N.º 61/022, de fecha 11 de marzo de 2022, por lo que habrá de autorizar la concentración económica de marras en primera fase.
35. Que, asimismo, la Autoridad clasificará como confidencial las fojas 1, 3 a 22, 24, 26, 28, 30 a 72, procediendo a su efectivo desglose.

**ATENCIÓN:**

A las disposiciones de la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia N.º 18.159 de 20 de julio de 2007 y normativa complementaria y concordante.

**LA COMISION DE PROMOCION Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

**RESUELVE:**

1. Autorizar la concentración económica de marras en primera fase.
2. Clasificar como confidencial las fojas 1, 3 a 22, 24, 26, 28, 30 a 72, procediendo a su efectivo desglose.
3. Cambiar la caratula de los presentes obrados a “HOLBAH SANTANDER S.L.U. / CREDILEADS S.A. - CONCENTRACIÓN ECONÓMICA”.
4. Comuníquese a los participantes de la operación de concentración económica de autos.

**Dra. Natalia Jul**

**Ec. Daniel Ferrés**

**Dra. Alejandra Giuffra**