



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Expediente S01:0229989/2012 (Conc. 1005) JR-LD-CA

DICTAMEN CONC. N°: 158

BUENOS AIRES, 20 JUL 2017

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01: 0229989/2012 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado: "CARREFOUR S.A., FORMATOS EFICIENTES S.A. Y COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. S/ NOTIFICACIÓN ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 1005)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I.1. La operación

1. La operación de concentración económica que se notifica consiste en la transferencia por parte de COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. (en adelante "COMERCIOS RIOPLATENSES" y "FORMATOS EFICIENTES", y en conjunto "las Concursadas") a la firma INC S.A. (en adelante y de acuerdo a su nombre comercial, denominada "CARREFOUR") de ciertos activos y la asunción de ciertos contratos y obligaciones a cargo de las Concursadas, en el marco de una transferencia parcial de fondo de comercio.
2. De acuerdo a lo informado, las Concursadas explotaban una cadena de locales de súper y mini mercados (autoservicios) bajo la marca "Súper Eki" y "Súper Eki Discount", principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires y en menor medida en la provincia de Santa Fe. En todos los casos los inmuebles donde se encontraban esos locales eran alquilados.
3. La situación financiera de Las Concursadas se vio fuertemente deteriorada en los últimos años previo a la operación notificada, motivo por el cual el 1° de noviembre de 2011 (la "Fecha de Presentación en Concurso Preventivo") solicitaron la apertura de su concurso preventivo, el que se sustanció en el Juzgado Nacional de Primera Instancia



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

en lo Comercial N° 22, Secretaría N° 44.

4. Considerando la situación financiera de las Concursadas y la información provista por éstas sobre sus pasivos concursales y post-concursales, con fecha 23 de abril de 2012 CARREFOUR presentó ante el juzgado comercial instructor del concurso preventivo una oferta de transferencia parcial de fondo de comercio (la "Oferta") para adquirir y recibir en transferencia los siguientes bienes y contratos de las Concursadas: (i) los contratos de locación de los locales de venta minorista que las Concursadas operaban bajo el formato conocido como "hard discount" con las marcas "Súper Eki" y "Súper Eki Discount"; (ii) los contratos de trabajo de aproximadamente 1500 empleados de las Concursadas; (iii) todos los activos tangibles y equipamientos existentes en los inmuebles locados, libres y exentos de cargas, gravámenes u otros derechos de terceros; (iv) los planes de retiro voluntario correspondientes a ciertos empleados de las Concursadas.; y (v) los respectivos permisos y/o autorizaciones comerciales, necesarias para la explotación de los inmuebles locados.
5. Como contraprestación, CARREFOUR ofreció asumir: (i) la totalidad de las deudas laborales resultantes de los Contratos de Trabajo que no hubieran sido pagadas por las Concursadas a la fecha de la Oferta; (ii) todos los impuestos nacionales, provinciales y/o municipales resultantes de la explotación de los inmuebles locados y las obligaciones de la seguridad social devengadas en relación a los Contratos de Trabajo que no hubieran sido pagados por las Concursadas a la fecha de la Oferta; (iii) todas las obligaciones resultantes de los Planes de Retiro Voluntario pendientes de pago por las Concursadas a la fecha de la Oferta; (iv) todas las obligaciones resultantes de los contratos de locación respecto de los cuales CARREFOUR obtuviese una prórroga del plazo locativo que se encontrasen pendientes de pago por las Concursadas a la fecha de la Oferta, hasta cierto monto; (v) el pago de las deudas laborales, impositivas y relacionadas con los inmuebles locados devengadas desde la fecha de la Oferta hasta la fecha en que la Oferta fuese aprobada por el Juzgado Comercial y dicha resolución quedase firme, hasta cierto monto; (vi) una suma para atender a ciertas deudas quirografarias de las Concursadas por el período anterior a la Fecha de Presentación en Concurso Preventivo y los gastos del concurso; y (vii) una suma para atender deudas derivadas de la publicación de avisos acerca de los asuntos relativos a la propuesta en el período comprendido entre la Fecha de Presentación en Concurso Preventivo y la fecha de cierre.
6. El perfeccionamiento de la Oferta, de acuerdo a lo informado, estuvo sujeto, al

A

MD

✓ [Handwritten signature]



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

cumplimiento de las condiciones suspensivas previstas en el punto 2 de la Oferta. Estas condiciones debían cumplirse en su totalidad o ser dispensadas por CARREFOUR con anterioridad a la fecha de vencimiento de la Oferta, inicialmente el 24 de mayo de 2012 y posteriormente prorrogada hasta el 28 de mayo de 2012. De acuerdo a lo señalado por las partes, en la audiencia celebrada en el Juzgado Comercial en esa última fecha, entre otras cuestiones, CARREFOUR informó cuales condiciones estaban cumplidas, cuales no cumplidas y cuales dispensaba, y prorrogó el vencimiento de la Oferta al 13 de junio de 2012.

7. De acuerdo a lo manifestado el 31 de mayo de 2012 el Juzgado Comercial emitió una resolución autorizando la transacción, que fue apelada por seis acreedores quirografarios.
8. El expediente fue remitido a la Sala B de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial. Los apelantes paulatinamente desistieron de sus apelaciones, el último de ellos haciéndolo el 13 de junio de 2012, como consecuencia de lo cual el 14 de junio de 2012 el Juzgado Comercial emitió un certificado dando fe de que su resolución del 31 de mayo de 2012 se encontraba firme y consentida¹.
9. Es por ello que es dable concluir que la fecha de cierre de la operación notificada se produjo con fecha 14 de junio de 2012, siendo notificada en tiempo y forma, con fecha 21 de junio de 2012, ante esta Comisión Nacional.

I.2. La actividad de las partes

I..2.1. Por parte del comprador

10. CARREFOUR (anteriormente denominada SUPERMERCADOS NORTE S.A.): Es una sociedad anónima constituida en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Corresponde señalar que CARREFOUR absorbió completamente (por fusión-absorción².) a CARREFOUR ARGENTINA S.A., quedando la misma disuelta. CARREFOUR se dedicada al rubro retail en la República Argentina (venta minorista a través de hipermercados, supermercados y autoservicios, de alimentos y non-food).
11. Los accionistas de CARREFOUR son: NORFIN HOLDER S.L. e INVERSIONES PRYCA S.A., dos subsidiarias de CARREFOUR S.A., casa matriz de la firma, con sede

¹ Fs. 197 del expediente.

² Dictamen N° 49, correspondiente al Expediente N° 064-015759/99 - Conc. N° 7- caratulado "SUPERMARKETS HOLDING CO. y LOGIDIS", y el Expediente N° 064-019282/99 - Conc N° 17-, caratulado "CARREFOUR S.A. y PROMODES S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156"



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

en Francia, cuyo objeto es la comercialización minorista de productos comestibles y no comestibles a través de sus súper e híper mercados

12. NORFIN HOLDER S.L.: Es una sociedad limitada organizada y regularmente constituida conforme a las leyes de España. Tiene por objeto la adquisición, administración y enajenación, y en general, la tenencia de acciones y participaciones representativas del capital social de otras entidades, así como la dirección y gestión, por cuenta propia de valores de su propiedad y la colocación de recursos derivados de esta misma actividad.
13. INVERSIONES PRYCA S.A.: Es una sociedad anónima organizada y regularmente constituida conforme a las leyes de España. Tiene por objeto la inversión mobiliaria e inmobiliaria en todas sus formas de compraventa, arriendo y explotación, en nombre propio y/o ajeno; la financiación de venta a plazos relativas a bienes de cualquier clase o naturaleza; la promoción y participación en cualesquiera empresas mercantiles e industriales; la adquisición, tenencia y enajenación de fondos públicos, acciones u obligaciones de cualquier clase; la realización de actividades antecedentes, complementarias o consecuentes.
14. Al 31 de diciembre de 2012, los accionistas de CARREFOUR S.A. con una participación mayor al 5%, de acuerdo a lo informado, eran: (i) de carácter público: 81,81 %; y (ii) BLUE CAPITAL SARL³ (Société à Responsabilité Limitée, Sociedad de Responsabilidad Limitada): 9,43%. El resto de los accionistas que conforman el capital social del grupo poseen una participación inferior al 5%.
15. Por otra parte, cabe mencionar que CARREFOUR controla a las siguientes empresas:
16. BANCO DE SERVICIOS FINANCIEROS S.A.: Es una entidad financiera, por su parte CARREFOUR es titular del 60% del capital social.
17. HIPERBROKER S.A. (de acuerdo a lo informado se encuentra en liquidación): Es una sociedad anónima que desempeña su actividad principal en el rubro seguros. CARREFOUR es titular del 65% de su capital social.

