



Comisión Nacional de
Defensa de la Competencia

Memoria Trianual
Años 1999/2000/2001

REPUBLICA ARGENTINA
Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Tel: (54-1) 4349-3480/4097/4107 - Fax: (54-1) 4349-4125
Av. Julio A. Roca 651 Piso 4º Sector 16 – 1067ABB Capital Federal

La presente memoria institucional abarca los años 1999, 2000 y 2001. En ese período se desempeñaron como presidentes de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia: Dr. Marcelo Garriga, Dr. Diego Petrecolla, Dr. Santiago Urbiztondo y Dr. Gabriel Bouzat. El cuerpo de vocales fue integrado, en ese período, por: Dr. Ernesto Cionfrini, Lic. Karina Prieto, Lic. Luis Soto, Dra. Viviana Guadagni, Lic. Esteban Greco, Lic. Mauricio Butera, Dr. Eduardo Montamat y Dr. Lucas Grosman. La redacción fue coordinada por Mauricio Butera y cabe agradecer, tanto la participación de Cecilia Castets, Cristina Briggs y Javier Perdomo, como la de una docena de distinguidos profesionales y asistentes técnicos de laCNDC.

*Eduardo Sguiglia
Presidente
Buenos Aires, junio de 2002*

INDICE

Capítulo I: La Defensa de la Competencia en Argentina

1. Introducción
2. Marco normativo de la Defensa de la Competencia
 - Antecedentes de la Ley N° 25.156*
 - La nueva Ley N° 25.156*
 - El Decreto reglamentario N° 89/2001*
 - Las Resoluciones N° 40/2001 y N° 164/2001*
 - El Decreto N° 396/2001*

Capítulo II: Conductas Anticompetitivas

1. Casos concluidos durante 1999
 - Principales dictámenes
2. Casos concluidos durante 2000
 - Principales dictámenes
3. Casos concluidos durante 2001
 - Principales dictámenes

Capítulo III: Fusiones y Adquisiciones

1. Carpetas concluidas entre septiembre de 1999 y marzo de 2001
 - Principales dictámenes
2. Carpetas concluidas entre abril y diciembre de 2001
 - Principales dictámenes

Capítulo IV: Medidas Preventivas

Capítulo V: Recomendaciones Regulatorias

Capítulo VI: Relaciones Internacionales

1. Defensa de la Competencia en el Mercosur
2. Políticas de competencia en el ALCA
3. Políticas de Competencia en el Acuerdo de Integración Comercial Mercosur – Unión Europea
4. Actividades de asistencia técnica e intercambio de información
5. Cooperación técnica

Apéndice Normativo

Capítulo I

LEGISLACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

La defensa de la competencia es un instrumento fundamental para la organización de una economía de mercado eficiente y dinámica apta para incorporar el intenso proceso de innovación que caracteriza a la economía mundial. Son éstas, condiciones necesarias para el desarrollo económico. La transformación de una economía sobre regulada en una economía de mercado, con un sistema de reglas previsibles y un sistema regulatorio no distorsivo, requiere de un diseño institucional apropiado que garantice a su vez la legitimidad social del mercado como mecanismo de asignación de recursos.

La política de defensa de la competencia es controvertida y sus efectos positivos demandan una práctica rigurosa y técnicamente confiable. En caso contrario, los costos económicos y sociales de las políticas activas de defensa de la competencia pueden resultar superiores a los beneficios.

Las acciones o conductas que dañan la competencia son difíciles de establecer en base a proposiciones generales a priori. Las prácticas anticompetitivas deben ser en gran medida demostradas caso por caso, creando así un evidente riesgo de discreción distorsiva y por ende un problema de legitimidad de las políticas de competencia. La discrecionalidad asociada a las políticas de defensa de la competencia puede conducir tanto al oportunismo político como a fenómenos de captura de la política pública por parte del sector privado. Es así que el diseño institucional propuesto debe atender a minimizar los incentivos (costos versus beneficios) asociados a estas prácticas que deforman los objetivos fundamentales de las políticas.

Por lo tanto, el éxito o fracaso de la aplicación de la legislación de defensa de la competencia dependerá en gran medida de las características del marco institucional adoptado para su ejercicio.

2. MARCO NORMATIVO DE LA DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Antecedentes de la Ley N° 25.156

Los primeros antecedentes en la Argentina de legislación sobre defensa de la competencia datan de 1923, año en el que se dictó la Ley N°11.210. Esta Ley fue reemplazada en el año 1946 por la Ley N° 12.906, llamada antimonopólica. Pese a la existencia de los precitados cuerpos normativos, durante el lapso de 60 años, fueron muy escasos los procesos judiciales incoados y las sentencias condenatorias dictadas.

Entre 1959 y 1980 se elaboraron alrededor de 16 proyectos de modificación de la Ley 12.906, siendo el proyecto de la Secretaría de Comercio y Negociaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Economía de 1977 - elaborado en base a un proyecto del año 1967 del Instituto de Estudios Legislativos e inspirado en la legislación europea sobre la materia¹ - el que finalmente prosperó y dio origen la Ley N° 22.262 sancionada finalmente en 1980.

Colaboraron con la precitada Secretaría de Comercio y Negociaciones Económicas Internacionales, la Secretaría de Programación Coordinación Económica - también del referido ministerio -, la Subsecretaría Legal y Técnica de la Presidencia de la Nación y de la Subsecretaría de Asuntos Legislativos del Ministerio de Justicia.

¹La ley, en su primer artículo, reprimía las conductas que limiten, restrinjan o distorsionen la competencia o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general, consagrando así la llamada “regla de la razón” para la sanción de las conductas.

Entre 1994 y 1998 se presentaron en la Cámara Alta - tanto por parte del oficialismo como de la oposición - varios proyectos para derogar la Ley 22.262, reemplazándola por una nueva normativa que en muchos casos contemplaba el control de fusiones y adquisiciones y la creación de una nueva autoridad de competencia con mayor autonomía. Sin embargo, dichas iniciativas no prosperaron. En el año 1998 el tema se reactivó cuando, tanto el oficialismo como la oposición presentaron sendos proyectos en la Comisión de Comercio de la Cámara de Diputados.

La renovación del debate provino de la creciente preocupación de los legisladores ante la falta de una legislación moderna tendiente al control y supervisión de los procesos de adquisiciones y fusiones que se estaban llevando a cabo en la Argentina como efecto de las privatizaciones y apertura económica, la desregulación de los mercados y la eliminación de trabas a las inversiones extranjeras, debido a que la normativa vigente sólo podía actuar ex-post cuando ya estuvieran constituidas posiciones dominantes de mercado y las mismas hubieran devenido en abuso de posición dominante.

Así, hacia mediados de 1998, los diputados de la Comisión de Comercio de la Cámara Baja consensuaron un único proyecto de ley que pusieron a consideración de la Cámara, la que lo remitió a las restantes comisiones legislativas que debían opinar al respecto. En ese momento preocupaba particularmente a los legisladores el proceso de concentración en el segmento de medios de comunicación y la desregulación prevista para el mercado de telefonía.

Los diputados de las distintas comisiones de la Cámara en las cuales se trató el proyecto escucharon las objeciones de diversos sectores de la sociedad civil, entre los cuales, según consta en los artículos periodísticos

de la época, se encontraron representantes de empresas periodísticas y petroleras y asociaciones profesionales.

Durante el segundo trimestre de 1999 se llevó a cabo una operación de concentración entre dos empresas petroleras que generaba preocupación desde el punto de vista de la competencia. Por otra parte, en ocasión del inicio del período de sesiones del año 1999, el Presidente de la Nación reclamó la rápida sanción del proyecto, a la vez que la Secretaría de Industria, Comercio y Minería del Ministerio de Economía y el Presidente de la Comisión de Comercio de la Cámara de Diputados abogaban por el mismo objetivo.

