

Análisis de fusiones en mercados digitales en América Latina

Esteban Greco & Fernanda Vicens

Global **A**nalysis of **M**arket **E**conomics and **S**trategies (GAMES)

LA DIGITALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA EN AMÉRICA LATINA: BENEFICIOS Y RIESGOS PARA LA COMPETENCIA

X Grupo de Trabajo sobre Comercio y Competencia de América Latina y el Caribe: Comercio electrónico una vía para la recuperación económica regional

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe – UNCTAD - CONACOM

Asunción, Paraguay

21 de octubre de 2022



Competencia en la economía digital en América Latina

- ¿Debe ser diferente el enfoque y el análisis del derecho de la competencia en América Latina?
 1. Mercados digitales incipientes
 - Argumento que pierde fuerza pos-pandemia
 2. Porcentaje importante de población excluida de mercados digitales
 - Sinergia de la política de competencia con otras políticas públicas
 3. Mercados tradicionales más concentrados que en Europa y USA
 - La economía digital representa una gran oportunidad para la región

Fusiones y adquisiciones en la economía digital

- Hasta no hace muchos años las fusiones que involucraban plataformas digitales eran apenas examinadas por las autoridades de competencia
- Hoy el panorama es completamente diferente
 - *“Our take on merger control is that there is under-enforcement. In particular, when dealing with the removal of potential competition, merger regulation should make sure that the antitrust authority (AA) is informed about all relevant mergers and be in a position to prohibit mergers that are expected to do more harm than good”.* (Motta & Peitz, 2020)

Principales observaciones que surgen de la revisión de fusiones en América Latina (Greco & Vieceens, 2022)

1. Jugadores tradicionales buscan adquirir jugadores digitales disruptivos
2. Agencias de competencia están incorporando en el análisis las nuevas teorías del daño de la economía digital
3. Offline y online en el mismo mercado relevante o como presión competitiva
4. La definición de los umbrales de notificación establece diferencias entre los países para abordar compras de empresas nacientes, competidores potenciales y killer acquisitions

1. Jugadores tradicionales buscan adquirir jugadores digitales disruptivos

- Gran parte de las operaciones de fusiones y adquisiciones analizadas remiten a integraciones entre jugadores tradicionales y jugadores digitales
 - Estrategias por parte de jugadores tradicionales para incursionar en nuevos productos y tecnologías, ya sea como estrategias defensivas ante la irrupción de jugadores digitales o bien como estrategias agresivas de diferenciación
- Operaciones con prohibiciones y condicionamientos son de este tipo
 - Prevención de las agencias de que las adquisiciones digitales por parte de los operadores incumbentes no se traduzcan en refuerzos de posiciones dominantes o pérdida sustancial de competencia

Sector	Caso	Jugadores	Decisión
FinTech	Santander-Servipag (2018, Chile)	Tradicional-digital	Prohibida
	Itaú Unibanco-XP (2018, Brasil)	Tradicional-digital	Condicionada
	Banamex-Pagos Móviles (2018, México)	Tradicional-digital	Autorizada
	Banorte-PayClick (2020, México)	Tradicional-digital	Autorizada
Agencias de viaje digitales (OTA)	Avianca-Price Travel (2018, Colombia)	Tradicional-digital	Condicionada
	Despegar-Best Day (2020, Argentina y México)	Digital-digital	Autorizada
	CVC-Almundo (2019, Argentina y Brasil)	Tradicional/digital-digital	Autorizada Brasil Pendiente Argentina
Apps de delivery de comida	WalMart-Cornershop (2019, Chile y México)	Tradicional-digital	Prohibida México Autorizada Chile
	Uber-Cornershop (2020, Chile y México)	Digital-digital	Autorizada
	iFood-Delivery Hero (2018 Brasil y 2021 Colombia)	Digital-digital	Autorizada

2. Incorporación de teorías del daño nuevas de la economía digital

Horizontales	Verticales	Conglomerado
<p>Efectos unilaterales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Killer acquisitions y adquisición de competidores nacientes • Afectación de la privacidad (datos personales) <p>Efectos coordinados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colusión algorítmica 	<p>Efectos unilaterales exclusorios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a datos de terceros • Self preferencing 	<ul style="list-style-type: none"> • Eliminación competencia potencial • Conformación de conglomerados digitales <ul style="list-style-type: none"> ○ Ecosistemas de productos ○ Estrategias envolventes de las plataformas

