

RESOLUCIÓN NÚMERO 20-CDPC-2021-AÑO-XI. COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA. SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO NÚMERO 52-2021.- Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, a los veinte días del mes de diciembre de dos mil veintiuno.

VISTO: Para resolver el Expediente Administrativo número **232-NC-10-2021**, contentivo de la solicitud de notificación de concentración económica a llevarse a cabo entre las sociedades **DELIVERY HERO SE** (Adquirente) y **HUGO TECHNOLOGIES LIMITED** (Vendedor), por medio de la cual se pretende adquirir el 100% de las acciones de la “Entidad Objeto” **HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC**, propiedad absoluta del “Vendedor”, lo que resultará a su vez en un cambio de control indirecto en la sociedad hondureña denominada **HUGO TECHNOLOGIES, S. A. de C. V.** Solicitud presentada por los abogados Roy Porfirio Zavala Diaz y Andrea Cecilia Idiáquez Martínez, en su condición de apoderados legales de la “Adquirente” y el “Vendedor” respectivamente, representación legal debidamente acreditada.

CONSIDERANDO (1): Que, entre los antecedentes relevantes contenidos en el procedimiento administrativo instruido al efecto, se destacan los siguientes:

1. Con fecha dieciocho (18) de octubre de dos mil veintiuno (2021), los apoderados legales de las sociedades mercantiles **DELIVERY HERO SE** (Adquirente) y **HUGO TECHNOLOGIES LIMITED** (Vendedor), comparecieron ante la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (La Comisión), a presentar escrito intitulado “Notificación de Concentración económica constituida de cambio de control indirecto de una entidad hondureña mediante la Adquisición de Acciones en una Sociedad No Domiciliada. Se adjuntan documentos.”
2. Que en fecha veintinueve (29) de octubre de dos mil veintiuno (2021), la Comisión admitió la solicitud referida junto con la información acompañada al escrito inicial y procedió a requerir al compareciente para el pago resultante del cálculo en concepto de tasa de verificación de concentración económica.
3. Que en fecha cuatro (4) de noviembre de dos mil veintiuno (2021), en cumplimiento a lo proveído por la Comisión, la Dirección Técnica tuvo por recibido el expediente en cuestión, para la continuación del procedimiento.
4. Que en fecha diecisiete (17) de noviembre de dos mil veintiuno (2021), la Comisión por medio de la Secretaría General requirió a las partes, a fin de que presentaran una información y documentación complementaria para efectos de análisis.
5. Que en fecha diez (10) de diciembre de dos mil veintiuno (2021), los abogados de los agentes económicos intervinientes presentaron escrito intitulado “Se Contesta Requerimiento de Información de fecha diecisiete de noviembre de dos mil veintiuno. Se Acompañan Documentos.”

6. Que en fecha diez (10) de diciembre de dos mil veintiuno (2021), luego de admitido el escrito referido junto con la documentación presentada, la Comisión dio traslado de las diligencias a la Dirección Técnica para la continuidad del procedimiento.

CONSIDERANDO (2): Que, de conformidad con el procedimiento de ley, se destaca la información relativa a los agentes económicos intervinientes en la operación de concentración económica, según su participación en la misma:

AGENTES ECONÓMICOS INTERVINIENTES:

DELIVERY HERO S.E. (Adquirente)

Empresa constituida el 5 de mayo de 2011, y existente bajo las leyes de Alemania, con domicilio social en Berlín, Alemania y número de registro HRB 198015 B (anteriormente HRB 187081 B). El capital social está suscrito de la siguiente manera (a junio de 2021): los accionistas nombrados representan el 5% o más del total de los derechos de voto en DELIVERY HERO SE son Naspers Group, Baillie Gifford Group, BlackRock, Capital Group, Luxor Group, Prof. Dr. Hagen Hasselbrink y acciones cotizadas en bolsa.

La dirección y administración de DELIVERY HERO SE está a cargo de un Consejo de Administración de tres personas, designado y supervisado por un Junta de Supervisión de 5 integrantes.

HUGO TECHNOLOGIES LIMITED (Vendedor)

Compañía constituida bajo las leyes de las Islas Caimán, con domicilio social en Gran Caimán, Islas Caimán; que posee el cien por ciento (100%) de las participaciones emitidas y pendientes de membresía de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC, una compañía debidamente constituida bajo las leyes del Estado de Delaware, EE. UU. La dirección y administración de HUGO TECHNOLOGIES LIMITED está a cargo de un Consejo de Administración.

HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC (Entidad Objeto)

Sociedad de responsabilidad limitada constituida y existente bajo las leyes del estado de Delaware, EE. UU. La única actividad de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC es la tenencia y propiedad del capital social de las entidades que forman el GRUPO HUGO.

El capital social de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC se encuentra íntegramente suscrito de la siguiente manera:

| Accionista | Participaciones Sociales | Participación (%) |
|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| Hugo Technologies Limited | 100 | 100.0% |
| Total | 100 | 100.0% |

La dirección y administración de Hugo Technologies Intermediate LLC es llevada a cabo por un director.

HUGO TECHNOLOGIES, S. A. de C. V. (Sociedad mercantil hondureña que sufrirá un cambio de control indirecto)

Sociedad mercantil existente de conformidad con las leyes de Honduras, constituida mediante Instrumento Público número 65, otorgado el 24 de agosto de 2018 ante el Notario Público Ricardo José Rosa Clamer, e inscrita bajo el número de Matrícula 2569179 del Registro Mercantil del Departamento de Francisco Morazán, Centro Asociado del Instituto de la Propiedad. Inició operaciones formales en noviembre de 2018 y actualmente se encuentra activo en la prestación de servicios de entrega dentro del territorio hondureño.

El capital social de HUGO TECHNOLOGIES S.A. DE C.V. está totalmente suscrito de la siguiente manera:

| Accionista | Número de Acciones | Participación (%) |
|------------------------------------|--------------------|-------------------|
| Hugo Technologies Intermediate LLC | 31,249 | 99.96% |
| Ricardo Alberto Cuellar Vega | 1 | 0.04% |
| Total | 31,250 | 100.0% |

La dirección y administración de Hugo Technologies, S. A. de C. V. es llevada a cabo por un administrador único.

GLOVOAPP HONDURAS, S. A.

Sociedad constituida en Honduras, debidamente inscrita bajo el número de registro 02574309, del Registro Mercantil de Tegucigalpa.

DELIVERY HERO SE posee indirectamente el cien por ciento (100%) de la participación social de la empresa denominada "GLOVOAPP HONDURAS S. A.", a través de la cual DELIVERY HERO SE opera sus servicios en Honduras utilizando la marca "PedidosYa".