El proyecto obtuvo la media sanción de la Cámara Baja el 19 de mayo, pasando su tratamiento a la Cámara Alta, quien hizo lo propio el día 23 de junio, remitiéndolo con observaciones (consensuadas entre los senadores oficialistas y opositores) a la Cámara Baja.

Luego del análisis de las observaciones del Senado, la Cámara de Diputados aceptó, en algunos casos, las modificaciones propuestas y en otros, insistió sobre la versión original, por lo cual el proyecto retornó al Senado el 7 de setiembre donde se llegó a la sanción definitiva de la norma. Al respecto corresponde destacar que una de las principales modificaciones propuestas por el Senado fue la eliminación de un artículo que podía interpretarse en el sentido de eximir parcialmente a los medios de comunicación de la aplicación de la norma, eliminación que fue aceptada por los Diputados.

Finalmente la Ley fue promulgada con algunos vetos parciales por el Poder Ejecutivo el 16 de setiembre, los que versaron sobre cuestiones de índole técnica y no recibieron objeciones por parte del Poder Legislativo, siendo la

norma publicada en el Boletín Oficial cuatro días después², entrando en vigencia el día 29 de septiembre de 1999.

La nueva Ley N° 25.156

La nueva Ley regula, por una parte, y con una sistemática similar a la de su antecesora, los acuerdos y prácticas restrictivas de la competencia y del acceso al mercado, así como también el abuso de una posición dominante y crea un nuevo órgano de aplicación llamado Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia (TNDC) con mayores facultades e independencia que su antecesora, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Por otra parte, y como gran novedad, introduce en línea con la jurisprudencia internacional, el control previo de las fusiones y adquisiciones (concentraciones económicas), tema hasta ese momento inexistente en el derecho antimonopólico argentino. Asimismo, incorpora

² El PEN vetó: i) el umbral de 25% o más de participación en el mercado relevante para la notificación de concentraciones, dejando sólo como umbral el volumen de negocios de las notificantes; ii) plazo para expedirse de los entes reguladores, iii) causas para excusarse de los miembros del TNDC, iv) propiciar soluciones consensuadas entre las partes, entre las facultades del TNDC, v) nombre y domicilio del denunciante entre los contenidos de la denuncia ya que los mismos corresponden al “presentante”, vi) plazo para el alegato, vii) respecto de las resoluciones apelables del TNDC, se suprimió “de multa” del giro “la aplicación de las sanciones” (ya que no sólo en multas consisten las mismas), viii) como instancia judicial de apelación, se suprimió la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, quedando la Cámara Federal que corresponda, ix) se suprimió la aplicación supletoria del Código Procesal Civil y Comercial (sin embargo esta instancia se repuso en el decreto reglamentario para el caso del Distrito Federal). Asimismo, nótese que una nueva modificación legislativa (Decreto 396/2001) introdujo otras modificaciones técnicas como i) modificación de umbrales para notificar concentraciones económicas, ii) suspensión de plazos para la resolución sobre una concentración, iii) plazos para la opinión de entes reguladores en referencia a una concentración, iv) plazos para el traslado de la denuncia, v) recurrencia de las medidas de prueba dispuestas por el TNDC.

como innovación la sanción de la “tentativa” de restringir o distorsionar la competencia³.

La ley 22.262, vigente hasta 1999, creó la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) como un apéndice administrativo de la Subsecretaría de Comercio Interior. De hecho, el Subsecretario ocupaba la Presidencia de la CNDC.

A partir de 1996, la presidencia de la CNDC pasó a tener un rango mayor de autonomía, con jerarquía similar a la de una subsecretaría. El avance en materia de autonomía fue sin embargo muy modesto, ya que las opiniones de la CNDC debían ser ratificadas (y a partir de allí adquirirían carácter de resolución) a través de la firma del Secretario de Industria, Comercio y Minería (SICyM). En una misma agencia institucional se encontraban las tareas de, por un lado, promover políticas de competencia estableciendo normas y acciones de gobierno para fortalecer la eficiencia de los mercados en la asignación de recursos y maximizar el bienestar de los consumidores. Por otro lado, debía resolver casos concretos de denuncias e iniciar procedimientos de oficio frente a prácticas de mercado anticompetitivas que hubiere detectado.

En este contexto, la nueva Ley de Defensa de la Competencia sancionada en 1999 representa un avance significativo para impulsar un diseño institucional novedoso para el desarrollo de las políticas de competencia en Argentina. Podemos sintetizar los efectos más importantes en cuatro cuestiones. En primer lugar, la nueva Ley de Defensa de la Competencia prevé la creación de un tribunal autárquico, el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia (el Tribunal), que reemplazará a la CNDC.

³ La nueva Ley se refiere a las prácticas que tengan por “objeto” o efecto limitar, restringir falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado.

En segundo lugar, la nueva legislación prevé que las decisiones del Tribunal tengan fuerza vinculante para las partes. Como ya se ha mencionado, conforme la ley 22.262, las decisiones de la CNDC tienen carácter de recomendación y es un Secretario de Estado el que en última instancia tomaba la decisión. El nuevo diseño institucional propuesto por la ley 25.156 favorece la despolitización de las decisiones en materia de defensa de la competencia en el análisis de los casos y cuestiones sometidas a la decisión del Tribunal. Asimismo, el establecimiento de un tribunal independiente para resolver casos concretos refuerza la legitimidad de sus decisiones.

Quedan así escindidas dos áreas de acción. Por un lado, la resolución de casos particulares sometidos a la decisión del Tribunal. Por otro lado, el dictado y la ejecución de las políticas de gobierno tendientes a promover el desarrollo de mercados competitivos.

En tercer lugar, la nueva Ley de Defensa de la Competencia establece un mecanismo de designación de los miembros del Tribunal diferente del sistema utilizado para con los miembros de la CNDC. Estos últimos eran nombrados por el Ministro de Economía. Mientras que, los miembros del Tribunal serán elegidos por concurso público de oposición y antecedentes.

Finalmente, la nueva normativa al prever el control previo de fusiones y adquisiciones permite detectar y prevenir la aparición de estructuras de mercado que restrinjan la libre competencia. Esta acción para promover la calidad competitiva en los mercados deberá atender simultáneamente a dos objetivos. Por una parte, desarrollar un instrumento idóneo para controlar las posibles prácticas anticompetitivas que surjan de un proceso de concentración económica y, por otra parte, garantizar que la política pública de competencia no genere fenómenos de congestión burocrática

con los consecuentes costos de transacción que ello puede ocasionar para el funcionamiento eficiente de una economía de mercado.

Al momento en que la Ley 25.156 de Defensa de la Competencia fue sancionada, no había sido aún creada la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor. El Decreto PEN 20/1999 dio rango de secretaría de estado, en el ámbito del Ministerio de Economía, a una agencia encargada de promover y ejecutar políticas de gobierno tendientes al fortalecimiento de la competencia en los mercados. Su acción consiste en investigar la calidad competitiva de los mercados, y proponer las normas y políticas necesarias para corregir las distorsiones que puedan afectar la libre competencia, ya sea que éstas surjan de prácticas anticompetitivas del sector privado y/o de regulaciones establecidas por el sector público.

El Decreto reglamentario N° 89/2001

En febrero de 2001 se publicó la reglamentación de la Ley 25.156 a través del Decreto N° 89/2001. Uno de los objetivos de esta reglamentación fue incorporar a la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor en el procedimiento ante el Tribunal. En tal sentido, se buscó que dicha Secretaría actuara como parte en el mismo, realizando investigaciones, efectuando denuncias, produciendo pruebas y, en definitiva, tutelando el interés de la comunidad en las distintas instancias administrativas o judiciales en las que se ventilan procedimientos de defensa de la competencia.

De este modo, dos organismos distintos --por un lado, la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor y, por otro lado, el Tribunal

Nacional de Defensa de la Competencia—son los encargados de velar por la defensa de la competencia desde lugares y con roles diferentes.