³ De acuerdo a lo informado por las partes, conforme surge en la página 281 del documento titulado "2012 Registration Document – Annual Financial Report" disponible públicamente en la página web del Grupo Carrefour en <http://www.carrefour.com/sites/default/files/2012%20Registration%20Document.pdf> se ha expresado lo siguiente: La titularidad de Blue Capital, una sociedad de responsabilidad limitada formada bajo la ley de Luxemburgo, es la siguiente (i) 50% de Blue Partners Sàrl, una compañía formada bajo la ley de Luxemburgo e indirectamente controlada por los fondos de inversión Colony Investors VIII, LP y Colyzeo Investors II, LP, asesorados por Colony Capital LLC, una firma de inversión liderada por el Sr. Thomas J. Barrack, Jr; y (ii) 50% de Cervinia SA, una sociedad formada bajo la ley belga, indirectamente controlada por Groupe Arnault SAS.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

I.2.2. Las Concursadas

18. COMERCIOS RIOPLATENSES: sociedad anónima inscrita el 2 de junio de 2011 en el Registro Público de Comercio, Protocolo de Contratos y Disoluciones, Ministerio de Justicia de la Ciudad de Córdoba, Provincia de Córdoba. Sus controlantes a la fecha de la operación eran Eduardo Nelio González, 50% y Mariano Agustín Gaibisso 50%.
19. FORMATOS EFICIENTES: sociedad anónima constituida en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires el 31 de octubre de 1995, cuyos estatutos fueron inscriptos en la Inspección General de Justicia. Sus controlantes a la fecha de la operación eran Eduardo Nelio González, 50% y Mariano Agustín Gaibisso 50%.
20. Las Concursadas explotaban en la República Argentina una cadena de súper y mini mercados (autoservicios) bajo la marca "Súper Eki" y "Súper Eki Discount" (en adelante denominados "Eki").

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

21. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
22. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6°, inciso d) de la Ley N° 25.156.
23. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III.- PROCEDIMIENTO

24. Con fecha 21 de junio de 2012 los apoderados de las empresas notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación del respectivo Formulario F1 de notificación.
25. El día 25 de julio de 2012 esta Comisión Nacional consideró que el Formulario F1 presentado se hallaba incompleto, por lo que se efectuaron las observaciones, haciéndose saber a las partes que el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156 comenzó a correr desde el primer día hábil posterior al día 16 de julio de 2012 y que el



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

mismo quedaría suspendido hasta tanto no dieran cumplimiento en forma completa a lo requerido. Dicho proveído fue notificado el mismo día 25 de julio de 2012.

26. Finalmente, luego de varias presentaciones parciales, con fecha 5 de julio de 2017, las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado y reanudando el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

IV.1. Naturaleza de la Operación

27. Como fuera mencionado previamente, la presente operación de concentración consiste en la adquisición por parte de la firma INC S.A. (CARREFOUR) de 127 locales de venta minorista que las empresas COMERCIOS RIOPLANTENSES y FORMATOS EFICIENTES operaban bajo el formato conocido como "hard discount" con las marcas "Súper Eki" y "Súper Eki Discount".

Tabla N° 1. Comparación de las actividades de las empresas afectadas (compradora y objeto) en Argentina

Empresas afectadas		Actividad económica principal	Cobertura geográfica
Grupo objeto	COMERCIOS RIOPLATENSES	Venta al por menor en supermercados y autoservicios con predominio de productos alimenticios y bebidas, bajo las marcas "Súper Eki" y "Súper Eki Discount".	127 locales de venta minorista en la Ciudad de Buenos Aires y en Gran Buenos Aires.
	FORMATOS EFICIENTES		Los 19 locales supermercado se superponen con la red de CARREFOUR en la Ciudad de Buenos Aires y en la Zona Norte y en la Zona Sur del Gran Buenos Aires.
			Los 108 locales autoservicio se superponen con la red de CARREFOUR en la Ciudad de Buenos Aires.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Empresas afectadas		Actividad económica principal	Cobertura geográfica
Grupo comprador	CARREFOUR	<p>Venta al por menor en hipermercados, supermercados y autoservicios con predominio de productos alimenticios y bebidas, bajo la marca "Carrefour".</p> <p>Elaboración a través de contratos con terceros de productos de marca propia, para su posterior comercialización en locales propios. En el rubro alimentación con las marcas "Carrefour" y "Etiqueta Negra", en el rubro de artículos de limpieza con la marca "Carrefour", en el rubro higiene personal y perfumería con las marcas "Les Cosmetiques" y "Carrefour", en el rubro hogar, jardín, bazar y blanco con las marcas "Carrefour", "Jardín & Deco", "Tex", "Casa & Deco" y "Uno"; en el rubro de deportes con la marca "Top Life", en el rubro artículos para bebés con la marca "Tex", y en el rubro electrónica con las marcas "Home", "Bluesky" y "Carrefour".</p> <p>Venta al por mayor en hipermercados con predominio de productos alimenticios y bebidas, bajo la marca "Atacadao".</p>	<p>En venta minorista, posee 185 locales que operan bajo los formatos de hiper y supermercado en todo el país, entre ellos en la Ciudad de Buenos Aires, localidades de la Zona Norte y la Zona Sur de Gran Buenos Aires, donde se dan los solapamientos.</p> <p>En venta minorista, posee 83 locales que operan bajo el formato de autoservicio en la Ciudad de Buenos Aires, donde se produce el solapamiento con el objeto de la operación.</p> <p>En venta mayorista, posee dos locales en las localidades del conurbano bonaerense de Claypole y Laferrere.</p>

Fuente: CNDC en base a información aportada por las notificantes.

28. Las empresas COMERCIOS RIOPLANTENSES y FORMATOS EFICIENTES solicitaron en noviembre de 2011 la apertura de un concurso preventivo, dado el deterioro de su situación financiera. Ante tal situación, CARREFOUR realizó una oferta de transferencia parcial del fondo de comercio de COMERCIOS RIOPLANTENSES y FORMATOS EFICIENTES para adquirir y recibir en transferencia los contratos de locación de sus locales, los contratos de trabajo del personal vinculado a dichas sucursales, entre otros activos.

29. Los locales que operaban las empresas FORMATOS EFICIENTES y COMERCIOS RIOPLATENSES, pertenecían al segmento de venta minorista de alimentos y productos no alimenticios denominado "hard discount" o tienda de descuento, formato que se caracteriza por poseer una gama de ítems no muy extensa (no más de 500), ofrecer pocos servicios, trabajar con marcas propias en numerosos productos y utilizar una

(Handwritten marks)

(Handwritten signature and initials)



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



política de precios muy agresiva. Por su parte, la empresa adquiriente ha manifestado que a partir de la presente operación los locales transferidos serán remodelados en su totalidad y reabiertos bajo las marcas "Carrefour Express" para el formato de autoservicio y "Carrefour Market" para el formato de supermercado.

30. En este sentido, los locales comerciales objeto de la presente operación, aunque serán destinados al comercio minorista de alimentos y productos no alimentarios, no pertenecerán al segmento del mercado de retail de "hard discount" sino que, se sumarán al formato de supermercado y al formato de autoservicios, los cuales ya eran operados por la empresa CARREFOUR con anterioridad a esta operación.
31. Así las cosas, la presente operación económica dará origen a relaciones horizontales en el mercado de hiper y supermercados de comercio minorista de alimentos y productos no alimentarios, así como también una relación horizontal en el formato de autoservicios. Considerando la localización geográfica de los locales transferidos se analizará las respectivas relaciones horizontales en los mercados locales de Capital Federal, la Zona Norte y la Zona Sur de Gran Buenos Aires, en el caso de súper e hipermercados y en Capital Federal en el caso de autoservicios.
32. En otras operaciones que han afectado al supermercadismo esta Comisión ha considerado los efectos en relación a los proveedores de las cadenas de hiper y supermercados.⁴ En la etapa de abastecimiento minorista, los demandantes son los diversos formatos en los que se presenta el comercio minorista y los oferentes son las empresas proveedoras o productoras de los bienes que venden aquellos. El análisis del impacto de la operación sobre el mercado de abastecimiento está destinado a evaluar si la operación notificada le confiere a las empresas involucradas la capacidad de actuar en forma monopsónica u oligopsónica, ejerciendo un poder de mercado que les permita influir sobre el funcionamiento del mercado de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

IV.2. Efectos Económicos de la Operación

IV.2.1. Hipermercados y Supermercados

33. A raíz de la presente operación, la empresa CARREFOUR pasaría a incorporar 19

⁴ Dictamen N° 49, correspondiente al Expediente N° 064-015759/99 - Conc. N° 7- caratulado "SUPERMARKETS HOLDING CO. y LOGIDIS", y el Expediente N° 064-019282/99 - Conc N° 17-, caratulado "CARREFOUR S.A. y PROMODES S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156" y el Dictamen N° 621, correspondiente al Expediente N° S01:0086877/2007, caratulado "INVERSIONES AUCHAN S.A., AUCHAN ARGENTINA S.A. y WAL MART ARGENTINA SRL S/ NOTIFICACION ARTICULO 8 LEY N° 25.156 (Conc. 623)".



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

locales que operarían bajo el formato de supermercado, agregándose a los 185 locales que la empresa operaba en el país a agosto de 2016, bajo el formato hipermercado y supermercado, dedicados a la comercialización a nivel minorista de un amplio conjunto de productos adquiridos con regularidad por parte de los consumidores para satisfacer principalmente sus demandas de alimentos, bebidas e higiene, entre otras.

34. Para cubrir las distintas demandas, la actividad de comercio minorista se desarrolla mediante una gran diversidad de formatos que abarca desde las grandes superficies de venta como los hipermercados, hasta los pequeños comercios tradicionales. En oportunidades anteriores⁵, la CNDC ha distinguido entre los diversos formatos a partir de las características que se describen en el siguiente cuadro.

Tabla N° 2. Características de los distintos formatos del comercio minorista

Formato	Superficie en m ²	N° de cajas	Cantidad de ítems	Sistema de venta
Hipermercado	Más de 4.000	Más de 4	40.000	Autoselección
Supermercado	Entre 1.000 y 4.000	4 o más	Entre 10.000 y 20.000	Autoselección
Hard Discount	Menos de 500	Más de 2	Entre 500 y 1.000	Autoselección
Autoservicio	Menos de 1.000	Entre 1 y 3	Más de 1.000	Autoselección
Tradicional	Variable	1	Especializado	Personalizada

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada sobre la industria.