El capital social de GLOVOAPP HONDURAS, S. A, se encuentra suscrito de la siguiente forma:

| Accionista | Participación (%) |
|-----------------------------------|-------------------|
| Glovoapp LATAM (S. L. U) (España) | 100.00% |
| Total | 100.00% |

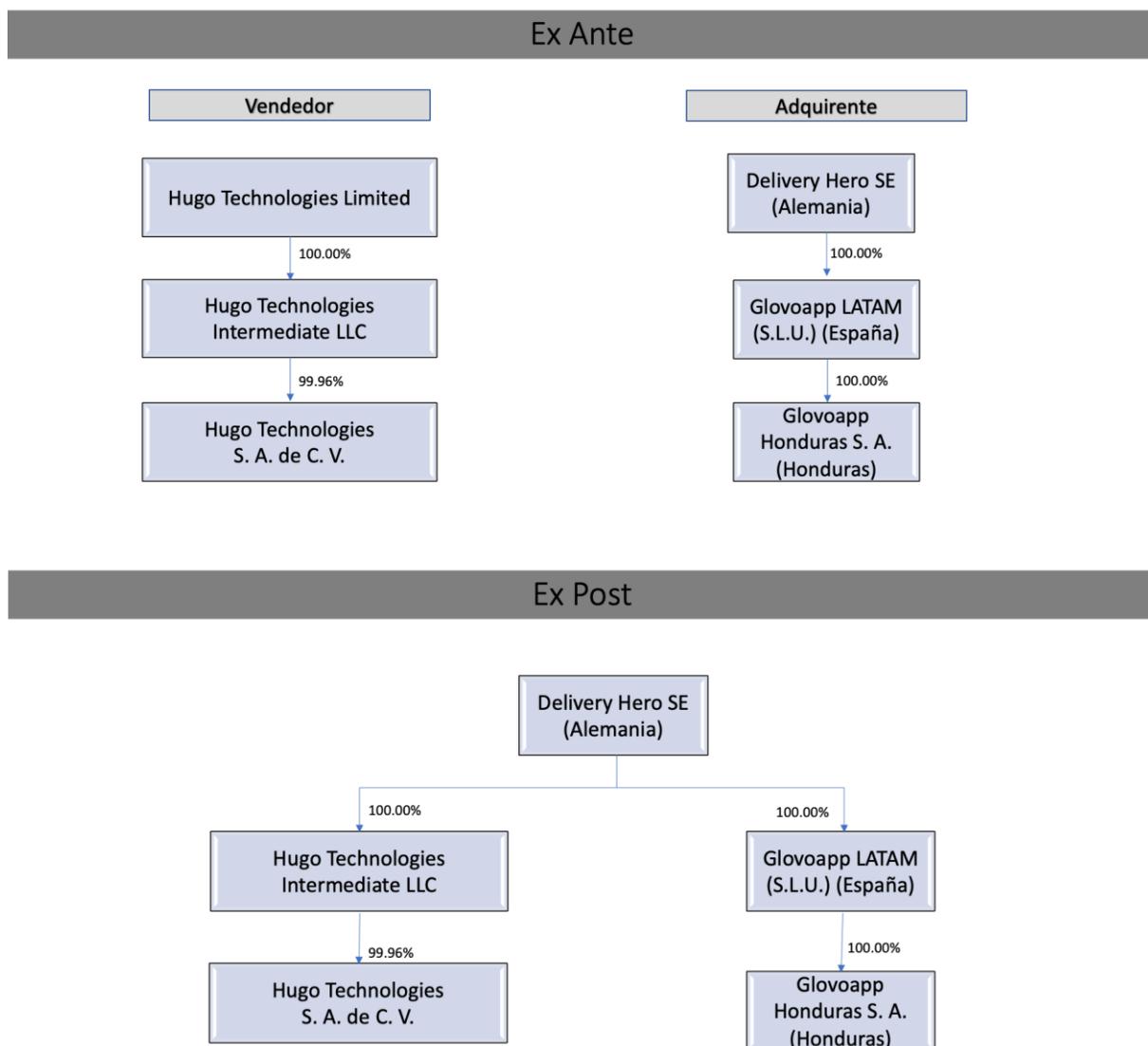
CONSIDERANDO (3): Que de acuerdo a lo manifestado en el Escrito de Notificación presentado por los apoderados legales de los agentes económicos intervinientes en la operación de concentración notificada ante La Comisión, la pretendida transacción contemplada consiste en una operación que no se origina en Honduras, en la que

DELIVERY HERO SE adquirirá de HUGO TECHNOLOGIES LIMITED, entidad matriz del Grupo Hugo, el cien por ciento (100%) de las unidades de membresía que conforman el capital social de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC.

Como resultado de la adquisición de la totalidad del capital emitido de Hugo Technologies Intermediate LLC, Delivery Hero SE, se indican efectos indirectos en la sociedad mercantil hondureña HUGO TECHNOLOGIES, S. A. de C. V., la cual sufrirá un cambio indirectamente en el control, administración y dirección efectiva.

Según los notificantes, bajo la pretendida operación DELIVERY HERO SE no está comprando directamente HUGO TECHNOLOGIES, S. A. DE C. V., sino que solo adquiere indirectamente el control de esta a través de la adquisición de control sobre su entidad matriz, que está incorporada fuera de Honduras.

Los diagramas siguientes muestran gráficamente las relaciones de las sociedades involucradas pre y post operación de la concentración económica descrita previamente.



CONSIDERANDO (4): Que en consonancia con lo que establece el ordenamiento jurídico, la Comisión, deviene en la obligación de analizar y determinar la compatibilidad de este tipo de actos con la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, específicamente, la de verificar si la operación de concentración económica pudiera tener efectos adversos al

ejercicio de la libre competencia. En ese sentido, la Dirección Técnica, en cumplimiento a lo ordenado por la Comisión, en providencia de fecha cuatro (4) de noviembre de dos mil veintiuno (2021), procedió a remitir a las unidades técnicas las diligencias, a efecto de que éstas emitiesen los correspondientes dictámenes.

CONSIDERANDO (5): Que en atención a lo señalado en el considerando que antecede, la Dirección Económica, mediante dictamen DE-019-2021, de fecha catorce de diciembre de dos mil veintiuno (2021), procedió a valorar y analizar los aspectos siguientes:

Valoración de Umbrales

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC), establece en su artículo 13, la obligatoriedad de notificarse ante la CDPC a las empresas que pretendan concentrarse, antes que la operación de concentración surta sus efectos, definiendo esta Comisión que concentraciones deben ser verificadas, en función de tres variables: monto de activos, participación en el mercado relevante o el volumen de las ventas de los agentes que se concentran. Dándose por entendido, que, para ser objeto de verificación, una concentración deberá alcanzar por lo menos uno de los umbrales que ya fueron establecidos por la Comisión, conforme a la Resolución No. 04-CDPC-2014-AÑO-IX aprobada por la CDPC y publicada en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 27 de junio de 2014.

Conforme a la información financiera adjunta al Expediente del Caso, y al considerar la suma del monto de los activos de la sociedad objeto de la operación de concentración económica en el territorio nacional, vale decir, Hugo Technologies, S. A. de C. V. y GLOVOAPP HONDURAS, S. A., los mismos totalizan L. 94,768,666.82, inferior a los L.612,284,160.00 establecidos por la Comisión como umbral para esta variable, en función del salario mínimo aprobado mediante Acuerdo Ejecutivo No. 001-2021, publicado en el Diario Oficial La Gaceta No. 35,636 del 23 de junio de 2021, vigente a partir del 01 de julio de 2021. En cuanto a la información e indagaciones de la Comisión sobre el mercado de delivery, los agentes económicos involucrados en la operación tienen una participación de mercado conjunta de 85% a nivel nacional, cumpliéndose en primera instancia al menos uno de los criterios de notificación y en consecuencia de verificación, vale decir, la participación en el mercado relevante.

| Empresas | Activos en Lempiras |
|-----------------------------------|----------------------------|
| Hugo Technologies, S. A. de C. V. | 67,703,154.00 |
| GLOVOAPP HONDURAS, S. A. | 27,065,512.00 |
| Total | 94,768,666.82 |
| Umbrales | 612,284,160.00 |

Mercado Relevante

La determinación del mercado relevante se realiza definiendo el mercado de producto y el mercado geográfico. El mercado de producto relevante incluye todos los bienes o servicios que desde el punto de vista del consumidor son sustituibles por sus

características, precio, usos y aplicaciones, las alternativas de consumo, las finalidades, la disponibilidad, los costos de cambio así como la accesibilidad del bien o servicio en cuestión, gustos preferencias percepciones de sustituibilidad, tendencias del mercado, la evolución histórica de los patrones de consumo, el poder adquisitivo, variables demográficas, hábitos y conductas en el uso del bien o servicio. Por otra parte, la delimitación del mercado relevante geográfico considera el área geográfica en donde se encuentran las fuentes o proveedores alternativos a los cuales el comprador podría acudir bajo las mismas o similares condiciones de mercado.