Una cuestión que ha tenido en cuenta la reglamentación fue la necesidad de crear procedimientos ágiles para la notificación de operaciones de concentración económica, de modo tal que las partes no incurran en demoras innecesarias y el Tribunal no vea colmada su capacidad de funcionamiento.

Para ello, se ha previsto la implementación de un mecanismo de consulta previa en virtud del cual el Tribunal determine si una operación en particular se encuentra comprendida dentro de los casos en que la Ley N° 25.156 exige la notificación. Esta operatoria no refleja otra cosa que lo realizado por la CNDC desde la puesta en marcha del control previo de fusiones y adquisiciones. Una vez implementado en la reglamentación, con este mecanismo el Tribunal evitará que se realicen presentaciones no exigidas por la ley.

Por otro lado, se ha prescripto en la reglamentación que el Tribunal deberá dividir en al menos tres etapas sucesivas la presentación de información relativa a la notificación de operaciones de concentración económica. El objetivo perseguido con ello fue que la cantidad de información que las partes deben suministrar y el Tribunal debe analizar sea proporcional a la complejidad que la operación presente desde el punto de vista de la defensa de la competencia, tratando de evitar así que tanto los particulares como el Tribunal enfrenten costos innecesarios.

Las Resoluciones N° 40/2001 y N° 164/2001

En este sentido, la Resolución N° 40/2001 de la Secretaría, publicada el 26 del febrero de 2001, ha contemplado la presentación de tres formularios con requerimientos de información de complejidad y cantidad creciente. Así, los formularios 1 (F1) y 2 (F2) son de tipo estándar, el primero de ellos con información básica (legal y económica) y el segundo con requerimientos más complejos. El formulario 3 (F3) es de tipo “ad-hoc”, a través del cual se solicita generalmente información económica específica a la operación.

Para cada una de las etapas, la misma Resolución 40/2001 establece plazos diferenciados. Así, toda operación de concentración económica que no presente grandes dificultades deberá ser aprobada en 15 días hábiles sólo con la información relevada por el F1. Si en el transcurso del plazo, la CNDC (o el Tribunal) determina que con dicha información no se diluyen las preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia, solicitará a las partes la presentación del F2. A partir de allí, se abre la segunda etapa de análisis, para la cual la CNDC (o el Tribunal) contará con 20 días hábiles para expedirse en cuanto a si aprueba la operación o solicita información adicional para el análisis a través del F3. Si este último fuera el caso, se abrirá la tercer etapa de investigación con un plazo máximo para la resolución de 10 días. De esta manera, se completan los 45 días hábiles establecidos en la Ley con plazo máximo para el análisis de fusiones y adquisiciones.

Los contenidos de los distintos formularios fueron plasmados en la Resolución de la Secretaría N° 164/2001 del 30 de noviembre de 2001.

El Decreto N° 396/2001

Como la evidencia internacional y la experiencia recogida desde la entrada en vigencia de la ley 25.156 lo indican, el control previo de fusiones y adquisiciones debe perseguir el detectar las operaciones de concentración económica que podrían tener por objeto o efecto disminuir, restringir o distorsionar la competencia con perjuicio para el interés económico general, pero no debería constituirse en un instrumento burocrático que incremente los costos de transacción de modo tal que afecte la competitividad del mercado. Los procedimientos y mecanismos de análisis de las operaciones de concentración económica deben racionalmente dirigirse a maximizar las ventajas de contar con sistema de control previo. Para ello, deberá evitarse que el Tribunal vea colmada su capacidad operativa con casos de poca o casi nula relevancia económica y permitir que el mismo se concentre en los casos de significativa importancia para la defensa de la competencia en el mercado.

El Decreto 396/01 que modifica la Ley 25.156 plasmó este equilibrio entre la necesidad de controlar las operaciones de concentración económica y la necesidad de evitar que este mecanismo se transforme en un obstáculo a la competitividad del mercado. A tal efecto, el Decreto elevó los requisitos legales necesarios para la notificación de las operaciones de concentración. Específicamente, eliminó el umbral internacional de \$ 2.500.000.000 (pesos dos mil quinientos millones) en el volumen de negocio de las empresas involucradas, permaneciendo vigente el umbral nacional de \$ 200.000.000 (pesos doscientos millones). Con ello se logró que sólo las operaciones de envergadura requieran del análisis previo por parte de la CNDC (o del Tribunal).

Capítulo II

CONDUCTAS ANTICOMPETITIVAS

1. CASOS CONCLUIDOS DURANTE 1999

En el presente capítulo se presentan los resultados de la actividad desarrollada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) durante el año 1999 en lo que respecta a la evaluación de denuncias e investigaciones de oficio por presuntas violaciones de la Ley N°22.262 de Defensa de la Competencia.

La Ley N° 22.262, en su Artículo 1° establecía que “están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley, los actos o conductas relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que limiten, restrinjan o distorsionen la competencia o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general”.

Con relación a las conductas evaluadas y como consecuencia del procedimiento establecido en la Ley 22.262, la CNDC concluye sus casos aconsejando al Secretario el temperamento a seguir. Las diferentes alternativas son: 1) desestimar la denuncia por no encuadrar los hechos en el art. 1° de la mencionada Ley; 2) aceptar las explicaciones del denunciado; 3) aceptar el compromiso ofrecido por las partes o 4) imponer una sanción ordenando el cese de la conducta y/o aplicando una multa.

Durante el año 1999 la CNDC resolvió 17 casos de denuncias sobre conductas anticompetitivas. Del total de casos, la mayoría (47%) consistió en conductas tendientes a obstaculizar el acceso al mercado.

Como muestra en Cuadro N°1, en el 53% de los casos resueltos durante 1999 se aceptaron explicaciones, el 24% fue desestimado y el 18% tuvo sanciones. Asimismo, sólo en una de las diecisiete causas se aceptó un compromiso ofrecido por las partes.

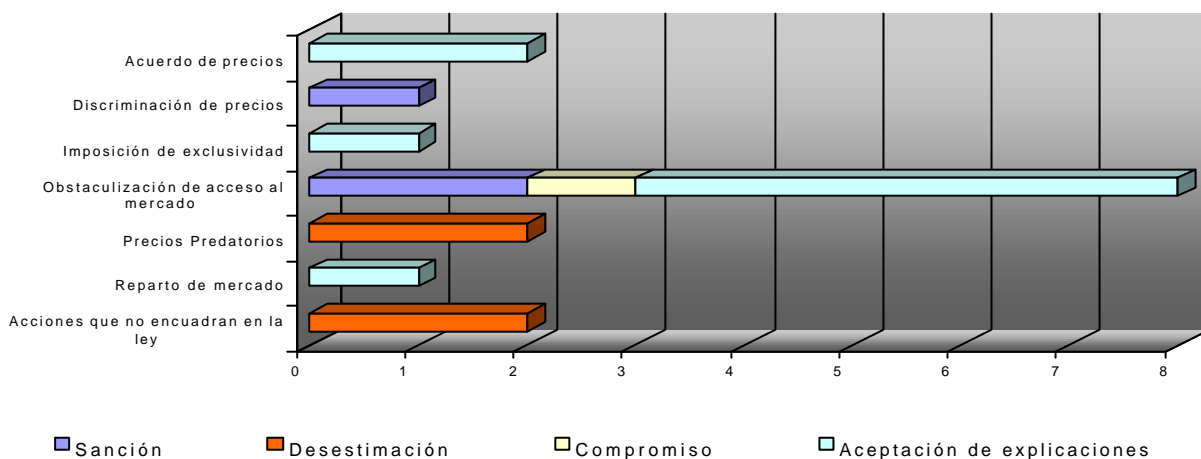
Respecto de los sectores económicos que se vieron involucrados en las investigaciones, el Cuadro N°2 muestra que durante 1999 el mayor número de casos resueltos se registró en *Medios de Comunicación y Publicidad* y *Servicios de Salud*, concentrando ambos el 35% de los casos.