35. En la fusión Carrefour/ Norte ya citada, esta CNDC concluyó que las compras efectuadas en los supermercados e hipermercados se encuentran claramente diferenciadas de las que se realizan en los restantes formatos, y, por lo tanto, estos conforman un mercado relevante del producto distinto a los restantes formatos del comercio minorista.

36. En lo que refiere al alcance geográfico del mercado, en oportunidades anteriores⁶ se han analizado los efectos de la operación a nivel nacional, considerando que las firmas

⁵Por ejemplo, el Dictamen N° 49, correspondiente al Expediente N° 064-015759/99 - Conc. N° 7- caratulado "SUPERMARKETS HOLDING CO. y LOGIDIS", y el Expediente N° 064-019282/99 - Conc N° 17-, caratulado "CARREFOUR S.A. y PROMODES S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156" y el Dictamen N° 621, correspondiente al Expediente N° S01:0086877/2007, caratulado "INVERSIONES AUCHAN S.A., AUCHAN ARGENTINA S.A. y WAL MART ARGENTINA SRL S/ NOTIFICACION ARTICULO 8 LEY N° 25.156 (Conc. 623)".

⁶ Ibidem.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

elaboran políticas comerciales en forma centralizada para todo el país, en cuestiones de abastecimiento, publicidad y estrategia de expansión. Asimismo, considerando que se trata de locales de comercio minorista, esta CNDC definió mercados locales solo en aquellas zonas en las que se verificó la existencia de una relación horizontal entre las empresas involucradas, esto es aquellas zonas en las que ambas compañías poseen al menos un supermercado o hipermercado minorista.

37. A los efectos del análisis de la presente operación, se debe considerar que, de los locales transferidos a CARREFOUR, únicamente 19 han sido destinados al formato supermercado, abriendo sus puertas bajo el nombre "Carrefour Market". De ese total, 15 se localizan en Ciudad de Buenos Aires, tres en la zona norte del GBA (en las localidades de Vicente López, San Isidro y Pilar) y uno en la zona sur de GBA (en la localidad de Adrogué). Siguiendo el criterio mencionado, se analizarán los efectos de la operación en lo que refiere al mercado de producto de supermercados e hipermercado en la Ciudad de Buenos Aires y la zona norte y sur del GBA. Asimismo, también se harán algunas consideraciones de dimensión nacional respecto del mercado de comercio minorista en el formato supermercado e hipermercado.

Mercado nacional

38. En la tabla siguiente se presentan las participaciones de mercado de los supermercados e hipermercados CARREFOUR, considerando los locales transferidos, a nivel nacional.

Tabla N°3: Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado nacional de super e hipermercados según facturación.

Por Cadena	2012	2013	2014	2015
Carrefour + Locales objeto	21,30%	20,70%	20,70%	20,40%
Día	1,40%	1,50%	1,70%	1,60%
CENCOSUD	21,70%	21,30%	20,40%	19,70%
Coto	13,00%	12,90%	13,30%	14,00%
La Anónima	9,60%	10,10%	10,80%	11,20%
GRUPO WAL-MART	12,40%	12,90%	13,00%	13,50%
Otros	20,70%	20,70%	19,90%	19,10%
Total Nacional	100%	100%	100%	100%

HHI pre - fusión	1.087
HHI post - fusión	1.107
Δ HHI	20

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

39. Tal como surge del cuadro precedente, a partir de la operación en análisis la empresa



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

adquiriente, según datos 2015, pasaría a tener una participación de mercado de 20,4% y CARREFOUR incrementaría su participación en forma insignificante, apenas 0,5%, lo cual no representa una preocupación en lo que refiere a la competencia.

Mercados locales

Ciudad de Buenos Aires

40. En el marco de la presente operación se transfieren 15 locales ubicados en la Ciudad de Buenos Aires que operarán como supermercado bajo la marca "Carrefour Market". Se detalla seguidamente su distribución geográfica dentro de la institución indicada, así como sus principales características (superficie y cantidad de cajas).

Tabla N° 3. Supermercados transferidos a CARREFOUR en Ciudad de Buenos Aires

N° de tienda	Barrio	Dirección	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
1	Villa Crespo	Av. Corrientes 5645	458	4
2	Devoto	Av. Francisco Beiró 5204	917	4
3	Flores	Fray Cayetano Rodríguez 67	725	4
4	Once	Av. Rivadavia 3221	749	4
5	Almagro	Av. Díaz Vélez y Medrano	540	4
6	Recoleta 1	Av. Córdoba 1631	745	4
7	Barracas	Av. Montes de Oca 970	556	4
8	Carranza	Av. Santa Fe 5234	616	4
9	Montserrat	Av. Belgrano 1160	570	4
10	V. Del Parque 2	Av. Francisco Beiró 3342	575	4
11	Recoleta 2	Av. Córdoba 2529	531	4
12	Núñez 2	Av. Cabildo 4047	483	4
13	San Telmo	Av. Independencia 456	667	4
14	Caballito	Av. Rivadavia 5973	560,3	4
15	Villa Soldati	Mariano Acosta 3624	574	6



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

41. A continuación, se presentan las participaciones de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de súper e hipermercado en la Ciudad de Buenos Aires, considerando los locales transferidos en la presente operación que funcionan bajo el formato de súper e hipermercado.

Tabla N° 4. Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de súper e hipermercado de CABA, según facturación.

Por Cadena	2012	2013	2014	2015
Carrefour + Locales objeto	22,20%	23,70%	23,30%	22,90%
Dia	0,20%	0,20%	0,60%	0,70%
CENCOSUD	30,40%	29,04%	28,02%	27,32%
Coto	41,30%	40,90%	42,00%	43,30%
GRUPO WAL-MART	5,20%	5,61%	5,52%	5,33%
Otros	0,80%	0,70%	0,70%	0,70%
Total CABA	100%	100%	100%	100%

HHI pre - fusión	2.609
HHI post - fusión	2.714
Δ HHI	106

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

42. La participación de CARREFOUR en el mercado de súper e hipermercado de la Ciudad de Buenos Aires fue de 20,3% en el año 2015. La participación correspondiente a los locales objeto fue de 2,6% en el mismo año, por lo que, a partir de la presente operación, CARREFOUR pasaría a tener una participación de mercado de 22,9% tal como se observa en la tabla precedente.
43. Por su parte, la presente operación no genera un incremento importante en el Índice de Herfindahl y Hirschman (IHH) vigente en el mercado de súper e hipermercados en la Ciudad de Buenos Aires. En efecto, si tomamos como base las cifras del año 2015 y consideramos el valor de dicho índice antes y después de la operación de concentración, vemos que el mismo pasa de 2.609 puntos a 2.714 puntos. La variación del IHH sería, entonces, de 106 puntos⁷. Tal variación no resulta preocupante atento que, en definitiva, CARREFOUR no alcanzaría una elevada participación ni los locales

⁷ En efecto, de acuerdo con las pautas estadounidenses sobre concentraciones horizontales (*Horizontal Merger Guidelines*, FTC-DOJ, 2010) un mercado cuyo IHH está por encima de los 2500 puntos puede considerarse como "altamente concentrado". Conceptos similares aparecen en las pautas británicas sobre operaciones de concentración económica (*Merger Assessment Guidelines*, OFT, 2010), sección 5.3, página 40.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

objeto le aportan un incremento significativo.

44. En virtud de lo expuesto, esta Comisión considera que la presente operación no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia en lo que respecta al mercado de súper e hipermercados en la Ciudad de Buenos Aires, por cuanto sus efectos en dicho mercado no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general.

Zona Norte del Gran Buenos Aires

45. En el marco de la presente operación se transfieren 3 locales ubicados en la Zona Norte del Gran Buenos Aires que operarán como supermercado bajo la marca "Carrefour Market". La localización y las características de estos locales se detallan a continuación.

Tabla N° 5. Supermercados transferidos a CARREFOUR en Zona Norte de Gran Buenos Aires

N° de tienda	Dirección	Localidad	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
1	Av. Maipú 2960	Vicente López	816	4
2	Cosme Beccar 437	San Isidro	683	4
3	Ramírez 43	Pilar	564	4

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

46. Considerando la ubicación de los locales transferidos y la amplitud del área geográfica considerada, además del análisis de las participaciones de mercado en la Zona Norte de Gran Buenos Aires, se hará un análisis cualitativo considerando las distintas localidades donde se ubican los locales objeto: Vicente López, San Isidro y Pilar.

47. En el mapa a continuación se observa la ubicación de los locales objeto en Vicente López y San Isidro, respectivamente, y la ubicación de los supermercados e hipermercados de CARREFOUR y sus competidores en estas localidades y aquellas aledañas.