El análisis del mercado relevante determina el ámbito de acción del comportamiento empresarial, tanto geográfico como a nivel de líneas de productos o servicios, considerando la capacidad de sustitución, desplazamiento de productos vía precios, uso final y características de los usuarios. La relevancia de este radica en que este análisis ofrece el espectro de amplitud de la investigación y por tanto la capacidad de observación y fiscalización.

En tal sentido, los principales factores que permiten delimitarlo correctamente son: i) el producto o servicio; y, ii) el ámbito geográfico. Con relación a la delimitación del producto o servicio, a fin de realizarla, debe identificarse a aquellos otros servicios que los usuarios puedan considerar como sustitutos cercanos del producto o servicio en cuestión.

Para determinar cuáles productos o servicios son sustitutos cercanos debe tomarse en consideración lo siguiente: (i) que los compradores o usuarios puedan darle al supuesto producto o servicio sustituto el mismo o similar uso que le dan al servicio en cuestión (sustituibilidad técnica); y (ii) que los compradores o usuarios estén dispuestos a pagar el costo de los servicios supuestamente sustitutos en lugar de utilizar el servicio en cuestión (sustituibilidad económica).

Mercado Producto

La cuestión central en el caso de la dimensión producto es determinar si el producto o servicio afectado por la operación de concentración recibe una competencia insuficiente de otros productos o servicios de manera tal que al hipotético monopolista le resulte rentable aplicar un incremento leve pero significativo y no transitorio en el precio con relación al nivel competitivo de dicho precio.

Los servicios a domicilio en los últimos dos años han tenido un repunte sustancial debido a las restricciones de movilidad de las personas como consecuencia de la pandemia de Covid-19, y se han fortalecido debido a las comodidades y el atractivo de ganar tiempo y ahorrar esfuerzos para los clientes. Además, permite a los clientes acceder a los servicios al lugar donde se ubica el consumidor final.

Asimismo, la tecnología y los servicios de telecomunicaciones principalmente en las principales ciudades del país ha incentivado las actividades comerciales de intermediación que a través de plataformas online en donde se pone en contacto a restaurantes (con o sin

servicio propio de entrega a domicilio) con personas que quieren que les lleven la comida hasta el lugar donde se encuentran.

El modelo de negocio que desarrollan estas plataformas online depende de dos demandas interdependientes, dando lugar a un contexto de los denominados mercados de dos lados. En este sentido, estas plataformas tienen simultáneamente dos tipos de demandantes diferenciados, restaurantes y consumidores finales, y estas demandas son interdependientes entre sí a través de los efectos de red indirectos.

Como se explicó anteriormente, la tecnología ha aumentado la relevancia del servicio de pedidos y entrega en línea, en donde las opciones de comida para llevar siguen siendo una de las formas preferidas de pedir comida. Esto puede relacionarse con varios factores específicos de Honduras, a saber:

- Aunque la penetración online ha aumentado en los últimos años, con un incremento medio de alrededor del 7,9% entre 2019 y 2020, hay un segmento de la población, más del 40%, que no tiene acceso a Internet o carece de equipamiento técnico o infraestructura para usarlo; por lo tanto, los consumidores pueden preferir opciones más tradicionales que no dependan del uso de Internet.
- También hay factores socioeconómicos que deben tenerse en cuenta. Los consumidores de Centroamérica son sensibles a las variaciones de precios. Por lo tanto, se espera que, para los consumidores de la región, adquirir alimentos a través de restaurantes tradicionales sea una alternativa común a los servicios de entrega en línea o sitios web para evitar tarifas de entrega.

En Honduras, las partes involucradas en la transacción brindan una diversidad de servicios siendo uno de los principales la entrega de alimentos preparados en restaurantes para que los clientes los consuman en su domicilio o en el lugar en el que se encuentren. GRUPO HUGO ofrece servicios de entrega a pedido para otros bienes de consumo (por ejemplo, comestibles, farmacias, entre otros), mientras que GRUPO DELIVERY HERO también ha lanzado recientemente servicios de similar índole.

El mercado que comprende todos los métodos a través de los cuales los consumidores solicitan servicios de diferente índole, pero principalmente los elaborados en restaurantes para comer en casa, es decir, "Eat-at-Home". Este mercado comprendería, entre otros servicios, pedidos directos a restaurantes, pedidos a través de servicios en línea específicos de la franquicia o restaurante y pedidos a través de servicios en línea generalistas, como PedidosYa y la aplicación Hugo.

Al considerar las opciones de comida para llevar, existen varios canales para que los consumidores elijan, tanto en línea como fuera de línea. Éstos incluyen: i) viajar al restaurante, ordenar en el restaurante y luego llevarse la comida a casa ellos mismos; ii) llamada telefónica al restaurante para ordenar la comida y luego pasar por el restaurante

para llevar la comida a casa ellos mismos; iii) llamar al restaurante para ordenar la comida, que luego entregará la comida en la dirección del consumidor; iv) usar el restaurante o el sitio web o la aplicación de la franquicia para pedir comida, que luego es entregada por el restaurante franquicia; y, v) utilizar un servicio de terceros en línea que proporcione a los consumidores acceso a varios restaurantes.

Desde una perspectiva del lado de la oferta, los comercios que ofrecen un servicio específico normalmente utilizarán múltiples canales, en el caso de comidas la mayoría de los restaurantes atienden a los consumidores que los visitan directamente para llevar; casi todos los restaurantes aceptan pedidos por teléfono; algunos restaurantes tendrán sus propios sitios web y/o aplicaciones, que han desarrollado ellos mismos o adquiridos de proveedores externos de creación de aplicaciones de "etiqueta blanca"; mientras que muchos restaurantes incluirán uno o más servicios de terceros.

Las empresas afiliadas a las plataformas y las aplicaciones también buscan captar y afiliar a la mayor cantidad de empresas. Su relación comercial, se basa en el cobro de una comisión, por parte de la plataforma a la empresa afiliada, sobre cada pedido ordenado a través de su plataforma y, en algunos casos, se la agregan tarifas por mantenimiento y por membresías. A cambio, la plataforma le ofrece a la empresa, principalmente, una mayor cobertura, publicidad y promoción de sus productos en redes sociales, que se traducen en una ampliación de la demanda potencial, así como la provisión de información sobre las métricas de consumo, las cuales funcionan como un insumo al momento de establecer estrategias de mercadeo.

Por otra parte, se encuentran los intermediarios financieros, a quienes las plataformas pagan un porcentaje sobre el monto del pedido o un monto fijo por cada transacción, en concepto de comisión, a cambio de poder recibir pagos a través de transacciones provenientes de cuentas de débito o de crédito. Usualmente, esta tarifa es producto de una negociación entre las plataformas y las entidades financieras; y depende del volumen de negocios de la plataforma en dicha institución financiera.