Cuadro N° 1. Casos resueltos según tipo de conducta y resolución. Año 1999.

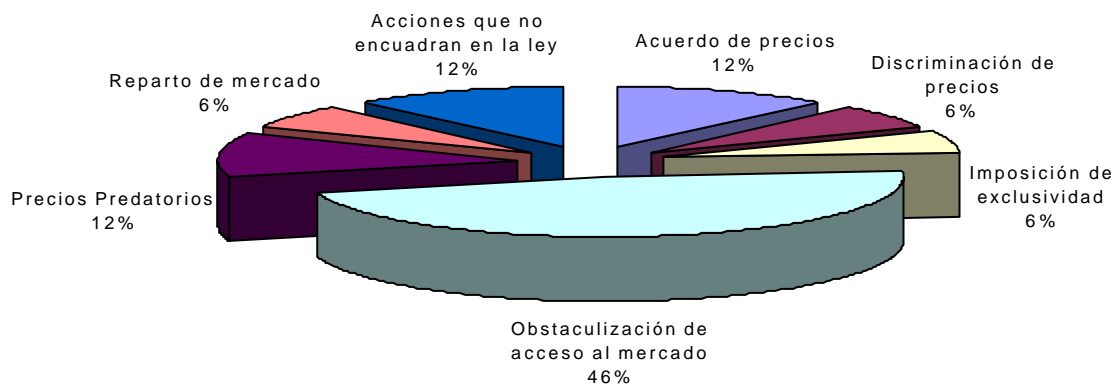
Tipo de Conducta	Nº de casos	Resolución			
		Sanción	Desestimación	Compromiso	Aceptación de explicaciones
Acuerdo de precios	2				2
Discriminación de precios	1	1			
Imposición de exclusividad	1				1
Obstaculización de acceso al mercado	8	2		1	5
Precios Predatorios	2		2		
Reparto de mercado	1				1
Acciones que no encuadran en la ley	2		2		
Total	17	3	4	1	9

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Casos según Resolución y conducta 1999



Casos resueltos según conducta 1999



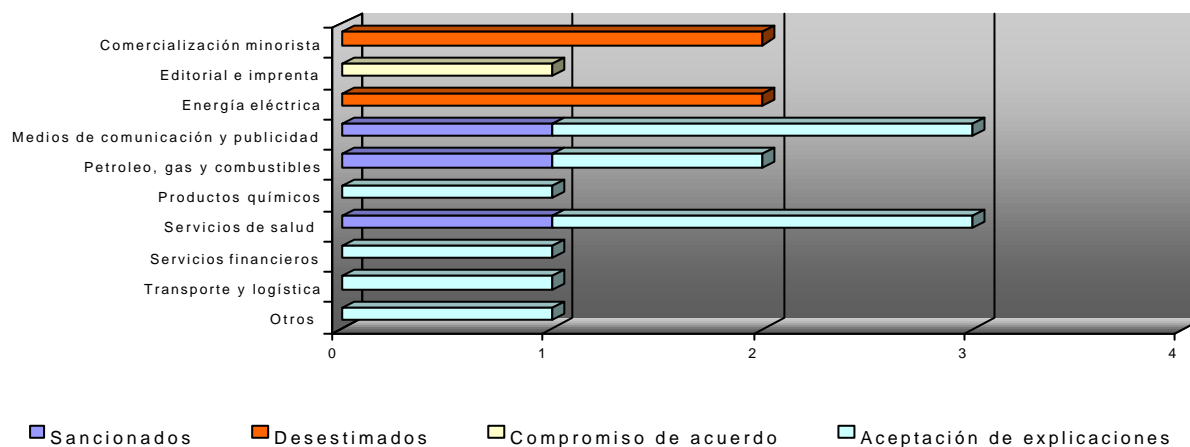
Cuadro N° 2. Casos resueltos según sector y resolución. Año 1999.

Sector	N° de Casos	Resolución			
		Sanción	Desestimación	Compromiso	Aceptación de explicaciones
Comercialización minorista	2		2		
Editorial e imprenta	1			1	
Energía eléctrica	2		2		
Medios de comunicación y publicidad	3	1			2
Petroleo, gas y combustibles	2	1			1
Productos químicos	1				1
Servicios de salud	3	1			2
Servicios financieros	1				1
Transporte y logística	1				1
Otros	1				1
Total	17	3	4	1	9

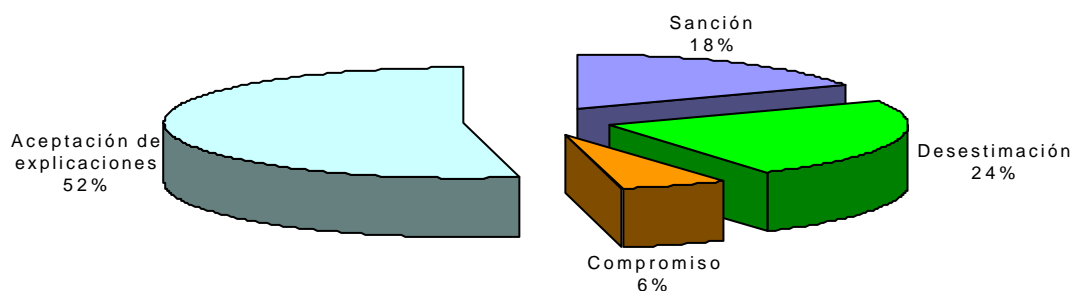
Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Nota: el caso que corresponde al sector Transporte y Logística (Carpeta N° 413) incluyó además de la aceptación de explicaciones respecto de una de las conductas denunciadas, un compromiso ofrecido por las partes y aceptado por la Comisión.

Casos según Resolución y sector 1999



Casos resueltos según Resolución 1999



PRINCIPALES DICTÁMENES DURANTE 1999

En esta sección se han incluido resúmenes de los dictámenes cerrados durante el año 1999 y que la Comisión considera han sido los más relevantes, no sólo con relación al mercado y conducta involucrada sino también en cuanto a la importancia del caso como fuente de jurisprudencia.

N° de Carpeta: 352

N° y fecha de dictamen: 325 del 22/9/99

Denunciante: Cámara de Empresas Asistencia de Farmacéuticas (CEAF)

Denunciado: Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires.

Mercado: Servicios de salud.

Conducta: Exclusión y obstaculización de acceso al mercado.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario ordenar el cese de conducta y la aplicación de la correspondiente multa.

Las conductas denunciadas como violatorias de la Ley 22.262 consistieron en un conjunto de prácticas llevadas a cabo por el Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires. Las mismas estaban destinadas a la exclusión de competidores del mercado de la intermediación farmacéutica a través de la implementación de un denominado “Sistema Unificado de Prestaciones Farmacéuticas de la Provincia de Buenos Aires” (en adelante, “Sistema Unificado”). Se trataba, así, de prácticas de tipo horizontal destinadas a excluir competidores y evitar el ingreso de nuevos agentes.

A los efectos de brindar a sus afiliados los servicios pertinentes, las administradoras de fondos para la salud celebraban convenios con determinadas farmacias, mediante los cuales las farmacias se comprometían a propiciarle a los afiliados los servicios convenidos. A las farmacias, por su parte, les interesaba celebrar este tipo de convenios, puesto que de otro modo se veían privadas de atender la significativa demanda que representaban los afiliados de las administradoras de fondos para la salud (obras sociales, asociaciones mutuales y empresas de medicina prepaga).