2.1. Nuevas teorías del daño en M&A en la economía digital en AL

Sector	Caso	Jugadores	Teoría del daño		Decisión
			Tipo	Especificidad economía digital	
FinTech	Santander-Servipag (2018, Chile)	Tradicional-digital	Horizontal y vertical		Prohibida
	Itaú Unibanco-XP (2018, Brasil)	Tradicional-digital	Horizontal (y vertical)	Eliminación de maverick disruptivo	Condicionada
	Banamex-Pagos Móviles (2018, México)	Tradicional-digital	Vertical		Autorizada
	Banorte-PayClick (2020, México)	Tradicional-digital	-		Autorizada
Agencias de viaje digitales (OTA)	Avianca-Price Travel (2018, Colombia)	Tradicional-digital	Vertical y horizontal		Condicionada
	Despegar-Best Day (2020, Argentina y México)	Digital-digital	Horizontal		Autorizada
	CVC-Almundo (2019, Argentina y Brasil)	Tradicional/digital-digital	Horizontal y Vertical		Autorizada Brasil Pendiente Argentina
	CVC-Avantrip y Biblos (2021, Argentina)	Tradicional/digital-digital	-		Pendiente
Apps de delivery de comida	WalMart-Cornershop (2019, Chile y México)	Tradicional-digital	Vertical	Acceso a datos de terceros México: self preferencing	Prohibida México Autorizada Chile
	Uber-Cornershop (2020, Chile y México)	Digital-digital	Conglomerado	Eliminación de competencia potencial Conglomerado digital Acceso a datos de terceros Afectación de la privacidad	Autorizada
	iFood-Delivery Hero (2018 Brasil y 2021 Colombia)	Digital-digital	Horizontal		Autorizada

3. Online & offline en el mismo mercado relevante o como presión competitiva

Sector	Caso	Jugadores	Teoría del daño		Decisión
			Tipo	Especificidad economía digital	
FinTech	Santander-Servipag (2018, Chile)	Tradicional-digital	Horizontal y vertical		Prohibida
	Itaú Unibanco-XP (2018, Brasil)	Tradicional-digital	Horizontal (y vertical)	Eliminación de maverick disruptivo	Condicionada
	Banamex-Pagos Móviles (2018, México)	Tradicional-digital	Vertical		Autorizada
	Banorte-PayClick (2020, México)	Tradicional-digital	-		Autorizada
Agencias de viaje digitales (OTA)	Avianca-Price Travel (2018, Colombia)	Tradicional-digital	Vertical y horizontal		Condicionada
	Despegar-Best Day (2020, Argentina y México)	Digital-digital	Horizontal		Autorizada
	CVC-Almundo (2019, Argentina y Brasil)	Tradicional/digital-digital	Horizontal y Vertical		Autorizada Brasil Pendiente Argentina
	CVC-Avantrip y Biblos (2021, Argentina)	Tradicional/digital-digital	-		Pendiente
Apps de delivery de comida	WalMart-Cornershop (2019, Chile y México)	Tradicional-digital	Vertical	Acceso a datos de terceros México: self preferencing	Prohibida México Autorizada Chile
	Uber-Cornershop (2020, Chile y México)	Digital-digital	Conglomerado	Eliminación de competencia potencial Conglomerado digital Acceso a datos de terceros Afectación de la privacidad	Autorizada
	iFood-Delivery Hero (2018 Brasil y 2021 Colombia)	Digital-digital	Horizontal		Autorizada

4. Argentina, Colombia y México cuentan con más herramientas para abordar competencia potencial, nacientes, killer acquisitions

País	Variable sobre la que se mide el umbral	Umbral (millones US\$)	Tipo de umbral	Adapta a economía digital
Argentina	Volumen de negocio	53 (31)	Conjunto	+
	Valor operación	11 (6)		
Brasil	Facturación bruta	Grupo 1: 143 y Grupo 2: 14	Individual	-
Chile	Ventas	Individual: 15 Conjunto: 86	Individual y conjunto	-
Colombia	Ingresos operacionales o valor de activos	14	Conjunto	+
México	Valor transacción o	85	Individual o conjunto	+
	Ventas o activos firma objeto o	85		
	Valor de activos o capital social transferidos y Ventas o activos de las partes	40 226		
Perú	Ventas o activos	Individual: 21 Conjunto: 140	Individual y conjunto	-

Killer acquisitions, competencia potencial y naciente: consideraciones para la región

- Existen razones de eficiencia y pro-competitivas por las cuales un gran jugador digital puede estar interesado en comprar una start-up (Adquisición de talento o de un complemento para la plataforma que ya ha sido desarrollado eficientemente por la start-up).
- En casos en los que las start-ups no pueden continuar con su proyecto y la adquirente tiene incentivos para desarrollarlo, la fusión puede ser pro-competitiva (Motta & Peitz, 2021).
- Una aplicación extendida de estas teorías de daño podría desalentar la innovación de start-ups que se desarrollan con el objetivo de monetizar sus creaciones a través de la venta a jugadores con mayor capacidad financiera.
- **Nuestra región se caracteriza por la necesidad de inversión e innovación y el escaso acceso al mercado de capitales.**

Conclusiones

1. Algunas discusiones que se están dando en el ámbito internacional no deberían ser directamente aplicadas en el contexto regional:
 - Ej. presunción contraria a fusiones digitales
2. Operaciones analizadas muestran que el control preventivo de fusiones es una herramienta importante para promover la competencia entre actores tradicionales establecidos y nuevos actores digitales
3. Las agencias de competencia tienen un rol importante para asegurar que los nuevos actores de la economía digital que traen competencia, innovación, nuevos servicios y potencial para cubrir ciertas brechas características de la región, no encuentren barreras en los incumbentes
 - Ej. potencial de las Fintech para cerrar brechas de inclusión financiera en la región

¡Muchas gracias!