

**REPUBLICA DE PANAMA**  
**RESOLUCIÓN N° DLC-PLP-014-07.**  
**(de 27 de abril de 2007)**

**Mediante la cual se otorga concepto favorable condicionado a la concentración económica celebrada entre CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION y CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A.**

**EL DIRECTOR NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, en uso de sus facultades legales,**

**CONSIDERANDO:**

Que la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (en adelante **LA AUTORIDAD**) es una entidad pública descentralizada del Estado, con personería jurídica propia, autonomía en su régimen interno e independencia en el ejercicio de sus funciones.

Que la Ley 29 de 1996 modificada por el Decreto Ley No. 9 del 20 de febrero del 2006 y unificada en Texto Único mediante Decreto Ejecutivo No. 4 del 8 de febrero del 2007<sup>1</sup> (en adelante la Ley 29), establece en su artículo 23 la posibilidad de verificación previa de concentraciones económicas: *“Antes de surtir sus efectos, las concentraciones podrán ser notificadas y sometidas, por el agente económico interesado, a la verificación de la Autoridad”*.

Que en virtud de lo estipulado en el numeral 3 del artículo 97 de la Ley 29, el Director Nacional de Libre Competencia es al que le corresponde *“Conocer, a petición de parte, de los procesos de verificación de concentraciones económicas, conforme a las disposiciones de la presente Ley.”*

Que el numeral 2 del artículo 96 de la Ley 29 establece como facultad del Director Nacional de Libre Competencia: *“Recabar documentos, tomar testimonios, y obtener otros elementos probatorios e información a través de cualquier medio de prueba, de instituciones públicas y privadas, y de personas naturales o jurídicas, dentro de los límites de su competencia”*.

Que además de las funciones antes citadas, al Director Nacional de Libre Competencia le corresponderá las demás funciones atribuidas a él en virtud de la Ley 29 y sus reglamentos y demás disposiciones que rijan la materia.

Que fue solicitado el trámite de verificación previa de la concentración económica de **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION (en adelante COIC)** y **CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A. (en adelante UBCI)**.

Que como consecuencia de lo anterior procedió a llevar a cabo todos los trámites que exige el procedimiento de verificación previa de acuerdo a la Ley, Reglamentos y Guías correspondientes, como se hace constar a continuación:

**Parte I: Antecedentes.**

***1. Conocimiento de LA AUTORIDAD.***

Mediante memorial presentado el día 27 de marzo de 2007, la firma ALEMÁN, CORDERO, GALINDO Y LEE, actuando en nombre y representación de **COIC**, notificó y sometió a verificación previa, para obtener el concepto favorable de la **AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA**, la concentración económica resultante de la adquisición total de las acciones de **GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A.** y, por ende, del control accionario de **BANCO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A.**, por parte de **COIC**.

Del mismo modo, el solicitante señaló a **LA AUTORIDAD** que la concentración económica arriba descrita está supuesta a concretarse en fecha próxima, dentro del presente año. (Fs. 377 y 380).<sup>2</sup>

## **2. Descripción de la Operación**

Según la descripción presentada por los solicitantes, la operación consiste en la compra de la totalidad de las acciones emitidas y en circulación de GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A. (GCP), en los siguientes términos: “Como resultado de la venta de la totalidad de las acciones de GCP se producirá un cambio del control accionario de CUSCATLÁN a favor de COIC<sup>3</sup>, que es subsidiaria 100% de CITIBANK NA. que es un Banco con presencia en Panamá.”

Igualmente, señalan los solicitantes que: “En vista que CUSCATLAN es subsidiaria 100% de GCP, al COIC adquirir el 100% de las acciones de GCP, ejercería, en un 100%, el control accionario indirecto de CUSCATLAN.”<sup>4</sup>

Del mismo modo, se observa en el resumen del Contrato de Adquisición de 13 de diciembre de 2006, presentado por el solicitante que, en efecto, “...**CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION** adquirirá sustancialmente todas las acciones de ciertas subsidiarias de Corporación UBC Internacional, S.A. que están principalmente involucradas en banca, tarjetas de crédito, bolsa, administración de activos, pensión y negocios relacionados en Centroamérica.”<sup>5</sup>

## **3. Términos en que se presenta la concentración para la emisión del concepto.**

Según el memorial presentado (ver fs.1-7el Tomo I) los agentes económicos involucrados directa o indirectamente en la concentración son los siguientes:

- **CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A. (UBCI)**, sociedad anónima organizada y existente de conformidad con las leyes de la República de Panamá, inscrita en la Ficha 394545, Documento 195250, de la Sección de Personas Mercantil del Registro Público, de la que es Presidente y Representante Legal el señor José Mauricio Felipe Samayoa Rivas, con domicilio en Pirámide Cuscatlán, Kilómetro Diez y medio, carretera Panamericana, Santa Tecla, Departamento de La Libertad, República de El Salvador;
- **GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A. (GCP)**, sociedad anónima organizada y existente de conformidad con las leyes de la República de Panamá, inscrita a Ficha 424369, Documento 400784, de la Sección de Personas Mercantil del Registro Público, de la que es Presidente y Representante Legal el señor José Mauricio Felipe Samayoa Rivas, con domicilio en Pirámide Cuscatlan, Kilómetro Diez y medio, carretera Panamericana, Santa Tecla, Departamento de La Libertad, República de El Salvador, sociedad ésta que es una subsidiaria 100% de **CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A. (UBCI)**;
- **BANCO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A. (CUSCATLÁN)**, sociedad organizada y existente de conformidad con las leyes de la República de Panamá, inscrita en la Ficha 425041, Documento 404934, de la Sección de Personas Mercantil del Registro Público, de la que es Presidente y Representante Legal el señor Guido Martinelli Della Togna, con domicilio en Calle 50, Edificio Banco Cuscatlan ciudad de Panamá, sociedad ésta que cuenta con una Licencia Bancaria General expedida por la Superintendencia de Bancos que le permite llevar a cabo el negocio de Banca en o desde la República de Panamá y que, a su vez, es subsidiaria 100% de **GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A. (GCP)**;
- **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION<sup>6</sup> (COIC)**, sociedad organizada y existente de conformidad con la Sección 25(a) de la Ley de la Reserva Federal, bajo las leyes de los Estados Unidos de América, de la que es Vicepresidente Ejecutivo con facultades de representación el señor William H. Wolf, con domicilio en One Penn’s Way, New Castle, Delaware, 19720, compañía ésta que actúa como compañía tenedora de acciones organizada bajo el “Edge Act” y supervisada por la Junta de Gobernadores del Sistema de Reserva Federal de los Estados Unidos de América y es, a su vez, una subsidiaria 100% de **CITIBANK, N.A.**..
- **CITIBANK, N.A. (CITIBANK)** sociedad dedicada al negocio de la banca a nivel internacional y es subsidiaria 100% de **CITIGROUP INC.**, sociedad ésta que cuenta con una sucursal en la República de Panamá, desde hace más de un siglo, autorizada para llevar a cabo el Negocio de banca en o desde la República de Panamá;
- **CITIGROUP INC. (CITIGROUP)** compañía tenedora de acciones de servicios financieros diversificados a nivel global, que se encuentra regulado y supervisado por el Sistema

de la Reserva Federal de los Estados Unidos de América, y que constituye una compañía de tenencia pública, cuyas acciones están listadas y se transan en las principales bolsas de valores del mundo.

Así vemos que el solicitante en su memorial describe los principales negocios a los que se dedican las empresas involucradas en el presente análisis de verificación previa, en los siguientes términos:

“**CITIGROUP** y subsidiarias: está diversificada globalmente para servicios financieros cuyo negocio es proveer una amplia gama de servicios financieros a clientes consumidores y corporativos. Se maneja principalmente bajo los siguientes segmentos y área de producto y servicios: Grupo de Consumo Global (incluye tarjetas de crédito, préstamos de consumo, distribución al detal y banca comercial), Banca Corporativa y de Inversiones (incluye mercados capitales, banca de inversiones y servicios de transacciones), Administración Global de Patrimonio (incluye planeación financiera, valores, investigaciones de capital y renta fija, y administración de patrimonio), Inversiones Alternativas (incluye private “equity”, “hedge funds”, bienes raíces, productos estructurados y futuros), y Corporativos/Otros (incluye tesorería y funciones de operaciones y tecnología).

**CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A. (UBCI)**, a través de sus subsidiarias, está principalmente involucrada en Banca, tarjetas de crédito, bolsa, administración de activos, pensión y negocios relacionados.”

La solicitud de verificación previa aborda sus consideraciones en torno a la viabilidad de la misma, fundamentándose, esencialmente, en los siguientes hechos:

- La adquisición de las acciones de GCP y, por ende, el control accionario de CUSCATLAN por parte de COIC, no tiene impacto en los índices de concentraciones de los principales segmentos de la actividad bancaria.
- La dinámica de la competencia y las características propias existentes en el mercado de servicios financieros de emisión de tarjetas de crédito, impiden que la concentración sea calificada como nociva para la competencia.
- La transacción entre COIC y UBCI no representa una amenaza potencial a la dinámica de la competencia dentro del mercado pertinente y de ninguna manera infringe disposiciones de la Ley 29 de 1996, ya que la misma no tiene por efecto una disminución, restricción, daño o impedimento, de manera irrazonable, de la libre competencia económica y la libre concurrencia.
- La unión de las carteras en tarjetas de crédito de CITIBANK + Banco Uno, S.A. y CUSCATLÁN no tendrá incidencia ni en la entrada ni en la salida de otros competidores. Es la disponibilidad y costo del capital de cada emisor lo que principalmente va a determinar su incursión y permanencia en el negocio de emisión de tarjetas de crédito...cualquier emisor potencial con capital disponible a un costo competitivo, se asegura su ingreso al mercado.
- La unión de las carteras en tarjetas de crédito de CITIBANK N.A. + Banco Uno, S.A. y CUSCATLÁN no restringirá la libre participación de cualquiera que cuente con la capacidad financiera, la experiencia y la capacidad de construir y aprovechar eficientemente sus propias redes de apoyo en el mercado nacional.

Del mismo modo, el día 19 de abril de 2007 la firma ALEMÁN, CORDERO, GALINDO & LEE presentó un escrito ampliando la información suministrada el día 12 de abril de 2007, señalando lo siguiente:

“1.- Producto de una nueva revisión del contrato de adquisición de acciones de GRUPO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A., queremos informarle que el mismo contempla una cláusula de no competencia



Del mismo modo, acompañaron cuadro descriptivo de las tasas de interés promedio para activos (por tipo de crédito) y pasivos (por tipo de depósitos) de CITIBANK, N.A. para el año 2005 y 2006, así como el cuadro descriptivo de las tasas de interés promedio de CITIBANK, N.A. para las tarjetas de crédito que emite.

#### **4. Actuación de LA AUTORIDAD de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.**

Una vez cumplida la etapa de solicitud y entrega de la información, se procedió a emitir la Resolución No.DLC-PLP-013-07 de 25 de abril de 2007 de, mediante la cual se declaró que los interesados habían cumplido con la entrega de la información y los documentos solicitados por lo que el término de los sesenta (60) días para resolver la solicitud se iniciaría a partir del 12 de abril del 2007.

#### **5. Marco Legal.**

Tal como hemos señalado en otras oportunidades **LA AUTORIDAD** fue creada mediante el Decreto Ley No. 9 de 20 de febrero de 2006 “*Que crea la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, modifica y adicionan disposiciones a la Ley 29 de 1 de febrero de 1996 y se adoptan otras disposiciones*”.

**LA AUTORIDAD** sustituye en sus funciones a la antigua **CLICAC**, y es creada como una entidad pública descentralizada del Estado, con personería jurídica propia, autonomía en su régimen interno e independencia en el ejercicio de sus funciones.

**LA AUTORIDAD** tiene como objetivo proteger y asegurar, entre otras cosas, el proceso de libre competencia económica y la libre concurrencia, erradicando las prácticas monopolísticas y otras restricciones en el funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios. (Art. 1. Ley 29). De igual manera es la competente para investigar y sancionar las prácticas prohibidas en dicha Ley.

La Ley 29 es de aplicación en todo en territorio nacional y en general para todas las concentraciones económicas que puedan afectar la economía de la República de Panamá.<sup>7</sup> Las concentraciones económicas son las fusiones, adquisiciones de control o cualesquier actos en virtud de los cuales se agrupen sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos, establecimientos o activos en general, que se realice entre proveedores o potenciales proveedores, entre clientes o potenciales clientes y otros agentes económicos competidores o potenciales competidores entre sí.<sup>8</sup>

En términos generales podemos mencionar que son objeto de revisión todas aquellas concentraciones<sup>9</sup> que puedan afectar el mercado panameño, aunque la operación se surta en el exterior. Lo fundamental es que los productos o servicios sean comercializados dentro del territorio nacional.

La Ley 29 también recoge las normas que incumben al control de las concentraciones económicas, dándole a **LA AUTORIDAD** la responsabilidad de la verificación previa, concretamente al Director Nacional de Libre Competencia. Veamos:

*“Artículo 97. Funciones específicas del Director Nacional de Libre Competencia. Además de las funciones generales previamente establecidas para los Directores Nacionales, corresponderá al Director Nacional de Libre Competencia el ejercicio de las siguientes funciones:*

- 1...
- 2...
3. *Conocer, a petición de parte, de los procesos de verificación de concentraciones económicas, conforme a las disposiciones de la presente Ley.*
- ...”

Como vemos, la norma establece que será el Director Nacional de Libre Competencia el encargado de brindar el concepto favorable, condicionar o emitir concepto desfavorable a la

concentración económica planteada en estos momentos, razón por la cual deberán analizarse todos los presupuestos que establece la *Ley 29, el Decreto Ejecutivo No. 31 de 1998 y la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas del 2001*, normas éstas que integran el escenario jurídico que debe ser tomado en cuenta al momento de tomarse una decisión al respecto de una concentración económica.

El artículo 23 de la Ley 29 establece el concepto de verificación previa, indicando lo siguiente:

*“Artículo 23. Verificación Previa. Antes de surtir sus efectos, las concentraciones podrán ser notificadas y sometidas, por el agente económico interesado, a la verificación de la Autoridad”.*

La verificación previa acerca de la licitud de la concentración, debe ser notificada a **LA AUTORIDAD** antes de que la operación comercial sea efectuada, y como efecto principal conlleva que aquellas que cuenten con el concepto favorable de **LA AUTORIDAD**, no podrán ser impugnadas posteriormente por esta entidad, salvo que la información proporcionada por el solicitante para la correspondiente evaluación, haya sido falsa o incompleta. Al respecto veamos el artículo 24.

*“Artículo 24. Efectos de la Verificación. Las concentraciones que hayan sido verificadas, y cuenten con el concepto favorable de la Autoridad, podrán operar válidamente y no podrán ser impugnadas posteriormente por razón de los elementos verificados, salvo cuando dicho concepto favorable se hubiese obtenido en base a información falsa o incompleta proporcionada por el agente interesado.”*

Del mismo modo, se cuenta con presunciones legales en torno a este tipo de trámites, los cuales son recogidos en el artículo 27 de la Ley 29 de 1996 que reza textualmente:

*“Artículo 27. Presunciones. Para los efectos de la verificación que debe conducir la Autoridad, se presumirá que la concentración tiene un objeto o efecto prohibido por esta Ley, cuando el acto o tentativa:*

- 1. Confiera o pueda conferir, al fusionante, al adquirente o agente económico resultante de la concentración, el poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado pertinente, sin que los agentes competidores puedan, efectiva o potencialmente, contrarrestar dicho poder;*
- 2. Tenga o pueda tener por objeto desplazar a otros competidores existentes o potenciales, o impedirles el acceso al mercado pertinente, o*
- 3. Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente, a los participantes en dicho acto o tentativa, el ejercicio de prácticas monopolísticas prohibidas.*

*Estas presunciones podrán desvirtuarse aportando al efecto prueba en contrario”.*

Por otro lado, al momento de ser solicitado el trámite de verificación previa ante el DIRECTOR NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA, **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION** se somete al procedimiento administrativo que realizará la Institución, en el cual podrá otorgar concepto favorable, condicionar o no otorgar el concepto de aprobación de la concentración económica propuesta. El procedimiento lo establece el artículo 109 de la Ley 29, el cual señala lo siguiente:

*“Artículo 109. Procedimiento de Verificación. En todos los casos en que la Autoridad verifique una concentración seguirá el procedimiento siguiente:*

- 1. El agente económico interesado hará la notificación correspondiente por escrito, la que se acompañará con copia del acto jurídico de que se trate, señalando los nombres o razones sociales de las partes involucradas, sus estados financieros del último ejercicio fiscal, su*

*participación en el mercado pertinente y los demás datos que sean necesarios para conocer la transacción;*

*2. La Autoridad podrá requerir datos o documentos adicionales, dentro de los veinte (20) días calendario siguientes al recibo de la notificación;*

*3. A partir de la fecha de recibo de la notificación, o de la fecha en que se reciban los datos o documentos adicionales, según fuere el caso, la Autoridad tendrá un plazo de hasta sesenta (60) días calendario para emitir su resolución. Si este plazo venciera sin que se haya emitido tal resolución, se entenderá aprobada la concentración;*

*4. La resolución de la Autoridad deberá estar debidamente motivada y fundamentada en la ley;*

*5. La resolución favorable de la Autoridad sobre la concentración no implica un pronunciamiento sobre la realización de otras prácticas monopolísticas prohibidas por la ley;*

*6. La Autoridad podrá rechazar una solicitud de verificación, cuando ésta resulte obviamente inconducente, o cuando haya emitido concepto anteriormente sobre la misma verificación.”*

Dentro del término de sesenta (60) días contados a partir del recibo de toda la información solicitada, esto es el 12 de abril de 2007, DIRECTOR NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA debe pronunciarse sobre la solicitud de verificación previa de la concentración económica a celebrarse entre **COIC** y **UBCI** tomando en cuenta las normas contenidas en la Ley 29, el Decreto 31 de 1998 y la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas, puesto que de lo contrario, se entenderá como aprobada la concentración, tal como lo establece el numeral 3 del artículo 109 de la Ley 29.

En ese sentido, corresponde la evaluación de los distintos aspectos económicos y jurídicos que componen el entorno de esta operación comercial, así como la posible afectación que cause al mercado panameño, concretamente en lo que se refiera al aspecto de la competencia, así como las posibles restricciones que puedan suceder a partir de dicha concentración.

Algunos de los elementos que se habrán de evaluar son: el mercado pertinente en el cual se desenvuelven los agentes económicos que serán absorbidos; el poder de mercado que tiene cada uno de ellos actualmente de manera individual y el poder que tendrán posterior a la concentración económica; la posibilidad que la empresa resultante pueda fijar precios de manera unilateral sin que los competidores puedan efectiva o potencialmente contrarrestar dicho poder; que la concentración tenga o pueda tener el objeto de desplazar a otros agentes económicos competidores o impedirles el acceso al mercado; que la concentración tenga o pueda tener el objeto facilitar sustancialmente a los participantes de la concentración el ejercicio de prácticas monopolísticas prohibidas.

Después de ser analizados todos los elementos relacionados con la verificación previa de la concentración económica propuesta por **COIC**, DIRECTOR NACIONAL DE LIBRE COMPETENCIA deberá determinar si la concentración económica obtiene su concepto favorable, por razón de su licitud.

Del mismo modo, vemos que el artículo 20 del precitado Decreto Ejecutivo No. 31 de 1998, establece que una vez terminada la verificación, **LA AUTORIDAD** también cuenta con la potestad de condicionar su decisión sobre la concentración, para que se ajuste a la Ley, incluyendo, entre las medidas correctivas que se podrán tomar, entre otras, las siguientes:

1. Abstenerse de realizar o llevar a cabo una determinada conducta.
2. Enajenar u otorgar a terceros derechos sobre determinados activos, materiales o incorporeales, partes sociales o acciones.
3. Modificar, transferir o eliminar una determinada línea de producción.
4. Modificar o eliminar cláusulas de los actos, convenios o contratos que pretendan celebrar.

Pasaremos ahora a examinar los distintos elementos que se desarrollan en la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.

## **Parte II: Alcance del Control de la Concentración.**

Según lo establece el artículo 13 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas, “El ámbito de la regulación de concentraciones económicas está determinado por su aplicación a sectores de actividad, su alcance territorial y su alcance temporal.”

En ese sentido, la Guía anteriormente citada, se refiere al tema de los sectores de actividad, en los cuales se requiera el visto bueno de la concentración económica por parte de un ente regulador para aspectos técnicos particulares del sector, caso en el cual, la operación debe igualmente ser sometida a la verificación de que la misma no es violatoria de la Ley 29 de 1996, por parte de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.<sup>10</sup>

En cuanto al alcance territorial descrito en las Guías, el mismo se refiere a la circunstancia de que la concentración económica de la que se trate, sea susceptible de afectar o surtir sus efectos en torno a la economía de la República de Panamá o sus mercados, aún cuando dichas operaciones de concentración fuesen realizadas fuera de la República de Panamá.

