Instructivo Nº 3 - Instructivo sobre Operaciones de Concentración Económica
Gaceta Oficial Nº 36.209 del 20 de mayo de 1997

REPÚBLICA DE VENEZUELA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
Superintendencia para la Promoción y
Protección de la Libre Competencia

Caracas, 17 de abril de 1997

Años 186º y 138º

Resolución Nº SPPLC/0006-97

De conformidad con lo establecido en el artículo 29, numeral 10, de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 21 del Reglamento Nº 1 y 7º del Reglamento Nº 2 de la citada Ley, esta Superintendencia dicta el siguiente

INSTRUCTIVO Nº 3

INSTRUCTIVO SOBRE OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

El presente instructivo tiene por objeto indicar la información necesaria que deberán suministrar las personas y/o empresas que notifiquen a la Superintendencia una operación de concentración económica. Las preguntas contenidas en el Instructivo tratan de abarcar todos los aspectos que debe analizar la Superintendencia para determinar los efectos sobre la libre competencia de una operación de concentración económica.

Deberá suministrarse toda la información y documentación requeridas. Sin embargo, cuando no sea posible responder alguna de las preguntas formuladas deberá indicarse expresamente las razones de la omisión.

Todas las referencias anuales corresponden a años calendario. De no ser posible disponer de toda la información bajo esta forma, deberá proporcionarse para el año fiscal más cercano al período solicitado.

Cuando los documentos que se anexen estén escritos en un idioma distinto al castellano deberán acompañarse de una transcripción al castellano.

La respuesta a este instructivo no excluye la posibilidad de que se solicite información adicional para aclarar el contenido de la operación.

Queda sin efecto la Resolución Nº SPPLC/0026-94, de fecha 23 de mayo de 1994, emanado por esta Superintendencia, mediante el cual se dictó el Instructivo Nº 2 sobre Operaciones de Concentraciones Económicas.

SECCIÓN I

Información sobre las partes solicitantes

1) Denominación o razón social completa. En el caso de que se trate de personas naturales, firmas personales, sociedades accidentales o cuentas en participación, deberán señalarse los nombres,

apellidos y cédulas de identidad de las personas que las conforman. En el caso de sociedades deberán indicarse los datos de sociedad y los documentos constitutivos de todas las empresas involucradas.

2) Domicilio social y número de registro fiscal (RIF).

3) Identificación completa de los administradores y/o de los miembros de la Junta Directiva.

4) Representante legal de las sociedades.

5) Personas con las que se puede establecer contacto y cargo que desempeña. Dirección, número de teléfono y de fax.

SECCIÓN 2

Personas vinculadas entre sí

1) Suministre una lista de las personas jurídicas pertenecientes al mismo grupo. Dicha lista deberá incluir una relación completa de:

1.1. Todas las personas jurídicas controladas, directa o indirectamente, por las empresas que participan de la operación de concentración, según lo define el artículo 15 de la Ley.

1.2. Todas las personas jurídicas o personas físicas que controlan a las empresas que participan de la operación de concentración.

1.3. Todas las personas jurídicas controladas, directa o indirectamente, por cada una de las empresas matrices que figuren en las relaciones anteriores.

1.4. Todas las personas jurídicas en las que participen los administradores y/o miembros de la Junta Directiva de las empresas solicitantes.

1.5. Relación accionaria de la empresa con otras empresas del sector.

2) Identifique los medios de control presentes entre estas personas vinculadas, conforme a los lineamientos que se enumeran en el artículo 15 de la Ley para Promover y Proteger el Ejercicio de la Libre Competencia.

3) Presente un cuadro que refleje las vinculaciones y las formas de control que se han identificado en los apartados anteriores.

4) Para el caso que alguna de las partes solicitantes sea una persona natural, deberá indicar las empresas en las que tenga participación accionaria, su porcentaje, así como las empresas de las que sea Administrador o forme parte de su Junta Directiva.

5) Identifique las Juntas Directivas y estructura accionaria de cada una de las empresas señaladas en los puntos 1.2. y 1.3.

SECCIÓN 3

Naturaleza y características de la operación de concentración

1) Describa de forma sucinta la operación de concentración. Indique si se trata de:

1.1. Una fusión en los términos del artículo 343 del Código de Comercio.

1.2. Una adquisición de acciones o de algún otro tipo de participación societaria.

1.3. Un contrato de adquisición de activos productivos o de fondos de comercio.

1.4. La constitución de una empresa común que tenga como resultado una concentración económica.

1.5. Cualquier otro contrato o figura jurídica que confiera de cualquier modo el control de una empresa.

2) Indique si se ven afectadas por la operación la totalidad o partes de las personas jurídicas participantes.