Sin embargo, la suscripción de acuerdos de esta naturaleza entre las farmacias y las administradoras de fondos para la salud conllevaba importantes costos de transacción, razón por la cual no resultaba eficiente la administración de convenios directos entre cada farmacia y cada administradora interesada en celebrarlos. Esto último motivaba la existencia de las denominadas empresas de intermediación farmacéutica, las cuales actuaban como asociaciones de prestadores que nucleaban a las farmacias. Cabe señalar que, según la normativa vigente, la función de intermediación farmacéutica no podía ser desempeñada por entidades que ejercieran directa o indirectamente el control de la matrícula profesional o que llevarsen a cabo funciones gremiales.

El mercado relevante se encontraba conformado por el mercado de intermediación farmacéutica en la provincia de Buenos Aires. En este mercado,

el servicio de intermediación era ofrecido por las empresas dedicadas a tal fin, mientras que las farmacias y las administradoras de fondos para la salud eran quienes lo demandaban para relacionarse entre sí de manera más eficiente.

Para resolver el caso, la CNDC debió analizar previamente el planteo de cosa juzgada interpuesto por la presunta responsable fundamentado en el hecho de que en 1984 la misma denunciante había promovido una denuncia contra el "Sistema Unificado" y que con Resolución del 24 de febrero de 1984 la ex - Secretaría de Comercio consideró que tal reglamento no era violatorio de la Ley N° 22.262.

Si bien los hechos traídos a análisis de esta Comisión presentaban analogías con los denunciados en aquel momento, ya que el reglamento del Sistema Unificado era el mismo, existían diferencias que invalidaban el planteo de cosa juzgada. En efecto, la denuncia que motivó las presentes actuaciones no se limitaba a la existencia del Sistema Unificado sino que se extendía a un conjunto de maniobras y conductas impeditivas y coactivas, realizadas por el Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires, que excedían visiblemente el marco de la denuncia y la Resolución recaída en 1984. Esta resolución se limitó respecto de este tema, al análisis del mentado reglamento y de su art. 11° y se extendió a otras conductas que en esta situación no fueron denunciadas ni analizadas.

Las conductas denunciadas, en tanto, tenían el objeto de generar exclusividad a favor del Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires y de establecer restricciones al libre acceso y elección de empresas de intermediación, a la libre contratación por parte de las farmacias y a la libertad de asociarse para la constitución de nuevas empresas de intermediación, restringían la competencia del mercado y afectaban el interés económico general, configurando un abuso de la posición que detentaba en el mercado la corporación, sin que pudiera alegarse que la intervención de esta Comisión en el año 1984, así como la del entonces Secretario de Comercio, haya declarado definitivamente juzgados los efectos que un cierto reglamento puede producir sobre mercados de características notablemente disímiles.

Mediante Resolución 752/99, del 8 de octubre de 1999, de la ex Secretaría de Industria, Comercio y Minería, se le ordenó al Colegio de Farmacéuticos de la Provincia de Buenos Aires el cese de las prácticas, y la aplicación de una multa de ciento cuarenta mil pesos (\$140.000).

N° de Carpeta: 413

N° y fecha de dictamen: 324 del 08/10/1999

Denunciante: Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAVYT).

Denunciado: Junta de Representantes de Compañías Aéreas (JURCA) y empresas de transporte aéreo de pasajeros.

Mercado: Venta de pasajes aéreos por parte de agencias de viajes y turismo de la República Argentina.

Conductas: 1) Concertación de precios; 2) imposición de condiciones discriminatorias.

Resultado: *Con relación a la primer conducta la CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones, mientras que en la segunda se aceptó el compromiso ofrecido por las partes.*

La denuncia de la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo hizo referencia básicamente a dos conductas: por un lado, la reducción de las comisiones de los agentes de viajes que operaban en los segmentos de transporte aéreo internacional y de cabotaje y, por otro lado, el establecimiento por parte del grupo empresario Aerolíneas Argentinas S.A. y Austral (Cielos del Sur S.A.), para el segmento de vuelos de cabotaje, de un sistema de comisiones mediante el cual se fijaba a las agencias de viaje porcentajes de comisión crecientes respecto de la mayor participación de dichas compañías en los volúmenes totales vendidos por las mismas. Se trataría por lo tanto, en el primer caso, de una práctica concertada de tipo horizontal, ya que todos los participantes de la concertación serían competidores dentro del mismo mercado; y en el segundo, de una práctica de tipo vertical impuesta por el grupo empresario de mayor importancia en el mercado de vuelos de cabotaje.

La denuncia, en general, involucraba tanto a los vuelos internacionales como a los de cabotaje. Con respecto a los internacionales, la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo expresó que la comisión pagada por las compañías aéreas a las agencias de viajes y turismo, hasta el momento de aplicarse la práctica que se denuncia, ascendía al 10% sobre el precio de venta de pasajes internacionales, y que dicha comisión había sido libremente acordada en forma consuetudinaria. Sin embargo, la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo reconoció que el origen de dicho porcentaje provino de la reserva gubernamental de la Argentina a la Resolución 016 A de la International Air Transportation (IATA), y que dicha reserva había quedado sin efecto con motivo de la desregulación del mercado dispuesta por el Decreto 2284/91, ratificado por la Ley 24.307.

En cuanto al segmento doméstico, la conducta imputada consistió en la reducción del 8% al 5% de la comisión de las agencias de viaje en las ventas de pasajes de cabotaje del grupo empresario compuesto por Aerolíneas Argentinas S.A. y Austral Líneas Aéreas (Cielos del Sur S.A.). Al mismo tiempo, el grupo Aerolíneas Argentinas/Austral implementó un sistema de incentivos para las agencias de viajes por el cual otorgaba mayores comisiones según la participación de sus ventas en el total vendido por las agencias de viajes. Como dicho sistema remuneraba a las agencias de viajes basándose en la participación relativa de las ventas del grupo Aerolíneas Argentinas/Austral en la facturación de la agencia, el mismo tenía la capacidad de inducir a estas últimas a reducir las ventas de pasajes de otras compañías distintas de Aerolíneas Argentinas y Austral. Esta capacidad se potenciaba si se tenía en cuenta que, por lo general, las ventas de pasajes del grupo Aerolíneas Argentinas/Austral representaba un ingreso importante para las agencias de viajes, con lo cual, el esquema implementado podía tener el efecto de incrementar el costo para las agencias de viajes de vender pasajes de otras empresas.

Aerolíneas Argentinas S.A. y Austral Líneas Aéreas (Cielos del Sur S.A.), presentaron un compromiso de no celebrar en el futuro acuerdos comerciales con las agencias de viajes y turismo basados en incentivos en las ventas de pasajes de esas compañías relacionados con la participación porcentual de las mismas en el total de las ventas de pasajes de cabotaje de cada agencia

La CNDC aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones presentadas por la Junta de Representantes de Compañías Aéreas (JURCA) y por las empresas que prestan servicios de transporte aéreo de cabotaje e internacional en lo relativo a la conducta denunciada consistente en la reducción de las comisiones de las agencias de viajes y turismo. Asimismo, se aconsejó aceptar los compromisos ofrecidos por Aerolíneas Argentinas S.A. y Austral Líneas Aéreas (Cielos del Sur S.A.), respecto de las comisiones variables de las agencias de viajes y turismo por ventas de pasajes de transporte aéreo de cabotaje, suspender la instrucción y disponer la adopción de medidas tendientes a vigilar su cumplimiento por intermedio de esta Comisión Nacional, con arreglo a lo dispuesto por el art. 24° de la Ley 22.262.

N° de Carpeta: 419

N° y fecha de dictamen: 317 del 25/6/99

Denunciante: Néstor Donato Ferrari.

Denunciado: Plan Ovalo de Ahorro Previo.

Mercado: Seguros de automóviles dentro de los denominados planes de ahorro previo.

Conducta: Imposición de restricciones para la contratación de seguros.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones.

El denunciante Néstor Donato Ferrari, un particular integrante de un grupo de adherentes a un plan de ahorro (círculos cerrados) para la adquisición de un automóvil 0 Km. pagadero en cuotas, denunció la imposición de restricciones para la contratación de los seguros de automóviles, en el marco de un plan de ahorro para fines determinados, por parte de las distintas sociedades administradoras de los círculos, de propiedad de las fábricas de automotores.