El tema del alcance temporal al que se refiere la Guía, está determinado por el lapso de impugnación de las concentraciones, según el cual las concentraciones económicas que no se hayan sometido voluntariamente a verificación, no pueden ser impugnadas después de tres (3) años de haberse efectuado.

A continuación veamos el análisis detallado de los aspectos mencionados, en torno a la concentración económica sometida a verificación previa en esta oportunidad.

### ***1. Sector de la actividad.***

Es importante identificar el sector de la actividad que está sometido a evaluación. Tal como establece la propia Guía para el Análisis de las Concentraciones Económicas, pueden existir sectores como el bancario, asegurador y aeronáutico, que requieren de la aprobación de una autoridad sectorial específica, sin que esto signifique que el visto bueno que da dicha entidad reguladora a la operación de concentración económica implique que se suprime la posible revisión por otras instituciones, pues a pesar de obtener la aprobación de la entidad sectorial correspondiente, esto no presupone que la operación se ajusta a los presupuestos de viabilidad que establece la Ley 29.

En el presente caso, ambos grupos económicos, **COIC** y **UBCI**, pertenecen al sector bancario y tienen presencia en el mercado nacional.<sup>11</sup>

La Superintendencia de Bancos lleva a cabo funciones de ente regulador tendiente a salvaguardar aspectos que guardan relación con temas técnicos del sector bancario, tales como velar porque se mantenga la solidez y eficiencia del sistema bancario; fortalecer y fomentar condiciones propicias para el desarrollo de Panamá como centro financiero internacional; promover la confianza pública en el sistema bancario y velar porque los bancos que lo integran mantengan coeficientes de solvencia y liquidez apropiados para atender sus obligaciones; evitar que las personas no autorizadas conforme al Decreto Ley No.9 de 1998, ejerzan el negocio de banca; velar porque los bancos tengan procedimientos adecuados que permitan la supervisión y control de sus actividades a escala nacional e internacional, en estrecha colaboración con los entes supervisores extranjeros, si fuera el caso, entre otros.<sup>12</sup>

Bajo el prisma anterior, vemos que en base a lo establecido en el Artículo 17 del Decreto Ley No.9 de 26 de febrero de 1998, por el cual se reforma el régimen bancario y se crea la Superintendencia de Bancos, corresponde al Superintendente el ejercicio, entre otras, de las atribuciones de autorizar la fusión y la consolidación de bancos y de grupos económicos de los cuales bancos formen parte y de autorizar la adquisición o transferencia de acciones de bancos o de grupos económicos de los cuales bancos formen parte cuando, en tal virtud, el adquirente u otras personas naturales o jurídicas vinculadas a ellos, pasen a ser sus propietarios totales o mayoritarios o a tener el control de su administración.

No obstante lo anterior, y tal como lo describe el artículo 14 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas en la República de Panamá, el visto bueno de la concentración económica por parte del ente regulador sectorial, no implica un visto bueno al tenor de lo

dispuesto en la Ley 29 de 1996, en torno al tema de las concentraciones económicas lícitas, siendo la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia la entidad responsable de realizar el análisis jurídico y económico correspondiente a fin de determinar que la concentración económica de que se trate no sea ilícita, por afectar negativamente el mercado o la economía panameña.

En ese sentido, la gestión del ente regulador se requiere para salvaguardar los aspectos técnicos y regulatorios del sector bancario, al tiempo que la actividad desplegada por la Dirección Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia analiza la operación de concentración desde un ángulo distinto e insoslayable, el cual pretende la verificación “a priori” de la licitud y condición de inocuidad en términos de libre competencia, de la concentración en cuestión.

## *2. El alcance territorial.*

La Ley 29, como norma general en materia de Concentraciones Económicas, se aplica a todas las operaciones económicas que en este sentido puedan afectar la economía de la República de Panamá y son susceptibles de revisión aquellas concentraciones económicas que puedan afectar el mercado panameño. Para esta consideración se tomará en cuenta como hecho principal que los productos o servicios que estas empresas ofertan son comercializados, en gran medida, dentro del territorio nacional.

Dadas las precisiones anteriores podemos concluir que las empresas, una vez concentradas, continuarán brindando sus servicios y ofreciendo sus productos en la República de Panamá,<sup>13</sup> por lo que desde el punto de vista territorial, la Ley 29 también es aplicable, máxime cuando uno de sus presupuestos es que la actividad que desempeñen las empresas concentradas afecten el mercado nacional.

Al cumplirse los dos supuestos que establece la ley es indudable el imperio de la norma vigente para evacuar el trámite de la presente solicitud de verificación previa de concentración económica entre el **COIC** y **UBCI**, por lo que al examinar la misma concentración **LA AUTORIDAD** toma en consideración los artículos 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28 y 29 del Capítulo III, Título I, y artículo 109 del Capítulo I, del Título V de la Ley 29 de 1996, los artículos 2, 4, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, del Decreto Ejecutivo N° 31 de 3 de septiembre de 1998, por el cual se reglamenta el Título Primero y la Guía para el Control de Concentraciones Económicas, emitida en Resolución N° PC-172-01 de 25 de septiembre del 2001.

## *3. El alcance temporal.*

Se distingue entre concentraciones económicas que hayan sido objeto de una verificación previa por parte de **LA AUTORIDAD**, de aquellas que se concretan sin haber sido verificadas previamente por dicha entidad. Tal y como se desprende de la normativa relacionada al tema, la ley no prevé la obligación de que las concentraciones económicas que se realicen y que puedan afectar los mercados panameños, deban necesariamente ser revisadas por la institución. Sin embargo, sin el trámite de verificación previa, que contempla la oportunidad de contar con un concepto favorable acerca de la concentración, los interesados se encuentran ante la posibilidad de que una vez concentrado los agentes económicos, pudiese **LA AUTORIDAD** o cualquier persona interesada impugnarla, una vez determinado que la misma afecta negativamente la economía del país, para lo cual se cuenta con un período de tres años contados a partir de la concreción de la operación.

Sin embargo, la única eximente para la situación descrita arriba, es que el concepto favorable que hubiese otorgado **LA AUTORIDAD**, estuviese fundamentado en información que posteriormente se pudiese comprobar como falsa o incompleta, tal y como hemos comentado en otras oportunidades.

De todo lo anterior podemos colegir fácilmente que la concentración económica objeto del presente análisis, esto es, **COIC** y **UBCI** se ubica dentro del primer escenario de la norma, ya que solicitó el concepto favorable de **LA AUTORIDAD** previo a la concreción de la operación de concentración. De esta manera, la decisión que tome la Dirección Nacional de Libre Competencia, en torno al tema de la licitud de la concentración económica, es vinculante, salvo



que ante el potencial concepto favorable de **LA AUTORIDAD**, el mismo se hubiese basado en información falsa o incompleta proporcionada por los interesados.

### **Parte III: Concepto de Concentración Económica.**

Nuestra legislación en su artículo 21 establece como concepto de concentración, lo siguiente:

*"Artículo 21. Concepto de Concentración Económica. Se entiende por concentración económica, la fusión, la adquisición del control o cualquier acto en virtud del cual se agrupen sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos, establecimientos o activos en general, que se realice entre proveedores o potenciales proveedores, entre cliente o potenciales clientes, y otros agentes económicos competidores o potenciales competidores entre sí. Al momento de verificar el efecto, dicha adquisición o fusión se podrá tomar en consideración si dicha concentración económica promueve y/o presenta, dentro de sus objetivos, el incremento de la producción o la distribución de bienes y/o servicios para el mercado doméstico o internacional, fomenta el progreso técnico o económico, o impulsa el desarrollo competitivo de una industria o sector. En estos casos, los beneficios deben poder ser objeto de verificación.*

*Se prohíben las concentraciones económicas cuyo efecto sea o pueda ser disminuir, restringir, dañar o impedir, de una manera irrazonable, la libre competencia económica y la libre concurrencia respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados.*

*No se consideran como concentraciones económicas prohibidas, para los efectos de este Capítulo, las asociaciones accidentales que se realicen por un tiempo definido para desarrollar un proyecto determinado, así como las concentraciones entre competidores o no competidores que no generen efectos nocivos para la competencia y el mercado.*

*De igual forma, no se consideran concentraciones económicas prohibidas, para los efectos de este Capítulo, las concentraciones que recaigan sobre un agente económico que se encuentre en estado de insolvencia, siempre que éste compruebe haber buscado infructuosamente compradores no competidores." (énfasis suplido).*

Tal como establece la Guía para el Control de Concentraciones Económicas, los dos conceptos fundamentales para calificar una negociación como concentración económica son la adquisición de control y la agrupación.<sup>14</sup>

El numeral 21 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas establece que el concepto de agrupación se desprende directamente de la definición de agente económico que prevé el artículo 9 de la Ley 29 y que de acuerdo con el texto legal se considera un solo agente económico al conjunto de las personas jurídicas de derecho privado que estén controladas por un mismo grupo económico, lo cual viene determinado por la tenencia de control de un agente económico sobre el otro.

La Guía para el Control de las Concentraciones Económicas, considera que la figura de control resulta de los derechos, contratos u otros medios que, por sí mismos o en su conjunto, confieran la posibilidad de ejercer una influencia decisiva sobre las actividades de una empresa.<sup>15</sup>

Del mismo modo, describe la precitada Guía que opera una concentración, entre otros supuestos, cuando "...dos o más empresas anteriormente independientes se fusionen; o cuando una o más personas que ya controlen al menos una empresa, o una o más empresas, adquieran directa o indirectamente, el control sobre la totalidad o parte de una o de varias otras empresas, ya sea mediante la toma de participaciones en el capital o la compra de elementos del activo, mediante contrato o por cualquier otro medio".<sup>16</sup>

En conclusión, habrá control en un proceso de concentración cuando exista la posibilidad de influenciar directa o indirectamente la política empresarial, la iniciación o terminación de la actividad de la empresa, la variación de la actividad a la que se dedica la empresa o la disposición de los bienes o derechos esenciales para el desarrollo de la actividad de la empresa.

### ***1. Modalidad de la Concentración Económica.***

Según la normativa aplicable al presente caso, las siguientes son modalidades de concentraciones económicas:

- a) *La fusión efectuada entre dos o más de las personas cuando éstas no se encuentren vinculadas entre sí.*
- b) *La constitución de una empresa común, efectuada por parte de dos o más personas entre las cuales no exista una relación de control o vinculación, cuando tal operación tenga como efecto una concentración económica y la empresa resultante desempeñe, con carácter permanente, las funciones de una entidad económica independiente en sus proceso de toma de decisiones respecto a los demás participantes en el mercado y no tenga por objeto una mera coordinación del comportamiento competitivo de las empresas fundadoras entre sí, ni entre éstas y la empresa común.*
- c) *La adquisición directa o indirecta, por una o más personas, del control sobre otras empresas, a través de la adquisición de acciones, la toma de participaciones en el capital, o a través de participaciones en el capital, o a través de cualquier otro contrato o figura jurídica que confiera el control de una empresa.*
- d) *La adquisición de activos productivos tangibles o intangibles, o de fideicomisos.*
- e) *Cualquier otro acto, contrato o figura jurídica, incluyendo ventas judiciales, los actos de liquidación voluntaria o forzosa y las herencias o legados, por medio de los cuales se concentren empresas, divisiones o partes de empresas, o activos productivos en general.”<sup>17</sup>*

En ese sentido, y de conformidad con el memorial y documentación aportados por el solicitante, vemos que la descripción proporcionada de la concentración económica **COIC** y **UBCI** es la siguiente:

*“Como es del conocimiento de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, UBCI y COIC se encuentran en un proceso planificado y negociado de compraventa de la totalidad de las acciones emitidas y en circulación de GCP.*

*Como resultado de la venta de la totalidad de las acciones de GCP se producirá un cambio de control accionario de CUSCATLÁN a favor de COIC, que es subsidiaria 100% de CITIBANK, que es un banco con presencia en Panamá.*

*Se cree que esta adquisición, sumada a la recién anunciada adquisición del Grupo Financiero Uno, S.A., expandirá y solidificará la franquicia bancaria CITIGROUP en Panamá y Centro América. En ese sentido, se espera que estas adquisiciones fortalezcan la posición actual en la región y creen una plataforma bancaria importante para levantar la experiencia del grupo en servicios financieros y proporcionar servicios bancarios de alta calidad a clientes y consumidores de la región.*



....

*En vista que CUSCATLAN es subsidiaria 100% de GCP, al COIC adquirir el 100% de las acciones de GCP, ejercería, en un 100% el control accionario indirecto de CUSCATLAN.*

*En este momento resulta relevante mencionar que como resultado de la adquisición de GCP por COIC, se tiene previsto en un corto plazo, mantener activas las operaciones bajo la razón comercial CUSCATLAN, al igual que ocurrió en la adquisición de Grupo Financiero Uno, S.A. propietaria 100% de las acciones de Banco Uno, S.A., por parte de COIC, en la que se mantuvo las operaciones de Banco Uno, S.A. como razón comercial.”( fs. 2)*

Esta operación, por tanto, convierte a las dos empresas en un solo agente económico, según el artículo 9 de la Ley 29 de 1996

No está de más mencionar que este tipo de fusiones y adquisiciones tienen un impacto directo sobre el funcionamiento de los mercados y el grado o nivel de competencia que ellos presentan. Una fusión o adquisición horizontal (*como es la que se presenta*) implica una modificación inmediata de la estructura del mercado, ya que dos empresas que antes rivalizaban y eran competidoras, pasan a convertirse en un solo ente económico que consecuentemente tendrá mayor participación de mercado, aumentándose con ello el índice de concentración.

## **2. Tipo de Concentración económica.**

Como ya hemos mencionado en párrafos anteriores la presente concentración se dará a través de la agrupación de sociedades por la compra de sus acciones que da lugar a la adquisición. La clasificación más común, que es recogida por la Guía para el Control de las Concentraciones, Económicas identifica tres tipos de concentraciones: las horizontales, las verticales o de conglomerados.

En efecto, en el caso que nos ocupa, se trata de dos entidades bancarias con presencia local y regional, tal y como se ha detallado en párrafos precedentes.

Del memorial y los antecedentes presentados podemos colegir que la concentración presentada para verificación es de tipo horizontal, puesto que tal y como se describe en el documento arriba citado, “en una concentración horizontal, una empresa se concentra con otra que produce y vende un producto idéntico o similar en la misma área geográfica, eliminándose así la competencia entre ambas empresas.”<sup>18</sup>

Al respecto, Germán Coloma comenta:

*“Las concentraciones horizontales son aquéllas en las cuales las empresas que participan en la operación de fusión o adquisición son competidoras en el mercado del mismo producto una fusión o adquisición horizontal implica una modificación inmediata de la estructura de la industria en la que se produce, ya que dos o más empresas que antes eran competidoras pasan a convertirse en una sola entidad con mayor participación en un mercado cuyos índices de concentración aumentan. El aumento de dicha concentración puede tener mayor poder de mercado que el que tenían individualmente cada una de las empresas preexistentes; por otro, disminuye el número de competidores efectivos y de ese modo puede volver más fácil la aparición de prácticas colusivas.”<sup>19</sup>*

Con lo anterior presente, a continuación se presenta el análisis económico correspondiente a la concentración económica descrita y objeto de la presente resolución.

## **Parte IV: Análisis Económico**

### **1. Mercado Pertinente**

- **Definición de Mercado Servicio**

En documentos adjuntos al memorial presentado por la empresa solicitante de la verificación previa COIC se identifica el mercado producto como: “Servicios financieros de emisión de

tarjetas de crédito en Panamá” (Resumen del Contrato de Adquisición entre COIC y Corporación UBC Internacional SA, (fojas 394 a 465)



En el memorial citado, se presenta una breve visión general de la transacción. En el mismo se menciona lo siguiente:

*“Sujeto a los términos y condiciones dispuestas en el Contrato de Adquisición fechado el 13 de diciembre de 2006 (el **Contrato de Adquisición**), por y entre Citibank Overseas Investment Corporation (COIC), Corporación UBC Internacional SA (UBCI) y ciertos accionistas directos e indirectos de UBCI, COIC adquirirá sustancialmente todas las acciones de ciertas subsidiarias de UBCI que están principalmente involucradas en banca, tarjetas de crédito, bolsa, administración de activos, pensión y negocios relacionados en Centroamérica (la **Adquisición**). (énfasis suplido).*

Se ha definido igualmente en la solicitud una subsidiaria de CITIBANK NA, denominada CITIVALORES, S.A., que opera como casa de valores. De igual forma se ha identificado la prestación de servicios financieros de “Leasing” y “Factoring”, por parte de CITIBANK NA., Sucursal Panamá.

Lo anterior indica que la concentración debe incluir la prestación de servicios bancarios en los mercados de crédito al consumo (préstamo personal, automóvil y tarjeta de crédito) crédito hipotecario y crédito comercial. De igual forma la concentración incluye tres servicios financieros: valores<sup>20</sup>, “leasing” y “factoring”<sup>21</sup> esto presupone la existencia de un traslape con los servicios prestados por las subsidiarias de UBCI, por consiguiente existe participación de los dos grupos empresariales, y en consecuencia concentración económica, en los mercados siguientes:

1. Crédito - Personal
2. Crédito – Automóvil<sup>22</sup>:
3. Tarjetas de Crédito
4. Crédito Hipotecario
5. Crédito Comercial
6. Valores
7. “Leasing”
8. “Factoring”

La adquisición del negocio de banca de UBCI por parte de COIC involucra servicios bancarios y financieros. En el mismo se identifican componentes que deben ser valorados para una definición más específica, o en todo caso la definición de varios mercados servicio, porque en los mismos las empresas a concentrarse son competidoras. Sin embargo, la empresa solicitante ha entregado información incompleta sobre el servicio de valores (foja 496) y sobre los servicios de “leasing” y “factoring” no aporta información.

En efecto, sobre el punto y se consultó al solicitante lo referente a si CITIGROUP, INC. o sus subsidiarias o GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A. o BANCO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A. o sus subsidiarias tenían empresas dedicadas a la banca de inversión, valores, “factoring” o “leasing” en la República de Panamá y de ser así, requerimos en relación a ellas la misma documentación pedida en torno a las participantes en la concentración mencionadas en su solicitud, incluyendo, pero no limitado a Estados Financieros Consolidados y Cuantía de Valores Negociados y las Carteras<sup>23</sup>, vemos que el solicitante manifiesta lo siguiente, a foja 496 del expediente:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

En vista que la participación de estas subsidiarias no es siquiera significativa, consideramos que no corresponde suministrar información adicional de estas subsidiarias.” (El subrayado es nuestro).

En virtud de lo anterior, el presente análisis y eventual concepto de la Dirección Nacional de Libre Competencia de **LA AUTORIDAD**, no comprende o abarca los mercados arriba citados, esto es: banca de inversión, valores, “factoring” o “leasing”.

Al reconocer la existencia de ocho (8) sub-mercados en el cual se brindan diversos productos, es necesario evaluar la pertinencia de hacer un análisis simultáneo de cada uno de estos sub-mercados “versus” la opción de centrar el análisis en el mercado principal de emisión del servicio de tarjetas de crédito ya que es en este segmento de la cartera de consumo en la cual la concentración es susceptible de sobrepasar los umbrales crítico señalados en la Guía Para el Control de las Concentración Económicas.

El cuadro N° 1. En el se describen las carteras y servicios de CITIBANK NA + Banco Uno S.A, que se ofrecen en el país.

**Cuadro N° 1: Participación de Mercado de Citibank N.A. y Banco Uno S.A. al 31 de diciembre de 2006**  
(en miles de Balboas)

<b>Cartera</b>	<b>Monto</b>	<b>Total del Mercado</b>	<b>Market Share (%)</b>
Crédito – Personal	1,771	2,799,143	0.06
Crédito – Autos	n.p	n.p	n.p
Tarjetas de Crédito	199,822	498,438	40.09
Crédito Hipotecario	419	4,833,730	0.01
Crédito Comercial	112,330	3,969,290	2.83

n.p/ No presta o brinda este servicio

Fuente: Elaborado con datos de la Superintendencia de Bancos

Con los datos presentados en el cuadro N° 1, podemos concluir en primera instancia, que el mayor desarrollo en la prestación de servicios apunta hacia el sub-mercado del crédito al consumo en tarjetas de crédito.