Ministerio de Producción

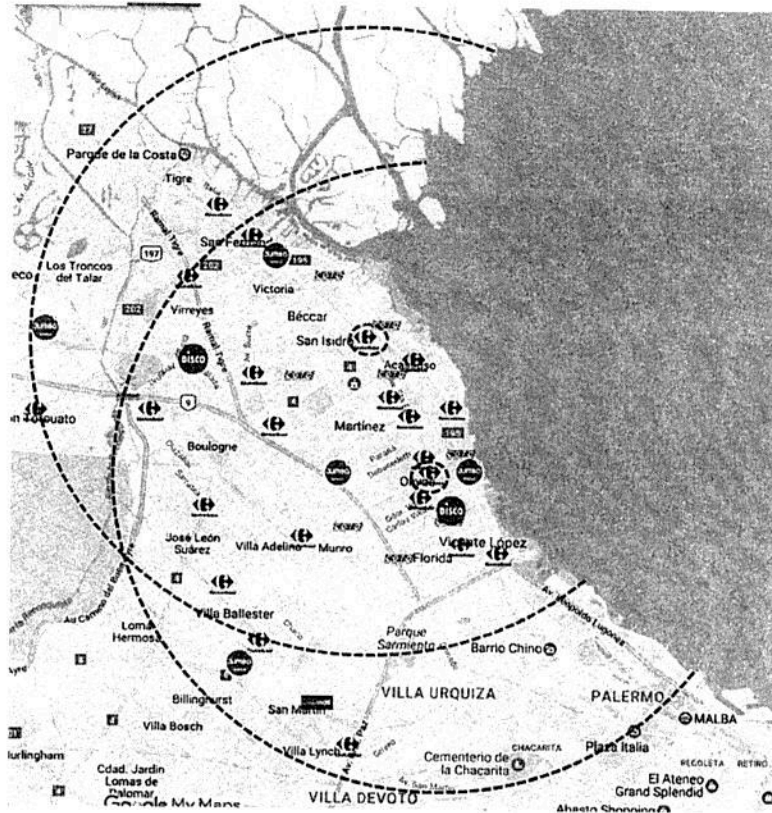
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MAPA VALERIA HERMOSO
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Mapa N° 1. Localidades de San Isidro y Vicente López y localidades aledañas.



Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

- 48. En la localidad de San Isidro, en adición al local objeto hay otros seis locales CARREFOUR que se ubican entre la calle Paraná, delimitando al sur, y la Panamericana delimitando al oeste. Sin embargo, en esa misma zona se ubican cuatro locales de Coto y una sucursal de Jumbo, para mencionar los supermercados e hipermercados más significativos.
- 49. En la localidad de Vicente López, delimitada por la General Paz al sur y la Panamericana al oeste, además del local objeto, se ubican otros cuatro locales CARREFOUR. A su vez, en dicha zona también existen tres sucursales de Coto, una sucursal de Disco y una sucursal de Jumbo, para mencionar los supermercados e hipermercados más significativos.
- 50. A continuación, se presenta el mapa de la localidad de Pilar, y la ubicación de local objeto, otros locales CARREFOUR y otras sucursales de sus competidores.

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

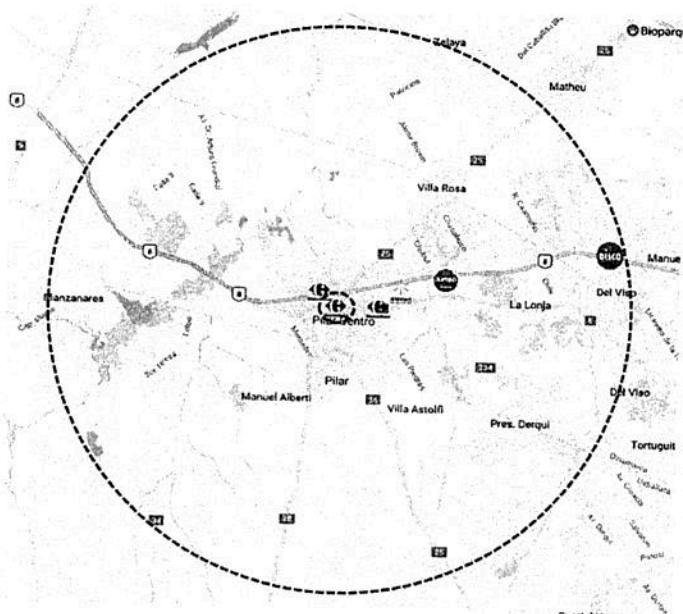


Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Mapa Nº 2. Localidad de Pilar y localidades aledañas



Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

51. En la localidad de Pilar, además del local objeto se ubican otras dos sucursales CARREFOUR En dicha zona opera también una sucursal Jumbo y una sucursal Disco, ambas del Grupo Cencosud, además de una sucursal de Coto.
52. De manera de sopesar el impacto de la presente operación en la Zona Norte del Gran Buenos Aires, se considerarán las participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en toda la Zona Norte.

Tabla Nº 6. Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de super e hipermercados de Zona Norte del Gran Buenos Aires, según facturación.

Super e Hipermercados	Zona Norte de Gran Buenos Aires			
Por Cadena	2012	2013	2014	2015
INC (Carrefour)	44,90%	43,10%	43,00%	43,70%
Locales objeto	0,40%	1,00%	0,90%	0,80%
Día	3,00%	3,10%	2,90%	2,50%
CENCOSUD	20,90%	20,90%	20,00%	19,60%
Coto	22,10%	22,90%	23,50%	23,90%
GRUPO WAL-MART	8,00%	8,30%	9,00%	8,80%
Otros	0,70%	0,70%	0,70%	0,70%
Total Zona Norte	100%	100%	100%	100%
HHI pre - fusión				2.691
HHI post - fusión				2.761
Δ HHI				70



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

53. Tal como se observa en la tabla precedente, la participación de CARREFOUR en el mercado de súper e hipermercado en la Zona Norte del Gran Buenos Aires fue de 43,7% en el año 2015. La participación de mercado correspondiente a los locales objeto fue de 0,8% en el mismo año, por lo que, a partir de la presente operación, CARREFOUR pasaría a tener una participación de mercado de 44,5%. En este sentido, CARREFOUR posee una posición de liderazgo en el mercado de súper e híper de la Zona Norte de Gran Buenos Aires que es pre-existente a la presente operación, puesto que adiciona una participación menor a 1% a partir de la misma.
54. Por su parte, la presente operación no genera un incremento importante en el Índice de Herfindahl y Hirschman (IHH) vigente en el mercado de súper e hipermercados en la Zona Norte del Gran Buenos Aires. En efecto, si tomamos como base las cifras del año 2015 y consideramos el valor de dicho índice antes y después de la operación de concentración, vemos que el mismo pasa de 2.691 puntos a 2.761 puntos. La variación del IHH sería, entonces, de apenas 70 puntos.
55. De acuerdo a estos datos se observa que es un mercado altamente concentrado de acuerdo a estándares internacionales⁸ pero la variación del nivel de concentración originado por la operación bajo análisis no resulta preocupante desde el punto de vista de la competencia, según los mismos estándares. En efecto la presente operación no modifica sustancialmente las condiciones de competencia del mercado de súper e hipermercados en la Zona Norte del Gran Buenos Aires, que ya estaba concentrado antes de la operación en marras, según lo indica su IHH ex-ante y los locales objeto incrementarán la participación de Carrefour en menos del 1% (según datos 2015).
56. En virtud de lo expuesto, esta Comisión considera que la presente operación no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia en lo que respecta al mercado de súper e hipermercados en la Zona Norte del Gran Buenos Aires, por cuanto sus efectos en dicho mercado no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general.

Zona Sur del Gran Buenos Aires

⁸ En efecto, de acuerdo con las pautas estadounidenses sobre concentraciones horizontales (*Horizontal Merger Guidelines*, FTC-DOJ, 2010) un mercado cuyo IHH está por encima de los 2500 puntos puede considerarse como "altamente concentrado". Adicionalmente, un incremento en el IHH de más de 200 puntos es visto en dichas pautas como un factor que presumiblemente "incrementará el poder de mercado" de las empresas involucradas (sección 5.3, página 19). Conceptos similares aparecen en las pautas británicas sobre operaciones de concentración económica (*Merger Assessment Guidelines*, OFT, 2010), sección 5.3, página 40.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA

57. En el marco de la presente operación se transfiere un local localizado en la Zona Sur del Gran Buenos Aires que operará como supermercado bajo la marca "Carrefour Market". La localización y las características de este local se detalla a continuación.

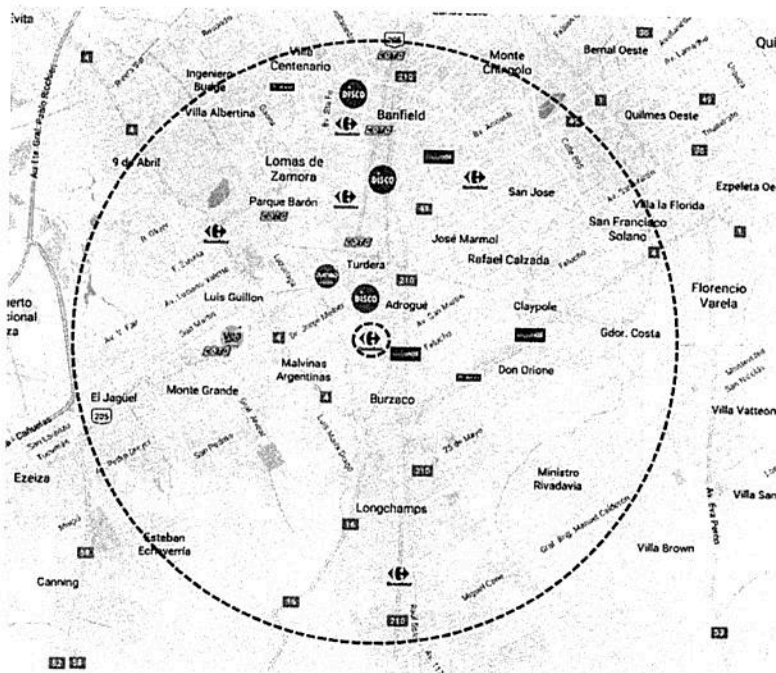
Tabla N° 7. Supermercados transferidos a CARREFOUR en Zona Sur de Gran Buenos Aires

N° de tienda	Dirección	Localidad	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
1	Alte. Seguí 849	Adrogué	553	4

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

58. En el mapa a continuación se observa el local objeto, los locales de CARREFOUR y las sucursales de los competidores en la localidad de Adrogué.