Las empresas de ahorro previo actuaban como sociedades administradoras de los contratos celebrados entre los integrantes de un grupo de adherentes a un plan y la empresa fabricante; ejercían los derechos y asumían las obligaciones contenidas en las Condiciones Generales del Plan con motivo de la administración del sistema dentro de cada grupo y hasta la total liquidación de cada uno de ellos. Las Condiciones Generales de Contratación que se establecían, debían ser aprobadas por la Inspección General de Justicia, fiscalizadora del objeto y funcionamiento de estas administradoras.

Los adherentes a un grupo estaban sujetos a las Condiciones Generales contenidas en la solicitud de adhesión. Entre éstas condiciones figuraba un artículo que referente a la entrega del bien. Para que el adjudicatario pudiera retirar el automóvil debía dar cumplimiento a una serie de requisitos entre los que se encontraba la obligación de constituir seguros en las condiciones allí señaladas. Es decir, que a través del contrato de adhesión se imponía como

condición para retirar el bien, constituir un seguro, pero sólo con las compañías de seguros seleccionadas y ofrecidas por la sociedad administradora. Al respecto, el mismo artículo hacía referencia a las compañías de seguros con las que deberían contratar los adjudicatarios, imponiendo a los mismos la obligación de elegir de una lista ofrecida por la sociedad administradora. Esto se sustentaba en lo establecido en la Resolución N° 8/82 dictada por la Inspección General de Justicia.

Cuando el denunciante puso en conocimiento de la CNDC la conducta aludida, destacó que los valores de las cuotas de los seguros de las compañías ofrecidas por la sociedad administradora del plan, excedían notoriamente los precios vigentes en plaza aproximadamente en un 20%, existiendo asimismo uniformidad de precios entre ellas. Manifestó que las mismas compañías de seguros ofrecidas por la sociedad administradora cotizaban valores inferiores cuando se las consultaba en forma particular, razón por la cual el denunciante consideró que la conducta constituía un comportamiento colusorio entre las sociedades administradoras y las empresas aseguradoras participantes.

En el caso, la CNDC decidió notificar la denuncia a las denunciadas en el carácter de presuntas responsables, quienes presentaron sus explicaciones. Se llevaron a cabo distintas medidas de prueba (testimoniales, auditorías, etc.). De los elementos reunidos en la causa, surgió que esta modalidad de contratación del seguro no significaba contratar uno de valor superior al contratado en forma individual, resultando incluso en muchos casos inferior, ni que el paralelismo de precios advertido hubiera respondido a la existencia de una práctica colusoria o de cartelización. Tampoco se detectaron restricciones al ingreso al mercado relevante de empresas de seguros que no integraban las listas ofrecidas por las administradoras de los planes. A su vez, tampoco se comprobó la existencia de restricciones para el adjudicatario en la elección de la aseguradora ya que en determinados casos podía optar por una compañía que se encontraba fuera de la lista ofrecida por la administradora.

Por todo ello, la CNDC aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones brindadas por las empresas denunciadas.

N° de Carpeta: 425

N° y fecha de dictamen: 314 del 19/03/00

Denunciante: Denuncia iniciada de oficio por la CNDC.

Denunciado: YPF S.A.

Mercado: Comercialización doméstica de GLP a granel.

Conducta: Abuso de posición dominante.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario ordenar el cese de conducta y la aplicación de una multa.

El procedimiento contra YPF se inició de oficio en el mes de agosto de 1997, como corolario de un estudio de mercado que indicaba la existencia de diversas circunstancias llamativas en las ventas de gas licuado de petróleo (GLP) a granel: importantes incrementos experimentados en los precios de venta a los

fraccionadores locales desde fines de 1992 a 1997 no originados en mayores costos de producción; un contexto de cuasi-estancamiento de la demanda interna; importante aumento de la producción y exportación de gran parte de la misma; y existencia de una brecha creciente entre los precios de venta a fraccionadores locales y los precios de exportación.

La investigación de la CNDC se dirigió a comprobar la hipótesis de que YPF se estaba comportando como una empresa con posición dominante que ejecutaba una política de restricción de la oferta interna para de esta forma mantener (relativamente) alto el precio de venta a los fraccionadores locales, en comparación con los precios de exportación. La presunción era que si YPF en vez de destinar a la exportación un volumen importante de su producción, la destinaba al mercado doméstico, los precios en este mercado deberían haber tendido a los precios de exportación.

Se definió el mercado relevante como el de la comercialización doméstica de GLP a granel, incluyendo tanto a la demanda del sector petroquímico como a la demanda de los fraccionadores locales. La oferta estaba constituida por todas las empresas locales productoras de GLP. En cuanto a la dimensión geográfica del mercado relevante, se sostuvo que el mismo tenía alcance nacional.

Para definir la dimensión del mercado del producto se tuvieron en cuenta tanto los factores de sustitución desde la demanda como desde la oferta. Desde el punto de vista de la demanda, se sostuvo que tanto el sector petroquímico como el sector de los fraccionadores locales (demanda como combustible) no contaban con la posibilidad efectiva de reemplazar el GLP por otro producto. En el caso del sector petroquímico la conclusión fue directa porque el GLP satisfacía necesidades específicas de su proceso productivo. Por otra parte, se consideró que el GLP a granel no presentaba posibilidades de sustitución desde la oferta debido a los elevados tiempos, costos, riesgos financieros y crediticios asociados a la inversión de un posible nuevo competidor.

Con relación a la extensión del mercado geográfico, se indicó que un mercado geográfico puede tener alcance regional, nacional o internacional. La prueba mostraba que para el caso de Argentina no era correcto asignar al mercado de GLP un alcance internacional. Los costos de importar GLP al país eran elevados con relación a su precio; del mismo modo, la propia acción de YPF contribuía a mantener separados los mercados interno y externo. Efectivamente, en sus contratos de exportación de GLP dicha empresa incluía cláusulas que prohibían el reingreso del producto al país.

Para establecer la posición dominante de YPF la CNDC tuvo en cuenta una serie de circunstancias relativas a dicha empresa: su participación en la producción y su presencia geográfica en todo el territorio nacional, su capacidad de almacenaje y el control de los ductos para el transporte del GLP, el rol de los competidores, la formación de los precios de venta al sector fraccionador, la integración vertical de dicha empresa, la no desafiabilidad del mercado de GLP a granel y la ausencia de un rol disciplinador por parte de las importaciones.

La imputación de abuso de posición dominante que la CNDC le efectuó a YPF básicamente fue haber implementado una política comercial consistente en desviar fuertemente su producción hacia la exportación (prohibiendo que esta sea reingresada) para mantener relativamente altos los precios domésticos en comparación con los de exportación. En dicho esquema se conjugaron varios factores, todos ellos interrelacionados: el desvío masivo de su producción de GLP hacia la exportación, el aumento de los precios domésticos, la existencia de discriminación de precios entre ventas al mercado doméstico y ventas al mercado externo y la existencia de cláusulas contractuales de no reingreso del producto exportado.

El dictamen de la CNDC hizo una explícita identificación del interés económico general con el concepto de excedente total de los agentes económicos, o eficiencia económica. Si bien la conducta abusiva tuvo lugar en el mercado mayorista (“a granel”) de GLP, más específicamente en el mercado de venta a fraccionadores locales, la CNDC situó el daño al interés económico general en la etapa siguiente de la cadena de comercialización de dicho producto, esto es el de la venta al consumidor final. Dado que la demanda de los fraccionadores deriva de la demanda de los consumidores finales de GLP, se entendió que eran -finalmente- estos últimos los que se vieron perjudicados por la conducta imputada, puesto que si no se hubiera producido el abuso de posición dominante por parte de YPF en el mercado de venta “a granel” a los fraccionadores locales, el precio de venta al público de las garrafas o cilindros conteniendo GLP hubiera sido menor (la oferta hubiera sido mayor). En consecuencia, la cantidad demandada por los consumidores finales hubiera sido mayor, todo lo cual hubiera resultado en un mayor bienestar económico de la sociedad.