3) Explique los aspectos económicos y financieros de la operación, en particular:

3.1. Indique la cuantía a que asciende la operación, así como la forma de la contraprestación convenida entre las partes.

3.2. Indique si alguna de las partes recibirá apoyo financiero, de carácter público o no, especificando en tal caso la naturaleza y cuantía del apoyo financiero.

3.3. Indique la estructura de la propiedad y del control de las empresas participantes tras la realización de la operación.

3.4. Presente el calendario para efectuar la operación, indicando el objetivo a cumplir en cada etapa.

SECCIÓN 4

Información sobre el mercado

Los cuestionamientos y solicitudes de información que se presentan en esta sección, si bien abarcan en forma general cualquier producto fabricado por las partes solicitantes de la evaluación, hacen referencia también a servicios y a las características correspondientes a la prestación de los mismos.

a. Descripción del mercado-producto

1) Describa brevemente los bienes y/o servicios producidos y/o comercializados por su empresa, que son objeto de la operación de concentración.

2) Describa las características de los consumidores de cada uno de los productos objeto de la operación de concentración (ubicación, edad, sexo, actividad, estrato de ingreso, etc.).

3) Ordene los diferentes usos de cada producto objeto de la operación de concentración de acuerdo con su importancia.

4) Especifique las características de los productos objeto de la operación de concentración en función de las siguientes variables: necesidad de preparación previa al consumo, presentación, sabores, empaque, especificaciones para su manejo o consumo, perecibilidad, requerimiento de tecnología para su uso final, etc.

5) Identifique las variables más importantes que son tomadas en cuenta por los consumidores al momento de decidir la compra de alguno de los productos objeto de la operación de concentración (calidad, precio, tradición, marca o reputación, etc.). Especificar por orden de referencia.

6) Defina, de ser posible, distintos mercados hacia los cuales usted orienta sus productos, en términos de las características y usos del producto y de la ubicación y tipo de consumidores que lo adquieren, para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración.

7) Para cada uno de los productos que produce y/o comercializa, en sus distintas marcas y presentaciones, describa, desde el punto de vista del consumidor, qué bienes o servicios pueden considerarse sustitutos de los mismos.

8) Para cada uno de los productos identificados en la respuesta a la pregunta anterior, señale qué empresa fabrica tales sustitutos y bajo qué marca los comercializa.

9) Identifique los productos elaborados y/o comercializados por su empresa que a su vez son fabricados o vendidos por la otra empresa que participa en la operación de concentración. Señale además, los bienes producidos y/o comercializados por aquélla, que pudieran ser considerados como productos sustitutos de los producidos y/o comercializados por su firma. En caso de que exista tal sustitución, identifique los tipos de consumidores para cada producto así como las causas que motivan la sustitución por parte de los compradores.

10) Presente un listado de los precios ex-fábrica de cada uno de los productos objeto de la operación de concentración durante los últimos tres años, con periodicidad mensual, de acuerdo a las distintas presentaciones de los mismos.

11) Presente, en caso de estar disponible, la información solicitada en la pregunta anterior para los productos/marcas fabricados por empresas competidoras.

12) En caso de operar a través de plantas o centros de distribución localizados en distintas áreas geográficas, presente un registro de los precios ex-fábrica de cada uno de los productos objeto de la operación de concentración durante los últimos tres años en cada una de ellas.

13) Si existen diferencias en los precios a los que son vendidos los productos que fabrica y/o comercializa según distintos tipos de clientes, identifique cada grupo de ellos, y presente la información de precios tal como se indicó en las preguntas 9 y 11 de esta sección.

14) Presente un esquema del proceso de fabricación correspondiente a cada uno de los productos objeto de la operación de concentración.

15) En caso de estar involucrados en la operación de concentración mercados de prestación de servicios, describa las etapas cubiertas y los activos involucrados en la prestación de dichos servicios.

16) Señale aquellos productos que comparten total o parcialmente una misma línea de producción, indicando, en cada caso, qué parte de la línea de producción es compartida. Ilustre su respuesta con algún diagrama donde se especifiquen claramente las diferencias presentes en la línea de producción.