Mapa N° 3. Localidad de Adrogué y localidades aledañas



Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

59. Tal como se observa en el mapa precedente, el local objeto es la única sucursal de CARREFOUR en Adrogué. Cercanos a este local se encuentran ubicados locales de Disco, Jumbo y Chango Más, para mencionar las cadenas de supermercados e hipermercados más relevantes.

60. De manera de sopesar el impacto de la presente operación en la Zona Sur del Gran Buenos Aires, se considerarán las participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en toda la Zona Sur.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Tabla N° 8. Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de súper e hipermercados de Zona Sur del Gran Buenos Aires, según facturación.

Super e Hipermercados Por Cadena	Zona Sur de Gran Buenos Aires			
	2012	2013	2014	2015
INC (Carrefour)	28,10%	28,80%	29,00%	30,90%
Locales objeto	0,20%	0,30%	0,30%	0,30%
Día	4,00%	3,90%	4,50%	3,90%
CENCOSUD	17,60%	17,10%	16,20%	15,70%
Coto	28,10%	28,50%	28,70%	28,20%
GRUPO WAL-MART	15,10%	14,70%	14,20%	14,40%
Otros	6,90%	6,70%	6,90%	6,60%
Total Zona Sur	100%	100%	100%	100%

HHI pre - fusión	2.016
HHI post - fusión	2.035
Δ HHI	19

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

61. La participación de CARREFOUR en el mercado de súper e hipermercado en la Zona Sur del Gran Buenos Aires fue de 30,9% en el año 2015. La participación correspondiente a los locales objeto fue de 0,3% en el mismo año, por lo que, a partir de la presente operación, CARREFOUR pasaría a tener una participación de mercado de 31,2% tal como se expone en la tabla precedente, con un efecto insignificante en el IHH.
62. En virtud de lo expuesto, esta Comisión considera que la presente operación no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia en lo que respecta al mercado de súper e hipermercados en la Zona Sur del Gran Buenos Aires, por cuanto sus efectos en dicho mercado no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general.

IV.2.2. Autoservicio

63. Tal como ya ha sido mencionado, la presente operación contempla la transferencia de 108 locales que serán operados por CARREFOUR bajo el formato autoservicios, los cuales se suman a las 83 sucursales de comercio minorista operando bajo el formato de autoservicio que ya poseía CARREFOUR en la Ciudad de Buenos Aires al momento de la transferencia.

64. Los autoservicios son comercios minoristas de proximidad que tienen como objetivo los



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

consumidores que realizan compras frecuentes, de escaso volumen y monto en las cercanías de sus hogares. En este formato cabe destacar a los autoservicios de residentes chinos, los cuales ha sido los primeros en expandirse entre 2001 y 2010 en Argentina.⁹ En cuanto a CARREFOUR, su expansión en el formato autoservicio comenzó en 2010 con la apertura de las primeras sucursales de "Carrefour Express", expansión que continúa al día de la fecha y que fue consolidada con la presente adquisición de EKI.¹⁰

65. Las diferencias que se han observado entre los formatos de híper y supermercado y el formato autoservicio, se pueden resumir en el tipo de compra que realiza el consumidor en cada uno de los comercios: una compra más cuantiosa, de mayor valor, para abastecer el hogar por un tiempo más prolongado y cuyo cliente tiene, por ende, capacidad para trasladarse una distancia mayor, probablemente en vehículo particular, en el caso de los supermercados e hipermercados, mientras que, compras más reducidas pero más frecuentes, que suplen necesidades más inmediatas de un cliente que se encuentra en la cercanía, es la demanda que tienden a satisfacer los autoservicios.
66. En efecto, en función de la información presentada por las partes, se ha encontrado que el valor del ticket promedio del hipermercado es entre seis y siete veces mayor al valor del ticket promedio del autoservicio, y el valor del ticket promedio del supermercado más que duplica aquel del autoservicio. Por su parte, la frecuencia de compra mensual en las sucursales autoservicio más que triplica a la del hipermercado y casi duplica a la del supermercado. En cambio, la diferencia existente entre la frecuencia de compra mensual entre el formato híper y súper no es tan pronunciada, reafirmandose la

⁹ La expansión de comercios de proximidad durante la primera década del nuevo milenio revierte la tendencia de la década del 90, durante la cual se dio un desarrollo significativo en comercios de grandes superficies (como super e hipermercados) en la industria supermercadista. Ver: <http://www.aam-ar.org.ar/?optimismo-moderado-y-expectativa-creciente&page=ampliada&id=561&s=&page> (última visita: 5/10/2015) y Lic. Ablin, Amalie. La rutina es el cambio. *Alimentos Argentinos*. Número 55. Octubre 2012. Pags 41 a 48.

¹⁰ Durante este mismo período se destacó el crecimiento de las cadenas de tiendas de descuento, denominadas "hard discount", las cuales se caracterizan por poseer pocas góndolas, presentar la mercadería en cajas, tener poca decoración, contar con pocas cajas y empleados y principalmente poseer una gama de ítems no muy extensa, mayoritariamente de marcas propias o marcas económicas y ofrecer pocos servicios. Las principales cadenas de descuento en la Argentina eran DIA%, LEADER PRICE y EKI. La de mayor crecimiento fue DIA%, quien en 2015 contaba con 724 sucursales, de las cuales 486 eran franquicias¹⁰. Sin embargo, este formato ha perdido peso en los últimos años, señal de ello es la desaparición de la cadena LEADER PRICE a partir de su fusión con la cadena EKI (marca operada por FORMATOS EFICIENTES y COMERCIOS RIOPLATENSES), y la quiebra de FORMATOS EFICIENTES y COMERCIOS RIOPLATENSES y la consecuente desaparición de la cadena EKI. Asimismo, la cadena DIA% ha ido modificando su perfil (incorporando más productos de primeras marcas, modificando la estética de sus locales, ampliando el tamaño de sus sucursales), asimilándose al formato de supermercado y al formato de autoservicio, por lo que, en lo que refiere al presente análisis, esta cadena será considerada dentro de estos formatos.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA NERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

diferencia en el tamaño de la compra que ya planteaba la variable del valor promedio del ticket de compra entre los distintos formatos.

67. En lo que refiere al alcance geográfico del mercado, al igual que en el caso de los súper e hipermercados se hará un análisis nacional y un análisis local. Respecto al análisis local, cabe considerar que los locales transferidos se localizan en la Ciudad de Buenos Aires, la zona Norte del GBA y la zona sur del GBA, habiéndose transferido 39 locales que corresponden a este formato en CABA y 69 en GBA. Por su parte, CARREFOUR tenía con anterioridad a la presente operación 83 sucursales de comercio minorista operando bajo el formato de autoservicio únicamente en CABA, por lo que se analizarán los efectos horizontales en el segmento Autoservicio en el mercado de Ciudad Autónoma de Buenos Aires.¹¹

Mercado Nacional

68. A continuación, se presentan las participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de comercio minorista bajo formato autoservicio, a nivel nacional.

Tabla Nº 9. Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de autoservicios a nivel nacional, según facturación.

Por Cadena	2012	2013	2014	2015
Carrefour + Locales objeto	2,50%	4,30%	5,30%	5,80%
Día	14,00%	15,60%	18,80%	20,30%
CENCOSUD	0,60%	0,50%	0,50%	0,40%
Coto	1,30%	1,10%	1,20%	1,20%
GRUPO WAL-MART	0,20%	0,30%	0,30%	0,30%
Comercios de Residentes				
Chinos	62,70%	60,20%	55,60%	54,60%
Otros	18,50%	17,80%	18,50%	17,40%
Total Nacional	100%	100%	100%	100%

¹¹ Considerando que los autoservicios son comercios de proximidad, se podría considerar que, el área de influencia de cada uno de los locales objeto, ahora devenidos en tiendas de autoservicio, se podría reducir a un área circular alrededor del mismo de, aproximadamente, 5 cuadras de radio. En este sentido, se podrían definir tantos mercados relevantes en la Ciudad de Buenos Aires como áreas en las que, tomando como centro un local objeto, se sitúe otro autoservicio de CARREFOUR en un radio de hasta 5 cuadras. Sin embargo, considerando que, en lo que refiere al mercado de autoservicios, la presente operación comprende la transferencia de 39 locales en la Ciudad de Buenos Aires, situados en distintos barrios de la Capital Federal, esta Comisión considera que, los efectos locales de la presente operación en el mercado de Ciudad de Buenos Aires, pueden ser medidos considerando toda la Capital como un mercado geográfico relevante, atento a que, la superposición de los distintas áreas circulares cuyo epicentro sea un local objeto cubre, en definitiva, la superficie de la mayor parte de la Capital Federal y considerando, también, la presencia de una red de transporte público más desarrollada que permite una mejor y más fácil movilidad por la ciudad.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

HHI pre - fusión	3.608
HHI post - fusión	3.623
Δ HHI	16

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

69. Tal como surge de la tabla precedente, son los autoservicios asiáticos que lideran este mercado. Sin embargo, dado que no se trata de cadenas y, por lo general, son negocios pequeños y familiares, se trata de un mercado atomizado. A partir de la presente operación, CARREFOUR pasaría a tener una participación de mercado de 5,8% en 2015 (3,7% propios y 2,1% correspondiente a los locales objeto) en este formato a nivel nacional, según datos 2015, lo cual no constituye una preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia.

