



Ministerio
**de Economía
y Finanzas**



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Informe No 122/2021

Montevideo, 27 de mayo de 2021

**ASUNTO N° 20/2021: FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa) / ITALPLAN S.A. -
CONCENTRACIÓN ECONÓMICA**

1. ANTECEDENTES

Con base en los Informes Técnicos N° 108/021 y N° 115/021, la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia dispuso, en la Resolución N° 100/021 del 24 de mayo de 2021, que la información presentada por FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa) e ITALPLAN S.A. en el Formulario de Solicitud de Autorización de Concentración Económica y anexos resultaba correcta y completa.

En este sentido, corresponde a continuación, en el marco del Art. 9 de la Ley N° 18.159 con la redacción dada por el Art. 5 de la Ley 19.833, y del Art. 10 del Decreto N° 404/007 con las modificaciones establecidas a través del Art. 5 del Decreto N° 194/020, realizar el análisis de la operación para determinar si existen potenciales efectos adversos para la competencia, que pudieran derivarse de la presente concentración. A esos efectos vuelven las presentes actuaciones a informe económico, según pase del día 24 de mayo del corriente.

2. ANÁLISIS

La operación de concentración presentada consiste en la adquisición por parte de FLATER S.R.L. de la totalidad de las acciones de ITALPLAN S.A. ("Supermercado K. 53").

2.1 Mercado relevante de producto

El “Supermercado K. 53” se encuentra ubicado en el centro del balneario La Floresta, en el departamento de Canelones. Presenta 4 cajas (3 corrientes y 1 de facturación rápida) y una extensión de 320 m². Se dedica a la comercialización de víveres en general, y cuenta con sectores de rotisería, panadería, fiambrería, carnicería, ventas de artículos de bazar y de ropa. No dispone de confitería ni de venta de electrodomésticos. Tampoco dispone de estacionamiento para clientes.

En este sentido, y en relación a los criterios adoptados por la Resolución N° 51/020 y el Informe Técnico N° 42/020, donde se propone una definición del mercado relevante de producto para el sector minorista, se constata que “Supermercado K. 53” cumple con las características propias de un establecimiento orientado a compras de reposición.

Por su parte, FLATER S.R.L. cuenta con varios supermercados e hipermercados bajo la marca “Tienda Inglesa”. Además ha tomado y continúa aún en proceso de tomar el control de la gestión mediante usufructo de numerosos establecimientos comerciales de menor tamaño.

Por tanto, FLATER S.R.L. ejerce actualmente el control y explota establecimientos minoristas enfocados tanto a compras de reposición, como a compras de abastecimiento. De acuerdo a lo establecido en el Informe Técnico N° 42/020, los hipermercados o grandes supermercados, enfocados a las compras de abastecimiento, también ejercerían presiones competitivas en relación a los comercios minoristas de menor tamaño y enfocados a compras de reposición, en tanto los primeros se encuentren, por ejemplo, ubicados a distancias cercanas a los segundos y permitan experiencias de compra y pago simples y ágiles.

Para determinar entonces los potenciales efectos en la competencia de la presente concentración una vez identificado el mercado relevante de producto, resulta necesario establecer el área de actividad de “Supermercado K. 53” para identificar así el ámbito de las posibles presiones competitivas que el mismo podría enfrentar.



2.2 Mercado relevante geográfico

En ese sentido, resultará necesario determinar una definición del mercado relevante desde punto de vista geográfico para “Supermercado K. 53”. En relación a ello, las partes que comparecen proponen una definición en la cual extienden los criterios establecidos en el Informe N° 42/020 para comercios de compras de abastecimiento, hacia los de compras de reposición. De esa forma, establecen el área de influencia de “Supermercado K. 53” en 400 metros a la redonda, en relación a las 4 cajas de las que el mismo dispone.

En tanto, en la siguiente tabla se indican dos de los comercios minoristas más cercanos a “Supermercado K. 53”. Según aparece allí ilustrado, los mismos se ubican a una distancia inferior a 400 metros (0,4 km).¹

Comercio	Distancia radial (km.)	Distancia a pie (km.)	Tiempo a pie (min.)
“Supermercado Bachino”	0,06	0,11	1
Supermercado “El Surtido”	0,19	0,25	3

En cualquiera de los casos, si FLATER S.R.L. decidiera aplicar un aumento de precios o una disminución en la calidad de los productos o servicios vendidos por “Supermercado K. 53”, resulta razonable considerar que no existiría impedimento para los consumidores de trasladarse a distancias cercanas, con el fin de realizar sus compras de reposición en el “Supermercado Bachino” o, en su defecto, en el supermercado “El Surtido”.

Por otra parte, si se desea analizar un probable aumento en el grado de concentración del mercado relevante, debería adoptarse una definición del mismo a nivel geográfico en la cual se encuentre necesariamente comprendido otro comercio controlado por FLATER S.R.L. A estos efectos y como ya se mencionó, en relación al mercado de producto, los comercios orientados a compras de abastecimiento podrían ejercer también presiones competitivas efectivas sobre “Supermercado K. 53”. En la siguiente tabla, se detallan aquellos comercios

¹ Distancias calculadas en base a Google Maps.

cuyo control perteneciente a FLATER S.R.L. (tanto bajo la figura de propietario - Tienda Inglesa de Atlántida - como de usufructuario -Supermercado “Costa Verde”, en el balneario de Costa Azul, y Supermercado “La Cueva”, en el balneario de Parque del Plata)- que presentan más cercanía con “Supermercado K. 53”.

Comercio	Distancia radial (km.)	Distancia a pie (km.)	Tiempo a pie (min.)	Distancia en auto (km.)	Tiempo en auto (min.)
Supermercado “Costa Verde”	2,24	2,60	33	2,90	6
Supermercado “La Cueva”	2,31	4,40	54	5,50	8
Tienda Inglesa Atlántida	8,37	9,80	121	11,10	13

En este caso, para que existiese un aumento en el grado de concentración causada como consecuencia de la presente operación de usufructo, el mercado a nivel geográfico debería encontrarse definido con una distancia radial de por los menos 2,24 km. (o 2,60 km a pie), que es precisamente donde se encuentra ubicado el supermercado “Costa Verde” (COSTA VERDE S.R.L.), que, como se señaló, constituye uno de los comercios bajo el régimen de usufructos de FLATER S.R.L.

Si se toman en cuenta los aspectos y consideraciones en relación a las compras de tipo reposición (adquisición de pocos productos, rapidez, cercanía, realizada generalmente a pie), este asesor considera que no resultaría razonable para el consumidor trasladarse a esos efectos a pie a una distancia de 2,6 km. durante 33 minutos. Menos aún consideraría trasladarse para realizar la compra hasta Tienda Inglesa de Atlántida, cuya ubicación se encuentra mucho más lejana (9,80 km. a pie).

3. CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado, quien suscribe entiende que la operación de adquisición del capital accionario de ITALPLAN S.A. (“Supermercado K. 53”) por parte de FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa) no presenta *a priori* efectos adversos en cuanto a las condiciones de competencia en el mercado relevante considerado. En tanto, se sugiere a la Comisión aprobar la operación de concentración en primera fase.