



Informe N° 41/2021

Montevideo, 19 de febrero de 2021

ASUNTO N° 2/2021: FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa) / REPETTO & CIA. S.R.L.
Concentración Económica

1. ANTECEDENTES.

Tras la presentación del formulario de autorización de concentraciones y anexos por parte de las empresas FLATER S.R.L. (Tienda Inglesa, en adelante) y REPETTO & CIA S.R.L. (Supermercados Repetto, en adelante), se solicitó un informe económico para analizar la Información aportada por las partes que se concentran.

2. ANÁLISIS

El presente caso se enmarca en el usufructo de la empresa REPETTO & CIA S.R.L. por parte de la empresa FLATER S.R.L, la cual se encuentra conformada por tres supermercados ubicados en las localidades de Canelones, San Ramón y Santa Rosa. La presente solicitud de autorización 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 600.000 de unidades indexadas (U.I.) y, por lo tanto, como lo establece la Ley 19.833 en el Artículo 3º, hace que sea obligatoria la presentación del formulario de autorización de concentraciones comprendido en la Resolución 87/020. Dicha operación se realiza en el marco de varias operaciones similares que implicó el usufructo de distintos comercios por parte del grupo Tienda Inglesa. Como se indica a foja 1 “*La operación proyectada consiste en la constitución de un derecho real de usufructo de la totalidad de las cuotas*

sociales que conforman el capital social de Repetto & Cía. S.R.L. ("Repetto"), resultando Flater S. R.L. la potencial usufructuaria -pactándose en su beneficio el ejercicio de los derechos económicos y políticos por un plazo de 15- y Néstor Repetto Balzarotti y Verónica Ferrúa –titulares de las cuotas sociales de Repetto- los potenciales nudos propietarios..."

2.1 Caracterización de las partes

Supermercados Repetto es una pequeña cadena de supermercados conformada por tres comercios ubicados en el departamento de Canelones, más específicamente en las ciudades de Canelones, San Ramón y Santa Rosa. Para cada uno de ellos se describen sus características a continuación:

Supermercado Dos Hermanos (Canelones):

- ✓ 476 m²
- ✓ 5 cajas
- ✓ Comestibles y bebidas
- ✓ Rotisería
- ✓ Panadería
- ✓ Fiambrería
- ✓ Carnicería
- ✓ Vestimenta
- ✓ Bazar
- ✓ Electrodomésticos

Supermercado San Ramón:

- ✓ 393 m²
- ✓ 6 cajas
- ✓ Comestibles y bebidas
- ✓ Rotisería
- ✓ Panadería
- ✓ Fiambrería



Ministerio
**de Economía
y Finanzas**



**Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia**

- ✓ Carnicería
- ✓ Vestimenta
- ✓ Bazar
- ✓ Electrodomésticos

Supermercado Santa Rosa:

- ✓ 330 m²
- ✓ 3 cajas
- ✓ Comestibles y bebidas
- ✓ Panadería
- ✓ Fiambrería
- ✓ Vestimenta
- ✓ Bazar
- ✓ Electrodomésticos

Por su parte, el grupo Tienda Inglesa se encuentra integrado por 13 comercios (no se considera la Tienda Deli), distribuidos por Montevideo, Canelones (Ciudad de la Costa y Atlántida) y Maldonado (La Barra, Solanas y Punta del Este). La mayoría de los comercios presentan una extensión superior a los 800 m² en su salón de ventas, así como estacionamientos con gran disponibilidad y diferentes tipos de servicios (rotisería, panadería, carnicería, fiambrería, venta de ropa, bazar y electrodomésticos.)

2.2 Mercado Relevante

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

En el Informe mencionado se utilizó la información disponible hasta el momento para realizar la diferenciación pertinente (cajas). Siguiendo dicha línea argumental, los supermercados Repetto no estarían generando presión competitiva a supermercados de gran porte pertenecientes a las grandes cadenas; pero sí se daría el efecto contrario. **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.**

A continuación, se realizará el análisis sobre el mercado relevante solamente para el caso del Supermercado Dos Hermanos (ubicado en la ciudad de Canelones). En el caso de los

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



Ministerio
**de Economía
y Finanzas**



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

restantes dos comercios, representan a localidades de menor tamaño y no se cuenta con información del resto de los comercios de dichas localidades. A su vez, se agrega que no existe presencia de comercios de la cadena de Tienda Inglesa en dichas localidades, por lo que no se generarían concentraciones del mismo grupo económico.

2.2.1 Mercado Geográfico Relevante

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 dispuesto a movilizarse para acceder a los bienes ofrecidos por dicho local.

Como primer punto a destacar, las concentraciones no implicaría la fusión entre comercios de un mismo mercado geográfico. Los diferentes locales de Tienda Inglesa no presentan injerencia en el marco competitivo delimitado por el área geográfica donde se ubica el supermercado en cuestión. De todas formas, es bueno aclarar que en función del estudio de mercado que se está realizando es probable que estas definiciones muten hacia criterios más claros y robustos.