Mercados locales

Ciudad de Buenos Aires

70. En el marco de la presente operación se transfieren 39 locales localizados en la Ciudad de Buenos Aires que operarán como autoservicio bajo la marca "Carrefour Express". La localización y las características de estos locales se detallan a continuación.

Tabla N° 10. Autoservicios transferidos a CARREFOUR en Ciudad de Buenos Aires

N° de tienda	Dirección	Localidad	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
1	Lugano	Av. Castaños 4854	202	2
2	Medrano	Medrano 686	140	2
3	Santa Fe	Av Santa Fe 5052	170	2
4	Belgrano	Av. Belgrano 3447	188	2
5	Gaona	Av. Gaona 1384	198	2
6	Belgrano 2	Av. Belgrano 1562	239	2
7	La Boca	Olavarria 469	228	2
8	Carlos Calvo	Carlos Calvo 1826	196	2
9	Charcas	Charcas 3940	300	2
10	Fray Cayetano	F. Cayetano 464	184	2
11	Jean Jaures	Jean Jaures 318	192	2



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Nº de tienda	Dirección	Localidad	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
12	Centenera	Centenera 177	185	2
13	Pompeya	Av. Almafuerde 880	179	2
14	San Juan 2	Av. San Juan 4351	383	2
15	Caseros	Av. Caseros 2423	196	2
16	San Juan 3	Av. San Juan 3900	182	2
17	Venezuela	Venezuela 4086	234	2
18	Caseros 2	Av. Caseros 3535	194	2
19	Federico Lacroze	F. Lacroze 3178	267	2
20	Eva Perón	Av. E. Perón 3479	236	2
21	Villa Luro	Av. Rivadavia 9436	176	2
22	San Juan 4	Av. San Juan 1374	285	2
23	Chacarita	Corrientes 5980	218	2
24	La Rioja	La Rioja 2040	214	2
25	Paternal	San Martín 2289	196	2
26	Montañeses	Montañeses 2067 (Capital)	226	2
27	Alberdi	Juan Bautista Alberdi 2362	296	2
28	Villa del Parque	Pedro Lozano 3150	264	2
29	Chacarita 2	Federico Lacroze 4106	221	2
30	Pacífico	Santa Fe 4489/91	197	2
31	Corrientes 3	Av. Corrientes 4939	214	2
32	Borges	J. L. Borges (Ex Serrano) 2463-65	157	2
33	Constitución	Salta 1637/39	144	2
34	Cabildo	Cabildo 2865	200	2



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Nº de tienda	Dirección	Localidad	Superficie (m2)	Cantidad de cajas
35	Mataderos	J. B. Alberdi 5719/23	202	2
36	Gaona 2	Gaona 3567	200	2
37	Perú	Perú 916	200	2
38	Corrientes	Av. Corrientes 1974	182	2
39	Tucumán	Tucumán 2173 U.F. 1 PB	200	4

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

71. A continuación, se presentan las participaciones de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de autoservicios en la Ciudad de Buenos Aires, considerando los locales transferidos en la presente operación que funcionan bajo el formato de autoservicios

Tabla Nº 11. Participaciones de mercado de CARREFOUR y sus competidores en el mercado de autoservicios de CABA, según facturación.

Por Cadena	2012	2013	2014	2015
Carrefour + Locales objeto	4,60%	6,90%	8,70%	9,60%
Día	10,10%	11,80%	15,50%	17,80%
Coto	2,10%	2,10%	2,20%	2,30%
GRUPO WAL-MART	0,60%	0,70%	0,70%	0,70%
Comercios de Residentes				
Chinos	82,20%	78,20%	72,60%	69,20%
Otros	0,50%	0,40%	0,40%	0,40%
Total CABA	100%	100%	100%	100%

HHI pre - fusión	5.179
HHI post - fusión	5.204
Δ HHI	24

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

72. Al igual que lo que sucede a nivel nacional, el mercado de autoservicios de la Ciudad de Buenos Aires se encuentra liderado por los comercios asiáticos. A partir de la presente operación, CARREFOUR pasará a tener una participación de mercado de 9,6% (8,1% propio y 1,5% correspondiente a los locales objeto) según datos 2015 en Capital Federal, lo cual no constituye una preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

IV.2.3. Mercado de Abastecimiento

73. Tal como la CNDC ha establecido en oportunidades anteriores¹², el análisis del mercado de abastecimiento busca determinar si los supermercados poseen un poder de compra en el mercado de proveedores "aguas arriba" que pueda resultar perjudicial para el interés económico general. En este sentido, se busca analizar si las cadenas de supermercados podrían obtener de los proveedores condiciones de compra ventajosas con relación a las que obtendrían en un entorno competitivo. En consecuencia, el mercado relevante del producto se encuentra conformado en este caso por las compras realizadas por las grandes cadenas de comercios minoristas. Con relación al mercado geográfico relevante, se entiende que tiene una extensión nacional.

74. A los efectos de evaluar la importancia de las empresas que participan de la presente operación de concentración económica en el mercado de abastecimiento minorista, se utilizarán sus participaciones dentro de la comercialización minorista a nivel nacional, considerando las participaciones de mercado por cadena –teniendo en cuenta todas las cadenas que operan en todo el país o, al menos, a nivel regional- y todos los formatos por medio de los cuales se realiza esta actividad.

Tabla N° 12. Participaciones de mercado según facturación por cadena - Nacional. Años 2012-2015.

Cadenas	Participaciones de mercado según facturación por cadena - Todos los formatos			
	2012	2013	2014	2015
Carrefour	18,90%	18,20%	18,20%	18,10%
Locales objeto	0,50%	1,10%	1,10%	1,10%
Día	6,50%	7,10%	7,90%	8,30%
CENCOSUD	18,80%	18,20%	17,50%	16,70%
COTO	11,60%	11,30%	11,70%	12,30%
La Anónima	9,10%	9,30%	9,60%	10,50%
GRUPO WM	10,80%	11,20%	11,10%	11,50%
LIBERTAD	3,00%	2,80%	2,60%	2,60%
ATOMO	1,60%	1,50%	1,50%	1,40%
COOP OBRERA	2,30%	2,50%	2,70%	2,80%
TOLEDO	0,60%	0,60%	0,60%	0,60%
LA GALLEGA	0,80%	0,80%	0,80%	0,80%
RESTO CADENAS	15,50%	15,40%	14,70%	13,30%
Total Nacional	100%	100%	100%	100%
Carrefour + Locales objeto	19,40%	19,30%	19,30%	19,20%

Fuente: Realizado por la CNDC en base a información presentada en el marco del presente expediente.

¹² Ibidem.



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MAESTRA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

75. Tal como se observa en la tabla precedente, la participación de mercado de CARREFOUR, considerando todos los formatos de comercio minorista a nivel nacional, es de 18,1% según datos 2015 y, considerando los locales transferidos, es del 19,2%. Esto implica que, a partir de la presente operación, CARREFOUR consolida una participación de mercado cercana al 20% a nivel nacional, lo cual, en lo que refiere al mercado "aguas arriba" de abastecimiento, no constituye una preocupación en lo que respecta a defensa de la competencia para esta Comisión.
76. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta Comisión no vislumbra que la presente operación de concentración económica genere o vaya a generar un problema de competencia en ninguno de los mercados analizados, por lo que no constituye una preocupación en lo que refiere a la defensa de la competencia.

IV. 3. cláusulas de restricciones accesorias

77. Habiendo analizado la documentación aportada en la presente operación, esta Comisión Nacional no advierte la presencia de cláusulas restrictivas de la competencia.

V. CONFIDENCIALIDAD

78. Las partes en su presentación inicial de fecha 21 de junio de 2012, las partes solicitaron la confidencialidad del Anexo 3.f), referido a las inversiones necesarias para la instalación de un supermercado o un autoservicio, acompañando en esa misma oportunidad una versión no confidencial de la información aportada.
79. En consecuencia, esta Comisión Nacional con fecha 5 de julio de 2012 ordenó desglosar la documentación obrante a fs. 249/251 del expediente y con ellos formar un Anexo Confidencial reservado por Secretaría Letrada, haciéndose lugar a la confidencialidad solicitada
80. Con fecha 1 de julio de 2014 las partes realizaron una presentación en respuesta a un requerimiento de información efectuado por esta Comisión. En dicha presentación las partes solicitaron la confidencialidad de la información brindada en los anexos acompañados, aportando en el mismo acto los resúmenes no confidenciales.
81. Con fecha 8 de agosto de 2014, esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente por Secretaría Letrada los Anexos 3. a) y b. iv. 1 Confidencial y Anexo 5 a) y b) CABA-Confidencial, Anexo 5 a) y b) GBA-Confidencial y Anexo 5 a) y b) Nacional-Confidencial, formándose el anexo correspondiente. En la misma providencia



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ARAPUA VALERIA HERRIOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

se solicitó a las partes ampliar el resumen no confidencial correspondiente al Anexo 5 a) y b).