Para efectos de definir el mercado servicio y de acuerdo a la información presentada podemos establecer la siguiente clasificación:

## **SERVICIOS FINANCIEROS**

### **A. Servicios bancarios**

#### **1. Cartera de Crédito al Consumo**

- a. Préstamo Personal**
- b. Préstamo de Automóvil**
- c. Tarjeta de Crédito**

2. Cartera de Crédito Hipotecario
3. Cartera de Crédito Comercial

**B. Servicios de financiamiento y otros.**

1. Factoring
2. Leasing
3. Valores

**El servicio de intermediación bancaria** se define como “*aquella que tiene por objeto la captación de fondos del público para invertirlos por cuenta propia en operaciones de préstamo y crédito, añadiendo a esta función canalizadora la asunción del riesgo de insolvencia de los prestatarios y el de liquidez que se origina al transformar los plazos.* Esta definición tiene el mérito de acoger en pocas líneas dos de los elementos que mejor sirven para caracterizar al negocio bancario: la intermediación financiera y la gestión de riesgos”<sup>24</sup>

**La cartera** se define como los valores o efectos comerciales y documentos a cargo de clientes que forman parte del activo circulante de una empresa comercial, de un banco o de una sociedad en general. Por cartera de crédito se comprende al conjunto de documentos que amparan los activos financieros o las operaciones de financiamiento hacia un tercero y que el tenedor de dicho (s) documento (s) o cartera se reserva el derecho de hacer valer las obligaciones estipuladas en su texto.

**El crédito bancario** puede ser definido como un préstamo que puede ser otorgado por un banco o por una entidad financiera y consiste en la entrega de una determinada cantidad de dinero que se hace a una persona natural o jurídica con la promesa de su pago en un tiempo determinado. Se trata del cambio de una prestación presente por una contraprestación futura; es decir, un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio, y el pago correspondiente más los intereses devengados, los recibe en fecha posterior.

De acuerdo a la **Guía para el Control de las Concentraciones Económicas**, publicada en la Gaceta Oficial del 19 de octubre de 2001, se desarrolla cada uno de sus puntos a continuación.

*i. Sustituibilidad por el lado de la demanda*

**1. Visión, estrategia y comportamiento de los oferentes**

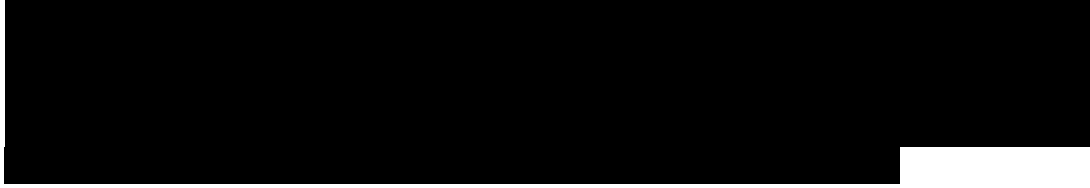
Según se desprende del plan de negocios de COIC (Yellow-Preliminary Business Plan, foja 467) la visión y estrategia en esta concentración se resume de la siguiente manera:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]



Los párrafos anteriores señalan claramente cual es la visión de COIC respecto a la adquisición de UBC Internacional. La anterior concentración entre Citibank N.A. y Banco Uno, S.A. se puede deducir que fue el primer paso para la creación de esta plataforma regional de servicios financieros, considerando que Banco Uno, S.A. es un Banco Líder en el crédito al consumo fundamentalmente en tarjetas de crédito, no solo en Panamá, sino con fuerte presencia en la región centroamericana.

Esta concentración con el Grupo Cuscatlan que es un banco líder en Centroamérica permitiría a COIC una alta posición en toda la región con el subsecuente aumento en su participación de mercado en varias carteras crediticias y servicios financieros. En ese sentido Citibank N.A. que es un Banco con baja presencia en Panamá (solo tiene 3 sucursales) y no opera en todas las carteras -a pesar que fue uno de los primeros bancos en establecerse en el país- recuperaría el liderazgo y se convertiría en el primer consorcio bancario de la región.

## **2. Comportamiento e identidad de los compradores**

Sobre el comportamiento de los compradores, es importante identificar los elementos determinantes del crédito en el mercado según la doctrina económica. En este sentido el crédito bancario refleja los requerimientos de financiación externa de entidades deficitarias (empresas, corporaciones y familias) y depende de factores que influyen sobre su demanda y oferta. Entre los determinantes de la demanda de créditos se encuentran las siguientes variables: el nivel de precios, el ingreso real, el costo del crédito, el costo de emisión de deuda y la capacidad de endeudamiento.

Por otra parte, la oferta de créditos puede estar influida por variables como la falta de liquidez en el sistema bancario, la mayor percepción del riesgo crediticio y la presencia de un marco regulatorio estricto.

En cuanto a los determinantes del crédito, los consumidores, de acuerdo a estudios previos,<sup>25</sup> señalan que “encuentran muchas alternativas para elegir” y que “La competencia entre los bancos ha hecho que les ofrezcan productos directamente y les beneficie, especialmente tarjetas de crédito”. Y el beneficio no sólo deriva de la competencia intensa entre los bancos, sino de la promoción indirecta que de ella hacen los clientes al buscar información, comparar ofertas y tomar decisiones racionales de consumo.

En términos generales, se pueden mencionar los siguientes elementos como los principales reportados a la hora de escoger un banco:

- Solidez, estabilidad y trayectoria
- Accesibilidad (cantidad de sucursales)
- Condiciones de los productos (tasas, plazos, etc.)
- Servicio
- Valores agregados (premios y promociones)
- Experiencias de familiares y amigos

La mayoría de los bancos de licencia general están autorizados por Ley para realizar el negocio de banca en Panamá. Sin embargo, no todos se dedican al mismo negocio de banca. Algunos privilegian el crédito al consumo con sus productos, en otros prevalece el crédito hipotecario, y en la mayoría los préstamos al sector comercial.

Existen en el sistema cierto tipo de empresas dedicadas al negocio de servicios financieros que coexisten con las entidades bancarias, coadyuvando a generar competencia en diversos mercados servicio. Tal es el caso de las denominadas *empresas híbridas* que operan algunos productos de la cartera de crédito al consumo como las tarjetas de crédito y débito.

Cuadro N° 2: Sub Mercados Servicios y Saldo en Bancos que Operan en el Sistema al 31 de Diciembre de 2006							
(en miles de balboas)							
Posición	Bancos	Préstamo Local	Crédito al Consumo	Crédito Personal	Automóvil	Tarjeta de Crédito	Micro Crédito
1	Banco Continental de Panamá, S.A. + Banco General	3,976,136	866,105	609,631	186,269	69,612	592
2	HSBC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	3,729,454	883,279	682,741	69,053	131,485	0
3	Banco Nacional de Panamá	1,975,724	290,255	282,980	120	7,155	0
4	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	975,285	305,752	289,531	14,149	2,072	0
5	Caja de Ahorros	809,570	146,753	135,064	0	10,793	896
6	Global Bank Corporation	655,178	304,171	242,157	47,825	14,189	0
7	Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.	531,678	180,253	153,985	5,035	21,233	0
8	The Bank Of Nova Scotia	505,712	8,393	8,355	39	0	0
9	BAC International Bank Inc.	421,116	148,595	121,678	26,917	0	0
10	Banco Aliado, S.A.	397,817	25,628	25,612	16	0	0
11	Multi Credit Bank, Inc.	376,578	51,508	39,736	6,466	1,121	4,186
12	CITIBANK N.A + Banco Uno, S.A.	371,012	201,593	1,771	0	199,822	0
13	Credicorp Bank, S.A.	277,951	104,344	89,456	188	14,700	0
14	BNP Paribas Sucursal Panamá	272,819	692	692	0	0	0
15	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	213,792	56,412	34,102	19,778	2,532	0
16	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	193,816	0	0	0	0	0
17	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	125,493	509	502	7	0	0
18	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	119,140	1,004	1,004	0	0	0
19	Towerbank International, Inc.	104,856	3,684	3,227	457	0	0
20	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	84,487	979	979	0	0	0
21	Banco Universal, S.A.	77,931	37,474	36,801	0	672	0
22	Bancafé (Panamá), S.A.	75,623	3,877	3,666	0	211	0
23	Banco Trasatlántico, S.A.	41,245	6,797	6,662	135	0	0
24	Metrobank, S.A.	26,574	2,831	2,695	136	0	0
25	Banco Delta, S.A. (BMF)	24,899	24,479	0	0	0	24,479
26	Banco Azteca (Panamá) S.A.	23,648	23,648	23,648	0	0	0
27	St. Georges Bank & Company, Inc.	23,344	22,871	29	0	22,842	0
28	MMG Bank Corporation	21,550	36	0	36	0	0
29	Bank of China Limited	15,167	99	99	0	0	0
30	Korea Exchange Bank, Ltd.	12,523	1,808	1,808	0	0	0
31	MiBanco, S.A. BMF	10,581	10,581	97	0	0	10,484
32	HSBC Bank USA	6,925	0	0	0	0	0
33	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	943	344	344	0	0	0
34	Banco de Bogotá, S.A.	453	111	95	16	0	0
35	Stanford Bank (Panamá), S.A.	178	0	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>16,479,196</b>	<b>3,714,859</b>	<b>2,799,144</b>	<b>376,640</b>	<b>498,438</b>	<b>40,637</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos

En el cuadro N° 2 se puede observar el saldo al mes de diciembre de 2006 de las operaciones de los Bancos con licencia general del sistema y algunos de los diversos sub-mercados en los servicios que brindan. Citibank N.A. + Banco Uno, S.A. por ejemplo, no opera las carteras de consumo en préstamos para automóviles, ni en microcrédito, sin embargo se ha fortalecido en tarjetas de crédito. Por su parte, Banco Cuscatlan está bien posicionado en la cartera de consumo y crédito personal y creciendo en tarjetas de crédito.

Existen igualmente, entidades cooperativas que administran carteras de crédito al consumo como tarjetas de crédito, préstamos de automóvil, préstamos personales, crédito hipotecario entre otros. De esta manera se va conformando en el mercado de servicios financieros toda una estructura de la oferta con lo cual la competencia por el mercado va marcando el dinamismo y la conducta de los agentes económicos que deben utilizar los mecanismos de mercado, constituyéndose en lo que la doctrina denomina *precio aceptante*.

Sobre el comportamiento de los mercados locales, en información suministrada por algunos medios señalan lo siguiente:

*En Panamá, el 40% del mercado de tarjetas de crédito es controlado por Citibank y Banco Uno. Un 31% está en manos de HSBC Bank y Primer Banco del Istmo, mientras que otro 13% es dominado por Banco General y Continental, de*



*acuerdo con el saldo de crédito de tarjetas que maneja la Superintendencia de Bancos al 31 de diciembre de 2006.*

*Hace poco menos de 20 años las tarjetas de crédito eran casi desconocidas por la mayoría de los panameños. Era un privilegio de muy pocos obtener una, ya que los lineamientos y requisitos para tener una tarjeta de crédito eran muy exigentes. Cuando el vicepresidente de Consumo de Banvivienda, Cesario García, hace este comentario, se refiere a que los pocos que tenían tarjetas de crédito pertenecían a un segmento económico alto.*

*Ahora que los requisitos para tener una tarjeta de crédito son más flexibles, como tener un salario promedio de 500 dólares y llevar como mínimo dos años de permanencia laboral, García recuerda al consumidor que debe cuidar su crédito, y aconseja sobre todo mejorar los hábitos de consumo<sup>26</sup>:*

La información sobre el comportamiento del mercado bancario referente al crédito puede ser considerada aceptablemente simétrica, toda vez que los medios de comunicación especializados, las asociaciones de bancos y la entidad supervisora, ofrecen información constante sobre nuevos productos, precios, y otras variables de decisión en el mercado. Respecto al mercado de tarjetas de crédito los elementos determinantes de la demanda se resumen entre otros en los parámetros básicos y las condiciones favorables respecto a las condiciones de pago, intereses, costos de manejo, seguros y otros.

Por otra parte, es de suponer que las empresas a concentrarse en el actual proceso no comparten, en líneas generales, igual posicionamiento en la mente de los consumidores, señalando un espacio que impediría inicialmente una afectación importante de la competencia global entre los diferentes bancos del sistema. Los clientes parecen estar dispuestos a cambiar de banco, mientras las condiciones sean más favorables y el cambio no implique un desembolso adicional de dinero.

### **3. Uso final del producto**

Se señala en la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas al respecto lo siguiente:

*“63. Este es uno de los aspectos más importantes para determinar la sustituibilidad, en la medida que esta decisión de los consumidores que se pretende sintetizar, puede ser factible, suficiente y oportuna (en el corto plazo). La intercambiabilidad funcional entre dos productos es por lo general necesaria, mas no suficiente para garantizar la inclusión de productos dentro de un mismo mercado pertinente.”*

Más adelante agrega:

*“65. A pesar de que dos productos puedan ser considerados como pertenecientes al mismo mercado pertinente con base en su intercambiabilidad funcional, dichos productos con frecuencia pueden corresponder a mercados diferentes, como consecuencia del mayor valor que los compradores den a una determinada característica técnica o física que posea uno de estos productos.”*

Es conveniente destacar lo que menciona la Guía en este aspecto porque es básico para definir los mercados productos y no cometer el error de incluir dentro del mismo mercado producto bienes o servicios que no lo son.

En ese sentido, entre la información aportada por las partes a concentrarse se define el mercado producto de servicios bancarios como: crédito al consumo, el cual incluye préstamos personales, préstamos para autos y tarjetas de crédito; crédito hipotecario; y crédito al comercio.

Aunque el mercado de crédito pudiera ser visto como un todo, porque un banco pudiera incursionar en cualquiera de sus segmentos sin mayor restricción, dadas las características que distinguen a los diferentes tipos de préstamos (personales, autos, hipotecarios, comerciales), que van desde el tipo de sujetos que solicitan el crédito (personas naturales o jurídicas), el plazo de los mismos, la tasa de interés que se cobra, el tipo de garantías que se establecen e, incluso, la

existencia de políticas públicas que promueven o alienta un tipo específico de crédito<sup>27</sup>, señalan la conveniencia de realizar análisis diferenciados.

#### **4. Los costos y el tiempo de transacción**

Dado que, de acuerdo a lo que se ha señalado en las secciones precedentes, el consumidor de servicios bancarios reemplazaría el consumo de determinados servicios en una entidad bancaria en particular por los ofrecidos por otra entidad bancaria, significa esto que el producto consumido sigue siendo en esencia el mismo, aunque ahora provisto por una empresa distinta. En este sentido, este apartado de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas no tendría aplicación<sup>28</sup>.

#### **5. Evolución de los precios reales**

Las tasas de intereses reflejan el valor o el precio que se tiene que pagar por utilizar el dinero. Por su importancia y sus efectos en la economía, las tasas de interés son seguidas con mucho detenimiento por las autoridades públicas y la empresa privada. Las tasas de interés responden a la relación entre la oferta y demanda, en economías de mercado, aunque estos no constituyen los únicos determinantes a evaluar para establecer el precio del dinero.

Existen otros factores que tendrán una influencia mayor o menor dependiendo de la incidencia del factor en la relación económica, entre los cuales tenemos:

- La oportunidad de producción.
- La preferencia de tiempo por el consumo.
- El riesgo.
- La inflación.

Estos elementos determinantes son analizados e influyen al momento de establecer las tasas de interés, de manera que se pueda producir el equilibrio entre la oferta y demanda de dinero.

Esta dinámica se inicia cuando las familias, las empresas o el gobierno tienen exceso de ingresos, los cuales colocan en manos de otros (intermediarios financieros) a cambio del pago de una tasa de interés **PASIVA**. Estos, por su parte, se encargan de prestar fondos a las personas, empresas o gobiernos que tienen insuficiencia de fondos, cobrando por estos créditos una tasa de interés **ACTIVA**.

Independientemente de la tasa de interés que pague el banco o el destino de los fondos, el comportamiento entre las tasas de interés debe ser determinante en el comportamiento de la economía en general debido a la estrecha relación entre las tasas de interés y el nivel de producción. Por esta razón es importante observar la evolución de las tasas de interés pagadas por la banca nacional y la banca extranjera tanto para los depósitos a plazos fijos como las tasas de interés cobradas por los créditos comerciales, de consumo y los créditos hipotecarios. En este caso es importante revisar las tasas de interés en el crédito.

#### **Tasas Activas o Préstamos**

Durante el período de enero a septiembre de 2006 la banca tuvo un robusto crecimiento sostenido de la cartera crediticia de 15.8%. Los principales sectores han sido los que componen las carteras comerciales, hipotecarias y la cartera destinada al consumo. En relación a los créditos nuevos otorgados durante los tres primeros trimestres del año 2006 la cartera aumentó en 18.6%.

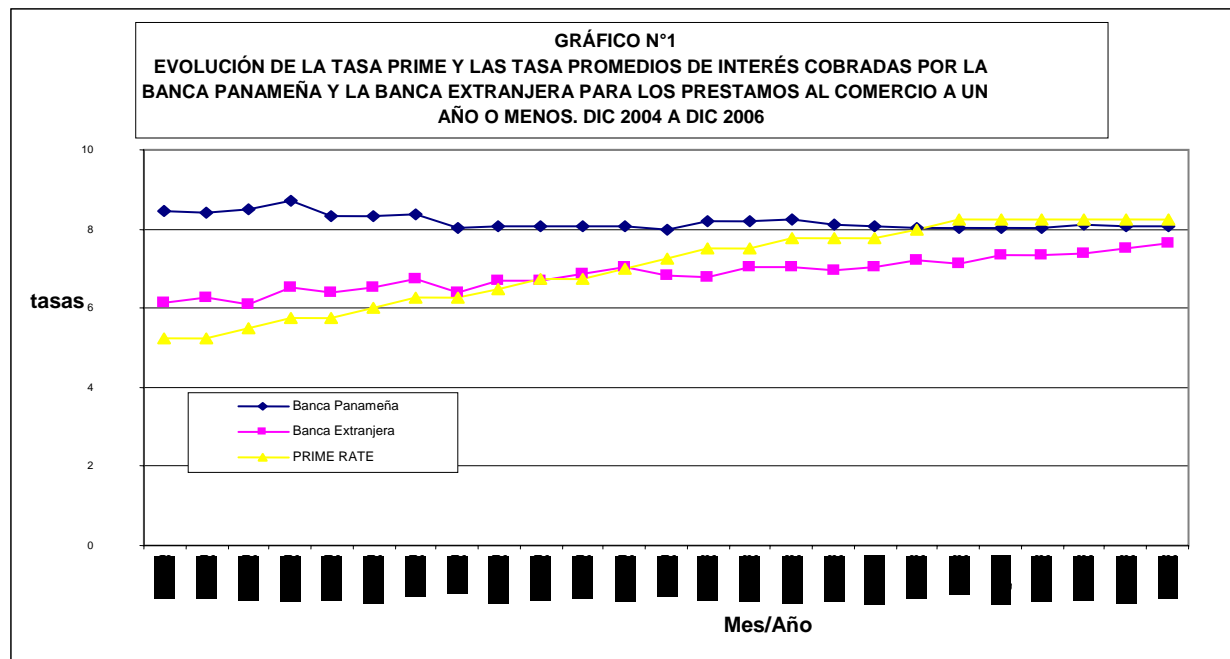
El aumento de las carteras crediticias que no es más que el aumento de la demanda de saldos reales, ejerce presiones sobre las tasas de interés; presiones que se deben reflejar en un aumento de las tasas que aplican los bancos al otorgar crédito. Además a esto se debe considerar el aumento reflejado durante el período analizado de la tasa **PRIME** que es utilizada como referencia.