Los motoristas (drivers), quienes realizan la entrega a domicilio de los productos que han sido transados a través de la plataforma. La relación comercial está circunscrita al pago por servicio de transporte. Este pago puede ser por un porcentaje del monto de envío cancelado por el usuario final, o una tarifa fija preestablecida en el contrato de servicios, y que depende de la distancia y el flujo de demanda.

Un segmento relacionado refiere un mercado de datos a gran escala, denominado "macro datos". Por sus características tecnológicas, las plataformas pueden concentrar grandes volúmenes de datos, que pueden ser comercializados de forma anónima. Actualmente, estos datos anonimizados son utilizados de forma "interna", pues la plataforma proporciona información a la empresa afiliada relativa a su tendencia de consumo, la cual es empleada para perfeccionar estrategias comerciales. Cabe señalar que, aun cuando el uso de datos se circunscriba al uso externo y no represente mayores riesgos de privacidad, la acumulación de esta información se vincula directamente a la

capacidad de la aplicación para constituirse en un canal 'indispensable' para los comercios afiliados, disminuyendo la elasticidad de estos, al brindar la posibilidad de perfilar cada vez más efectivamente sus tácticas de venta. Este escenario no descarta la posibilidad de que, con el desarrollo de estos mercados, los macro datos alcancen cierto volumen y puedan ser comercializados a terceros.

Otra actividad que se encuentra relacionada con el desarrollo de las plataformas la constituyen los proveedores de software y tiendas de software móvil. Estos servicios suelen ser contratados a un tercero quien ofrece el desarrollo de la aplicación y su mantenimiento. Sin embargo, con el transcurso de los años, las plataformas pueden desarrollar estas actividades través de la contratación de técnicos propios, que realicen dichas tareas de mantenimiento y desarrollo.

En cuanto a los servicios en línea que ofrecen servicios de entrega de alimentos, generalmente operan bajo uno de los siguientes tres modelos comerciales: (i) cadenas alimentarias integradas verticalmente; (ii) mercados en línea; y (iii) servicios de entrega propia en línea. Estos se pueden definir de la siguiente manera:

- i. Las cadenas alimentarias integradas verticalmente son restaurantes individuales o franquicias que se apropian de los tres pasos del proceso de entrega de alimentos, es decir, la gestión de pedidos, la preparación de los alimentos y la entrega al consumidor. Esta categoría incluye proveedores como: Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Power Chicken, Little Caesars, Wendy's, Burger King, Popeyes, Matambritas, Bigos, Church's Chicken, Ruby Tuesday, Dominos, Denny's, Pollo Campero, Quiznos, Subway, también como restaurantes independientes o sin franquicia ('familiares').
- ii. Servicios de entrega en línea que brindan a los consumidores acceso a múltiples restaurantes desde los cuales pueden pedir comida, y restaurantes con acceso a múltiples consumidores, en un solo servicio en línea. Mientras que los mercados no proporcionan el servicio de entrega en sí, los servicios de entrega propia en línea brindan la función de entrega en nombre de los restaurantes. Esta categoría incluye proveedores como: PedidosYa, Hugo, Delivery HN, Izzy, Sompopo, De Volada, Pide Bien, Ocho, Jaime Delivery, Rapidin Delivery, Speedy, Clinpay, LunchBox.

En este sentido y en vista de los mercados identificados en los cuales participan las sociedades objeto, se puede concluir que ***el mercado relevante de producto o servicio*** en el que debe ser analizada la presente concentración es la **comercialización de comida preparada y productos empacados para el consumidor y otros a través de plataformas online a las que se accede por internet**, por cuanto, es en dicho mercado en donde la concentración económica puede producir efectos.

Mercado Geográfico

En el caso de la dimensión geográfica, la cuestión central a determinar es si el área afectada por el comportamiento de los agentes económicos en cuestión recibe una competencia insuficiente de otras áreas geográficas, de manera tal que, a un monopolista hipotético de aquella área le resulte rentable aplicar un incremento leve pero significativo y no transitorio en el precio con relación al nivel competitivo de dicho precio. Si la respuesta es afirmativa, en consecuencia a ese hipotético monopolista le resultara rentable aplicar el mencionado incremento de precios en el área afectada por la operación, entonces, ese es el mercado geográfico a examinarse en el marco del cual se analizará dicha operación. Si la respuesta fuese negativa, entonces, deberá ampliarse el área geográfica hasta que la respuesta a la pregunta resulte afirmativa.

Según el mercado de producto definido en general tiene características de ámbito nacional, puesto que a través de una única plataforma informática los intermediarios suelen ofrecer sus servicios de gestión de entrega de comida a domicilio a restaurantes que operan en el país, las campañas publicitarias de estas plataformas pueden tener un importante componente nacional, y normalmente sus políticas comerciales frente a los restaurantes son fundamentalmente nacionales.

No obstante, también es cierto que otros aspectos apuntan a una dimensión local de estos mercados, en particular desde la perspectiva de la demanda. Así, los consumidores finales sólo pueden hacer pedidos de restaurantes que operen en su localidad y a través de plataformas que presten estos servicios en su localidad. Paralelamente, los restaurantes sólo tienen interés en consumidores de las localidades en las que operan.

De ahí que, considerando estas características de mercado, **el mercado relevante geográfico** en el que debe ser analizada la presente concentración tanto para el mercado de producto relevante se define como **el mercado nacional**, por cuanto es la dimensión geográfica del mercado de producto relevante donde la pretendida operación y los agentes competidores clave operan, además, no se detectan condiciones que puedan delimitar esta área geográfica.

Análisis de Mercado

Grado de Concentración del Mercado

De acuerdo con la teoría económica, la intensidad de la competencia en un mercado está directamente relacionada con el número de firmas que participan en el mercado y el grado de desigualdad entre ellas. La medición del tamaño relativo de las empresas que participan en un mercado y la intensidad de la competencia que puede darse dentro del mismo, se realiza a través de indicadores llamados índices de concentración.

El grado de concentración es función del número de empresas participantes en un mercado y de sus respectivas cuotas de mercado. Para analizar el grado de concentración

del mercado en el presente caso, se procederá a estimar el Índice Herfindhal Hirschman (HHI). Internacionalmente es reconocido que cualquier amenaza para el mercado aparece a partir del grado de concentración que se genere producto de la operación de concentración, en ese sentido, se analizarán las pautas a nivel internacional del Índice Herfindhal Hirschman.

El Índice de Herfindahl-Hirschmann es una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado; éste se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de las empresas que actúan en el mercado. Los valores del HHI oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10,000 (mercado monopolístico).

La *Federal Trade Commission* (FTC) utiliza la variación del HHI como criterio para evaluar el aumento de concentración en los mercados y considera que variaciones superiores a 100 puntos en mercados moderadamente concentrados y variaciones entre 100 y 200 puntos en mercados previamente concentrados, son motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia. Variaciones superiores a 200 puntos en mercados previamente concentrados presume la existencia de poder de mercado.

| Parámetros del Índice Herfindahl-Hirschmann | | |
|--|------------------------|--|
| HHI | Incremento | Recomendación de los Lineamientos de Fusiones del Dpto. de Justicia EE.UU. |
| Menos de 1500 puntos | - | Debe ser aprobada |
| Entre 1500 y 2500 puntos | Menos de 100 puntos | Debe ser aprobada |
| Entre 1500 y 2500 puntos | Más de 100 puntos | Concentración moderada, debe ser evaluada |
| Más de 2500 puntos | Menos de 100 puntos | Concentración alta, con posibilidades de ser aprobada |
| Más de 2500 puntos | Entre 100 y 200 puntos | Concentración alta, debe ser evaluada |
| Más de 2500 puntos | Más de 200 puntos | Altamente concentrada, debe ser evaluada. Se presume existencia de poder de mercado |

Fuente: Horizontal Merger Guidelines, 2010.