82. En su presentación de fecha 9 de septiembre de 2014, las partes aportaron la información requerida por esta comisión conforme el párrafo anterior, acompañando a la misma presentación el Anexo 3 a) y b) sobre el cual solicitaron la confidencialidad.
83. Con fecha 26 de septiembre de 2014, esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente en Secretaría Letrada el Anexo 3 a) y b) acompañado, ordenando asimismo acompañar nuevos resúmenes no confidenciales correspondientes al Anexo 5 a) y b) y al Anexo 3 a) y b) indicando un rango más acotado de la información expresada.
84. Con fecha 9 de septiembre de 2014, las partes acompañaron nuevos resúmenes no confidenciales respecto del Anexo 5 a) y b) y al Anexo 3 a) y b). Posteriormente, con fecha 10 de diciembre de 2014 esta Comisión Nacional ordenó acompañar nuevos resúmenes no confidenciales correspondientes al Anexo 3 a) y b) indicando un rango más acotado de la información expresada.
85. En su presentación de fecha 27 de enero de 2015 las partes cumplieron con lo solicitado por esta Comisión, aportando los resúmenes no confidenciales solicitados.
86. Con fecha 5 de febrero de 2015, esta Comisión Nacional resolvió hacer lugar a la confidencialidad solicitada respecto al Anexo 3 a) y b), y en tal sentido se formó Anexo Confidencial definitivo por Secretaría Letrada de esta Comisión Nacional, con el anexo adjunto como Anexo 3 a) y b) de la presentación de fecha 9 de septiembre de 2014. En la misma providencia se solicitó a las partes acompañar nuevo resumen no confidencial correspondiente al Anexo 5 a) y b) indicando un rango más acotado de la información oportunamente expresada.
87. Con fecha 1 de abril de 2015 esta Comisión Nacional resolvió en relación a la confidencialidad solicitada respecto al Anexo 5 a) y b) formar Anexo Confidencial definitivo por Secretaría Letrada de esta Comisión Nacional, con el anexo adjunto como Anexo 5 a) y b) de la presentación de fecha 9 de septiembre de 2014. Asimismo, se hizo saber a las partes que de ser necesaria la información la misma podría ser solicitada en una providencia posterior.
88. Posteriormente, Con fecha 9 de diciembre de 2015 las partes realizaron una presentación en respuesta a un requerimiento de información efectuado por esta



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

ANITA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Comisión. En dicha presentación las partes solicitaron la confidencialidad de la información brindada en el Anexo 3 a) y en el Anexo 5 a y b) iii confidencial. En la misma presentación acompañaron las versiones no confidenciales de dichos anexos

89. Con fecha 11 de diciembre de 2015, las partes realizaron una presentación por Mesa de Entradas del Ministerio de Economía, en la cual requirieron la confidencialidad de los Anexos 5 a) y b) iv y 5 a) y b) v acompañados. En la misma presentación acompañaron las versiones no confidenciales de dichos anexos

90. Con fecha 22 de diciembre de 2015, esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente por Secretaría Letrada el Anexo 3 a) y en el Anexo 5 a y b) iii de la presentación de fecha 9 de diciembre de 2015, formándose el anexo correspondiente. En relación a los anexos confidenciales de la presentación de fecha 11 de diciembre de 2015, atento que a la misma se encontraba inserta en el Expte. S01: 0351728/2015, y obraba en el presente expediente como foja única, se ordenó el desglosarse del mencionado Expte. S01: 0351728/2015 las fs. 9/14 y fs. 21/26 y se reservaron dichas fojas por Secretaria Letrada de esta Comisión Nacional en el referido Anexo Confidencial Provisorio.

91. Con fecha 20 de octubre de 2016 las partes realizaron una presentación en respuesta a un requerimiento de información efectuado por esta Comisión. En dicha presentación las partes solicitaron la confidencialidad de la información brindada en el Anexo 5 a) y b) acompañados, aportando en el mismo acto los resúmenes no confidenciales.

92. Con fecha 28 de octubre de 2016, esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente por Secretaría Letrada el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 20 de octubre de 2016, formándose el anexo correspondiente.

93. Posteriormente, con fecha 29 de diciembre de 2016 las partes realizaron una presentación en respuesta a un requerimiento de información efectuado por esta Comisión. En dicha presentación las partes solicitaron la confidencialidad de la información brindada en el Anexo 5 a) y b) acompañados, aportando en el mismo acto los resúmenes no confidenciales.

94. Con fecha 11 de enero de 2017 esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente por Secretaría Letrada el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 29 de diciembre de 2016, formándose el anexo correspondiente como Anexo 5 a) y b)- Todos Los Formatos.

95. Con fecha 17 de marzo de 2017 las partes realizaron una presentación en respuesta a



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

MARIA VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

- un requerimiento de información efectuado por esta Comisión. En dicha presentación las partes solicitaron la confidencialidad de la información brindada en el Anexo 5 a) y b) Confidencial acompañado, aportando en el mismo acto los resúmenes no confidenciales.
96. Con fecha 11 de abril de 2017, esta Comisión Nacional ordenó reservar provisoriamente por Secretaría Letrada el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 17 de marzo de 2017, formándose el anexo correspondiente.
97. En este sentido, y considerando que la documentación presentada por las notificantes importa información sensible y siendo suficiente el resumen no confidencial adjunto junto con las ampliaciones oportunamente acompañadas, esta Comisión Nacional considera que debe concederse la confidencialidad solicitada por las partes, por lo que debe formarse un Anexo Confidencial con la totalidad de la documentación reservada provisoriamente por la Secretaria Letrada de esta Comisión Nacional.
98. Sin perjuicio de las facultades conferidas a esta Comisión Nacional en los Artículos 17, 19 y 20 de la Ley N° 25.156 y el Artículo 1°, inciso f) de la Resolución SC N° 190 - E/2016 del 29 de julio de 2016, por razones de economía procesal se recomienda al Secretario de Comercio avocarse a dichas facultades, conforme lo dispuesto en el Art. 3° de la Ley 19.549 de Procedimientos Administrativos¹³, a fin de resolver en conjunto con el fondo del presente Dictamen, tal como se recomendará a continuación .

VI. CONCLUSIONES

99. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en las presentes actuaciones no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.
100. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN a) autorizar la operación de concentración económica consistente en la

¹³ ARTICULO 3.- La competencia de los órganos administrativos será la que resulte, según los casos, de la Constitución Nacional, de las leyes y de los reglamentos dictados en su consecuencia. Su ejercicio constituye una obligación de la autoridad o del órgano correspondiente y es improrrogable, a menos que la delegación o sustitución estuvieren expresamente autorizadas; la avocación será procedente a menos que una norma expresa disponga lo contrario.



Ministerio de Producción
Secretaría de Comercio
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

transferencia por parte de COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. a la firma CARREFOUR S.A. los siguientes bienes y contratos de su propiedad: (i) los contratos de locación de 127 locales de venta minorista que las Concursadas operaban bajo el formato conocido como "hard discount" con las marcas "Súper Eki" y "Súper Eki Discount"; (ii) los contratos de trabajo de aproximadamente 1500 empleados de las Concursadas; (iii) todos los activos tangibles y equipamientos existentes en los inmuebles locados, libres y exentos de cargas, gravámenes u otros derechos de terceros; (iv) los planes de retiro voluntario correspondientes a ciertos empleados de las Concursadas.; y (v) los respectivos permisos y/o autorizaciones comerciales, necesarias para la explotación de los inmuebles locados, todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 13 inciso a) de la Ley Nº 25.156; b) Conceder la confidencialidad solicitada por las firmas CARREFOUR S.A., FORMATOS EFICIENTES S.A. y COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. respecto de los Anexos 3. a) y b). iv. 1 Confidencial y Anexo 5 a) y b) CABA-Confidencial, Anexo 5 a) y b) GBA-Confidencial y Anexo 5 a) y b) Nacional-Confidencial de su presentación de fecha 1 de julio de 2014; el Anexo 3 a) y en el Anexo 5 a y b) iii de la presentación de fecha 9 de diciembre de 2015; los Anexos 5 a) y b) iv y 5 a) y b) de la presentación de fecha 11 de diciembre de 2015; el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 20 de octubre de 2016; el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 29 de diciembre de 2016 y el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 17 de marzo de 2017 y c) Formar un Anexo Confidencial con la totalidad de la documentación reservada provisoriamente por la Secretaria Letrada de esta Comisión Nacional.

101. Elévese el presente Dictamen al Señor Secretario de Comercio, previo paso por la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS DEL MINISTERIO DE PRODUCCIÓN para su conocimiento.

Maria Fernanda Viecens
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

MARINA BIDART
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

EDUARDO STORDEUR (h)
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

ESTEBAN M. GRECO
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

PABLO TREVISÁN
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2017 - Año de las Energías Renovables

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: S01:0229989/2012 CONC.1005

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 29 pagina/s.

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR, o=MINISTERIO DE MODERNIZACION,
ou=SECRETARIA DE MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT 30715117564
Date: 2017.07.27 13:29:45 -03'00'

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR,
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT
30715117564
Date: 2017.07.27 13:29:46 -03'00'



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2017 - Año de las Energías Renovables

Resolución

Número:

Referencia: EXP-S01:0229989/2012 - OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA (CONC. 1005)

VISTO el Expediente N° S01:0229989/2012 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, procedesu presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación, que se notifica el día 21 de junio de 2012, consiste en la transferencia por parte de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A., a la firma INC S.A. de ciertos activos y la asunción de ciertos contratos y obligaciones a cargo de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.

Que las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. explotaban una cadena de locales de súper y mini mercados bajo la marca “Súper Eki” y “Súper Eki Discount”, en todos los casos los inmuebles eran alquilados.

Que, asimismo, la situación financiera de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. se vio deteriorada, por lo cual el día 1 de noviembre de 2011 solicitaron la apertura de su concurso preventivo.