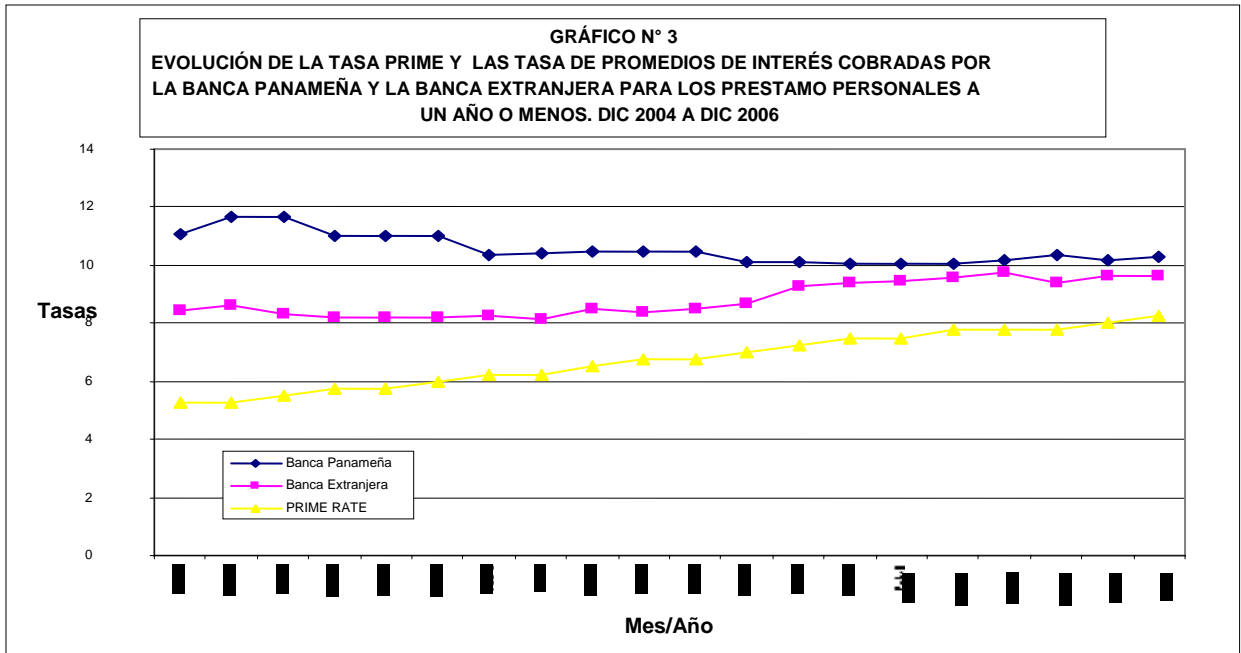
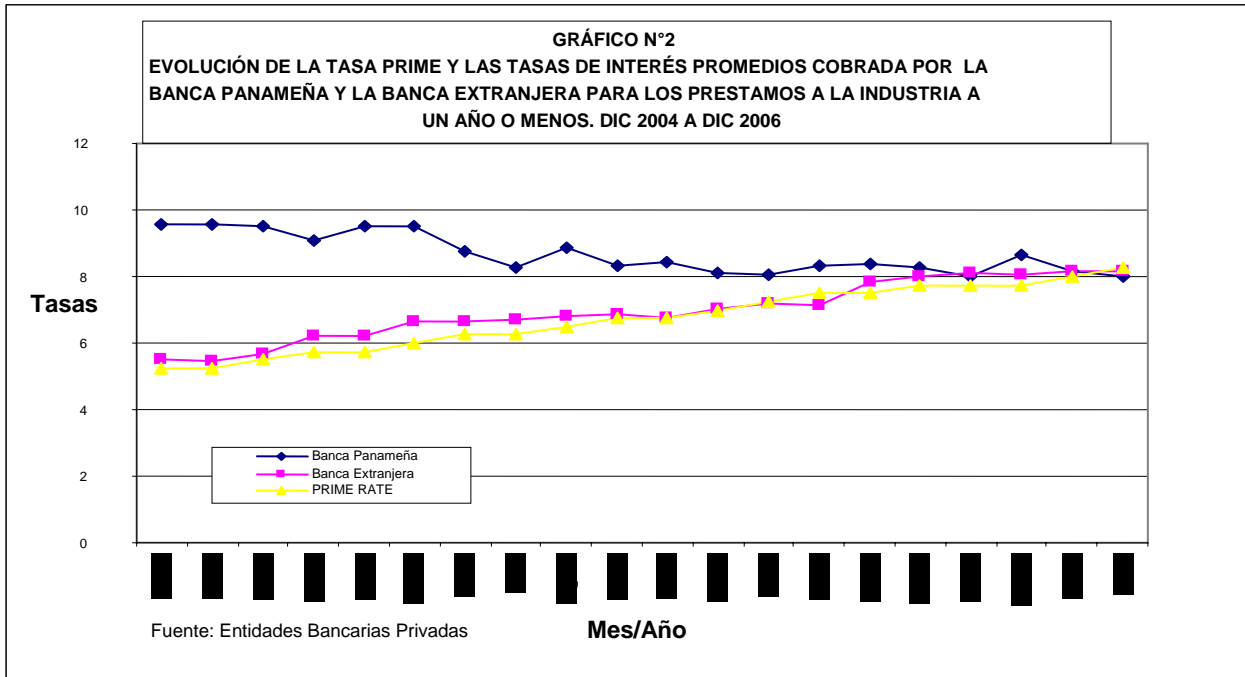
La evolución de las tasas de la banca panameña ha reflejado un comportamiento más estable que la tasa de interés a la cual ofrece el crédito la banca extranjera. Como podemos observar en el cuadro N° 3, el mismo nos muestra el comportamiento de las tasas de interés cobradas a un año por el tipo de banca.

**CUADRO N° 3**  
**TASA DE INTERÉS SOBRE CRÉDITO OFRECIDO POR LA BANCA PANAMEÑA Y LA BANCA EXTRANJERA**  
**DICIEMBRE 2004 – DICIEMBRE 2006**  
(En Porcentaje)

Mes/AÑO	FECHA						PRIME RATE
	1-5 AÑOS						
	Banca Panameña	Banca Extranjera	Banca Panameña	Banca Extranjera	Banca Panameña	Banca Extranjera	
Dic-04	8 12/16	6 8/16	10 9/16	6 3/16	10 12/16	8 15/16	5 4/16
Ene-05	8 12/16	6 10/16	10 13/16	6 5/16	10 10/16	8 12/16	5 4/16
Feb-05	8 14/16	6 12/16	10 12/16	6 8/16	10 7/16	8 13/16	5 8/16
Mar-05	9 4/16	6 14/16	10 7/16	6 10/16	10 10/16	9 1/16	5 12/16
Abr-05	8 12/16	6 14/16	10 15/16	6 12/16	10 8/16	9	5 12/16
May-05	8 13/16	6 13/16	10 13/16	6 12/16	10 11/16	8 15/16	6
Jun-05	8 15/16	6 14/16	8 8/16	6 12/16	10 11/16	8 14/16	6 4/16
Jul-05	8 10/16	7	9	6 10/16	10 10/16	8 8/16	6 4/16
Ago-05	8 8/16	7	9 4/16	6 14/16	10 8/16	8 4/16	6 8/16
Sep-05	8 6/16	7 4/16	9	7	10 8/16	8 8/16	6 12/16
Oct-05	8 6/16	7 2/16	8 12/16	7 8/16	10 8/16	8 11/16	6 12/16
Nov-05	8 6/16	7 8/16	8 12/16	7 2/16	10 3/16	9	7
Dic-05	8 6/16	7 13/16	8 12/16	7 1/16	10 3/16	9 9/16	7 4/16
Ene-06	8 6/16	8 1/16	8 11/16	7 1/16	10	9 13/16	7 8/16
Feb-06	8 6/16	8 1/16	8 11/16	7 6/16	10	9 14/16	7 8/16
Mar-06	8 6/16	8 2/16	8 11/16	7 9/16	9 15/16	9 8/16	7 12/16
Abr-06	8 5/16	8 7/16	8 7/16	7 12/16	9 12/16	9 12/16	7 12/16
May-06	8 10/16	8 8/16	8 8/16	7 11/16	9 5/16	9 3/16	7 12/16
Jun-06	8 6/16	8 12/16	8 5/16	7 10/16	9 9/16	9 11/16	8
Jul-06	8 6/16	8 9/16	8 5/16	7 9/16	10	9 11/16	8 4/16
Ago-06	8 6/16	8 9/16	8 6/16	7 9/16	9 15/16	9 14/16	8 4/16
Sep-06	8 6/16	8 10/16	8 5/16	7 9/16	9 15/16	9 14/16	8 4/16
Oct-06	8 8/16	8 10/16	8 5/16	8	9 15/16	10	8 4/16
Nov-06	8 8/16	8 10/16	8 5/16	8 2/16	9 15/16	10	8 4/16
Dic-06	8 3/16	8 12/16	8 1/16	8 7/16	9 11/16	10	8 4/16

FUENTE: Entidades Bancarias Privadas.





Los gráficos N° 1, N° 2 y N° 3 muestran el comportamiento real que han presentado las tasas de interés por los préstamos a un año según el sector económico al que se le otorga el crédito y además compara las tasas que ofrecen la banca extranjera con la banca panameña. En los tres escenarios las tasas de interés de los créditos que ofrece la banca panameña son superiores a las tasas de interés ofrecidas por la banca extranjera.

Cabe destacar que también la tasa PRIME utilizada como referencia, se ha mantenido estable desde Julio del 2006, debido a posibles recalentamientos en la economía, según previsiones de la Reserva Federal de Estados Unidos, aunque esta sigue vigilante de las posibles presiones sobre los precios y el aumento de la demanda de saldos. Por otro lado, el comportamiento de las tasas ofrecidas por la banca panameña y extranjera muestran situaciones que buscan reducir la brecha existente entre las tasas que ofrece la banca.

En el cuadro N° 4 se presenta la diferencia de las tasas de interés otorgadas a un año o menos por la banca panameña y la banca extranjera

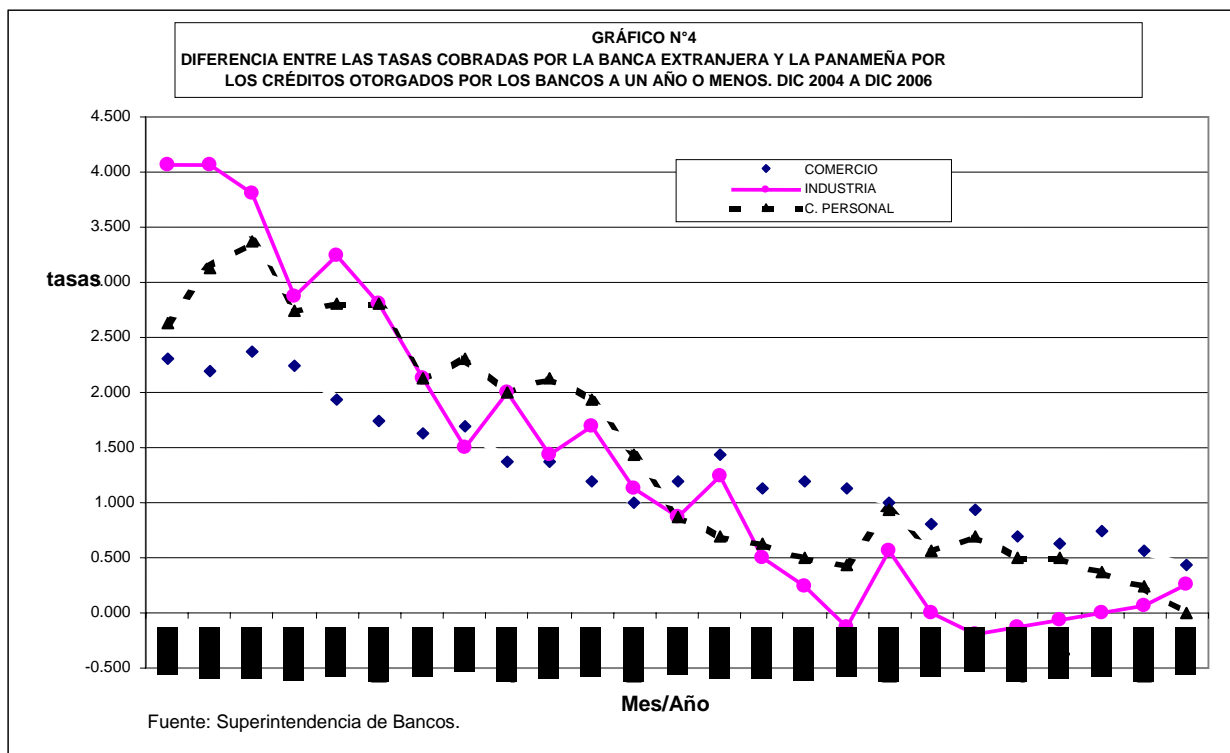
CUADRO N° 4

DIFERENCIA DE LAS TASAS COBRADAS POR LA BANCA PANAMEÑA SOBRE LA BANCA EXTRANJERA POR LOS CRÉDITOS OTORGADOS A UN AÑO O MENOS SEGÚN SECTOR BENEFICIADO. DICIEMBRE 2004 A DICIEMBRE 2006

FECHA	COMERCIO	INDUSTRIA	C. PERSONAL
	1 AÑO		
Dic-04	2.313	4.063	2.625
Ene-05	2.188	4.063	3.125
Feb-05	2.375	3.813	3.375
Mar-05	2.250	2.875	2.750
Abr-05	1.938	3.250	2.813
May-05	1.750	2.813	2.813
Jun-05	1.625	2.125	2.125
Jul-05	1.688	1.500	2.313
Ago-05	1.375	2.000	2.000
Sep-05	1.375	1.438	2.125
Oct-05	1.188	1.688	1.938
Nov-05	1.000	1.125	1.438
Dic-05	1.188	0.875	0.875
Ene-06	1.438	1.250	0.688
Feb-06	1.125	0.500	0.625
Mar-06	1.188	0.250	0.500
Abr-06	1.125	-0.125	0.438
May-06	1.000	0.563	0.938
Jun-06	0.813	0.000	0.563
Jul-06	0.938	-0.188	0.688
Ago-06	0.688	-0.125	0.500
Sep-06	0.625	-0.063	0.500
Oct-06	0.750	0.000	0.375
Nov-06	0.563	0.063	0.250
Dic-06	0.438	0.251	0.000

Fuente: Superintendencia de Bancos.

Cada renglón refleja la diferencia entre las tasas de interés que ofrece la banca panameña y la que ofrece la banca extranjera. Cuando el resultado es positivo indica que las tasas de la banca panameña en ese período estaban por encima de las tasas ofrecidas por la banca extranjera.



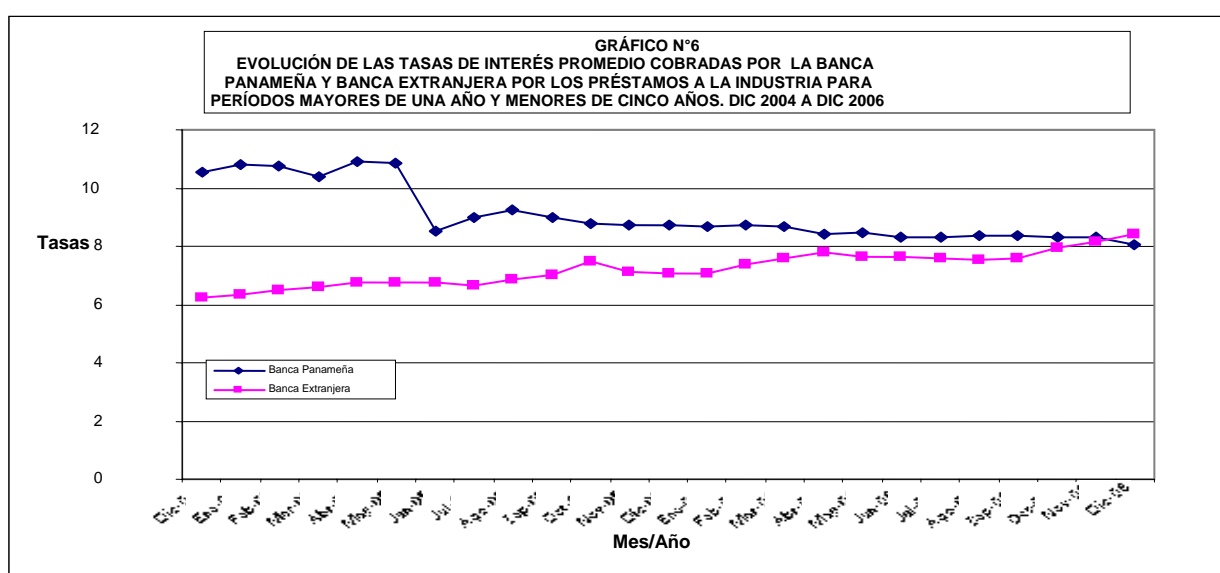
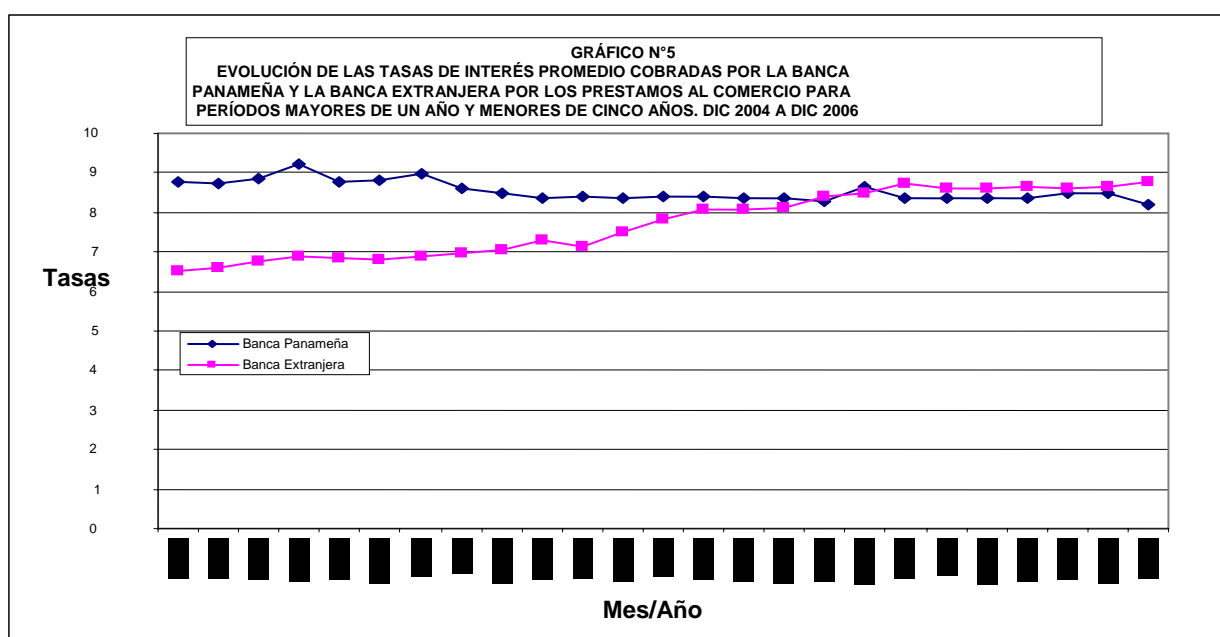
En el gráfico N° 4 se observa cómo las diferencias disminuyen con el paso del tiempo hasta casi desaparecer en el período de noviembre y diciembre de 2006. La constante disminución que refleja el gráfico podría ser efecto de que por un lado las tasas de la banca panameña inicialmente están altas, por lo que el aumento de las tasas de referencia no permiten aumentar más las tasas de la banca panameña.

Por otro lado, el aumento de saldos reales y los posibles precios de la competencia pueden ejercer presiones para que estos aumentos no ocurran como debería ser el movimiento coherente en una situación en que la tasa de referencia aumenta haciendo que el margen disminuya.

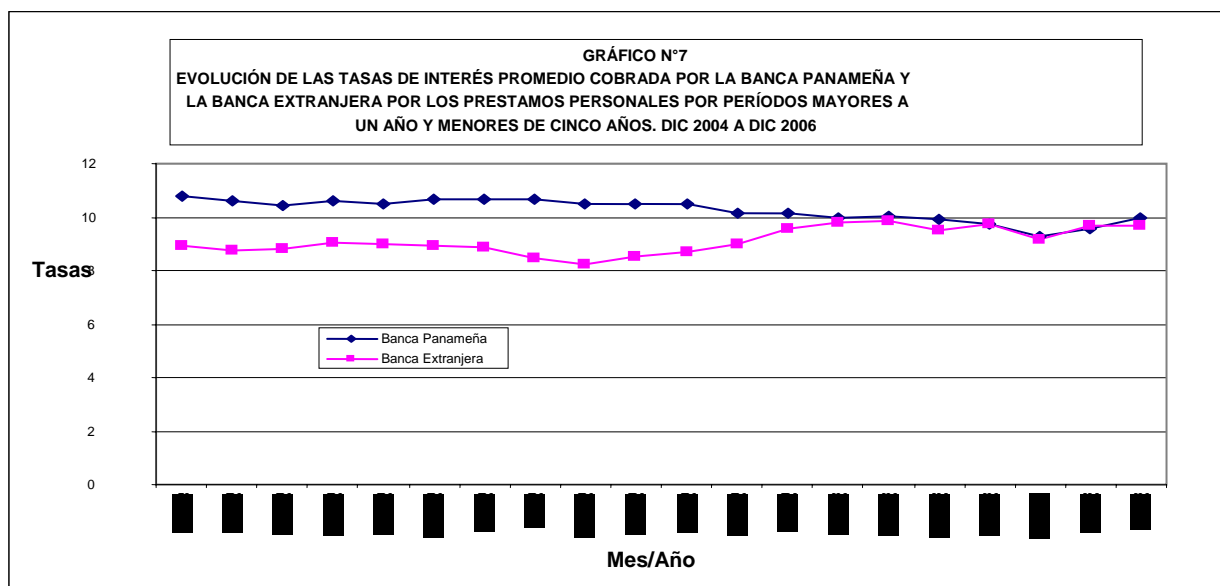
Para el Ministerio de Economía y Finanzas, en su Informe Económico Anual, en el que hace referencia a este comportamiento, “las tasas de préstamos del comercio al por menor y al por mayor se mantienen bastantes estables a pesar al aumento en la Tasa Prime. Este diferente comportamiento se debe en parte a que las tasas reportadas en Panamá tiende a ser promedio de los préstamos vigentes, no tasas a préstamos nuevos”<sup>29</sup>

Al igual que los préstamos por períodos de corto plazo para los de mediano plazo el comportamiento de las tasas de interés muestra en el gráfico un movimiento en la misma dirección. Inicialmente el margen es considerable y luego se va reduciendo hasta llegar a tocarse y reduciendo la diferencia al mínimo en relación con las tasas de interés vigentes para la banca extranjera.