Para proceder a realizar el cálculo del nivel de concentración de mercado, resulta importante analizar el mayor número de variables que puedan medirla, por lo que se procederá a analizarlo con la información que se tiene disponible.

De acuerdo con las partes involucradas en la pretendida operación de concentración económica, las entidades involucradas cuentan con una participación conjunta de 14.2% en base a la variable de Valor Bruto de Mercancía (GMV) para Honduras, con lo cual para esta variable en particular se presenta un bajo nivel de concentración.

Al analizar el grado de concentración de mercado mediante el Índice Herfindhal Hirschman en condiciones ex ante y ex post para la variable de descargas de las aplicaciones de servicios delivery, la transacción supondría una variación del HHI de 1,912.90 derivado del incremento en la participación porcentual que ostentaría el grupo adquirente alcanzando 64.2%, con lo cual se presume un incremento en el poder de

mercado y exige que la operación sea analizada con un mayor nivel de detalle. Los resultados del HHI, se aprecian en la tabla siguiente.

| Participaciones de Mercado e Índice HHI Servicios Delivery en Honduras en base a descargas (2021) | | |
|--|-------------------------|-----------------|
| | Descargas a 2021 | |
| | % | HHI |
| Ex Ante | | |
| Hugo | 23.5 | 552.25 |
| PedidosYa | 40.7 | 1,656.49 |
| Bip Bip | 20 | 400 |
| Sompopo Shop | 2.9 | 8.41 |
| McDonald's Express Honduras | 2.2 | 4.84 |
| Otros | 10.7 | 21.91 |
| Total | 100 | 2,643.90 |
| Ex Post | | |
| PedidosYa + Hugo | 64.2 | 4,121.64 |
| Bip Bip | 20 | 400 |
| Sompopo Shop | 2.9 | 8.41 |
| McDonald's Express Honduras | 2.2 | 4.84 |
| Otros | 10.7 | 21.91 |
| Total | 100 | 4,556.80 |
| Cambio HHI (Ex ante y Ex post) | | 1,912.90 |
| Fuente: Propia con información del Expediente de Mérito | | |

Por otra parte, se observa que con la operación de concentración se modificaría el número de competidores, vale decir, las empresas de delivery con mayor participación de mercados independientemente de la variable que se utilice. En este sentido, se observa que, con la presente operación de concentración económica, se estarían alterando las condiciones actuales en el mercado.

Barreras a la Entrada

Con respecto al desarrollo de los servicios de entrega de alimentos en línea en particular, las barreras de entrada podrían considerarse relativamente bajas si su escala de operación en el mercado es local, ya que no existen mayores obstáculos institucionales o tecnológicos para comenzar a operar, además que la cantidad de capital inicial para operar es moderada.

No obstante, si se amplía el ámbito geográfico nacional en este tipo de mercado caracterizado por ser de múltiples lados, es propenso a presentar barreras a la entrada asociadas con los altos niveles de inversión y los requerimientos mínimos del tamaño de red e incluso las plataformas digitales por su capacidad de generar economías de alcance, por lo que se incrementa el riesgo de que pueden llegar a desarrollar una estructura de mercado parecida a la de un monopolio natural.

Respecto a los requerimientos mínimos del tamaño de la red, a nivel internacional han existido casos en que los agentes han aplicado estrategias como la integración a las plataformas digitales por medio de redes ya existentes antes de crear una red propia generando una entrada parcial al mercado basado en un solo lado de la demanda. La incapacidad de acceder a los datos de los usuarios en las plataformas digitales genera barreras a la entrada, lo que resulta en una limitante de la cantidad de usuarios en uno de

los lados de la demanda, reduciendo la cantidad de usuarios potenciales para las plataformas entrantes

Otro factor que levanta barreras a la entrada son la existencia de ventas atadas, en estos casos el consumidor es orillado, ya sea de manera coercitiva o mediante incentivos en precios a comprar un determinado producto no deseado en adición al producto realmente deseado. Este tipo de estrategias asociadas a las prácticas comerciales, pueden restringir la libertad económica de los usuarios y obstaculizar el ingreso de nuevas empresas al mercado, sobre todo, cuando se presume poder de mercado.

De igual manera, las barreras a la entrada se ven reforzadas ante la existencia de acuerdos de exclusividad entre plataformas, agentes y empresas participantes. En estos casos, se limita a suministrar productos o servicios por un canal de ventas, lo que afecta las condiciones sobre las cuales compiten los proveedores de bienes y servicios. Este elemento es importante, tomando en cuenta la existencia de los efectos de red.

Por otra parte, las barreras de entrada y expansión pueden ser más significativas en los mercados de dos o más lados, en particular, se debe a la dificultad que existe para que las firmas pequeñas y nuevas puedan obtener una cantidad suficiente de demandantes en cada lado de una plataforma, ya que, los oferentes y demandantes se sienten atraídos por la red más grande.

La recopilación, almacenamiento y análisis de datos de los usuarios es un elemento importante para determinar la capacidad de entrada de nuevas empresas a los mercados digitales, debido a que el acceso de datos representa una dificultad en este tipo de mercados.

Eficiencias

Conforme a los notificantes, la pretendida operación de concentración generará incrementos en la eficiencia económica y el bienestar del consumidor, las que se resumen y enumeran a continuación:

- El *know-how* que estaría ingresando al mercado local como parte del capital humano que aportaría DELIVERY HERO SE. De igual forma, esto contribuiría a que HUGO TECHNOLOGIES, S. A. DE C. V., tenga acceso a un nivel tecnológico desde el cual han sido restringidos por variables como la disponibilidad de mano de obra suficientemente capacitada. Como resultado, la operación proporcionaría ese talento y capital necesario para acceder a los estándares internacionales de calidad en la atención al cliente que la empresa podrá ofrecer y, de esta manera, podrá satisfacer de manera más efectiva la demanda de los consumidores.
- DELIVERY HERO SE, al estar radicado en una región desarrollada, tiene acceso a recursos económicos y financieros que pueden garantizar la sustentabilidad a largo plazo de HUGO TECHNOLOGIES, S. A. DE C. V., así como contribuir al desarrollo de la economía nacional en Honduras.
- Uno de los principales beneficios para los consumidores provendrá de la tecnología que las entidades adquiridas puedan desarrollar al mezclar HUGO TECHNOLOGIES, S. A.

DE C. V., conocimiento del mercado y los recursos de la industria de DELIVERY HERO GROUP.