La conducta de YPF produjo, por lo tanto, dos consecuencias previsibles en el mercado doméstico. La primera fue el consumo de una menor cantidad de toneladas de GLP de las que se hubieran consumido si el mercado hubiese sido competitivo.

La segunda consecuencia fue que el precio interno del GLP aumentó, debido a que el mismo se tornó más escaso. Esto significó que las unidades que se siguieron consumiendo en el mercado interno se cotizaron a un precio mayor, razón por la cual se produjo una significativa transferencia monetaria desde los consumidores hacia los productores. La mencionada transferencia monetaria desde los consumidores hacia los productores -por tratarse aquellos, en general, de grupos de la población de bajos ingresos, residentes en las zonas del país donde no llegan las redes de gas natural- justificó la elevación, prevista en la ley, del monto de la multa en un 20% por sobre el beneficio ilícitamente obtenido por la empresa acusada.

La multa aplicada tuvo como referencia no el perjuicio al interés económico general sino el beneficio ilícitamente obtenido por YPF a partir de su conducta abusiva⁴. Se estimó el beneficio ilícito total por el período investigado en

⁴ El art. 26°, inc. c), de la Ley 22.262 permite elevar el monto de la multa aplicada hasta un 20% por encima del beneficio ilícitamente obtenido.

\$91.370.000 (aproximadamente el mismo valor en dólares estadounidenses). Con el aumento en un 20% por encima del beneficio ilícitamente obtenido, el monto de la multa quedó establecido en \$109.644.000.

La CNDC, además de la multa, aconsejó al Secretario ordenar a YPF: 1) cesar de inmediato con la discriminación de precios entre ventas destinadas al mercado interno y ventas al mercado doméstico; 2) eliminar de los contratos de exportación que estuvieran en vigencia o en curso de ejecución, así como de los que celebrase o renovase a partir de la fecha, cualquier tipo de cláusula que prohibiese o restringiese la importación al país del GLP exportado. Adicionalmente, YPF debía comunicar a sus compradores la eliminación de tales cláusulas en todos los contratos de exportación vigentes o en curso de ejecución; 3) insertar en forma expresa, en las cláusulas de DESTINO de los contratos de exportación que celebrase o renovase a partir de la fecha, una cláusula manifestando que la reimportación a la Argentina del producto exportado no se encontraba prohibida o restringida en forma alguna. Asimismo, debía abstenerse de cualquier curso de acción u omisión tendiente a neutralizar dicha cláusula; 4) suministrar a la CNDC cada 90 días las condiciones bajo las cuales cualquier interesado en importar GLP al país pudiese utilizar sus instalaciones portuarias. La información aportada debía incluir la tarifa, por tonelada de GLP, para utilizar los puertos de la empresa para la importación del producto, así como la descomposición de dicho monto en tarifas por concepto de recepción, almacenaje, despacho y cualquier otro elemento que estuviese incluido dentro de la tarifa total; 5) suministrar a la CNDC cada 90 días información referente a: i) condiciones de los contratos de exportación celebrados o renovados durante los últimos 90 días, constanding los plazos de duración de los mismos, las plantas desde las cuales se habían de realizar las exportaciones y el destino de las mismas, los precios y las fórmulas de ajuste acordadas, los máximos diarios, anuales y el total de las cantidades de GLP a ser exportadas y las condiciones de entrega de las mismas, ii) condiciones de las ventas de GLP efectuadas al mercado interno durante los últimos 90 días, constanding los plazos de las mismas, las plantas desde las cuales se habían efectuado las ventas, los compradores de las mismas, los precios y las fórmulas de ajuste acordadas, los máximos diarios, anuales y el total de cantidades de GLP a ser vendidas y las condiciones de entrega.

La CNDC asimismo aconsejó iniciar una investigación sobre el accionar de YPF con posterioridad a octubre de 1997 y hasta marzo de 1999, a efectos de determinar si la conducta anticompetitiva que la misma llevó a cabo entre 1993 y octubre de 1997, se perpetuó en el tiempo más allá del alcance de la investigación; y continuar analizando los expedientes relacionados con la imputación de abuso de posición dominante consistente en discriminación de precios entre YPF GAS y los demás fraccionadores locales de GLP.

N° de Carpeta: 432

N° y fecha de dictamen: 327 del 29/11/1999

Denunciante: Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina.

Denunciado: Unilever de Argentina S.A.

Mercado: Mercado nacional de productos para lavar la ropa de baja espuma.

Conducta: *Obstaculizar el ingreso al mercado.*

Resultado: *La CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones.*

Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina denunció dos conductas: por un lado, la realización por parte de Unilever de Argentina S.A. de una campaña publicitaria para la empresa Ariel del Plata, la cual producía y comercializaba asientos y tapas de inodoro marca Ariel. Según la denunciante, esta publicidad habría perseguido el fin de obstaculizar el ingreso al mercado de productos para lavar la ropa del detergente en polvo homónimo que comenzaba a comercializar la firma Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina. Por otro lado, se denunció la celebración de una serie de contratos entre Unilever de Argentina S.A. y varios comercios mayoristas con el propósito de incentivar a estos últimos a discontinuar la venta del jabón en polvo para lavar la ropa marca Dúplex, fabricado por Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina.

Los sujetos intervinientes en la denuncia son: Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina, quien comercializaba jabones y detergentes para lavar la ropa bajo las marcas Dúplex, Ace, Tide, Limay y Ariel Futur; Unilever de Argentina S.A., quien producía y comercializaba los mismos productos con las marcas Ala, Skip, Drive, Gramby, Gol y La Espuma; Ariel del Plata, dedicada a la producción y la comercialización de muebles de baño y cocina; El Ciclón de Banfield S.R.L., Maxiconsumo S.A., Danisant S.A., La Maravilla de David y Leonardo Abbasse y Autoservicio Mayorista La Loma S.A., todos ellos comercios mayoristas que desarrollaban su actividad en el área del Gran Buenos Aires y cuyos clientes eran principalmente comercios minoristas y Ammirati Puris Lintas Argentina, agencia de publicidad ubicada en la ciudad de Buenos Aires perteneciente a Interpublic Groups of Companies.

La CNDC consideró, en base a los estudios realizados, que el mercado relevante a considerar era el de productos para lavar la ropa de baja espuma. Dentro de este mercado existía una gama continua de productos de distintos precios y atributos, la cual iba desde productos económicos de escasa publicidad y sencilla presentación hasta aquellos de calidad reconocida, con precios, publicidad y gastos de presentación sustancialmente mayores. Entre ambos extremos existía una amplia variedad de productos lo que tornaba imposible la clasificación en segmentos claramente definidos a los efectos de delimitar el mercado relevante.

El análisis de las características del mercado y las condiciones de competencia en el mismo mostraron que la empresa denunciada era la más importante en relación a las ventas, con una participación que rondaba el 80% a lo largo de los años considerados. Las principales competidoras de Unilever de Argentina S.A. eran Nuevo Federal y Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina. En lo que a la distribución respecta, Unilever de Argentina S.A. era la de mayor cobertura, siendo sus productos comercializados por el 99% de las bocas de expendio minoristas. Dicho porcentaje registraba valores del 88% y del 75% en los casos de Nuevo Federal y Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina, respectivamente.

Debido a que la primera de las conductas denunciadas cuestionó la publicidad de asientos para inodoros realizada por Unilever y Ariel del Plata, se procedió por tanto al análisis de las características del mercado de tapas de inodoro. Del análisis surgió que este mercado se hallaba atomizado y los oferentes eran en general empresas pequeñas y medianas. El grado de concentración era muy bajo, alcanzando la firma con mayor participación, Férrum, el 17% del mercado.