A continuación se presentan los gráficos N° 5, N° 6 y N° 7 para los préstamos mayores de un año y menores o iguales a cinco años según se ofrecen por la banca panameña o la banca extranjera.



Aún con esta tendencia estable para los intereses que ofrece la banca panameña, el crédito al comercio creció en un 8.8% al tercer trimestre de 2006. Dentro de este segmento, el 48% del crédito lo otorgó la banca panameña privada, 46% le pertenece a la banca extranjera privada y el 6% restante pertenece a la banca oficial<sup>30</sup>.



El financiamiento destinado al consumo en general, el cual incluye préstamos personales, tarjetas de créditos, autos y cartera al consumo, tuvo un aumento del 16.2% al tercer trimestre del año 2006. En el que la banca panameña absoluta registró una variación de 255 millones o un aumento del 13.8%, siendo los más representativos Banco General, Banco Continental y Banvivienda. Por otro lado, la banca extranjera reflejó un aumento del 16.3% en donde el mayor empuje lo produjo BAC, Banco Azteca y ST George.

### Créditos Hipotecarios

El cuadro N° 5 presenta la evolución de la tasa promedio, anual y trimestral del mercado hipotecario. Se observa, a partir del año 1995, una tendencia sostenida a la baja, llegando a cerca de la mitad de la tasa promedio de 1990.

Esto podría explicar en cierta forma el súbito aumento de la construcción de viviendas que vive el país en los últimos años.

**CUADRO N° 5**  
**TASA DE REFERENCIA TRIMESTRALES DEL MERCADO LOCAL HIPOTECARIO**  
**AÑOS: 1985-2006**

AÑOS	TRIMESTRES				Promedio Anual
	I	II	III	IV	
1985			13.00	13.00	13.00
1986	12.75	12.75	12.50	11.75	12.44
1987	11.25	11.25	11.25	13.00	11.69
1988	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00
1989	13.00	13.00	13.00	13.00	13.00
1990	13.00	13.00	13.25	13.25	13.13
1991	13.25	13.00	11.50	12.25	12.50
1992	12.50	12.00	12.00	11.75	12.06
1993	11.50	11.25	11.25	11.00	11.25
1994	10.75	10.75	10.75	10.75	10.75
1995	10.75	10.75	11.00	10.75	10.81
1996	10.75	10.75	10.75	10.75	10.75
1997	10.50	10.50	10.50	10.50	10.50
1998	10.25	10.00	10.25	10.00	10.13
1999	10.00	9.75	9.75	9.75	9.81
2000	9.75	9.75	9.75	10.00	9.81
2001	10.00	10.00	10.00	9.75	9.94
2002	9.25	9.00	9.00	9.00	9.06
2003	8.50	8.75	8.25	8.00	8.38
2004	8.00	7.75	7.50	7.25	7.63
2005	7.00	7.00	7.00	6.75	6.94
2006	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia







**“ARTÍCULO 7. FACULTAD DISCRECIONAL DEL SUPERINTENDENTE.** *El Superintendente sostendrá una reunión con representantes del banco solicitante o del grupo promotor, o con los apoderados designados por estos a tal fin, antes de la presentación formal de la solicitud de licencia bancaria.*

*Quedará a discreción del Superintendente otorgar o no la licencia respectiva, en atención al análisis de la documentación proporcionada por el solicitante o su promotor, las reuniones que lleve a cabo con el solicitante y/o su grupo promotor con anterioridad a la presentación de la solicitud de licencia y las investigaciones que conduzca a tal efecto.*

*En los casos que lo estime conveniente, el Superintendente podrá supeditar la concesión de la licencia al cumplimiento de condiciones cuantitativas o cualitativas particulares, previa firma de compromiso por el solicitante o su grupo promotor” (énfasis suplido).*

Esto permite señalar que el mercado de servicios bancarios no es, en principio, uno de libertad absoluta de entrada, aunque en la práctica estas facultades discrecionales rara vez se ejercen. Esta situación puede ser acreditada a través de la contestación que mediante nota SBP-DJ-AL8-N1955-2006 da el Superintendente de Bancos al oficio DNLC-PLPV-060-06 del Director Nacional de Libre Competencia de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia, en el que se menciona que para los años 2000-2006 (septiembre), la Superintendencia de Bancos no ha denegado solicitudes de licencia general.

- **Definición de Mercado Geográfico<sup>31</sup>**

Según información presentada en la solicitud, e información obtenida de Internet, los agentes económicos a concentrarse tienen la siguiente estructura física:

1. CITIBANK, N.A. Tiene 3 sucursales en Panamá y 1 en Colón
2. BANCO UNO S.A., Tiene 10 sucursales en Panamá, 2 sucursales en Chiriquí, 1 en Herrera, 1 en Coclé, 2 en Colón (ZLC)
3. BANCO CUZCATLÁN, S.A., Tiene 16 sucursales en Panamá, 2 en Colón, 1 en Chitré, 3 en Chiriquí, 1 en Veraguas, 1 en Penonomé y 1 en Chorrera.

Las empresas al concentrarse contarían con sucursales en cada una de las provincias del país, con la excepción de Bocas del Toro, Darién y las comarcas indígenas. En conjunto las empresas tendrían 45 sucursales en todos los centros comerciales del país.

En función de lo anterior se podría plantear que la concentración sometida a verificación no tendría mayores efectos en aquellas áreas geográficas en las que sólo opera una de las empresas involucradas. Sin embargo, plantear esto así sugeriría erróneamente que los mercados geográficos funcionan como segmentos relativamente independientes, y con existencia de barreras a la entrada en algunos de ellos, y que debería tomarse cada uno de ellos como un mercado geográfico particular, cuando en realidad los servicios de financiamiento bancario pueden prestarse en cualquiera de las instalaciones bancarias, entendiendo a éstas como sustitutas, y que el uso de alguna en particular se explicaría por razones de conveniencia particular de algún cliente, por ejemplo la cercanía a su área de residencia o lugar de trabajo.

Es criterio de este Despacho que lo central en este caso no es tanto la presencia efectiva de cada una de las empresas en diferentes áreas geográficas del país, sino si se establece algún patrón de comportamiento, para proveedores de servicios bancarios como para sus clientes, diferenciado por área geográfica, que justifique la segmentación del mercado en su definición geográfica.

Por todo lo anterior, la Dirección Nacional de Libre Competencia considera que el mercado geográfico pertinente es el territorio de la República de Panamá. **Y así lo declara.**

Por otro lado, aunque el mercado servicio pudiera ser visto como un todo, porque un banco pudiera incursionar en cualquiera de sus segmentos sin mayor restricción, dadas las características que distinguen a los diferentes tipos de préstamos (personales, hipotecarios, comerciales), que van desde el tipo de sujetos que solicitan el crédito (personas, empresas, etc.), el plazo de los mismos, la tasa de interés que se cobra, el tipo de garantías que se establecen e, incluso, la existencia de políticas públicas que promueven o alientan un tipo específico de crédito<sup>32</sup>, señalan la conveniencia de realizar análisis diferenciados.

En conclusión, este Despacho define que el mercado afectado por esta concentración económica como el de servicios financieros. No obstante, cada uno de los principales servicios que brindan los bancos dentro del mercado financiero principal, en su perfil de empresa multiservicio, representan por sus características inherentes, mercados pertinentes distintos, por la clasificación de carteras y servicios bancarios, por lo que constituyen otros sub-mercados. En este sentido, podemos determinar los siguientes mercados pertinentes específicos: créditos al consumo (los cuales incluyen: préstamos personales, automóviles, y tarjetas de crédito), créditos hipotecarios, créditos comerciales o corporativos y depósitos locales<sup>33</sup> de particulares (de ahorros, plazo fijo y a la vista), y los mercados de instrumentos financieros<sup>34</sup> que se concentrarán tales como: los valores, “leasing” y “factoring” ofrecidos a lo largo del territorio de la República de Panamá. **Y así se hace constar<sup>35</sup>.**

## 9. Identificación de los Participantes en el Mercado Pertinente

Anteriormente se definieron varios sub-mercados distintos dentro del conjunto de operaciones de los dos grupos a concentrarse por lo que de aquí en adelante nos enfocaremos en el mercado “agregado”, ya que las regulaciones, condiciones de entrada y rivalidad, entre otras, aplican para el conjunto de las operaciones de los bancos, antes que para alguna de sus actividades específicas. Según la Superintendencia de Bancos<sup>36</sup>, en el Sistema Bancario Nacional operan Bancos con Licencia General, Licencia Internacional y Oficinas de Representación.

Con licencia general actualmente existen 37 bancos, entre extranjeros y de capital panameño, y dos oficiales, conformando un mercado con un nutrido número de representantes, incluyendo dentro de estos a subsidiarias de algunos de los bancos más importantes a nivel internacional. Los bancos que pueden brindar servicios bancarios se definen por ley:<sup>37</sup>

Cuadro N° 9 Clasificación de Bancos

Bancos con Licencia General en el Sistema Bancario de Panamá
1. BAC International Bank, Inc.
2. Bancafé (Panamá), S.A.
3. Banco Aliado, S.A.
4. Banco Azteca (Panamá), S.A.
5. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A. (BBVA)
6. Banco General + Banco Continental de Panamá, S.A.
7. Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.
8. Banco Delta, S.A. (BMF)
9. Banco de Bogotá, S.A.
10. Banco Pichincha Panamá, S.A.
11. Banco Internacional de Costa Rica, S.A. (BICSA)
12. Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A. (BLADEX)
13. Banco Panameño de la Vivienda, S.A. (BANVIVIENDA)
14. Banco Trasatlántico, S.A.
15. Banco Universal, S.A.
16. Citibank, N.A + Banco Uno, S.A.
17. Banesco Banco Universal, C.A.
18. Banesco International Bank, Inc.
19. Bank Leumi Le-Israel, B.M.
20. Bank of China Limited
21. BNP Paribas Sucursal Panamá
22. BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá
23. Credicorp Bank, S.A.
24. Global Bank Corporation
25. HSBC Bank (Panamá), S.A. + Primer Banco del Istmo, S.A. (BANISTMO)
26. HSBC Bank USA.
27. Korea Exchange Bank, Ltd.
28. Mega International Commercial Bank Co. Ltd.
29. Metrobank, S.A.
30. Mi Banco, S.A. B.M.F
31. MMG Bank Corporation
32. Multi Credit Bank, Inc.
33. Produbank (Panamá), S.A.
34. St. Georges Bank & Company, Inc.
35. Stanford Bank (Panamá), S.A.
36. The Bank of Nova Scotia (SCOTIABANK)
37. Towerbank International, Inc.

Fuente: Superintendencia de Bancos

## 10. Efectos de la Concentración Económica en el Mercado

- **Análisis de las condiciones estructurales del mercado**

El mercado bancario panameño ha sido testigo en los últimos años de un continuo proceso de concentración del capital, producto de concentraciones bancarias con diferentes posicionamiento en el centro bancario. En función del volumen de activos, por ejemplo, han participado tanto bancos de capital nacional como de capital extranjero, aunque en estos casos el banco que subsiste a la concentración es de capital extranjero, como ocurre con la concentración económica sometida a verificación<sup>38</sup>. Últimamente se han verificado varias concentraciones bancarias de bancos en el sistema financiero nacional: El Banco HSBC con Banistmo; Banco CITIBANK, N.A. con Banco Uno, S.A.; Banco General, S.A. con Banco Continental, S.A., que involucran en varios casos compañías subsidiarias que se desenvuelven en el sector financiero nacional.

No obstante lo anterior, para algunos expertos locales este tema no genera necesariamente una afectación de las condiciones de competencia. “En Panamá existen más de 30 bancos nacionales y extranjeros que operan en el centro local, y los cuatro bancos más grandes del sistema aportaron en 2004 el 43% del total de activos y el 50% de créditos internos. **Pese a cuatro fusiones recientes entre bancos medianos y grandes, la competencia permanece vigorosa y la integración financiera internacional de todo el sistema sigue siendo la nota fundamental de la actividad bancaria en Panamá**” (énfasis suplido)<sup>39</sup>.

En buena medida, la tradicional apertura del sistema financiero panameño explicaría que esta concentración de activos bancarios no afecte los indicadores de desempeño del sistema.

*“En resumen, el sistema financiero abierto e integrado, ha llevado a Panamá a ser la economía más cerca de la abstracción académica de una **banca libre** y donde los diversos componentes se refuerzan uno con otro. La integración financiera no hubiera sido posible en Panamá sin la dolarización, y ésta en buena medida es exitosa por la integración financiera. Así mismo, las facilidades de crédito en dólares mejoran la competitividad de la economía exportadora de comercio y distribución lo que a su vez incrementa la demanda de crédito comercial de un mercado para operaciones de bancos internacionales, que a su vez oxigenan el sistema promoviendo las transacciones y depósitos en dólares. La estabilidad de precios respalda la toma de decisiones a largo plazo para inversiones, hipotecas y deuda, mejorando la eficacia y estabilidad del mercado financiero. Es posible que sin esta interdependencia económica e institucional el sistema no hubiera sido tan exitoso”* (énfasis suplido)<sup>40</sup>.

### *i. Estimación del grado de concentración*

Para estimar el grado de concentración en los mercados servicios definidos se calcula la razón de concentración para las 4 primeras empresas (CR<sub>4</sub>), el índice de Herfindhal-Hirschman (HII<sup>41</sup>) y el Índice de Dominancia (ID<sup>42</sup>). Estos índices, que se inspiran en el paradigma Estructura-Conducta-Desempeño, y son sólo uno de los elementos a analizar y para determinar si la concentración es restrictiva a la competencia. Debe analizarse las barreras a la entrada y las condiciones de rivalidad, entre otros factores. En particular, se comenta para el índice HII: “A priori una decisión de los defensores de la competencia basada en esta medida podría resultar errónea, por lo que sería recomendable utilizar una metodología alternativa complementaria encuadrada en el enfoque de organización industrial, que analice la conducta en base a análisis empírico del comportamiento bancario en lugar de utilizar información explícita sobre la estructura del mercado”<sup>43</sup>.

## Crédito Personal antes y después de la concentración

CUADRO N° 10						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO PERSONAL ANTES DE LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	HSBC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	682,741	24.39%	0.0595	0.4123	0.1700
2	Banco General, S.A. + Banco Continental	609,631	21.78%	0.0474	0.3287	0.1081
3	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	289,531	10.34%	0.0107	0.0741	0.0055
4	Banco Nacional de Panamá	282,980	10.11%	0.0102	0.0708	0.0050
5	Global Bank Corporation	242,157	8.65%	0.0075	0.0519	0.0027
6	Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.	153,985	5.50%	0.0030	0.0210	0.0004
7	Caja de Ahorros	135,064	4.83%	0.0023	0.0161	0.0003
8	BAC International Bank Inc.	121,678	4.35%	0.0019	0.0131	0.0002
9	Credicorp Bank, S.A.	89,456	3.20%	0.0010	0.0071	0.0001
10	Multi Credit Bank, Inc.	39,736	1.42%	0.0002	0.0014	0.0000
11	Banco Universal, S.A.	36,801	1.31%	0.0002	0.0012	0.0000
12	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	34,102	1.22%	0.0001	0.0010	0.0000
13	Banco Aliado, S.A.	25,612	0.91%	0.0001	0.0006	0.0000
14	Banco Azteca (Panamá) S.A.	23,648	0.84%	0.0001	0.0005	0.0000
15	The Bank Of Nova Scotia	8,355	0.30%	0.0000	0.0001	0.0000
16	Banco Trasatlántico, S.A.	6,662	0.24%	0.0000	0.0000	0.0000
17	Bancafé (Panamá), S.A.	3,666	0.13%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Towerbank International, Inc.	3,227	0.12%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Metrobank, S.A.	2,695	0.10%	0.0000	0.0000	0.0000
20	Korea Exchange Bank, Ltd.	1,808	0.06%	0.0000	0.0000	0.0000
21	<b>Banco Uno, S.A.</b>	1,485	<b>0.05%</b>	0.0000	0.0000	0.0000
22	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	1,004	0.04%	0.0000	0.0000	0.0000
23	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	979	0.03%	0.0000	0.0000	0.0000
24	BNP Paribas Sucursal Panamá	692	0.02%	0.0000	0.0000	0.0000
25	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	502	0.02%	0.0000	0.0000	0.0000
26	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	344	0.01%	0.0000	0.0000	0.0000
27	<b>Citibank, N.A.</b>	286	<b>0.01%</b>	0.0000	0.0000	0.0000
28	Bank of China Limited	99	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
29	MiBanco, S.A. BMF	97	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
30	Banco de Bogotá, S.A.	95	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
31	St. Georges Bank & Company, Inc.	29	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
32	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
33	MMG Bank Corporation	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
34	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
35	HSBC Bank USA	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
36	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
	<b>Total</b>	<b>2,799,144</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.1443</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.2922</b>
				CR4 = 66.62%		
				Indice de Herfindahl (H) = 0.1443		
				Indice de Dominancia (ID) = 0.2922		

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

CUADRO N° 11						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO PERSONAL POSTERIOR A LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	HSBC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	682,741	24.4%	0.0595	0.4121	0.1698
2	Banco General, S.A. + Banco Continental	609,631	21.8%	0.0474	0.3286	0.1080
3	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	289,531	10.3%	0.0107	0.0741	0.0055
4	Banco Nacional de Panamá	282,980	10.1%	0.0102	0.0708	0.0050
5	Global Bank Corporation	242,157	8.7%	0.0075	0.0518	0.0027
6	<b>Citibank + Banco Uno + Banco Cuscatlan</b>	<b>155,755</b>	<b>5.6%</b>	<b>0.0031</b>	<b>0.0214</b>	<b>0.0005</b>
7	Caja de Ahorros	135,064	4.8%	0.0023	0.0161	0.0003
8	BAC International Bank Inc.	121,678	4.3%	0.0019	0.0131	0.0002
9	Credicorp Bank, S.A.	89,456	3.2%	0.0010	0.0071	0.0001
10	Multi Credit Bank, Inc.	39,736	1.4%	0.0002	0.0014	0.0000
11	Banco Universal, S.A.	36,801	1.3%	0.0002	0.0012	0.0000
12	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	34,102	1.2%	0.0001	0.0010	0.0000
13	Banco Aliado, S.A.	25,612	0.9%	0.0001	0.0006	0.0000
14	Banco Azteca (Panamá) S.A.	23,648	0.8%	0.0001	0.0005	0.0000
15	The Bank Of Nova Scotia	8,355	0.3%	0.0000	0.0001	0.0000
16	Banco Trasatlántico, S.A.	6,662	0.2%	0.0000	0.0000	0.0000
17	Bancafé (Panamá), S.A.	3,666	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Towerbank International, Inc.	3,227	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Metrobank, S.A.	2,695	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
20	Korea Exchange Bank, Ltd.	1,808	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
21	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	1,004	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
22	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	979	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
23	BNP Paribas Sucursal Panamá	692	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
24	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	502	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
25	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	344	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
26	Bank of China Limited	99	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
27	MiBanco, S.A. BMF	97	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
28	Banco de Bogotá, S.A.	95	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
29	St. Georges Bank & Company, Inc.	29	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
30	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
31	MMG Bank Corporation	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
32	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
33	HSBC Bank USA	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
34	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
	<b>Total</b>	<b>2,799,144</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.1444</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.2919</b>
				CR4 = 66.62%		
				Indice de Herfindahl (H) = 0.1444		
				Indice de Dominancia (ID) = 0.2919		

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

## Conclusiones en el Crédito Personal

- En el caso de la cartera de consumo en crédito personal antes de la concentración la participación de mercados es de 0.06% y posterior a la concentración aumenta a 5.56%.
- El índice de concentración CR<sub>4</sub> antes de la concentración es de 66.62% y posterior a la concentración se mantiene igual, y en términos de valor se mantiene en el límite del umbral
- El índice HHI antes y después de la concentración es 0.144 encontrándose dentro del umbral.
- El índice de dominancia antes y después de la concentración es 0.292 superando en cuatro puntos el valor crítico del umbral.