17) En relación con las líneas de producción identificadas en la respuesta a la pregunta anterior, indique en qué proporción puede verificarse la reorientación de las líneas de producción, y si es necesario realizar alguna inversión para adecuar las instalaciones productivas. Asimismo indique el tiempo que puede tomar completar las adaptaciones necesarias para fabricar el nuevo producto.

18) Señale la capacidad técnica instalada en cada una de sus líneas de producto o servicio en términos de unidades producidas por unidad de tiempo. Indique asimismo el porcentaje utilizado de esa capacidad instalada, el número y duración de los turnos y las proyecciones de uso para el futuro.

19) Indique si existe un proceso productivo alternativo que esté siendo utilizado en la actualidad por alguna de las empresas participantes en el mercado. Identifique las principales diferencias y de qué forma impactan la estructura de costos.

20) Indique si existe algún proceso productivo empleado en la fabricación de cualquier otro producto cuyas líneas de producción puedan ser reorientadas fácilmente a la fabricación de los productos objeto de la operación. Señale si esta reorientación es factible a un bajo costo y/o un período de tiempo menor de un año.

21) Indique si existe un mercado secundario de equipos útiles al cual pueda acudir para instalar o ampliar su capacidad de producción.

22) Presente un estimado del tamaño mínimo óptimo de planta para cada línea de producto; describa y señale la magnitud de las economías de escala que sea posible alcanzar. Presente esta información expresada en las mismas unidades referidas en la pregunta 18 de esta misma sección.

23) Indique cuáles son las distintas tecnologías disponibles para la fabricación de la línea de productos objeto de la operación y establezca cuáles son sus principales diferencias en términos de volúmenes de producción, costos promedio de fabricación fijos y variables y cualesquiera otras que considere relevantes.

b. Determinación del mercado geográfico en actividades de manufactura y comercialización de productos finales o intermedios

1) Delimite el área geográfica en la cual se vende cada uno de los productos objeto de la operación de concentración, ya sea mediante ventas directas o a través de intermediarios.

2) Explique si los productos objeto de la operación de concentración pueden ser comercializados en cualquier área geográfica, o si, por el contrario, existen limitaciones derivadas de características como perecibilidad, costos de transporte, disposición de tecnología, etc.

3) Indique si existen elementos que definan radios de cobertura, en cuanto a la capacidad de atender clientes ubicados en diferentes áreas geográficas; por ejemplo, tecnología, establecimientos, etc.

4) Indique la importancia relativa de los costos de transporte, expresándolos como porcentaje de las ventas de cada producto, y qué proporción representan sobre el precio ex-fábrica del mismo.

5) Tomando en cuenta el grado de perecibilidad de los productos objeto de la operación de concentración, los costos de transporte, así como cualquier otra variable que considere relevante, señale, en cada caso, el radio de cobertura (en kilómetros) para la distribución, medido desde el centro de producción o de almacenamiento.

6) Explique si existen variaciones de precios en caso de que se comercialicen los productos en diferentes zonas geográficas.

7) Señale aquellos casos en los que pudiera identificarse un mercado regional diferenciado, debido a la existencia de formas particulares de distribución o de gustos, características particulares de los consumidores y/o la presencia de distintos competidores.

8) Señale los volúmenes de las importaciones y exportaciones que ha realizado su empresa para cada uno de productos que son objeto de la operación de concentración en los últimos tres años (en USA dólares, bolívares y la unidad de medida relevante).

9) Explique la evolución de las importaciones de estos productos. Especifique si el aumento o disminución de las mismas ha respondido a diferencias de precios, a condiciones temporales o a factores tecnológicos.

10) Presente una tabla con los datos de precios de los productos objeto de la operación de concentración en el mercado internacional para los últimos tres años. Señale el precio FOB, el precio CIF y los costos que deben ser incorporados en el cálculo del producto puesto en planta, para cada uno de los productos que se importan.

11) Señale el código arancelario y el tratamiento arancelario aplicable a los productos que se importan.

12) Describa en cuánto tendría que ubicarse la diferencia de precios nacionales versus internacionales, como porcentaje de los precios domésticos en la actualidad, para que pudiese considerarse como probable la incursión de productos foráneos en el mercado doméstico.

13) Indique si los productores foráneos y/o *brokers* (agentes de comercialización) podrían incrementar sus embarques al mercado local por un monto significativo respecto a las ventas domésticas.