- Con la operación se pretende impulsar la innovación y desarrollar nuevas operaciones logísticas y de gestión que permitan a las entidades adquiridas reducir costos y precios para ofrecer mejores servicios manteniendo los estándares de calidad. De esta forma, los consumidores tendrán acceso a un servicio innovador de calidad mejorada en el mercado Eat-at-Home.
- Contar con empresas de tecnología innovadoras haciendo negocios en el país, fomentaría la innovación y ayudaría a sostener todo el ecosistema de entrega de alimentos y la infraestructura tecnológica en Honduras. Además, DELIVERY HERO SE continuará contribuyendo activamente a combatir las tasas de desempleo, particularmente entre los nuevos integrantes del mercado laboral, tanto empleando directamente a los empleados y pasajeros que trabajan para la empresa como aumentando el negocio para los restaurantes y comerciantes locales.
- DELIVERY HERO SE también ha lanzado iniciativas en todo el mundo para promover la educación tecnológica, así como la diversidad y la inclusión en el sector tecnológico, lo que a su vez ha tenido efectos positivos en la economía y las comunidades locales en general.
- Se espera que la competencia se intensifique en el corto y mediano plazo en la región centroamericana debido a que existen empresas internacionales que operan en el mercado Eat-at-Home. Por lo tanto, se espera que el sector se vuelva más dinámico en los próximos años y que, a medida que se intensifique la competencia, la industria madure en la región y genere innovación y beneficios para las economías.

Valoraciones sobre la Operación de Concentración Económica

La operación de concentración descrita en la solicitud presentada por los comparecientes, consiste en un cambio de control, administración y dirección efectivos que ocurriría en la sociedad Hugo Technologies, S. A. de C. V., mediante una operación que no se origina en Honduras, en la que DELIVERY HERO SE adquirirá de Hugo Technologies Limited, entidad matriz del Grupo Hugo, el cien por ciento (100%) de las unidades de membresía que conforman el capital social de Hugo Technologies Intermediate LLC.

El cambio de control de la pretendida transacción según los notificantes tiene por objetivo permitir que DELIVERY HERO aporte conocimiento y experiencia operativa relacionada con su objeto social y su línea de negocio adquirida a nivel mundial, para reforzar la competitividad de la aplicación de Hugo en el mercado hondureño y, en última instancia, brindar más beneficios a los consumidores a través de mejores servicios y productos.

Acorde a los notificantes, durante los últimos años Delivery Hero ha realizado múltiples adquisiciones de empresas emergentes altamente innovadoras lideradas por sus fundadores en todo el mundo, así como en América Latina, para apoyarlas enfocándose en el crecimiento económico local y el impacto social; Hugo es un ejemplo perfecto de una empresa local de rápido crecimiento que Delivery Hero desea respaldar para expandirse a

más clientes y brindar experiencias de clase mundial a sus clientes y socios en todo el país y, en general en la región. Hugo, al aprovechar las tecnologías, la red, el conocimiento y la experiencia de Delivery Hero, podría mejorar más fácilmente su oferta de clientes, restaurantes y proveedores hondureños y latinoamericanos, así como a los mensajeros.

En septiembre de 2020 el holding alemán Delivery Hero, propietaria de PedidosYa, anunció el acuerdo de compra de la compañía de reparto Glovo para asumir operaciones en ocho mercados de la región: Panamá, Guatemala, Costa Rica, República Dominicana, Perú, Ecuador, Honduras y Argentina. Proceso de concentración que no fue notificado ante la Comisión.

Adicionalmente, según se expresa en el escrito de notificación, una vez que se haya concretado la operación de concentración propuesta, las partes continuarán operando de forma independiente, vale decir, dos marcas independientes y se afirma que actualmente no hay ningún plan para fusionar las dos marcas una vez se haya concretado la transacción. Las partes involucradas creen efectivamente que las dos marcas PedidosYa y Hugo pueden seguir operando con éxito en el país. Al respecto, los notificantes agregan que continuarán operando en los segmentos que vienen haciéndolo en la actualidad y dejan abierta la posibilidad de proporcionar nuevos servicios que satisfagan las diversas demandas de consumidores y restaurantes y expandir su oferta de servicios.

No obstante, tras analizar la información contenida en el expediente de mérito, la operación de concentración prevista puede tener no sólo el incentivo, sino también la capacidad de influir en la política estratégica de esa empresa Hugo, con lo cual en el corto plazo la presión competitiva puede verse reducida. La operación de concentración puede alterar la dinámica competitiva que existe entre Hugo y la marca PedidosYa en el mercado y puede representar un riesgo para dificultar la búsqueda e implementación de toma de decisiones estratégicas y comerciales para competir y con ello, alcanzar mejores posiciones dentro del mercado, dilatando así la presión competitiva y afectando a los consumidores.

Con la pretendida operación se estaría creando un vínculo a nivel horizontal dentro de la estructura de mercado, mediante dos competidores actualmente directos y que representan al primer y segundo agentes económicos en el mercado, con lo cual, se favorece los incentivos para la coordinación y la capacidad para hacerlo. En este sentido, ha de tenerse en cuenta que en Honduras hasta el año 2021, la marca Glovo y posteriormente PedidosYa, han venido ejerciendo una fuerte presión competitiva sobre Hugo y se viene observando una importante dinámica y crecimiento acelerado de este mercado.

En el futuro, se espera que las grandes empresas de tecnología intensifiquen la competencia en Honduras dadas sus estrategias de expansión y la misma madurez que irá adquiriendo el mercado. Por tanto, factores como mantener altos estándares de calidad, mayor eficiencia en los tiempos de entrega (ya que ir al restaurante para ahorrar tiempo es una alternativa), la penetración de la tecnología en las sociedades, la veracidad de los pedidos y envíos, y la facilidad de uso de la entrega, entidades de servicios y sitios web,

entre otros, son factores clave para el futuro. Cabe señalar también que, este mercado estaría fuertemente influenciado por los factores socioeconómicos y culturales en los que operan las empresas. Un factor importante que ha intensificado recientemente la competencia, como se mencionó anteriormente, es la pandemia de Covid-19 y está propiciando cambios importantes en el mercado, así como la innovación por parte de los agentes económicos.

En suma, tomando en cuenta los comportamientos estratégicos de los agentes económicos, se observa que, en general existe algún nivel de diversidad de la oferta en el mercado analizado para el territorio nacional tal y como ha venido reportándose especialmente en los últimos dos años. Sin embargo, la tendencia que comienza a observarse es hacia la consolidación del sector y reducción de agentes económicos que rivalizarán en el mercado. Ante esta situación, se detecta que en un escenario ex post, la concentración podría alterar la dinámica competitiva actual, debido a que la estructura y las condiciones actuales de mercado experimentarían cambios sustanciales, aunado a las barreras a la entrada detectadas.

CONSIDERANDO (6): Que, en adición al análisis realizado por la Dirección Económica, la Dirección Legal, en cumplimiento a lo proveído por la Dirección Técnica, emitió el respectivo dictamen en fecha veinte de diciembre de dos mil veintiuno (2021), para lo cual procedió a valorar y analizar los aspectos siguientes:

De la Operación de Concentración Económica expuesta por los Intervinientes:

En la solicitud presentada por los apoderados legales de las sociedades mercantiles intervinientes en la operación de concentración económica, se indica que la transacción contemplada no está directamente relacionada con Honduras, y detallan que la sociedad denominada DELIVERY HERO SE adquirirá de HUGO TECHNOLOGIES LIMITED, entidad matriz del Grupo Hugo, el cien por ciento (100%) de las unidades de membresía emitidas que conforman el capital social de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC.

Agregan que como resultado de la adquisición de la totalidad del capital social emitido de HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC, DELIVERY HERO SE obtendrá indirectamente el control, administración y dirección efectivos de HUGO TECHNOLOGIES S.A. DE C.V., siendo esta la sociedad constituida en territorio hondureño. No obstante, bajo la Transacción Contemplada, DELIVERY HERO SE no está comprando directamente HUGO TECHNOLOGIES S.A. DE C.V., sino que solo adquiere indirectamente el control de la misma a través de la adquisición de control sobre su entidad matriz, que está incorporada fuera de Honduras.