## Tarjeta de Crédito antes y después de la concentración

CUADRO N° 12						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CONSUMO EN TARJETAS DE CRÉDITO ANTES DE LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Tarjetas de Créditos	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	131,485	26.38%	0.0696	0.3895	0.1517
2	Banco Uno, S.A.	118,906	<b>23.86%</b>	0.0569	0.3185	0.1014
3	Citibank, N.A.	80,916	<b>16.23%</b>	0.0264	0.1475	0.0218
4	Banco General, S.A. + Banco Continental	69,612	13.97%	0.0195	0.1092	0.0119
5	St. Georges Bank & Company, Inc.	22,842	4.58%	0.0021	0.0118	0.0001
6	Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.	21,233	4.26%	0.0018	0.0102	0.0001
7	Credicorp Bank, S.A.	14,700	2.95%	0.0009	0.0049	0.0000
8	Global Bank Corporation	14,189	2.85%	0.0008	0.0045	0.0000
9	Caja de Ahorros	10,793	2.17%	0.0005	0.0026	0.0000
10	Banco Nacional de Panamá	7,155	1.44%	0.0002	0.0012	0.0000
11	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	2,532	0.51%	0.0000	0.0001	0.0000
12	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	2,072	0.42%	0.0000	0.0001	0.0000
13	Multi Credit Bank, Inc.	1,121	0.22%	0.0000	0.0000	0.0000
14	Banco Universal, S.A.	672	0.13%	0.0000	0.0000	0.0000
15	Bancafé (Panamá), S.A.	211	0.04%	0.0000	0.0000	0.0000
16	BAC International Bank Inc.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
17	Towerbank International, Inc.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Metrobank, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Banco Trasatlántico, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
20	The Bank Of Nova Scotia	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
21	MMG Bank Corporation	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
22	Banco Aliado, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
23	Banco de Bogotá, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
24	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
25	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
26	Korea Exchange Bank, Ltd.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
27	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
28	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
29	BNP Paribas Sucursal Panamá	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
30	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
31	Bank of China Limited	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
32	MiBanco, S.A. BMF	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
33	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
34	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
35	HSEC Bank USA	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
36	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>498,438</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.1787</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.2871</b>
CR4 = 80.44%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.1787						
Índice de Dominancia (ID) = 0.2871						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

CUADRO N° 13						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CONSUMO EN TARJETAS DE CRÉDITO POSTERIOR A LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Tarjeta de Crédito	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	Citibank NA + Banco Uno + Banco Cuscatlan	221,055	<b>44.3%</b>	<b>0.1967</b>	<b>0.6776</b>	<b>0.4591</b>
2	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	131,485	26.4%	0.0696	0.2397	0.0575
3	Banco General, S.A. + Banco Continental	69,612	14.0%	0.0195	0.0672	0.0045
4	St. Georges Bank & Company, Inc.	22,842	4.6%	0.0021	0.0072	0.0001
5	Credicorp Bank, S.A.	14,700	2.9%	0.0009	0.0030	0.0000
7	Global Bank Corporation	14,189	2.8%	0.0008	0.0028	0.0000
8	Caja de Ahorros	10,793	2.2%	0.0005	0.0016	0.0000
9	Banco Nacional de Panamá	7,155	1.4%	0.0002	0.0007	0.0000
10	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	2,532	0.5%	0.0000	0.0001	0.0000
11	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	2,072	0.4%	0.0000	0.0001	0.0000
12	Multi Credit Bank, Inc.	1,121	0.2%	0.0000	0.0000	0.0000
14	Banco Universal, S.A.	672	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
15	Bancafé (Panamá), S.A.	211	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
16	BAC International Bank Inc.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
17	Towerbank International, Inc.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Metrobank, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Banco Trasatlántico, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
20	The Bank Of Nova Scotia	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
21	MMG Bank Corporation	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
22	Banco Aliado, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
23	Banco de Bogotá, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
24	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
25	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
26	Korea Exchange Bank, Ltd.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
27	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
28	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
29	BNP Paribas Sucursal Panamá	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
30	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
31	Bank of China Limited	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
32	MiBanco, S.A. BMF	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
33	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
34	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
35	HSEC Bank USA	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
36	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>498,438</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.2903</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.5212</b>
CR4 = 89.28%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.2903						
Índice de Dominancia (ID) = 0.5212						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

## Conclusiones en la Tarjeta de Crédito

- En el caso de la cartera de consumo en tarjetas de crédito antes de la concentración la participación de mercados es de 40.09% y posterior a la concentración aumenta a 44.35%.
- El índice de concentración CR<sub>4</sub> antes de la concentración es de 66.62% y posterior a la concentración se mantiene igual, y en términos de valor crítico se mantiene en el límite del umbral
- El índice HHI antes de la concentración es 0.256 y después de la concentración aumenta 0.290 superando valor crítico del umbral.
- El índice de dominancia antes de la concentración es 0.473 y después de la concentración aumenta a 0.521 superando en ambos escenarios el valor crítico del umbral.

## Crédito Hipotecario antes y después de la concentración

CUADRO N° 14						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO HIPOTECARIO ANTES DE LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	Banco General, S.A. + Banco Continental	1,729,188	35.77%	0.1280	0.5466	0.2988
2	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	1,400,752	28.98%	0.0840	0.3587	0.1287
3	Banco Nacional de Panamá	493,957	10.22%	0.0104	0.0446	0.0020
4	Caja de Ahorros	422,585	8.74%	0.0076	0.0326	0.0011
5	The Bank Of Nova Scotia	180,723	3.74%	0.0014	0.0060	0.0000
6	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	175,287	3.63%	0.0013	0.0056	0.0000
7	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	136,818	2.83%	0.0008	0.0034	0.0000
8	Credicorp Bank, S.A.	74,447	1.54%	0.0002	0.0010	0.0000
9	Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.	62,413	1.29%	0.0002	0.0007	0.0000
10	BAC International Bank Inc.	47,439	0.98%	0.0001	0.0004	0.0000
11	Banco Aliado, S.A.	26,067	0.54%	0.0000	0.0001	0.0000
12	Global Bank Corporation	20,779	0.43%	0.0000	0.0001	0.0000
13	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	19,104	0.40%	0.0000	0.0001	0.0000
14	Towerbank International, Inc.	11,062	0.23%	0.0000	0.0000	0.0000
15	Multi Credit Bank, Inc.	8,278	0.17%	0.0000	0.0000	0.0000
16	Banco Universal, S.A.	6,331	0.13%	0.0000	0.0000	0.0000
17	BNP Paribas Sucursal Panamá	5,984	0.12%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	4,633	0.10%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Bank of China Limited	4,345	0.09%	0.0000	0.0000	0.0000
20	Banco Trasatlántico, S.A.	2,361	0.05%	0.0000	0.0000	0.0000
21	MMG Bank Corporation	448	0.01%	0.0000	0.0000	0.0000
22	Bancafé (Panamá), S.A.	285	0.01%	0.0000	0.0000	0.0000
23	<b>Banco Uno, S.A.</b>	282	<b>0.01%</b>	0.0000	0.0000	0.0000
24	<b>Citibank, N.A.</b>	138	<b>0.00%</b>	0.0000	0.0000	0.0000
25	Banco de Bogotá, S.A.	27	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
26	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
27	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
28	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
29	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
30	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
31	HSEC Bank USA	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
32	Korea Exchange Bank, Ltd.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
33	Metrobank, S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
34	MiBanco, S.A. BMF	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
35	St. Georges Bank & Company, Inc.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
36	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.00%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>4,833,730</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.2341</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.4306</b>
CR4 = 83.71%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.2341						
Índice de Dominancia (ID) = 0.4306						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

CUADRO N° 15						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO HIPOTECARIO POSTERIOR A LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	Banco General, S.A. + Banco Continental	1,729,188	35.8%	0.1280	0.5466	0.2988
2	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	1,400,752	29.0%	0.0840	0.3587	0.1286
3	Banco Nacional de Panamá	493,957	10.2%	0.0104	0.0446	0.0020
4	Caja de Ahorros	422,585	8.7%	0.0076	0.0326	0.0011
5	The Bank Of Nova Scotia	180,723	3.7%	0.0014	0.0060	0.0000
6	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	175,287	3.6%	0.0013	0.0056	0.0000
7	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	136,818	2.8%	0.0008	0.0034	0.0000
8	Credicorp Bank, S.A.	74,447	1.5%	0.0002	0.0010	0.0000
9	<b>Citibank + Banco Uno + Banco Cuscatlan</b>	<b>62,832</b>	<b>1.3%</b>	<b>0.0002</b>	<b>0.0007</b>	<b>0.0000</b>
10	BAC International Bank Inc.	47,439	1.0%	0.0001	0.0004	0.0000
11	Banco Aliado, S.A.	26,067	0.5%	0.0000	0.0001	0.0000
12	Global Bank Corporation	20,779	0.4%	0.0000	0.0001	0.0000
13	Mega International Commercial Bank Co. Ltd.	19,104	0.4%	0.0000	0.0001	0.0000
14	Towerbank International, Inc.	11,062	0.2%	0.0000	0.0000	0.0000
15	Multi Credit Bank, Inc.	8,278	0.2%	0.0000	0.0000	0.0000
16	Banco Universal, S.A.	6,331	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
17	BNP Paribas Sucursal Panamá	5,984	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
18	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	4,633	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
19	Bank of China Limited	4,345	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
20	Banco Trasatlántico, S.A.	2,361	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
21	MMG Bank Corporation	448	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
22	Bancafé (Panamá), S.A.	285	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
23	Banco de Bogotá, S.A.	27	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
24	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
25	Banco Delta, S.A. (BMF)	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
26	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
27	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
28	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
29	HSEC Bank USA	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
30	Korea Exchange Bank, Ltd.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
31	Metrobank, S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
32	MiBanco, S.A. BMF	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
33	St. Georges Bank & Company, Inc.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
34	Stanford Bank (Panamá), S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>4,833,730</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.2341</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.4305</b>
CR4 = 83.71%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.2341						
Índice de Dominancia (ID) = 0.4305						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

## Conclusiones en el Crédito Hipotecario

- En el caso de la cartera de consumo en tarjetas de crédito antes de la concentración la participación de mercados es de 0.01% y posterior a la concentración aumenta ligeramente a 1.3%.
- El índice de concentración CR<sub>4</sub> antes y después de la concentración es de 83.71% y en términos de valor crítico supera considerablemente el límite del umbral
- El índice HHI antes y después de la concentración es 0.234 manteniéndose dentro del umbral.
- El índice de dominancia antes y después de la concentración es 0.431 superando el valor crítico del umbral, lo cuál indica que no se modifica el tamaño relativo de las empresas por lo tanto la concentración no afecta la competencia.

## Crédito Comercial antes y después de la concentración

CUADRO N° 16						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO COMERCIAL ANTES DE LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	769,674	19.4%	0.0376	0.3869	0.1497
2	Banco General, S.A. + Banco Continental S.A.	721,317	18.2%	0.0330	0.3398	0.1155
3	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	286,106	7.2%	0.0052	0.0535	0.0029
4	Banco Aliado, S.A.	275,027	6.9%	0.0048	0.0494	0.0024
5	Banco Cuscatlán de Panamá, S.A.	215,259	5.4%	0.0029	0.0303	0.0009
6	The Bank Of Nova Scotia	205,045	5.2%	0.0027	0.0275	0.0008
7	Multi Credit Bank, Inc.	201,636	5.1%	0.0026	0.0266	0.0007
8	Global Bank Corporation	172,172	4.3%	0.0019	0.0194	0.0004
9	BNP Paribas Sucursal Panamá	149,018	3.8%	0.0014	0.0145	0.0002
10	Banco Nacional de Panamá	138,623	3.5%	0.0012	0.0126	0.0002
11	<b>CITIBANK N.A. + Banco Uno, S.A.</b>	<b>112,330</b>	<b>2.8%</b>	<b>0.0008</b>	<b>0.0082</b>	<b>0.0001</b>
12	Caja de Ahorros	106,619	2.7%	0.0007	0.0074	0.0001
13	Mega Internacional Commercial Bank Co. Ltd.	89,199	2.2%	0.0005	0.0052	0.0000
14	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	82,789	2.1%	0.0004	0.0045	0.0000
15	Towerbank International, Inc.	79,966	2.0%	0.0004	0.0042	0.0000
16	Credicorp Bank, S.A.	67,636	1.7%	0.0003	0.0030	0.0000
17	EAC Internacional Bank Inc.	59,399	1.5%	0.0002	0.0023	0.0000
18	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	44,092	1.1%	0.0001	0.0013	0.0000
19	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	41,251	1.0%	0.0001	0.0011	0.0000
20	Bancafé (Panamá), S.A.	41,069	1.0%	0.0001	0.0011	0.0000
21	Banco Trasatlántico, S.A.	27,510	0.7%	0.0000	0.0005	0.0000
22	MMG Bank Corporation	21,016	0.5%	0.0000	0.0003	0.0000
23	Metrobank, S.A.	17,558	0.4%	0.0000	0.0002	0.0000
24	Banco Universal, S.A.	17,037	0.4%	0.0000	0.0002	0.0000
25	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	11,141	0.3%	0.0000	0.0001	0.0000
26	Korea Exchange Bank, Ltd.	10,715	0.3%	0.0000	0.0001	0.0000
27	Bank of China Limited	4,246	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
28	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	599	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
29	St. Georges Bank & Company, Inc.	474	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
30	Banco de Bogotá, S.A.	297	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
31	Banco Delta, S.A. (BMF)	290	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
32	Stanford Bank (Panamá), S.A.	178	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
33	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
34	HSEC Bank USA	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
35	MiBanco, S.A. BMF	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>3,969,289</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.0972</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.2738</b>
CR4 = 51.70%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.0972						
Índice de Dominancia (ID) = 0.2738						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

CUADRO N° 17						
INDICES DE CONCENTRACION DE LA CARTERA DE CRÉDITO COMERCIAL POSTERIOR A LA CONCENTRACIÓN						
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006						
(EN MILES DE BALBOAS)						
Posición	Nombre del Banco	Saldo - Créditos al Consumo	Participación % de Mercado (q)	q <sup>2</sup>	h	h <sup>2</sup>
1	HSEC Bank Panama (BANISTMO), S.A.	769,674	19.4%	0.0376	0.3751	0.1407
2	Banco General, S.A. + Banco Continental S.A.	721,317	18.2%	0.0330	0.3294	0.1085
3	<b>Citibank + Banco Uno + Banco Cuscatlan</b>	<b>327,589</b>	<b>8.3%</b>	<b>0.0068</b>	<b>0.0679</b>	<b>0.0046</b>
4	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (Panamá), S.A.	286,106	7.2%	0.0052	0.0518	0.0027
5	Banco Aliado, S.A.	275,027	6.9%	0.0048	0.0479	0.0023
6	The Bank Of Nova Scotia	205,045	5.2%	0.0027	0.0266	0.0007
7	Multi Credit Bank, Inc.	201,636	5.1%	0.0026	0.0257	0.0007
8	Global Bank Corporation	172,172	4.3%	0.0019	0.0188	0.0004
9	BNP Paribas Sucursal Panamá	149,018	3.8%	0.0014	0.0141	0.0002
10	Banco Nacional de Panamá	138,623	3.5%	0.0012	0.0122	0.0001
11	Caja de Ahorros	106,619	2.7%	0.0007	0.0072	0.0001
12	Mega Internacional Commercial Bank Co. Ltd.	89,199	2.2%	0.0005	0.0050	0.0000
13	Bank Leumi-Le Israel, B.M.	82,789	2.1%	0.0004	0.0043	0.0000
14	Towerbank International, Inc.	79,966	2.0%	0.0004	0.0040	0.0000
15	Credicorp Bank, S.A.	67,636	1.7%	0.0003	0.0029	0.0000
16	EAC Internacional Bank Inc.	59,399	1.5%	0.0002	0.0022	0.0000
17	Banco Internacional de Costa Rica, S.A.	44,092	1.1%	0.0001	0.0012	0.0000
18	Banco Latinoamericano de Exportaciones, S.A.	41,251	1.0%	0.0001	0.0011	0.0000
19	Bancafé (Panamá), S.A.	41,069	1.0%	0.0001	0.0011	0.0000
20	Banco Trasatlántico, S.A.	27,510	0.7%	0.0000	0.0005	0.0000
21	MMG Bank Corporation	21,016	0.5%	0.0000	0.0003	0.0000
22	Metrobank, S.A.	17,558	0.4%	0.0000	0.0002	0.0000
23	Banco Universal, S.A.	17,037	0.4%	0.0000	0.0002	0.0000
24	Banco Panameño de la Vivienda, S.A.	11,141	0.3%	0.0000	0.0001	0.0000
25	Korea Exchange Bank, Ltd.	10,715	0.3%	0.0000	0.0001	0.0000
26	Bank of China Limited	4,246	0.1%	0.0000	0.0000	0.0000
27	BNP Paribas Private Bank, Sucursal Panamá	599	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
28	St. Georges Bank & Company, Inc.	474	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
29	Banco de Bogotá, S.A.	297	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
30	Banco Delta, S.A. (BMF)	290	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
31	Stanford Bank (Panamá), S.A.	178	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
32	Banco Azteca (Panamá) S.A.	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
33	HSEC Bank USA	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
34	MiBanco, S.A. BMF	0	0.0%	0.0000	0.0000	0.0000
<b>Total</b>		<b>3,969,289</b>	<b>100.0%</b>	<b>0.1002</b>	<b>1.0000</b>	<b>0.2610</b>
CR4 = 53.02%						
Índice de Herfindahl (H) = 0.1002						
Índice de Dominancia (ID) = 0.2610						

Fuente: Superintendencia de Bancos. Cálculos efectuados por la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia.

## Conclusiones en el Crédito Comercial

- En el caso de la cartera de consumo en tarjetas de crédito antes de la concentración la participación de mercados es de 2.8% y posterior a la concentración aumenta ligeramente a 8.3%.
- El índice de concentración CR<sub>4</sub> antes de la concentración es de 51.70% y después de la concentración aumenta a 53.02% y en términos de valor crítico se encuentra dentro del límite del umbral
- El índice HHI antes de la concentración es de 0.097 y después de la concentración es 0.100 manteniéndose dentro del umbral.
- El índice de dominancia antes de la concentración es de 0.274 y después de la concentración disminuye a 0.261 superando en ambos escenarios ligeramente el valor crítico del umbral, que es un indicativo de que la concentración no afecta la competencia.



## Resumen de los Indicadores de Concentración del Mercado

De la revisión de los cuadros anteriores, se pudiera señalar, a modo de conclusión, en términos generales, lo siguiente:

En los sub-mercados servicios relevantes de crédito solo el de tarjetas de crédito aumenta sustancialmente el “market share” y el índice de dominancia, sin embargo, antes de la concentración la empresa adquiriente tiene un “market share” alto. Igualmente, se observó en términos del índice de dominancia que en los casos de los sub-mercados crédito hipotecario, personal y comercial estaría indicando que la competencia no se afecta, fundamentalmente porque antes de la concentración los mismos ya se encuentran concentrados y su desempeño dependerá significativamente de su propia dinámica competitiva.