En segundo lugar, la concentración se realiza entre un grupo económico integrado por una cadena de supermercados (en su mayoría de gran tamaño) con supermercados de influencia en sus respectivas localidades.

Como señala el informe a fs. 18, a partir del mercado geográfico definido, existen variados comercios que podrían competir con Supermercado Dos Hermanos, ubicado en la ciudad de Canelones: Disco Canelones, Supermercado ACE, Super la Casona, Salón Eureka, Supermercado El Paseo, Hortifrutícula Ruta 62. A su vez, se agregan los comercios Ta-Ta,

Supermercado Canelones y supermercado Plaza Colón, ubicados en la ciudad de Canelones. Si bien (algunos) pueden encontrarse a una distancia considerable, aquellos de mayor tamaño pueden ejercer algún tipo de presión competitiva hacia el comercio en cuestión, en función del tipo de transporte y preferencias de los consumidores. En la Tabla 1 se muestra información de los comercios que se tiene información a partir de la Medida Preparatoria, la cual sirve como insumo para un análisis comparativo.

Id	Nombre Fantasía	Superficie (m ²)	Cajas	Estacionamiento	Distancia	En Auto	A Pie
	Dos Hermanos	476	5	NO	---	---	---
1	A.C.E.	320	2	NO	400 m	2 min	5 min
2	Disco	950	10	SI	550 m	2 min	7 min
3	Plaza Colón	276	3	SI	1,0 km	4 min	13 min
4	Ta-Ta	935	9	SI	1,2 km	4 min	14 min

Tabla 1: Información recabada de los supermercados en la ciudad de Canelones

Debido a la variada gama de comercios que se encuentran en la ciudad, es esperable que un consumidor se desplace hacia alguno de los hipermercados para abastecerse (compras de stock), mientras que para realizar compras de reposición se desplace tanto a hipermercados o a supermercados de menor tamaño (como Supermercado Dos Hermanos) dependiendo de su ubicación y preferencias.

A partir de la información recabada, no representa el comercio más pequeño si consideramos la superficie del salón de ventas y la cantidad de cajas, pero tampoco se encuentra cercano a los valores de los comercios de las grandes cadenas (Disco y Ta-Ta en este caso). En relación con el valor del ticket promedio del año 2019 (monto medio de cada compra realizada por los consumidores), Supermercado Dos Hermanos se ubica con valores similares al resto de los comercios de la zona, levemente menores al de los casos de las grandes cadenas. El valor del supermercado de la Asociación Cooperativa Electoral se ubica por encima de la media debido a las características propias del funcionamiento de las cooperativas. En la Figura 1 se muestran dichos valores.