Para tal efecto aducen las partes, que los términos generales de la pretendida transacción se han acordado mediante un “Acuerdo de Compra de Intereses de Membresía” (dicho proyecto en versión borrador se acompaña al escrito inicial).

Asimismo, manifiestan que la notificación se hace a la Comisión, por deferencia y transparencia, antes de ejecutar cualquier acuerdo a nivel local y con el fin de exponer los beneficios reales de la Operación Contemplada para la economía y los consumidores hondureños.

Valoración de la información y documentación presentada en el marco de la operación de Concentración Económica:

A lo largo de la solicitud expuesta por los intervinientes, estos indican que las sociedades intervinientes en el proceso en cuestión, pretenden llevar a cabo la operación de concentración económica ampliamente referida fuera de territorio hondureño, pero con efectos indirectos en una sociedad mercantil constituida y en operaciones en Honduras, por lo que luego de haber realizado una descripción de la operación contemplada se demuestra que la misma no se enmarca dentro de las Prácticas Restrictivas Prohibidas por su Naturaleza ni dentro de las Prácticas Restrictivas a Prohibir según su Efecto, ni que dicha operación restrinja, disminuya, dañe o impide la libre competencia; más bien, generará aumentos en la eficiencia económica y el bienestar del consumidor.

Aunando a lo anterior, y previo a la materialización de la transacción mercantil referida a lo largo del presente acto, los agentes económicos involucrados en la operación de concentración económica objeto de análisis por parte de la Comisión, - *según documentación en versión borrador e idioma español, acompañada al escrito inicial* - suscribirán un "Acuerdo de Compra de Intereses de Membresía", el cual surtirá sus efectos legales con posterioridad a la obtención de la respectiva aprobación por parte de la Comisión.

En dicho acuerdo, se establecen las condiciones contractuales que regularan la transacción mercantil propuesta, reconociendo en lo conducente al cumplimiento de obligaciones emanadas de la Ley de Competencia y su reglamento, entre otros puntos lo siguiente:

"Aprobación Anti-competencia Hondureña" significa las aprobaciones requeridas de las Autoridades Antimonopolio relevantes en Honduras para la consumación de las transacciones contempladas en el presente.

Sección 4.4 Consentimiento de terceros. Salvo lo dispuesto en la Cláusula 4. 4 de los Cuadros de Divulgación, ni la suscripción y el otorgamiento del presente Contrato o de cualquier Contrato Auxiliar del que sea parte, ni el cumplimiento por parte de la Compañía y sus Subsidiarias de sus obligaciones en virtud del presente o del mismo, ni la realización de la transacción contemplada en el presente o en el mismo, requerirán ningún consentimiento (colectivamente, "Consentimientos de Terceros")..., excepto:

- (i) para cualquier aprobación antimonopolio nicaragüense, aprobación antimonopolio hondureña, y cualquier otra ley antimonopolio, de competencia, de inversión, regulatoria o similar aplicable,*
- (ii)...*

(iii) cuando la no obtención de dicho consentimiento, aprobación, autorización o acción, o la no presentación o notificación, no tenga, individualmente o en conjunto, un efecto adverso significativo para la Compañía o cualquiera de sus Subsidiarias, o impida, retrase o dificulte significativamente el cumplimiento por parte de la Compañía de sus obligaciones en virtud de este Contrato o la realización de las transacciones aquí contempladas.

Sección 8.1 Condiciones generales. Las obligaciones respectivas del Comprador, el Vendedor y la Compañía para consumir las transacciones contempladas en este Acuerdo estarán sujetas al cumplimiento, en o antes del Cierre, de cada una de las siguientes condiciones, ...:

(a)...;

(b) Se ha obtenido la Aprobación Antimonopolio de Honduras; y

(c)....

Aunado a lo anterior, se realizó por parte de la Dirección Económica de esta Comisión un análisis de las eficiencias enunciadas por los agentes económicos intervinientes, así como las respectivas valoraciones de posibles efectos, siendo del parecer que con el presente proceso de concentración se detectan *a priori* cambios en la estructura de mercado en las condiciones actuales prevalecientes en el mercado relevante definido, por lo que se advierte la generación de una situación de poder adicional de mercado, que tiene el potencial de incidir en las condiciones preexistentes en el mismo, sumado a que la transacción forma parte de un proceso estratégico global.

Asimismo, es del parecer que, en virtud de las condiciones actuales observadas en este mercado, los altos niveles de concentración que se alcanzarían con la transacción, los potenciales efectos que han sido advertidos, las barreras a la entrada que han sido identificadas, así como las eficiencias económicas que fueron invocadas por los notificantes, resulta pertinente contar con la constante vigilancia de la Comisión una vez se haya concretada la transacción. Lo anterior, considerando las características cambiantes de este mercado y que en la actualidad éste transita de una etapa de acelerado crecimiento y expansión, hacia una de mayor madurez en el territorio nacional.

Del procedimiento relativo a la Operación de Concentración Económica.

1. Que en lo relativo a las operaciones de concentración económica, la Ley de Competencia y su Reglamento, contiene disposiciones legales que rigen el procedimiento en cuestión.
2. Que de lo dispuesto en el artículo 4 de la Ley de Competencia, se desprende en términos generales, las personas naturales o jurídicas que estarán sometidas a la Ley de Competencia, aun aquellas con domicilio legal fuera de del territorio de la República de Honduras, cuando sus actividades, contratos, convenios, prácticas, arreglos, actos o negocios, produzcan efectos en territorio nacional. Por consiguiente, las sociedades

involucradas en la operación de concentración económica objeto de análisis, se encuentran sometidas a la Ley de Competencia.

3. Que para efectos de cumplir con la obligación de notificación, tanto el artículo 15 como el 22 reglamentario estipulan que se debe incluir en la solicitud, la información relativa a los agentes económicos participantes en la operación de concentración económica directa o indirectamente; para lo cual los agentes económicos intervinientes en la operación verificada cumplieron la información base y general que mandan las disposiciones legales, siendo presentada con el escrito inicial y otra vía requerimiento de información efectuado por la Comisión en aras de contar con mayores elementos para realizar el análisis de la operación notificada.
4. Que corre agregado al expediente administrativo contentivo de la notificación de operación de concentración económica, un conjunto de documentos denominados “Declaración Jurada” por medio de los cuales se acredita tanto por el lado de la “Adquirente” como del “Vendedor”, que la información y documentación presentada ante la Comisión es verdadera y fidedigna y pertenece a las sociedades referidas en el proceso de mérito, respectivamente. Asimismo, que ninguna de las sociedades intervinientes directamente en la operación notificada está participando en otra concentración económica en la República de Honduras.

CONSIDERANDO (7): Que en el marco del Estado de Emergencia Sanitaria ante la amenaza de propagación del COVID-19, se decretaron Restricciones de Garantías Constitucionales en todo el territorio nacional, situación que ha limitado el movimiento normal de las personas para realizar las gestiones administrativas en todas las Instituciones, por lo que el uso de vías electrónicas disponibles pueden llegar a constituir una herramienta temporal de trabajo y comunicación interna y externa para evitar mayores niveles de exposición tanto de los miembros de la Comisión como de los usuarios que requieren los servicios de la Institución, sin que dichas vías sustituyan o excluyan la formalidad que revisten los procedimientos administrativos vigentes y/o exima el cumplimiento de los requisitos establecidos en el ordenamiento jurídico.