Que con fecha 23 de abril de 2012, la firma INC S.A. presentó ante el juzgado comercial, instructor del concurso preventivo, una Oferta de Transferencia Parcial de Fondo de Comercio para adquirir y recibir en transferencia los siguientes bienes y contratos de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.: los contratos de locación de los locales de venta minorista que operaban bajo el formato conocido como “hard discount” con las marcas “Súper Eki” y “Súper Eki Discount”; los contratos de trabajo de aproximadamente MIL QUINIENTOS (1.500) empleados; todos los activos

tangibles y equipamientos existentes en los inmuebles locados, libres y exentos de cargas, gravámenes u otros derechos de terceros; los planes de retiro voluntario correspondientes a ciertos empleados; y los respectivos permisos y/o autorizaciones comerciales, necesarias para la explotación de los inmuebles locados.

Que, por otro lado, como contraprestación la firma INC S.A. ofreció asumir la totalidad de las deudas laborales resultantes de los Contratos de Trabajo que no hubieran sido pagadas por las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. a la fecha de la Oferta; todos los impuestos nacionales, provinciales y/o municipales resultantes de la explotación de los inmuebles locados y las obligaciones de la seguridad social devengadas en relación a los Contratos de Trabajo que no hubieran sido pagados a la fecha de la Oferta; todas las obligaciones resultantes de los Planes de Retiro Voluntario pendientes de pago a la fecha de la Oferta; todas las obligaciones resultantes de los contratos de locación respecto de los cuales la firma INC S.A. obtuviese una prórroga del plazo locativo que se encontrasen pendientes de pago a la fecha de la Oferta, hasta cierto monto; el pago de las deudas laborales, impositivas y relacionadas con los inmuebles locados devengadas desde la fecha de la Oferta hasta la fecha en que la Oferta fuese aprobada por el Juzgado Comercial y dicha resolución quedase firme, hasta cierto monto; una suma para atender a ciertas deudas quirografarias por el período anterior a la Fecha de Presentación en Concurso Preventivo y los gastos del concurso; y una suma para atender deudas derivadas de la publicación de avisos acerca de los asuntos relativos a la propuesta en el período comprendido entre la Fecha de Presentación en Concurso Preventivo y la fecha de cierre.

Que las mencionadas condiciones debían cumplirse en su totalidad o ser dispensadas por la firma INC S.A. con anterioridad a la fecha de vencimiento de la Oferta, el cual fue prorrogado al día 13 de junio de 2012.

Que, de acuerdo a lo manifestado, el día 31 de mayo de 2012 el Juzgado Comercial emitió una resolución autorizando la transacción, la cual fue certificada por el mismo el día 14 de junio de 2012, dándole la fecha de cierre a la operación notificada.

Que el día 21 de junio de 2012, las citadas firmas solicitaron la confidencialidad del Anexo 3.f), el cual fue aceptado por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA el día 5 de julio de 2012.

Que con fecha 1 de julio de 2014, las mencionadas firmas solicitaron la confidencialidad del requerimiento presentado, el cual, con fecha 8 de agosto de 2014 se ordenó reservar como confidencial.

Que, además, el día 9 de septiembre de 2014 las citadas firmas solicitaron la confidencialidad de los Anexos 3 a) y b), el mismo fue dado el día 26 de septiembre de 2014.

Que con fecha 1 de abril de 2015, la citada Comisión Nacional resolvió la confidencialidad respecto al Anexo 5 a) y b) de la presentación del día 9 de septiembre de 2014.

Que el día 11 de diciembre de 2015, las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A., FORMATOS EFICIENTES S.A. e INC S.A., requirieron la confidencialidad de los Anexos 5 a) y b) iv, y 5 a) y b) v, por lo que se concedió el día 22 de diciembre de 2015.

Que el día 28 de octubre de 2016 la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ordenó la confidencialidad de lo solicitado por las citadas firmas el día 20 de octubre de 2016.

Que la mencionada Comisión Nacional el día 11 de enero de 2017 ordenó reservar provisoriamente la confidencialidad solicitada por las mencionadas firmas el día 29 de diciembre de 2016.

Que la citada Comisión Nacional les otorgó el día 11 de abril de 2017 la confidencialidad solicitada por las firmas el día 17 de marzo de 2017.

Que las empresas involucradas notificaron la operación de concentración económica, en tiempo y forma,

conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del inciso d) del Artículo 6° de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y el objeto de la operación en la REPÚBLICA ARGENTINA supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que, en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en el expediente citado en el Visto no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que la mencionada Comisión Nacional emitió el Dictamen N° 158 de fecha 20 de julio de 2017 donde aconseja al señor Secretario de Comercio autorizar la operación notificada consistente en la transferencia por parte de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. a la firma INC S.A. los siguientes bienes y contratos de su propiedad: los contratos de locación de CIENTO VEINTISIETE (127) locales de venta minorista que las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. operaban bajo el formato conocido como “hard discount” con las marcas “Súper Eki” y “Súper Eki Discount”; los contratos de trabajo de aproximadamente MIL QUINIENTOS (1.500) empleados de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.; todos los activos tangibles y equipamientos existentes en los inmuebles locados, libres y exentos de cargas, gravámenes u otros derechos de terceros; los planes de retiro voluntario correspondientes a ciertos empleados de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.; y los respectivos permisos y/o autorizaciones comerciales, necesarias para la explotación de los inmuebles locados, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 13 de la Ley N° 25.156; conceder la confidencialidad solicitada por las firmas INC S.A., FORMATOS EFICIENTES S.A. y COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. respecto de los Anexos 3 a) y b) iv 1 Confidencial y Anexo 5 a) y b) CABA Confidencial, Anexo 5 a) y b) GBA-Confidencial y Anexo 5 a) y b) Nacional-Confidencial de su presentación de fecha 1 de julio de 2014; el Anexo 3 a) y en el Anexo 5 a) y b) iii de la presentación de fecha 9 de diciembre de 2015; los Anexos 5 a) y b) iv y 5 a) y b) de la presentación de fecha 11 de diciembre de 2015; el Anexo 5 a) y b) de la presentación de fecha 20 de octubre de 2016; el Anexo 5 a) y b) de la presentación de fecha 29 de diciembre de 2016 y el Anexo 5 a) y b) de la presentación de fecha 17 de marzo de 2017; y formar el Anexo Confidencial con la totalidad de la documentación reservada provisoriamente por la Secretaria Letrada de la citada Comisión Nacional.

Que, por último, cabe aclarar que en el citado dictamen de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, se omitió la confidencialidad de los Anexos denominados “Anexo 5 a) y b) Hiper y super –Confidencial”, “Anexo 5 a) y b) Autoservicios – Confidencial (Capital Federal)”, “Anexo 5 a) y b) Autoservicios – Confidencial (Nacional)”, de la presentación de fecha 1 de junio de 2017 solicitada por las firmas y que la misma fue dada con fecha 16 de junio de 2017.

Que el suscripto comparte los términos del mencionado dictamen, con la salvedad mencionada en el considerando precedente, el cual cabe remitirse en honor a la brevedad, incluyéndose como Anexo de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13, 18, 21 y 58 de la Ley N° 25.156 y los Decretos Nros. 89 de fecha 25 de enero de 2001, 357 de

fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones, y 718 de fecha 27 de mayo de 2016.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Concédase la confidencialidad solicitada por las firmas INC S.A., FORMATOS EFICIENTES S.A. y COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. respecto de los Anexos 3 a) y b) iv 1 Confidencial y Anexo 5 a) y b) CABA-Confidencial, Anexo 5 a) y b) GBA-Confidencial y Anexo 5 a) y b) Nacional-Confidencial de su presentación de fecha 1 de julio de 2014; el Anexo 3 a) y en el Anexo 5 a y b) iii de la presentación de fecha 9 de diciembre de 2015; los Anexos 5 a) y b) iv y 5 a) y b) de la presentación de fecha 11 de diciembre de 2015; el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 20 de octubre de 2016; el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 29 de diciembre de 2016 y el Anexo 5 a y b) de la presentación de fecha 17 de marzo de 2017; los Anexos denominados “Anexo 5 a) y b) Hiper y super-Confidencial”, “Anexo 5 a) y b) Autoservicios – Confidencial (Capital Federal)”, “Anexo 5 a) y b) Autoservicios – Confidencial (Nacional)” de la presentación de fecha 1 de junio de 2017.

ARTÍCULO 2°.- Fórmese el Anexo Confidencial con la totalidad de la documentación reservada provisoriamente por la Secretaria Letrada de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN.

ARTÍCULO 3°.- Autorízase la operación de concentración económica consistente en la transferencia por parte de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. a la firma INC S.A. los siguientes bienes y contratos de su propiedad: los contratos de locación de CIENTO VEINTISIETE (127) locales de venta minorista que las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A. operaban bajo el formato conocido como “hard discount” con las marcas “Súper Eki” y “Súper Eki Discount”; los contratos de trabajo de aproximadamente MIL QUINIENTOS (1.500) empleados de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.; todos los activos tangibles y equipamientos existentes en los inmuebles locados, libres y exentos de cargas, gravámenes u otros derechos de terceros; los planes de retiro voluntario correspondientes a ciertos empleados de las firmas COMERCIOS RIOPLATENSES S.A. y FORMATOS EFICIENTES S.A.; y los respectivos permisos y/o autorizaciones comerciales, necesarias para la explotación de los inmuebles locados, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 4°.- Considérase al Dictamen N° 158 de fecha 20 de julio de 2017 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, que como Anexo (IF2017-15576450-APN-DR#CNDC), forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 5°.- Notifíquese a las firmas interesadas.

ARTÍCULO 6°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by BRAUN Miguel
Date: 2017.08.25 15:18:21 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA -
GDE
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR,
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT
30715117564
Date: 2017.08.25 15:18:29 -0300'