

CONTENIDO

Jurisprudencia

Análisis de concentración:
Mercado de materiales de
construcción y otros.

Jurisprudencia

ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICA EL LAGAR EXP. N° 014-13-CE

La Corporación Comercial e Industrial El Lagar CR. Sociedad Anónima (en adelante: El Lagar), de conformidad con lo establecido en el artículo 27 incisos e) e i) de la Ley N° 7472, presentó ante la Comisión para Promover la Competencia (COPROCOM), un contrato de compra y venta de acciones, por medio del cual traspasó el 60% del capital accionario a la empresa Ashland.

I. Sobre los agentes económicos involucrados

El vendedor, la empresa Corco III Holding, es la propietaria del 100% del capital accionario de El Lagar, cuyo capital social pertenece en su totalidad a Corco II Holding, que a su vez pertenece en su totalidad a Inversiones Avatar S.A. Por su parte, la totalidad del capital accionario de Inversiones Avatar S.A. pertenece a Grupo Progreso Ltd. Sociedad Anónima (en adelante: Grupo Progreso).

El comprador, Ashland es una empresa holding tenedora de acciones sin actividad comercial, la totalidad del capital accionario pertenece al señor Ricardo Mora Goldoni, familia fundadora de El Lagar, que además de tener negocios relacionados con la comercialización de combustibles y bienes inmuebles, es propietario del 50% del capital accionario de *Do It Center Papagayo*, centro ferretero y de artículos para el hogar ubicado en Liberia, Guanacaste.

II. Sobre los mercados y su posible afectación

El mercado relevante corresponde a la comercialización de materiales de construcción y artículos de ferretería al detalle en todo el país. Tanto el comprador como el vendedor se dedican a la misma actividad económica, en ese sentido, la fusión corresponde a una concentración horizontal que podría obstaculizar de forma significativa la competencia efectiva, en particular al crear o reforzar el poder sustancial, de dos maneras:

- Eliminando gran parte de la presión competitiva sobre una o varias empresas (efectos no coordinados).
- Cambiando la naturaleza de la competencia de manera que resulte más probable que empresas que no coordinaban su comportamiento pasen a coordinarse y a perjudicar la competencia (efectos coordinados).

Con respecto al número de competidores, se estima que existen alrededor de 1.000 negocios dedicados a la venta al detalle de productos de ferretería y materiales de construcción en Costa Rica, tales como, El Colono (35), Grupo Santa Bárbara (6), EPA (5), Grupo Irazú (5), El Guadalupano (3), Depósito Las Gravillas (3), Materiales Coto Brus (3), Rojas y Rodríguez (2), Agrologos (2), entre otros.

Adicionalmente, debido a la gran cantidad de productos que se ofrecen en los depósitos de materiales de construcción y ferreterías, mucho otros comercios pueden ser considerados como competidores, aún y cuando se especialicen en una sola línea de productos, tales como depósitos de madera y tiendas de productos especializados: pinturas, cerámicas, artículos de jardinería, acabados, entre otros.

Es importante considerar que por la ubicación geográfica de los locales no todos podrían ser competidores directos de El Lagar. No obstante, el relativamente elevado costo de algunos de estos productos o los gustos y preferencias de los clientes, pueden llevar a que éstos estén dispuestos a recorrer alguna distancia para seleccionar el artículo de su preferencia y no necesariamente adquirirlo en el local más cercano.

III. Sobre la posibilidad de obtener poder sustancial y su efecto en el mercado.

Con respecto a la participación de mercado, no existen datos oficiales que permitan estimar la cuota de los agentes involucrados en la operación, sin embargo, se estiman que El Lagar comercializa aproximadamente el 7% del total de las ventas de materiales para la construcción en el país. Adicionalmente se señala que, considerando que existen alrededor de 1.000 establecimientos dedicados a la venta de materiales de construcción en todo Costa Rica, la concentración que se analiza tendría una participación en cuanto al número total de locales de apenas un 1%.

En relación con las barreras de entrada, no parecen existir impedimentos para el ingreso de nuevos competidores, por el contrario, dado el número de agentes económicos participantes en este mercado, se infiere que las barreras necesariamente deben ser bajas.

Adicionalmente, El Lagar cuenta con importantes competidores, ya sea con una similar cantidad y variedad de productos, tales como Epa y Grupo Santa Bárbara, que si bien pueden no estar ubicados geográficamente en los mismos cantones o distritos, significan una fuerte competencia dada las posibilidades y la disposición de los consumidores de desplazarse para realizar compras de una cuantía relativamente importante, y las posibilidades de estas empresas de crecimiento en cuanto a número de locales comerciales en el mediano plazo.

Cabe también indicar que Grupo Progreso, hasta hace poco dueño del mayor distribuidor mayorista y de las dos cadenas minoristas de materiales de construcción y productos de ferretería con mayor número de locales comerciales en el país, está también realizando una operación de compra venta de la cadena El Colono a un tercero no participante en la transacción que se analiza. De tal manera que dos cadenas detallistas que pertenecían antes a un mismo dueño que las controlaba en su totalidad pasarán al control mayoritario de dos personas jurídicas diferentes. Esta circunstancia permite esperar que con estas operaciones más bien la competencia se incremente en el mercado de los depósitos de materiales de construcción y productos de ferretería.

CONCLUSIÓN

La COPROCOM considera que dado el gran número de competidores, la inexistencia de barreras de entrada y el poder de los competidores, con esta transacción no se obtiene poder sustancial en el mercado relevante, ni se fortalece la capacidad de los participantes en éste de coordinar sus decisiones de precios dado el número tan grande de competidores y su gran disparidad de tamaño, por lo tanto, la COPROCOM autorizó la adquisición del 60% del capital accionario de El Lagar por parte de Ashland, por cuanto no hay indicios de que se generen efectos anticompetitivos en el mercado de comercialización, al detalle, de materiales para la construcción y productos de ferretería.

Contáctenos:



Sabana Sur. 400 metros al oeste de la Contraloría General de la República.



2549-1400 ext 400



2291-1857



coprocom@meic.go.cr



www.coprocom.go.cr



Consejo Editorial

Ana Victoria Velázquez González
vvelazquez@meic.go.cr

Hazel Orozco Chavarría
horozco@meic.go.cr

Karla Mejías Jiménez
kmejias@meic.go.cr