CONSIDERANDO (8): Que para efectos de dar cumplimiento a la obligación establecida en el artículo 29 del Reglamento de la Ley de Competencia que dice: *“En el acto de formalización ante notario mediante el cual se produzca una concentración de las que requiere autorización previa de conformidad a la Ley, dicho funcionario deberá relacionar la resolución de la Comisión en la que se autoriza la misma”*, los agentes económicos involucrados en dicha operación, informarán a la Comisión el cumplimiento de la obligación en referencia, para lo cual deberán presentar ante la Secretaría General de la Comisión, la copia debidamente autenticada de la correspondiente escritura pública, y las solemnidades que la ley exige para los efectos respectivos.

POR TANTO:

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia en el uso de sus atribuciones y en aplicación a lo establecido en los artículos: 1, 80, 82, 331, 333 y 339 de la Constitución de la República; 1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 16, 18, 34 numeral 3), 45, 46, 52, 53, 63-B y demás aplicables de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 2, 3 literal f), 7, 9, 12, 14, 15, 21, 22, 29, 46, 47, 49, 50, 82 y demás aplicables del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 72, 83, 87, 88, 121 y demás aplicables de la Ley de Procedimiento Administrativo.

RESUELVE:

PRIMERO: Tener por **NOTIFICADA**, la operación de concentración económica presentada por las sociedades mercantiles **DELIVERY HERO SE** (Adquirente) y **HUGO TECHNOLOGIES LIMITED** (Vendedor).

SEGUNDO: En vista que la comercialización (Delivery) de comida preparada y productos empacados para el consumidor y otros a través de plataformas online a las que se accede por internet, es un mercado que se encuentra transitando de una etapa de crecimiento hacia una de madurez, y una operación de concentración como la analizada requiere el establecimiento de condiciones que minimicen los potenciales efectos negativos que han sido identificados para el ejercicio de la libre competencia, pero sin frenar o desincentivar la innovación por parte de los agentes económicos se decide **AUTORIZAR DE MANERA CONDICIONADA** la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de **DELIVERY HERO SE** (Adquirente), del 100% de las acciones de la “Entidad Objeto” **HUGO TECHNOLOGIES INTERMEDIATE LLC**, propiedad absoluta del “Vendedor” vale decir **HUGO TECHNOLOGIES LIMITED**, lo que dará como consecuencia el cambio de control indirecto en la sociedad hondureña denominada **HUGO TECHNOLOGIES, S. A. de C. V.**, en el sentido de que los agentes económicos involucrados queden obligados a observar y cumplir las **MEDIDAS CONDICIONALES y/o ADVERTENCIAS** siguientes:

- 1) Abstenerse de realizar prácticas anticompetitivas prohibidas por su naturaleza y según su efecto.
- 2) Abstenerse de realizar actos conducentes a formalizar operaciones de concentración económica y/o ejercer de hecho o de derecho el control sobre otros agentes económicos, sin antes cumplir con la obligación de notificar sus concentraciones económicas en los términos que establece la Ley de Competencia.
- 3) Mantener administraciones separadas e independientes para las marcas Hugo y PedidosYa, al menos por tres (3) años, con estrategias comerciales independientes y donde se garantice que no se accederá a la información comercial sensible de la otra; así como establecer medidas para garantizar que se pueda influir en las estrategias existentes en que compiten actualmente o puedan competir en el futuro las marcas PedidosYa y Hugo.

4) La obligación de hacer o informar a la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, durante un período de cinco (05) años (2022-2026), sobre las ganancias y/o incrementos en eficiencia económica que resulten como consecuencia de la presente operación de concentración económica; en el sentido de reportar durante el período anteriormente relacionado, en forma anual, contado a partir de la notificación de la presente Resolución, entre otros:

a) La obtención de otros ahorros de recursos que permitan al agente económico notificado, de manera permanente, producir la misma cantidad del bien o servicio a menor costo o una mayor cantidad de este producto o servicio al mismo costo;

b) La obtención de otros menores costos si se producen dos o más productos o servicios de manera conjunta que separadamente;

c) La disminución significativa de los gastos administrativos;

d) La innovación y transferencia tecnológica y de información comercial;

e) La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución; incluyendo la obtención de ahorros por las eficiencias en menores costos y mejoras en los procesos productivos, distribución, transporte y logística.

5) La obligación de informar, ante esta Comisión, mediante los reportes correspondientes, sobre el traslado de eficiencias hacia los consumidores en los términos arriba indicados y propuestos por los agentes económicos involucrados en la operación de concentración. Para tales efectos, deberán rendirse dichos informes en forma anual durante el período de cinco años indicado en numeral 4), precedente.

Todo lo anterior, sin perjuicio de las sanciones que correspondan por la falta o atraso de entrega de información solicitada, o por la inobservancia de las obligaciones y/o medidas condicionales impuestas, el incumplimiento de las mismas se consideraran o tendrán como suficientes indicios para ordenar y/o dictar las medidas correctivas que correspondan; aplicar las medidas precautorias y/o provisionales respectivas, iniciar cualesquier investigación sobre la concentración económica o de prácticas anticompetitivas que procedan de conformidad con el Procedimiento para Sancionar Prácticas, Actos y Conductas Prohibidas, cuando se estime que los actos y/o hechos derivados de la concentración tengan por objeto y/o efecto restringir, disminuir, dañar, impedir o vulnerar el proceso de libre competencia.

TERCERO: En consonancia a lo establecido en los procedimientos relativos a las concentraciones económicas, la Comisión se reserva la facultad de realizar a posteriori, cualquier solicitud de información o verificación relacionada al procedimiento notificado e investigar lo manifestado por los agentes económicos a lo largo del mismo.

Para tal efecto, **se Instruye el Procedimiento para Exigir Información** contenido en la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, entre otros, a fin de constatar el cumplimiento de la obligación establecida en el segundo resolutivo; y sin perjuicio de otras

actuaciones o funciones que puedan derivar del presente acto administrativo, en el marco de las disposiciones que rigen la materia de Competencia.

CUARTO: De conformidad a lo establecido en el artículo 14 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión, se reserva la facultad de aplicar las medidas o sanciones legales que correspondan, cuando la concentración económica haya sido examinada sobre la base de información falsa proporcionada por los agentes económicos involucrados; sin perjuicio de lo establecido en el artículo 121 de la Ley de Procedimiento Administrativo, relativo a la facultad de revocar o modificar el acto administrativo cuando desaparecieren las circunstancias que lo motivaron o sobrevinieren otras que, de haber existido a la sazón, el mismo no habría sido dictado, también podrá revocarlo o modificarlo cuando no fuere oportuno o conveniente a los fines del servicio para el cual se dicta.

QUINTO: De conformidad con el artículo 82 del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión dispone que los agentes económicos involucrados en la concentración en referencia publiquen por su cuenta, la presente Resolución, en por lo menos un diario de mayor circulación nacional.

SEXTO: Para los efectos legales correspondientes instrúyase a la Secretaría General para que proceda a notificar la presente Resolución a los apoderados legales de los agentes económicos intervinientes, y en el acto de la notificación les haga las prevenciones de ley correspondientes. Para dicho efecto habilítense días y horas inhábiles.



ABOGADO ENRIQUE LOZANO FERRERA
Presidente



ABOGADO JOSÉ ARTURO VÁSQUEZ MEJÍA
Secretario General