### *ii. Consideraciones sobre los valores de los indicadores de concentración*

Cuadro N° 18										
Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia										
Departamento de Análisis y Estudios de Mercado										
Concentración entre Citigroup + Banco Uno S.A. + Banco Cuscatlan, S.A										
Resumen de la Evolución de Índices de Concentración										
(Estimaciones Realizadas con Datos al 31 de Diciembre de 2006)										
Mercado-Producto Relevante	Antes de la Fusión			Luego de la Fusión				Valores Críticos		
	CR <sub>4</sub> a/	HHI b/	ID c/	Market Share (Citibank + Banco Uno)	CR <sub>4</sub>	HHI	ID	CR <sub>4</sub> d/	HHI e/	ID f/
Crédito - Personal (Dic - 06)	66.62%	0.144	0.292	5.56%	66.62%	0.144	0.292	<40 y <65; <10 y >66	>0.18	>0.25
Tarjetas de Crédito (Dic -06)	85.02%	0.256	0.473	44.35%	89.28%	0.290	0.521	<40 y <65; <10 y >65	>0.18	>0.25
Crédito Hipotecario (Dic -06)	83.71%	0.234	0.431	1.30%	83.71%	0.234	0.431	<40 y <65; <10 y >66	>0.18	>0.25
Crédito Comercial (Dic - 06)	51.70%	0.097	0.274	8.25%	53.02%	0.100	0.261	<40 y <65; <10 y >67	>0.18	>0.25
a/ Razón de Concentración de las primeras 4 empresas.										
b/ Índice Herfindhal-Hirschmann.										
c/ Índice de Dominancia (desarrollado por Pascual García-Alba de México).										
d/ El primer valor se refiere al poder de mercado del grupo económico concentrado, y el segundo valor al poder de mercado de los primeros 4 agentes económicos (CR <sub>4</sub> ).										
Según la <b>Guía para el Control de las Concentraciones Económicas</b> , elaborada por la CLICAC (Gaceta Oficial N° 23,780 de 22 de abril de 1999).										
e/ De acuerdo a las <i>Safe Harbors</i> establecidas en las <b>Merger Guidelines (1992)</b> del <i>Department of Justice</i> y la <i>Federal Trade Commission</i> de los EUA.										
f/ Según la <b>Guía para el Control de las Concentraciones Económicas</b> , elaborada por la CLICAC (Gaceta Oficial N° 24,413 de 19 de octubre de 2001).										
Notas: El área sombreada en gris en el mercado producto definido implica donde se superan los valores críticos de algunos de los índices de concentración.										
Fuente: Cálculos de la Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia en base a datos de la Superintendencia de Bancos.										

Las estimaciones de los índices antes mencionados para cada uno de los segmentos del mercado bancario no constituyen un elemento substancialmente contundente acerca del análisis de la concentración. Los indicadores en mercados concentrados como el de servicios bancarios, no representan los únicos parámetros para el análisis que conlleve a tomar una decisión en circunstancias en que los mercados presentan algún grado de concentración antes del evento. Dada esta situación, es menester continuar con el examen de las condiciones de entrada de los agentes económicos (bancos e instituciones de crédito) al mercado, así como la condiciones de rivalidad en el mercado.

### Condiciones de entrada

De acuerdo a la regulación vigente para el mercado bancario, si bien desde un punto de vista estricto el mercado bancario panameño no puede catalogarse formalmente como uno de libertad absoluta de entrada, dada la discrecionalidad que para el otorgamiento de las licencias generales tiene el Superintendente de Bancos, desde el punto de vista de la organización industrial pareciera no haber mayores barreras a la entrada en este mercado.

Lo anterior se afirma en función de las definiciones tradicionales de barreras a la entrada: La dada por Joe Bain en el sentido que éstas existen cuando hay un precio en el mercado superior al costo medio o marginal que no fomenta la entrada de nuevas empresas; y la de George Stigler

que las barreras a la entrada vienen dadas por el costo en que incurrirían los nuevos entrantes pero no las empresas ya establecidas (incumbentes).

Con relación a la primera definición, en el mercado de servicios bancarios panameños sí se observa la entrada de nuevas empresas. Entre el 2000 y 2006 se han registrado 11 bancos a los cuales se les concedió licencia general para operar el negocio de banca en Panamá.

Cada banco al momento de solicitar y obtener la licencia general tiene que enfrentar el mismo tipo de costos relacionados con el trámite establecido. Algunos costos adicionales que tienen que enfrentar los bancos entrantes, como por ejemplo el posicionamiento de la marca de los bancos establecidos previamente, ha demostrado ser plenamente superable en la práctica.

En el caso del segmento de tarjetas de crédito, en la documentación que aportó la empresa solicitante se señala lo siguiente: “Las condiciones regulatorias, tecnológicas y de relación entre los participantes actuales en el mercado nacional de emisión de tarjetas de crédito, permite entender que las barreras de entrada y salida en el negocio de la emisión, pueden ser asimiladas y superadas respectivamente por cualquier participante potencial y actual que cuente con capital financiero, humano y social que sea acorde con las exigencias de lanzamiento y crecimiento de la actividad en Panamá” (foja 438).

La emisión de tarjetas de crédito por parte de las instituciones financieras y establecimientos comerciales comprende cuatro actividades principales que son: 1) Disponibilidad y promoción de marca; 2) Análisis y evaluación de la capacidad de crédito del solicitante; 3) Contratación; y 4) Administración de la cartera colocada en tarjetas de crédito.

Por otro lado, uno de los elementos que puede afectar la sustituibilidad entre bancos tiene que ver con algunas de las condiciones que se pueden incluir en los contratos de préstamo<sup>44</sup> que desalientan a los clientes a cambiarse de banco mediante la compra de sus saldos por otros bancos del sistema. El mejor ejemplo de este tipo de barreras a la entrada que pueden establecer los bancos desde el punto de vista estratégico tiene que ver con las penalizaciones por cancelación anticipada del préstamo.

En cuanto a la preocupación de los efectos sobre la competencia de este tipo de conductas, dos reconocidos autores latinoamericanos afirman que “**El efecto más simple de los costos de cambio es disminuir la sensibilidad al precio de los consumidores, lo que posibilita el cobro de mayores precios** de los que cobraría un competidor y, consecuentemente la obtención de mayores márgenes para la empresa que posea clientes con costos de cambio. Así, la participación de consumidores que ya tienen costos de cambio puede ser un determinante importante de las utilidades y desempeño futuro” (énfasis suplido)<sup>45</sup>. Refiriéndose al caso de la no portabilidad del servicio 800 (*toll free*) en los Estados Unidos, otro caso que calificaría igualmente como costos de cambio, y en consecuencia una barrera a la entrada en el mercado señalan que “... **la existencia de los costos de cambio** que surgen producto de la no portabilidad **disminuyeron la competencia en precios** en el mercado...los incentivos de las empresas para obtener ingresos de sus clientes ‘amarrados’ mediante el cobro de mayores precios eran relativamente mayores a sus incentivos a capturar nuevos clientes mediante estrategias de precios más agresivas” (énfasis suplido)<sup>46</sup>.

Del mismo modo, hay que señalar que en este punto debe analizarse el tema de la cláusula de no competir, sometida a la consideración de **LA AUTORIDAD** por el solicitante, tema éste en el que se profundizará más adelante en la presente resolución.

### **Conclusión del análisis sobre barreras a la entrada (salida)**

- El mercado bancario panameño es uno de los más abiertos a nivel internacional, lo que se observa por la presencia de casi cuarenta bancos de licencia general<sup>47</sup>, a la vez que no hay elementos que discriminen en función de la nacionalidad del capital de dichos bancos (banca panameña vs. banca extranjera)
- En el caso de cuentas de depósitos, prácticamente no existen barreras a la salida, ya que el consumidor puede cambiar fácilmente de banco su cuenta de ahorros, cuenta corriente o plazo fijo cuando vence.
- Esto no sucede igual con los préstamos hipotecarios para la adquisición de vivienda propia, en los que se producen gastos legales al refinanciar el préstamo con otro

banco, hay nuevos gastos de Notaría y Registro, pueden haber nuevos gastos de avalúo y en muchos casos se cobra una penalidad al consumidor si cancela su préstamo antes de una fecha estipulada.

- En el caso de la tarjeta de crédito, no se observan barreras de entrada más allá de las que exige el dueño de la marca que operan en Panamá (VISA, MASTER CARD, DINERS CLUB, AMERICAN EXPRESS) dado que el banco o institución financiera que emite la tarjeta de crédito debe celebrar un contrato con el dueño de la marca.

De esta forma: *“La exitosa integración financiera panameña sugiere que no es la apertura prematura del mercado de capitales per se, si no su diseño, lo que es importante para su éxito. En Panamá, la liberalización de la banca fue diseñada en los años 70 como un modelo de mercado competitivo (Barletta, 1991); con entrada relativamente libre de bancos internacionales (un elemento distintivo y esencial), tipos de interés determinados por el mercado, ninguna restricción en los flujos de capital, y casi ninguna intervención del gobierno. Los resultados han sido excepcionales, con un sistema financiero eficiente al nivel micro y estable al nivel macro, sin crisis bancarias sistémicas y con bajo riesgo financiero”* (énfasis suplido)<sup>48</sup>.

Se puede señalar que para los efectos pertinentes, el mercado bancario panameño es uno abierto a la entrada de nuevas empresas, en el cual no existe discriminación por el origen del capital.

- **Condiciones de rivalidad**

- i. Análisis de la probabilidad de ejercicio individual y colectivo de poder de mercado*

Señala la Guía para el Control de Concentraciones Económicas en el párrafo 152 que:

*“El poder de mercado o poder sustancial de la empresa concentrada tendrá menor probabilidad de ser ejercido si la rivalidad entre esta empresa y sus competidores es “efectiva”. La rivalidad es efectiva cuando los competidores son económicamente capaces de sostener conductas agresivas para mantener o aumentar sus participaciones de mercado.*

Según informe aportado por la empresa solicitante se señala respecto lo siguiente:

*“La posibilidad de que los grandes bancos extranjeros que operan en Panamá puedan a través de concentraciones económicas, explotar el poder de mercado se encuentra limitada por la competencia existente y la ausencia de restricciones para ejercer la Banca de licencia general en Panamá (salvo la expedición de la licencia general y el capital mínimo asignado de 10 millones de balboas). Los riesgos señalados en el informe del BID, en un sistema abierto y sin restricciones como el panameño, encuentran respuestas de mercado, dada la integración financiera y la ausencia de barreras a la entrada que existe. Con integración financiera, las tasas de interés son determinadas por, y cerca de, los intereses en mercados internacionales, ajustados por costos y riesgo”<sup>49</sup>.*

En el mercado de tarjetas de crédito dada la inexistencia de barreras de entrada y salida insalvables y que el insumo básico del negocio de emisión de tarjetas de crédito está constituido por el capital financiero, capital humano y capital social de cada participante, el mercado queda disponible para la libre participación de cualquiera que cuente con la capacidad financiera, la experiencia y la capacidad de construir y aprovechar eficientemente sus propias redes de apoyo.

En términos generales en los demás segmentos del mercado bancario, a pesar de que en al menos 3 segmentos el mercado tiende a concentrarse, con la concentración económica producto de la concentración por absorción analizada, en cada uno de los mercados producto definidos siguen operando un elevado número de agentes económicos que no permiten concluir que, en general, con esta operación, aumente la probabilidad de realizar conductas anticompetitivas.

## ii. Probabilidad de la realización de prácticas colusorias

Sobre el riesgo para la competencia y la probabilidad de realización de prácticas colusorias, se sostiene que para las grandes empresas como los Bancos, el mercado relevante excede el ámbito local, quedando en buenas condiciones para hacer frente a un mercado doméstico más concentrado. A su vez, las personas de ingresos medios-bajos, si bien podrían enfrentar más dificultades para acceder a un sistema bancario más concentrado, tienen como alternativa el crédito de las casas comerciales a las tasas vigentes del mercado. En el caso de las personas de ingresos medios y pequeñas y medianas empresas el sistema bancario es el principal oferente y por lo tanto están más expuestas a conductas anticompetitivas.

En Panamá hay que considerar en este mercado la presencia de 37 instituciones bancarias competidoras y las menores barreras a la entrada que se han traducido en autorizaciones para la instalación de nuevos Bancos y entidades de crédito en el sistema como las denominadas “empresas híbridas”, que se caracterizan por su agresiva estrategia de entrada y rápida cobertura del mercado panameño (tarjetas) no utilizan la tasa de interés como ventaja para atraer clientes, como en el caso específico de Credomatic Panamá, S.A.<sup>50</sup>. Los Bancos coexisten, en el mercado de tarjetas de crédito en Panamá, con las entidades bancarias como las entidades cooperativas.”

Lo anterior nos lleva a concluir que con la concentración, el control de CITIBANK N.A.+ Banco Uno, S.A., sobre Banco Cuscatlán, S.A., no constituye una situación de riesgo para las condiciones de competencia en los mercados servicios definidos.

La posibilidad de realización de prácticas colusorias en los segmentos del mercado de servicios bancarios analizados es poco probable. Esto es fundamentalmente por la estructura del mercado bancario y el desempeño de los agentes económicos en el mismo, el cual está constituido por un número considerable de bancos y empresas que brindan los servicios definidos en el mercado relevante en esta Resolución.

La oferta de servicios bancarios en Panamá presenta un amplio panorama de promociones y estrategias tendientes a la captación de clientes, ya sean nuevos para el mercado o a través de la captura de clientes de otros competidores.

Una revisión del tema de condiciones de rivalidad pudiera señalar que, incluso en el mercado que más preocupa por los valores de los índices de concentración (tarjetas de crédito) se identifican condiciones de mayor desafiabilidad dadas por:

- Presencia cercana de HSBC + Banistmo, Banco General + Banco Continental en términos de “market share” (26.4% y 14.0% respectivamente “versus” 40.1%).
- Incapacidad de la empresa concentrada para imponer barreras de entrada, dado que estos son solo emisores y no dueños de la marca.
- Respecto a la marca, no existe barrera alguna excepto los requisitos y lo que se pacte en el convenio, como señala un informe aportado por la empresa solicitante que señala: “*En cualquier parte del mundo, las instituciones financieras-bancos, cooperativas y empresas financieras- pueden emitir tarjetas de pago para uso general bajo su responsabilidad compartida con una marca internacional, siempre y cuando hayan formalizado un convenio con la propietaria de esa marca internacional, la cual se identifica en doctrina como “empresa de tarjeta de pago” (payment card company) (Oller Zubieta op.cit) (foja 400)*”
- Los emisores de tarjetas deben competir por el mercado (la oferta se adecua a la demanda) a través de los precios (tasa de interés) y promociones agresivas para captar clientes básicamente a través de la diferenciación del producto.

Aunque estructuralmente la reducción en el número de competidores efectivos (en el submercado de tarjetas de crédito existen al 31 de diciembre de 2006 catorce bancos emisores, más dos empresas híbridas) puede facilitar en principio acciones anticompetitivas coordinadas (“es más fácil ponerse de acuerdo”), las condiciones de rivalidad efectiva sobre distintas variables de competencia<sup>51</sup> y la inexistencia de barreras a la entrada de consideración es este mercado, con la salvedad de lo descrito con relación a las cláusulas de penalización, permite descartar razonablemente la probabilidad de ocurrencia de este tipo de situaciones.

En otras palabras, a diferencia de lo que inicialmente sugiere el clásico paradigma de la competencia Estructura-Conducta-Desempeño, no es automático que un alto nivel de

concentración en un mercado en particular implique una escasa o nula rivalidad y competencia efectiva entre los distintos agentes económicos que participan en ese mercado. Esa es, a criterio de este Despacho, precisamente la situación del mercado de servicios bancarios en Panamá.

### 3.4.2. Probabilidad de realización de prácticas colusorias.

Dentro de los estudios e informes que ha presentado la empresa solicitante de la verificación previa, se encuentran los elementos que proveen información acerca de la situación presente y futura del mercado de servicios bancarios. En conjunto con esta información, **LA AUTORIDAD** ha levantado información y realizado investigaciones, en los que se ha podido corroborar, entre otros factores, una alta rivalidad en los mercados señalados en esta Resolución.

En general se puede determinar que los indicadores del mercado: participación de mercado e índices de concentración que se han consultado para este informe reflejan razonablemente por un lado, mercados concentrados, y por el otro, una alta rivalidad que se deriva del crecimiento del mercado específicamente de tarjetas de crédito, la ausencia de barreras de entrada al mercado y la libre competencia. Esto tomando en cuenta los requisitos técnicos y legales. (Marco Regulatorio). En este sentido, no se observa en los contratos de tarjetas de crédito de COIC y UBCI que existan cláusulas o condiciones que pudiesen devenir en barreras a la entrada para otros agentes económicos presentes en el mercado o potenciales.

Lo anterior permite reafirmar que existe una significativa desafiability de estos mercados fundamentado en parte por la presencia cercana de empresas híbridas, cooperativas y establecimientos comerciales (señaladas en la solicitud) que se diversifican y ganan mercados; variabilidad en el comportamiento de los precios, y capacidad de los consumidores para acceder al crédito a través de este producto.

## 10. CLÁUSULA DE NO COMPETIR.

El solicitante alude en su planteamiento a la existencia de una cláusula de no competir dentro del contrato de adquisición de acciones de GRUPO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A. en los siguientes términos:

*“1.- Producto de una nueva revisión del contrato de adquisición de acciones de GRUPO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A., queremos informarle que el mismo contempla una cláusula de no competencia mediante la cual el vendedor*

*[REDACTED] personas naturales (directamente vinculadas con el vendedor y sus dos principales accionistas) acuerdan no participar, directa o indirectamente, en los negocios iguales o similares (banca corporativa o de consumo, intermediación financiera, asesoría, pensión, seguros, cambio de moneda, envío de remesas, factoring o colección de fondos, fideicomisos y productos de inversión) llevados a cabo por GRUPO CUSCATLÁN en aquellos países (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Estados Unidos) en que el mismo tiene actividad, durante un período de tres (3) años.*

*La respectiva cláusula señala que las partes reconocen y aceptan que dicha restricción es parte esencial del acuerdo y transacción que se pretende suscribir, y que es la intención de las partes que si la restricción establecida para cubrir un área geográfica o por un periodo de tiempo, no es permitida por la Ley aplicable en el lugar donde debe surtir sus efectos el contrato, o si es considerada en cualquier forma muy amplia o hasta cierto punto invalida, tal restricción no deberá ser considerada nula, inválida o sin efecto, sino que deberá, en su lugar, ser interpretada o reformada para que sea valedera frente a la máxima área geográfica y periodo de tiempo permitido por la Ley aplicable en el país donde debe surtir sus efectos el contrato.”*

Para adentrarnos en la evaluación correspondiente, debemos tener en cuenta que resulta común en este tipo de operaciones que el vendedor se obligue a no comerciar en el mismo rubro dentro de un espacio determinado y por un periodo de tiempo concreto. El objetivo de este tipo de cláusula es impedir lo que se conoce tradicionalmente como competencia desleal<sup>52</sup> (que en ocasiones también restringe irrazonablemente la libre competencia) del vendedor quien transfiere

un establecimiento comercial que incluye una clientela determinada, pues de otra manera el vendedor podría reestablecerse en la misma área de influencia que el comercio vendido y recapturar la clientela cedida. Lo que se pretende es proteger la clientela anexa al establecimiento vendido. De igual forma estas cláusulas inhibitorias de la competencia, pretenden resguardar la inversión realizada del comprador que en un periodo determinado podrá obtener el retorno de la inversión (adquisición) realizada, y cobran mayor relevancia en adquisiciones por compra de otra empresa.

Sobre el tema de las cláusulas inhibitorias de la competencia, la doctrina española ha señalado lo siguiente:

*“En caso de adquisición de la totalidad o de parte de una empresa, las prohibiciones de competir (“clauses de non-concurrence”) impuestas al vendedor pueden estar directamente relacionadas y ser necesarias para la realización de la concentración. Para obtener el valor íntegro de los activos transferidos, el comprador debe gozar de algún tipo de protección frente a la competencia del vendedor que le permita fidelizar la clientela y asimilar y explotar los conocimientos técnicos. Las cláusulas inhibitorias de la competencia garantizan la cesión al comprador del valor íntegro de los activos transferidos, que, por lo general, comprende tanto activos materiales como inmateriales, como el fondo de comercio y los conocimientos técnicos desarrollados por el vendedor....*

*Conforme al principio de proporcionalidad, estas cláusulas sólo están justificadas por el objetivo legítimo de hacer posible la concentración cuando su duración, su ámbito geográfico de aplicación, su contenido y las personas sujetas a ellas no van más allá de lo razonablemente necesario para lograr dicho objetivo... Asimismo, según el principio de proporcionalidad, cuando la cesión de la empresa incluye la transferencia de la clientela fidelizada como fondo de comercio (good-will) y conocimientos técnicos (know-how, savoir faire), las cláusulas inhibitorias de competencia están justificadas durante un máximo de tres años. Cuando sólo se incluye el fondo de comercio, están justificadas por períodos de hasta dos años. ...*

*Conforme al principio de proporcionalidad, el ámbito geográfico de aplicación de una cláusula inhibitoria de la competencia debe limitarse a la zona en que el vendedor ofrecía los productos o servicios de referencia antes del traspaso. ...Otra manifestación del principio de proporcionalidad la constituye la limitación de las cláusulas de inhibición de la competencia a los productos y servicios que constituían la actividad económica de la empresa traspasada<sup>53</sup> .”*

Ahora bien, las cláusulas de no restablecimiento o de no concurrencia, para ser válidas, deben pasar por un “*test*” de razonabilidad establecido caso por caso.