14) Indique cuáles son los factores que determinan la disponibilidad de los productos objeto de la operación de concentración en el mercado internacional y como afectan estos sus precios.

c. Descripción del mercado geográfico en mercados de prestación de servicios

1) Delimite el área geográfica en la cual presta cada uno de los servicios objeto de la operación de concentración, ya sea mediante la operación directa o a través de la concesión de derechos a terceros.

2) Determine el papel que desempeñan los puntos de venta al cliente en la delimitación de la cobertura geográfica de la empresa.

3) Presente un estimado del radio de cobertura de cada punto de venta, entendiéndose por éste a la distancia en Km que como máximo recorren los clientes ubicados en la localización más distante hasta un punto de venta de la empresa. Para cada uno de los puntos de venta de la empresa.

4) Señale cuál es el índice promedio de utilización de un establecimiento de servicios con referencia al número de clientes, rentabilidad o valor total de las ventas por m2, número o valor total de las transacciones por unidad de tiempo.

5) Indique cuáles son los elementos considerados para determinar la locación de un punto de venta. Establezca las ponderaciones o pesos relativos asignados a cada uno de ellos.

6) Explique si los servicios objeto de la operación de concentración pueden ser comercializados en cualquier área geográfica, o si, por el contrario, existen limitaciones derivadas de características como costos de transporte, disposición de tecnología, etc.

7) Indique si existen elementos que definan radios de cobertura, en cuanto a la capacidad de atender clientes ubicados en diferentes áreas geográficas; por ejemplo, tecnología, establecimientos, etc.

8) Explique si existen variaciones de precios en caso de que se presten los servicios en diferentes zonas geográficas.

9) Describa cuál es su mercado geográfico, teniendo como tal el ámbito espacial dentro del cual compiten sus servicios en términos de precios, disponibilidad y calidad. Identifique si, a su juicio, sus servicios compiten en varios mercados geográficos delimitados.

10) Señale aquellos casos en los que pudiera identificarse un mercado regional diferenciado, debido a la existencia de formas particulares de distribución o de gustos, características particulares de los consumidores y/o la presencia de distintos competidores.

d. Cuotas de participación de mercado

1) Indique el volumen y valor del total de las ventas de cada uno de los productos/servicios objeto de la operación de concentración para los tres últimos ejercicios económicos con periodicidad mensual. De no poderse obtener la información mensual, presente los valores anuales.

2) Señale la participación de su empresa y de las otras empresas que fabrican los productos objeto de la operación, o cualquiera de sus sustitutos, en el mercado nacional y en cualquier otro ámbito geográfico relevante para los últimos cinco años. Especifique la cuota de participación de mercado de las empresas que se concentran antes y después de verificada la operación.

e. Dinámica del mercado

1) Indique la etapa del ciclo de vida en que se encuentra cada uno de los productos/servicios objeto de la operación de concentración. Soporte su respuesta con indicadores como el consumo per cápita o algún otro que considere pertinente.

2) Explique la evolución de los distintos segmentos de mercado en los que participan los productos fabricados por usted y que son objeto de la operación de concentración.

3) Indique si la publicidad de los productos objeto de la operación de concentración está orientada hacia generar conocimiento hacia la categoría de producto en términos generales o el producto/marca en particular, otorgar al consumidor información acerca del producto/marca específico, generar preferencia por determinada marca de producto o reforzar la preferencia del consumidor por la marca/producto.

4) Describa cuáles son los objetivos establecidos en los distintos planes de promoción de ventas adelantados por la empresa respecto a los productos objeto de la operación de concentración.

5) En caso de competir en distintos mercados regionales, identifique si participan en esos mercados los mismos competidores que pueden identificarse a nivel nacional.

6) Precise cómo ha evolucionado el proceso de diferenciación de productos en los mercados relevantes afectados por la operación de concentración.

7) Explique cómo ha evolucionado el número de nuevos productos y presentaciones, y entrantes, para cada uno de los mercados relevantes afectados por la operación de concentración.

8) Si está disponible, presente la estructura de costos auditada para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración, en sus distintas presentaciones y envases, para los últimos tres años. De no disponer de esta información, presente un estimado de esos indicadores, que refleje la metodología de cálculo de los costos.

9) Detalle y cuantifique, como proporción del costo unitario de producción, las inversiones que haya realizado y que planee realizar en cuanto al desarrollo de tecnología de procesos y tecnología de productos.

10) En relación con la inversión necesaria para introducir innovaciones en cada uno de los mercados analizados, identifique los montos y naturaleza de la inversión realizada. Explique, además cómo se han reflejado esas innovaciones en cuanto a los costos de producción y las ventas de los productos.

