

Comisión de Promoción y  
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay  
Ministerio de Economía y Finanzas

**Informe N° 277/2020**

Montevideo, 21 de diciembre de 2020

**ASUNTO N° 10/2020: FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa) / SUPERMERCADO  
NATIVO S.R.L. - Concentración Económica**

**1. ANTECEDENTES.**

En el presente informe, tras la presentación del formulario de notificación de concentraciones y anexos por parte de las empresas FLATER S.R.L. (en adelante, Supermercados Tienda Inglesa) y Supermercado Nativo S.R.L. (en adelante, Supermercado Nativo), se solicitó un Informe Económico para analizar la información aportada por las empresas que se concentran.

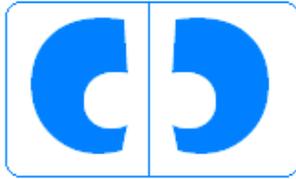
**2. ANÁLISIS**

El presente caso se enmarca en el usufructo por quince años de la empresa Supermercado Nativo S.R.L. por parte de la empresa FLATER S.R.L. La presente notificación se realiza debido a que, según declaran las participantes, en los últimos tres ejercicios contables (2019, 2018 y 2017) la facturación bruta del conjunto de las participantes en la operación supero los 750.000.000 de unidades indexadas (U.I.) y, por lo tanto, como lo establece la Ley 18.159 en el Artículo 7º, hace que sea obligatoria la presentación del formulario de notificación de concentraciones comprendido en la Resolución 39/2010. Dicha operación se realiza en el marco de varias operaciones similares que implicó el usufructo de distintos comercios por parte del grupo Tienda Inglesa. Respecto al mismo, en el formulario se indica claramente que *“La operación que se detalla en el formulario respectivo se instrumentó a través de un usufructo*

*de acciones. Ello en razón de que el pequeño comercio mantiene su identidad propia (es decir, conserva su nombre, su logo, su planilla de empleados) sin pasar a ser comercio con la cadena Tienda Inglesa. Asimismo, en razón de quien da en usufructo conserva la nuda propiedad de las acciones y, por lo tanto, sigue siendo parte del beneficio económico que percibe la sociedad. El contrato de usufructo se celebra por un plazo de 15 años, al final del cual se prevé una opción de compra.” (fs. 31).*

Desde el punto de visto del análisis económico, surgen los siguientes comentarios a partir de la información presentada por las partes mencionado:

- Alineado con la información solicitada en la Medida Preparatoria de análisis del sector minorista (Expediente 31/2020), se adjuntaron los datos referidos a los productos ofertados por ambas partes.
- Se indica el total del volumen de las ventas de los años 2017, 2018 y 2019 (fs. 38). Se presentó de forma posterior información respecto a los precios y a las cantidades vendidas del período en cuestión.
- Para la definición del mercado relevante en el caso del sector minorista, es bueno realizar algunas apreciaciones de forma previa. En el Expediente 23/2020, donde se trató la concentración entre el Grupo Tienda Inglesa y el Grupos Disco (el cual finalmente no se concretó), se realizó una definición del mercado relevante en el Informe 42/2020. 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. 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 (tarjeta de puntos, descuentos, más y mejores servicios, etc.), 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. Por tal motivo, se



Comisión de Promoción y  
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay  
Ministerio de Economía y Finanzas

pretendió establecer mercados diferentes según las dimensiones de cada supermercado; hecho que coincide con casos similares de distintos países.<sup>1</sup>

En el Informe mencionado se utilizó la información disponible hasta el momento para realizar la diferenciación pertinente (cajas). En función de dicho criterio, las partes señalan que *“correspondería considerarlo dentro del elenco de establecimientos dirigidos a la compra de víveres para reposición”* (120 vto.).

**De todas formas, es bueno aclarar que a partir de dicho caso se comenzó a realizar una investigación de mercado (Expediente 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.**

- En el caso del mercado geográfico se debería analizar el área donde las partes afectadas desarrollan sus actividades de suministro de bienes y servicios. 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. En este sentido las partes adjuntan un mapa (fs. 118) donde detallan los comercios presentes en un radio cercano al Supermercado Nativo.
- 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. 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. Por lo tanto, este tipo de comercios

---

<sup>1</sup> Tesco PLC & Booker Group plc. – CMA (2017) // Wall Mart & Gessa – COPROCOM (2018) // Falabella y D&S. - TDLC (2008).

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. A partir de la Medida Preparatoria ya se cuenta con datos sobre los principales productos vendidos (unidades y precios), de una gran cantidad de comercios. Por tal motivo, quien suscribe 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.

### **3. CONCLUSIONES**

Quien suscribe interpreta que, desde el punto de vista económico, la notificación fue realizada de forma suficiente a partir de las observaciones realizadas en el cuerpo del informe. La información económica presentada cumple con los requisitos establecidos.

Martín Sequeira