**En el Derecho Francés**, para que una cláusula de este tipo sea razonable debe estar limitada al mismo género de actividad comercial objeto de la transferencia y ser por un tiempo determinado.

**En Canadá**, encuentran razonable este tipo de cláusulas si inhiben al contratante a ofrecer sus servicios o productos en el mercado específico del establecimiento transferido.

**En el Reino Unido**, en principio, se prohíben todos los “*contracts in restraint of trade*” que son aquellos que buscan restringir el ejercicio de profesión o actividad comercial, a menos que se demuestre que esta cláusula es razonable. En materia de compraventa de negocios, la razonabilidad está determinada por la protección al comprador en relación al “goodwill” transmitido que forma parte del establecimiento o unidad de negocios transferido.

**En Irlanda**, el artículo 4 del Reglamento establece que las cláusulas de no competencia, no requerimiento de clientes o de empleados no pueden tener una duración mayor de dos años desde la fecha de la operación, así como tampoco pueden ser aplicadas fuera del área geográfica del mercado relevante al momento del acuerdo.

**En Argentina**, para que las cláusulas sean válidas deben tener un límite de espacio, en el tiempo, y en el ramo de comercio. La interpretación de las mismas se hace en el sentido estricto. Si las cláusulas son exorbitantes pueden ser reducidas a sus justos términos.

**En Estados Unidos**, el análisis de las cláusulas de no competir se realiza mediante una prohibición “per se” en el caso que las cláusulas no integren un contrato más amplio. En el caso que las cláusulas de no competencia integren un contrato general (por ejemplo la venta de un negocio junto con la clientela o “good will”), el análisis se hará caso por caso al tenor de la “*rule of reason*”.

En la **Unión Europea**, en materia de cláusulas contractuales, sigue el criterio de la razonabilidad. A través del sistema de exenciones, el artículo 81.3 del Tratado de Roma permite la autorización de contratos o cláusulas que – “prima facie” – serían restrictivas. Para ello tiene en cuenta el resultado económico de la aplicación de dichas cláusulas.

En conclusión, a la luz del derecho internacional, podemos advertir que las cláusulas de “no competir” son válidas cuando:

- a. Se intenta proteger el valor de la clientela anexa a un establecimiento vendido, siempre que se justifique.
- b. La “razonabilidad” es clave para la aceptación de dicha cláusula, tanto en el derecho comparado como en el nuestro.
- c. Estas cláusulas deben tener una limitante en cuanto al tiempo y el espacio.

La interpretación de dichas cláusulas debe hacerse en forma restrictiva, aunque sin desnaturalizar lo que las partes pudieron entender, de buena fe y obrando con cuidado y previsión.

Por otra parte, el ámbito geográfico de la aplicación de dicha cláusula de no competir debe estar limitado a la zona en la que el vendedor ofrece sus productos o servicios de referencia antes del traspaso, y no extenderse a otras áreas y otros mercados que no estén vinculados directamente con la operación.

En el presente análisis, debe tomarse en cuenta que se trata de la compra del 100% de las acciones de un competidor en el mercado local y regional, y que el nivel de competitividad en el mercado bancario panameño es uno de los más altos de la región. Observamos, que los términos en los que fueron planteados la cláusula de no competencia, se fundamenta en los principios de proporcionalidad y razonabilidad en los que se deben sustentar dichas condiciones, tanto en la aplicación del área geográfica, como en su espectro de temporalidad. La información presentada define claramente las personas jurídicas y naturales que serán afectadas de la cláusula inhibitoria, y ellas son:

En virtud de lo anterior, la Dirección Nacional de Libre Competencia estima que la cláusula de no competencia propuesta por el solicitante dentro de la presente concentración económica, no afecta o restringe de manera directa el proceso de libre concurrencia y libre competencia en el mercado analizado, y que la misma guarda proporción con las características de la concentración presentada.

## **11. CALIFICACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN ECONÓMICA**

El artículo 27 de la Ley 29, señala sobre las presunciones lo siguiente: Para los efectos de la verificación que debe conducir la Autoridad, se presumirá que la concentración tiene un objeto o efecto prohibido por esta Ley, cuando el acto o tentativa:

1. *Confiera o pueda conferir, al fusionante, al adquirente o agente económico resultante de la concentración, el poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado pertinente, sin que los agentes competidores puedan, efectiva o potencialmente, contrarrestar dicho poder;*
2. *Tenga o pueda tener por objeto desplazar a otros competidores existentes o potenciales, o impedirles el acceso al mercado pertinente, o*
3. *Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente, a los participantes en dicho acto o tentativa, el ejercicio de prácticas monopolísticas prohibidas.*

*Estas presunciones podrán desvirtuarse aportando al efecto prueba en contrario”.*

En este apartado es importante pasar revista a los numerales del artículo 27 de la Ley 29. En ese sentido, aunque estructuralmente la reducción en el número de competidores efectivos puede facilitar en principio acciones anticompetitivas a través del poder sustancial sobre los mercados pertinentes por parte de la empresa resultante de la concentración, las condiciones de rivalidad efectiva sobre las variables de competencia, explicadas en párrafos anteriores, no permiten a la empresa concentrada poder fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado pertinente, sin que los agentes competidores puedan, efectiva o potencialmente, contrarrestar dicho poder. La empresa concentrada enfrenta una potencial competencia con otras figuras empresariales que se encuentran en capacidad de prestar servicios en cualquier sub-mercado de servicio determinado en este análisis..

Esto permite concluir que la concentración, a la luz del artículo 27, no traspone los preceptos definidos en los tres (3) numerales de dicho artículo, por lo cual no se considera necesario iniciar un análisis de las excepciones ni de eficiencias ni de insolvencia.

Adicionalmente a esto, aunque el sub-mercado de tarjetas de crédito (la concentración específica el segmento del mercado bancario de tarjetas de crédito que presenta un alto crecimiento y las marcas propias diversifican y amplían el mercado) se encuentra altamente concentrado, incluso antes de la concentración que se está estudiando, y los valores de los tres índices de concentración aumentan (el  $CR_4$  marginalmente 4.26 puntos; el HHI aumenta marginalmente 0.034; y el Índice de Dominancia aumenta 0.048) permiten corroborar que antes de la concentración los tres índices superan su valor crítico del umbral.

Se observa que las barreras descritas, una de naturaleza estructural (requisitos para emisión) y la otra legal (Marco Regulatorio), no son propiamente barreras para el ingreso de nuevos emisores de tarjetas de crédito.

En resumen, por la presencia de un número significativo de empresas competidoras (13 bancos de licencia general, y 20 bancos con licencia general no emisores (potenciales emisores de tarjetas), la inexistencia de barreras a la entrada y la dinámica del mercado (tasa de crecimiento y diversificación), este Despacho no anticipa afectación alguna de la competencia en este mercado por la operación de concentración económica que se evalúa.

Por su parte el artículo 26 establece:

**“Artículo 26. Medidas Correctivas.** Si de la investigación que la Autoridad realice, de una concentración sometida a verificación o no verificada previamente, se establece la existencia de uno de los supuestos prohibidos por esta Ley, la Autoridad podrá:

1. **Sujetar la realización de la transacción al cumplimiento de las condiciones necesarias para que se ajuste a la Ley, o**
2. Ordenar la desconcentración parcial o total de lo que se hubiera concentrado indebidamente, la terminación del control o la supresión de los actos, según corresponda.

Las medidas correctivas anteriores se tomarán sin perjuicio de las sanciones que la LA AUTORIDAD o los Tribunales de Justicia puedan imponer, o de la responsabilidad penal que resulte” (énfasis suplido).

Todos los elementos que se han analizado a lo largo de esta Resolución permiten calificar a la concentración económica entre **COIC** y **UBCI** como una operación que no disminuye, restringe, daña o impide, de manera irrazonable, la libre competencia económica y la libre concurrencia respecto a los productos que conforman el mercado pertinente, lo que lleva a esta Autoridad al otorgamiento del concepto favorable solicitado.

Que en virtud de lo anterior,



## RESUELVE:

**PRIMERO:** OTORGAR concepto favorable a la concentración económica a celebrarse entre **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION** y **CORPORACIÓN UBC INTERNACIONAL, S.A.**, resultante de la adquisición total de las acciones de **GRUPO CUSCATLÁN PANAMÁ, S.A.** y, por ende, del control accionario de **BANCO CUSCATLÁN DE PANAMÁ, S.A.**, por parte de **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION**, en lo concerniente a los mercados de servicios bancarios: Cartera de crédito al consumo (préstamo personal, préstamo de automóvil y tarjeta de crédito); Cartera de crédito hipotecario y Cartera de crédito comercial.

**SEGUNDO:** ADVERTIR que la Dirección Nacional de Libre Competencia podrá, en cualquier momento, verificar por los medios legales que tiene a su alcance el cumplimiento de lo establecido en esta Resolución.

**TERCERO:** La presente resolución es susceptible del recurso de apelación, el cual podrá ser interpuesto dentro del término de cinco (5) días hábiles.

**FUNDAMENTO DE DERECHO:** Artículos 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 y 109 del Texto Único de la Ley 29 de 1996; Decreto Ejecutivo No. 31 de 1998 y la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas aprobada mediante resolución PC-172-01 de 24 de septiembre del 2001 y publicada en la Gaceta Oficial No.24,413 de 19 de octubre del 2001.  
Notifíquese y Cúmplase,

**PEDRO LUIS PRADOS VILLAR**  
Director Nacional de Libre Competencia

**ROGELIO FRAIZ DOCABO**  
Secretario General a. i.

<sup>1</sup> Texto único de la Ley 29 de 1996, publicado en la Gaceta Oficial 25730 de 13 de febrero de 2007.

<sup>2</sup> “El cierre de la adquisición de las Subsidiarias de UBCI por COIC, se espera que ocurra en marzo o abril de este año, dependiendo del tiempo de las aprobaciones reglamentarias requeridas y sujeto a ciertos acuerdos y obligaciones de COIC y UBCI que están dispuestos en el Contrato de Adquisición.” (F. 377).

<sup>4</sup> Ver f. 2 del expediente.

<sup>5</sup> Ver f. 377 del expediente.

<sup>6</sup> Sobre este agente económico, cabe destacar que según la Resolución S.B.P. No. 011-2007 de 15 de febrero de 2007, el Superintendente de Bancos, en uso de sus facultades legales, resolvió autorizar a **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION** a adquirir la totalidad de las acciones emitidas y en circulación de **GRUPO FINANCIERO UNO, S.A.** y **BANCO UNO, S.A.** En dicho mes, LA AUTORIDAD adquirió el conocimiento de un acuerdo suscrito para la adquisición del control accionario de Banco Uno, S.A. y Grupo Financiero Uno, S.A. por parte de **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION** (siendo Banco Uno, S.A. subsidiaria 100% de Grupo Financiero Uno, S.A.) Del mismo modo vemos que, según informe aportado por el solicitante denominado “Mercado de Servicios Financieros de Emisión de Tarjetas de Crédito en Panamá: Antecedentes y Perspectivas”, enero 2007, a foja 395 del expediente se hace alusión a que el “...acuerdo de adquisición del Grupo Financiero Uno (GFU) por parte de Citigroup, Inc. (CI), fue anunciado públicamente a finales de octubre 2006.” En base a lo anterior, para los efectos de la presente resolución, debemos tener presente que al referirnos a **CITIBANK OVERSEAS INVESTMENT CORPORATION**, incluimos al **GRUPO FINANCIERO UNO, S.A.** y **BANCO UNO, S.A.**

<sup>7</sup> Guía para el Control de Concentraciones Económicas. Párrafo 15.

<sup>8</sup> Ver artículo 21 de la Ley 29 de 1996.

<sup>9</sup> Ver artículo 21 de la Ley 29 de 1996, que define el concepto de Concentración Económica.

<sup>10</sup> Ver artículo 14 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.

<sup>11</sup> Ver fojas 2-3, 38-40 del tomo I del expediente; f. 356 del Tomo II del expediente; fs. 611-612, 631-632, 665 y 739 del Tomo III del expediente.

<sup>12</sup> Ver artículo 5 del Decreto-Ley No.9 de 1998.

<sup>13</sup> Según el memorial de solicitud de verificación previa “...como resultado de la adquisición de GCP por COIC, se tiene previsto en un corto plazo, mantener activas las operaciones bajo la razón comercial CUSCATLÁN, al igual que ocurrió en la adquisición

de Grupo Financiero Uno, S.A., propietaria 100% de las acciones de Banco Uno, S.A., por parte de COIC, en la que se mantuvo las operaciones de Banco Uno, S.A. como razón comercial.”

<sup>14</sup> Párrafo 20 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.

<sup>15</sup> Numeral 22 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.

<sup>16</sup> *Numeral 24 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.*

<sup>17</sup> *Numeral 28 de la Guía para el Control de las Concentraciones Económicas.*

<sup>18</sup> Numeral 40 de la Guía.

<sup>19</sup> COLOMA, Germán, *Defensa de la Competencia*, Ed. Ciudad Argentina, Buenos Aires, Argentina, 2003, páginas 294-295.

<sup>20</sup> En el memorial que presenta la empresa solicitante se menciona una subsidiaria de CITIBANK NA., que opera como casa de valores. (fojas 496).

<sup>21</sup> En el sitio web de CITIBANK NA., de Panamá se ofrecen estos servicios ([www.latam.citibank.com/panamá](http://www.latam.citibank.com/panamá)).

<sup>22</sup> En el caso de la cartera de crédito de automóvil CITIBANK NA + Banco Uno, S.A., no hay créditos concedidos en el mercado por lo cual no existe un traslape, que conlleve al análisis del mismo.

<sup>23</sup> Resolución N° DLC-PLP-011-07 de 30 de marzo de 2007.

<sup>24</sup> [http://www.bde.es/regulacion/funciones/funciones\\_raz.htm](http://www.bde.es/regulacion/funciones/funciones_raz.htm)

<sup>25</sup> Ipsos. Informe exploratorio – Estudio de Segmentación – Banca de Consumo. Panamá, febrero de 2005.

<sup>26</sup> RAÚL CARRILLO. Una Tarjeta que seduce. La Prensa, Suplemento Martes Financiero Edición N° 464, Panamá 6 de febrero de 2007

<sup>27</sup> Como es el caso de la ley de intereses preferenciales en los préstamos para viviendas.

<sup>28</sup> Por ejemplo, en la *Guía* se señala que “Estos costos de transacción pueden consistir en los costos de reequipar, reempacar y/o adaptar los productos”, situación que sería aplicable a un mercado producto de bienes concretos, no a servicios como el que nos ocupa en esta Resolución.

<sup>29</sup> Ver Informe económico Anual 2005, [ww.mef.gob.pa/Informe/Economico/Anual/202005/202C.pdf](http://www.mef.gob.pa/Informe/Economico/Anual/202005/202C.pdf)

<sup>30</sup> Ver página 7 del informe económico de la Superintendencia de Bancos, tercer trimestre 2006.

<sup>31</sup> Dado que los mercados servicios que se han definido presentan como característica que no se discrimina, en sentido alguno, en función del área de residencia del cliente de estos servicios, en esta sección sólo se presentan algunas consideraciones que permitan reafirmar esta realidad, antes que un análisis pormenorizado del tipo practicado en la definición del mercado servicio.

<sup>32</sup> Como es el caso de la ley de intereses preferenciales en los préstamos para viviendas.

<sup>33</sup> Se excluyen los depósitos extranjeros, así como los oficiales y de bancos, para aproximarnos a la figura de cliente bancario nacional, a pesar que la banca de licencia general puede recibir depósitos del extranjero, así como hacer colocaciones de crédito en el exterior.

<sup>34</sup> Se ha establecido en esta resolución que las empresas a concentrarse ofrecen estos servicios financieros aunque no presentamos datos consistentes

<sup>35</sup> Es dable señalar que con este método no hay diferencias en la práctica frente al haber definido un número plural de mercados pertinentes. Por facilidad de análisis y presentación a los agentes económicos hemos analizado los mercados pertinentes, en cuanto a barreras a entrada, nivel de rivalidad y otras variables de competencia analizadas de forma conjunta, pero cada servicio bancario representa un mercado pertinente producto distinto.

<sup>36</sup> [www.superbancos.gob.pa](http://www.superbancos.gob.pa)

<sup>37</sup> **DECRETO-LEY No. 9** (De 26 de febrero de 1998) "Por el cual se reforma el régimen bancario y se crea la Superintendencia de Bancos" TITULO III - DEL REGIMEN BANCARIO. CAPITULO I - DE LAS AUTORIZACIONES **LICENCIA GENERAL: la que permitirá llevar a cabo el Negocio de Banca en cualquier parte de la República de Panamá y transacciones que se perfeccionen, consuman o surtan sus efectos en el exterior, y realizar aquellas otras actividades que la Superintendencia autorice.**

<sup>38</sup> A página 5 de la solicitud de verificación previa y concepto favorable se señala: “Una vez consumada toda la operación, HSBC Asia Holdings, B. V. fusionará todas las empresas de Banistmo con HSBC Bank (Panamá) S.A., quedando como empresa resultante únicamente HSBC Bank (Panamá) S.A.

<sup>39</sup> Marcos Fernández, **Condiciones generales de competencia en Panamá**. Estudios y Perspectivas de la CEPAL, N° 37, México, Septiembre de 2005, página 20.

<sup>40</sup> Roberto Brenes, **Dolarización y apertura financiera. ¿Cien años de consecuencias no deliberadas?**. En: Lazzari, Gustavo y Martín Simonetta (editores), **Políticas liberales exitosas. Soluciones pensando en la gente**. Red Liberal para América Latina (RELIAL), Fundación Atlas 1853 y Fundación Friedrich Naumann, Argentina, 2005.

<sup>41</sup> Este indicador corresponde a la suma del cuadrado de la participación de mercado de las empresas que participan en el mercado pertinente. Al elevar al cuadrado la participación de mercado, las empresas de mayor tamaño contribuyen al indicador de concentración con un mayor peso que las empresas más chicas. De esta manera se refleja mejor la estructura del mercado, en la medida que le da un peso proporcionalmente mayor a las participaciones de mercado de las empresas más grandes.

<sup>42</sup> Este índice fue propuesto en función de disponer de un indicador cuyo resultado dependa del tamaño relativo de las empresas que se concentran y de la estructura particular del mercado. Esto se logra, en tanto el indicador no aumenta cuando se concentran empresas relativamente pequeñas, pero sí lo hace en caso de concentraciones entre empresas relativamente grandes.

<sup>43</sup> Amparo Nagore García, **La medición de la competencia en el sector bancario; instrumentos de medida y evidencia empírica**. Universidad de Valencia, mimeo.

<sup>44</sup> No se analizará la situación de los depósitos bancarios, porque en el caso las cuentas de ahorros regulares o especiales, normalmente los fondos pueden retirarse a requerimiento del cliente (aunque en algunos contratos de cuentas de ahorro se plantea la posibilidad que el banco pueda exigir un aviso anticipado -30 días- para el retiro total de los fondos), mientras que en el caso de los certificados de depósitos a plazo fijo, por definición, son instrumentos que estipulan un período de maduración mínima, por lo que se puedan cobrar penalizaciones si el cliente requiere una disponibilidad inmediata de los fondos depositados.

<sup>45</sup> Jorge Tarzuján y Ricardo Paredes, **Organización industrial para la estrategia empresarial**. Pearson Educación, 2ª edición. Chile, 2006, página 152.

<sup>46</sup> Jorge Tarzuján y Ricardo Paredes, op. cit. página 154.

<sup>47</sup> No se toman en cuenta los bancos de licencia internacional, ni los que sólo mantienen oficinas de representación, porque al no operar localmente, no producen efectos sobre la competencia en el mercado nacional.

<sup>48</sup> Moreno-Villalaz, op. cit.

<sup>49</sup> Moreno Villalaz, 1999, citado por Jovany Morales en: “Determinación de los índices de concentración y consideraciones de competencia en el mercado de servicios financieros de emisión de tarjetas de crédito en Panamá que resultan de la adquisición total de las acciones de Grupo Cuscatlán Panamá, S.A. y por ende el control accionario de Banco Cuscatlán de Panamá, S.A, por Citibank Overseas Investment Corporation. (Fojas 476)

<sup>50</sup> Oller Zubieta, Jorge. Mercado de Servicios Financieros de Emisión de Tarjetas de Crédito en Panamá: Antecedentes y Perspectivas.. Enero 2007. Aportado al expediente. (fojas 425)

<sup>51</sup> Tasa de interés, plazo, facilidades de financiamiento, valores agregados en determinadas transacciones, entre otras.

<sup>53</sup> CALVO CARAVACA, Alfonso Luis y CARRASCOSA GONZÁLEZ, Javier, *Las Concentraciones Empresas*, Ed. COLEX, Madrid, 2006, págs. 129-130.