11) De ser posible, diga cuál es el tiempo de maduración de la inversión en activos fijos para cada línea de producto.

12) Presente un estimado del margen precio-costo promedio, para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración, correspondiente a los últimos tres años.

13) Explique si existen en el sector, estándares comunes utilizados en la estimación de los costos y la definición de los precios y otras condiciones de comercialización.

14) Señale cuáles son los principales proveedores para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración. Indique el producto o servicio que le compra a cada uno, con sus respectivos porcentajes de participación en el volumen total de adquisiciones relacionadas con el producto respectivo. Señale también la ubicación geográfica de dichos proveedores.

15) Presente, con el más amplio nivel de detalle posible, un listado de sus principales clientes, indicando los productos o servicios que le vende a cada uno de ellos. Indique también qué porcentaje de las ventas de cada uno de los productos/servicios objeto de la operación de concentración va destinado a cada cliente.

16) Explique cómo se lleva a cabo el proceso de negociación de precios, cantidades, descuentos por volumen, pronto pago, plazos de entrega, tiempos de entrega, servicios adicionales, y demás términos de negociación con sus clientes, para cada uno de los productos/servicios objeto de la operación de concentración.

17) Si existen diferencias en los mecanismos utilizados para negociar con los distintos intermediarios en el canal de distribución, exponga esos procesos de negociación en los términos planteados en la pregunta anterior.

18) Indique si su empresa identifica distintos tipos de clientes en función de la frecuencia y magnitud de su compra, preferencias y requerimientos específicos respecto al producto y/o servicios asociados, criterios que privan en la decisión de compra (marca, calidad, precios, etc.), entre otros. Si es así, explique los criterios para distinguir esos tipos de clientes. Indique cuáles son sus principales clientes de acuerdo con los grupos anteriormente identificados.

19) Indique si su empresa establece diferentes mecanismos de negociación para cada tipo de clientes. En caso afirmativo, explique en qué consiste dicho mecanismo y las razones por las cuales opera tal distinción.

20) Presente un listado de los precios a los cuales han comprado sus clientes los productos/servicios objeto de la operación de concentración, para los dos últimos años con periodicidad mensual.

21) Presente un listado de los precios a nivel de consumidor de los productos/servicios objeto de la operación de concentración, para los dos últimos años con periodicidad mensual.

22) Indique si sus clientes se encuentran agrupados en asociaciones, cooperativas, gremios, federaciones, cooperativas o uniones.

23) Describa en detalle los canales de distribución y las redes de prestación de servicios existentes para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración, incluyendo una descripción de las funciones de cada eslabón de la cadena de distribución. Indique qué proporción representa cada uno de esos canales dentro de las ventas de cada uno de los productos objeto de la operación de concentración.

24) Señale, en particular, en qué medida la distribución es efectuada por las propias empresas que participan en la operación y en qué medida es efectuada por terceros.

25) Especifique si sus relaciones con los distribuidores se rigen por contratos de distribución exclusiva. De ser éste el caso, presente copia del contrato.

26) Indique cuál es la frecuencia en el tiempo, el volumen y valor promedio con que ustedes realizan los despachos de sus productos a cada uno de los clientes identificados en la pregunta 17 de esta sección.

27) Señale y describa el mecanismo de difusión de la información sobre precios y/o volumen de ventas de los distintos participantes en el mercado. Indique que medios utiliza para recabar esa información y la magnitud del desfase temporal en el mismo.

28) Indique si existe una asociación de productores del sector. Señale si su firma pertenece a esta asociación. Identifique cuáles son los objetivos y actividades desarrolladas por la misma en las que participa su empresa.

f. Acceso al mercado

1) Indique si en los últimos cinco años ha accedido al mercado alguna empresa para la fabricación de los productos o servicios objeto de la operación de concentración. En caso afirmativo, indique dichas empresas, describa la naturaleza de sus actividades, los productos y servicios que provee, la cuota de participación alcanzada después de su ingreso en el mercado y cualquier otro indicador del grado de penetración del mercado. Indique también los factores a los que puede atribuirse una penetración exitosa o limitada, según el caso.

2) Identifique las dificultades de acceso al mercado que pueden enfrentar nuevos competidores debido a la presencia de barreras arancelarias, permisos sanitarios, cuotas u otras limitaciones de índole legal.