Ticket Promedio (2019) - Supermercados ciudad de Canelones

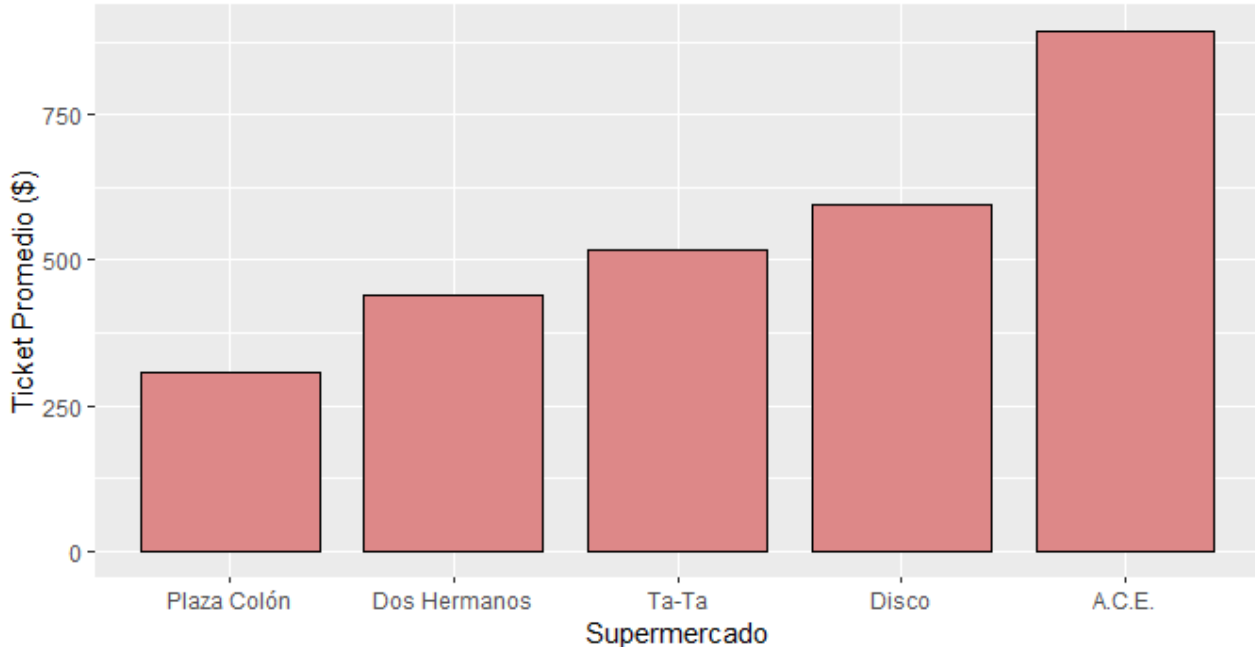


Figura 1

En la Figura 2 (en Anexo Confidencial), se describen los ingresos de los últimos tres años (2017,2018,2019) sin IVA incluido. Queda evidenciado, al menos con la información disponible, la diferencia entre las grandes cadenas (Disco y Ta-Ta) que concentran más del 60% de los ingresos; y el resto de los supermercados, donde el Supermercado Dos Hermanos representa un comercio de tamaño medio, por encima del resto detallados.

En resumen, a partir de la combinación de ambas variables se puede deducir claramente que el Supermercado Dos Hermanos representa un comercio tamaño medio, probablemente utilizado para compras de reposición y de menor incidencia competitiva, en una zona caracterizada por una variada gama de ofertas en el sector minorista, con la presencia de dos de las cinco grandes cadenas de supermercados.

2.2.2 Mercado Relevante por Producto

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 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. En el caso de los supermercados de menor tamaño se comercializan entre 3.000 y 10.000 productos generalmente (no contamos con la información de Supermercado Dos Hermanos), mientras que los hipermercados manejan un número de productos muy por encima de los 10.000 (en el caso de Tienda Inglesa, se cuenta con casi 50.000 productos para ofrecer). En consecuencia, habría que realizar un análisis sobre cada producto que comercializan los supermercados, analizar si cuentan con bienes sustitutos dentro de la misma oferta de los comercios y posteriormente evaluar si los comercios competidores cuentan con bienes sustitutos que podrían generar cambios en las preferencias de los consumidores.

Quien suscribe entiende que este último punto no es necesario por dos motivos. En primer lugar, por la complejidad y la gran cantidad de datos que se necesitarían. En segundo lugar, porque este caso no resulta amenazante para la competencia debido a que las partes a concentrar no comparten el mismo mercado geográfico (salvo en Canelones) y Supermercado Dos Hermanos, y el resto de los locales de Repetto, no son actores relevantes en el mercado minorista. En caso de suceder lo contrario, se podría realizar un análisis en función de los precios y las unidades demandas de los principales productos vendidos de las partes que se concentran y de sus posibles competidores.



Ministerio
**de Economía
y Finanzas**



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

2.3 Ingresos

Se describe en Anexo Confidencial.

2.4 Cuotas de Mercado

Se describe en Anexo Confidencial.

2.5 Condiciones de Entrada

A fs. 19 se hace mención sobre las condiciones de entrada, señalando que son bajos o nulos, en función de la dimensión y tipo de supermercados. En función de los datos obtenidos, los costos de entrada parecerían ser bajos en ese tipo de mercados debido al tipo de comercios, donde frente a una inversión baja se podría acceder al mercado. Por tal motivo, no pareciera percibirse la existencia de barreras de entrada en el mercado analizado.

2.6 Eficiencias

Al concluir que las concentraciones en cuestión no presentan posibilidades de dañar la competencia, quien suscribe interpreta que no es necesario ahondar en las eficiencias que se describen en la información presentada.

3. CONCLUSIONES

Quien suscribe interpreta que, desde el punto de vista económico, la concentración no generaría perjuicios al mercado relevante definido debido a los argumentos expuestos en el cuerpo del informe.

La zona geográfica analizada (Canelones, en este caso) representa un área de gran variedad de comercios, donde se hacen presentes las grandes cadenas de supermercados del país (en este caso Disco y Ta-Ta) junto a un gran número de pequeños comercios (kioskos, almacenes, supermercados más pequeños). Supermercado Dos Hermanos, en este caso, tiene con una gran cantidad de supermercados con los cual compite y, a su vez, existen supermercados pertenecientes a las grandes cadenas que le generan presión competitiva. A su vez, más allá la importante presencia de los supermercados San Ramón y Santa Rosa en sus respectivas localidades, el grupo Tienda Inglesa no presentaba comercios en dichas zonas, por lo que no se estaría llevando a cabo una concentración que modifique la estructura competitiva de las localidades. Por lo tanto, quien suscribe entiende que la fusión no generaría grandes cambios en las estructuras de los mercados que puedan llevar a abusos en su posición de dominio y, por lo tanto, perjuicio hacia los consumidores finales.

Ec. Martín Sequeira