3) Explique si existen barreras a la entrada de nuevos competidores derivadas de la disponibilidad de factores de producción tales como materias primas, bienes intermedios, tecnología o recursos humanos calificados.

4) Explique si existen dificultades derivadas de la penetración de una red de distribución existente o en el establecimiento de una propia.

5) Explique la importancia de la imagen de marca de sus productos para acceder al consumidor.

6) Explique si es necesario para un nuevo entrante, disponer de una canasta diversificada de productos para penetrar exitosamente los canales de distribución.

7) Especifique si existen barreras a la entrada en cada uno de los mercados relevantes afectados por la operación de concentración, derivadas del monto de inversión inicial necesario, en la forma de capital, promoción, publicidad, distribución, mantenimiento, know how, etc.

8) Detalle aquellas limitaciones derivadas de la necesidad de obtener autorizaciones administrativas o del cumplimiento de controles legales. En ese sentido, señale si existen limitaciones asociadas a la regulación sobre propiedad industrial y presente las normas COVENIN que regulan los distintos productos objeto de la operación de concentración.

9) Indique, para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración, si ante un pequeño incremento en los precios de los productos, sería posible esperar: a) la entrada de nuevos competidores nacionales; b) la penetración de importaciones, y/o c) la entrada de una empresa extranjera en el país. En cada caso indique cuáles serían estos potenciales entrantes (nombre de la empresa, persona contacto y teléfono).

10) Señale si ésto ha ocurrido en el pasado, describiendo y documentando, para cada producto/marca o servicio, las circunstancias que rodearon la entrada.

11) Presente el monto de inversión en publicidad efectuado por su empresa para cada uno de los productos/servicios objeto de la operación de concentración durante los últimos cinco años. Especifique además el porcentaje que esta inversión representa, respecto a las ventas de cada uno de los productos en los años respectivos.

12) Indique el pago anual de su empresa por concepto de patentes, correspondiente a cada producto/servicio objeto de la operación de concentración. ¿Constituye esto, en su opinión, un obstáculo para el acceso al mercado?

13) Especifique un estimado del monto de dinero necesario para instalar una línea de producción para cada uno de los productos objeto de la operación de concentración.

14) Explique si los activos requeridos para producir y comercializar en estos mercados son fácilmente liquidables en caso que quiera desincorporarse una línea de productos.

15) Especifique si existen mercados secundarios para los activos empleados en la producción y la comercialización de los productos objeto de la operación de concentración.

g. Investigación y desarrollo

1) Describa la importancia de las actividades de investigación y desarrollo dentro de los sectores afectados por la operación.

2) Indique la proporción de gastos en investigación y desarrollo respecto al total de ventas de su empresa.

SECCIÓN 5

Eficiencias

1) Indique si la operación de concentración económica conduce a: una disminución de los costos de transporte, reducción en los costos de administración, o mejoramiento en el uso y disponibilidad de tecnología.

2) Presente una estimación cuantitativa de dichos beneficios. Exponga a través de qué vías pueden obtenerse ahorros en costos en algunas de las áreas antes mencionadas.

3) Señale los efectos previsibles para las partes de la operación en cuanto a su competitividad internacional.

4) Ventajas que produciría la adquisición para los consumidores en términos de precios, calidad, distribución, tecnología, etc.

5) Efectos sobre la competencia como resultado de la operación.

SECCIÓN 6

Argumento de quiebra inminente

En caso que las empresas solicitantes sometan a consideración de la Superintendencia el argumento de firma en quiebra inminente, la solicitud debe estar acompañada de la información que a continuación se señala:

1) Balance General y Estado de Ganancias y Pérdidas auditados correspondientes a los últimos tres años de actividades.

2) Documentación que demuestre haber realizado esfuerzos de venta alternativos al de la compradora propuesta.

3) Documentación que respalde la situación de insolvencia con sus acreedores.

4) Presente la documentación relativa con sus acreedores, así como los intentos de reestructuración de sus pasivos financieros.

Información y documentación adicional

Las personas y empresas que participen en la operación de concentración económica, deberán presentar todos los documentos que contengan información relacionada con la misma, y que ha sido identificada en el presente Instructivo. Así, deberán presentar sus planes de mercadeo, planes estratégicos, memoranda, reportes, estudios que hayan sido elaborados por la propia empresa o por terceros, y cualquier otro material de trabajo que contenga información que sea de interés para la evaluación de la operación de concentración económica.

EDUARDO GARMENDIA
Superintendente