El supuesto en que se sustentó la denuncia fue que la promoción de un producto en un mercado habría afectado la imagen de otro producto que, con el mismo nombre y no siendo aún comercializado, participaría de un mercado distinto. Dado que los consumidores habrían de asociar la marca con el primer producto, la probabilidad de introducir con éxito el segundo se habría visto disminuida. Esto es, debido a la promoción de las tapas de inodoro Ariel de la empresa Ariel del Plata, la posibilidad de introducir con éxito el producto para lavar la ropa Ariel Futur de la empresa Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina, se habría visto seriamente reducida.

Tal como se puede apreciar, la denuncia se refiere al papel de la publicidad como barrera a la entrada. En este caso, se comprobó que Unilever de Argentina S.A. financió el 60% del costo total de la campaña publicitaria de Ariel del Plata. Esta suma de dinero representó para Ariel del Plata alrededor del 25% de su facturación anual. La parte financiada por la misma empresa implicó un incremento en gastos publicitarios de aproximadamente el 710% respecto de los gastos incurridos durante 1996.

Para evaluar correctamente si la campaña publicitaria significó efectivamente una barrera a la entrada del producto Ariel Futur al mercado de jabones y detergentes para lavar la ropa de baja espuma, fue necesario analizar si Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina estaba en condiciones, al momento de realizarse la campaña, de introducir su producto al mercado. Asimismo, debió analizarse si la publicidad actuó efectivamente como barrera al ingreso de nuevos competidores generando efectos nocivos para la competencia.

Con respecto al primero de los aspectos mencionados, los medios probatorios indicaron que Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina no había realizado acto alguno tendiente al lanzamiento del producto Ariel Futur al momento de producirse la publicidad denunciada. Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina había registrado la marca Ariel en 1979, con lo cual las primeras acciones concretas destinadas a utilizarla tuvieron lugar casi 20 años después de dicho registro. En conclusión, Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina no se encontraba a punto de lanzar a Ariel Futur al mercado doméstico al momento de producirse la publicidad denunciada aún cuando técnicamente estaba en condiciones de hacerlo. Se debe tener en cuenta que Procter & Gamble era una de las principales empresas del rubro al nivel mundial y que competía con Unilever en varios países, por lo que una conducta como la denunciada difícilmente hubiera podido impedir la introducción de su producto al mercado relevante. Adicionalmente, cuando la denunciante llevó a cabo inequívocamente acciones

destinadas al lanzamiento de Ariel Futur, hecho que se verificó con posterioridad a la denuncia, pudo introducirlo sin mayores inconvenientes. En el caso en el que la campaña publicitaria hubiera tenido como objeto el restringir el ingreso de Ariel Futur al mercado relevante, la misma no generó efecto alguno desde el punto de vista de la competencia.

Además de los aspectos referidos al ingreso de Ariel Futur al mercado de productos para lavar la ropa de baja espuma, la denuncia hacía mención a la existencia de contratos entre Unilever de Argentina S.A. y cinco distribuidores mayoristas del Gran Buenos Aires, mediante los cuales la denunciada ofrecía bonificaciones a aquellos comercios que dejaran de comercializar el producto Dúplex Mini Espuma producido y comercializado por Procter & Gamble Interaméricas Inc. Sucursal Argentina, ofreciendo a algunos de sus clientes, en ciertos casos, una cantidad equivalente al 150% de las ganancias anuales por la venta de Dúplex y en otros, una bonificación por el 4% del total de las ventas de productos de Unilever de Argentina S.A. Sin embargo, la existencia de estos contratos no logró probarse.

Sin perjuicio de ello, en el caso de una empresa con posición dominante en el mercado relevante, la práctica denunciada podría haber encuadrado dentro del art. 1° de la Ley 22.262 si la misma se hubiera extendido a una proporción significativa de la distribución del producto, dificultando de esta manera el acceso de competidores a la consideración del público comprador.

Tampoco éste fue el caso de la conducta denunciada. El mercado de venta mayorista de jabones en polvo y detergentes para la ropa abarcaba tres grandes productores y unos 5.600 distribuidores en todo el país. Por su parte, la denuncia sólo involucró de manera concreta a cinco de ellos de tamaño intermedio. Si además se tiene en cuenta que las ventas a través del canal mayorista representaban aproximadamente el 50% de la facturación total de productos para lavar la ropa de baja espuma, se advierte que la facturación de Dúplex (incluyendo Dúplex de alta y baja espuma) por parte de los comercios mencionados representó en 1996 el 3,7% de las ventas totales del producto y el 0,32% del mercado nacional de productos para lavar la ropa. Tomando en cuenta la escasa participación de los comercios con los cuales supuestamente Unilever de Argentina S.A. habría realizado acuerdos de naturaleza vertical, aún en el caso en que tales acuerdos se hubieran concretado efectivamente, no hubieran tenido entidad suficiente para afectar el interés económico general.

Por todo lo expuesto, la CNDC recomendó al Secretario aceptar las explicaciones brindadas por las empresas denunciadas.

2. CASOS CONCLUIDOS DURANTE 2000

Durante el año 2000 la CNDC resolvió 15 casos de denuncias sobre conductas anticompetitivas. Del total de casos, la mayoría (40%) consistió en denuncias referentes a conductas tendientes a obstaculizar el acceso al mercado.

Con respecto a la resolución adoptada por la CNDC, del Cuadro N° 3 se desprende que en el 47% de los casos resueltos durante 2000 se aceptaron explicaciones, el 35% fue desestimado y el 12% obtuvo sanciones. Asimismo, sólo en una de las quince causas se aceptó un compromiso ofrecido por las partes.

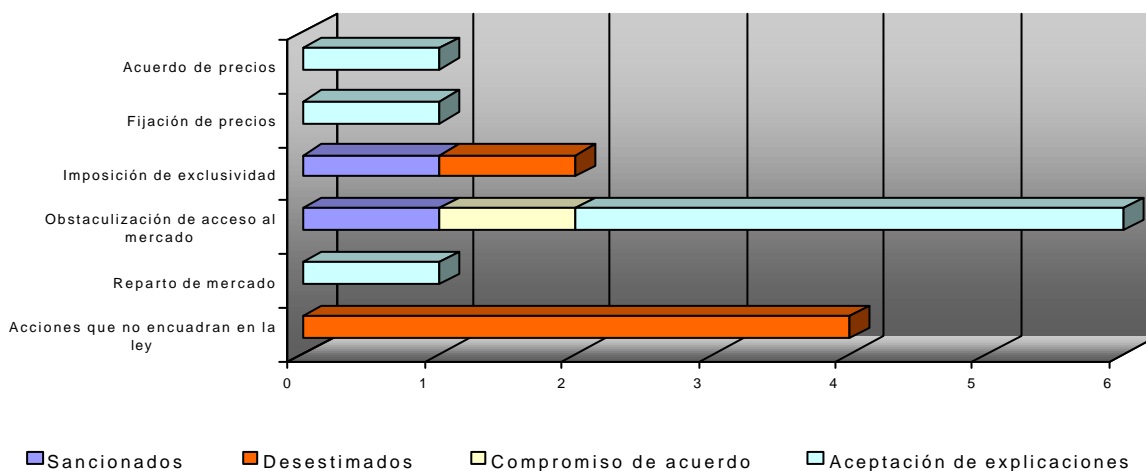
Respecto a los sectores que se vieron involucrados en las investigaciones, el Cuadro N°4 muestra que durante 2000 el mayor número de casos resueltos se registró en los sectores de: *Petróleo, gas y combustibles* (2 casos), *Maquinarias y equipos* (2 casos) y *Servicios de salud* (2 casos).

Cuadro N° 3. Casos resueltos según tipo de conducta y resolución. Año 2000.

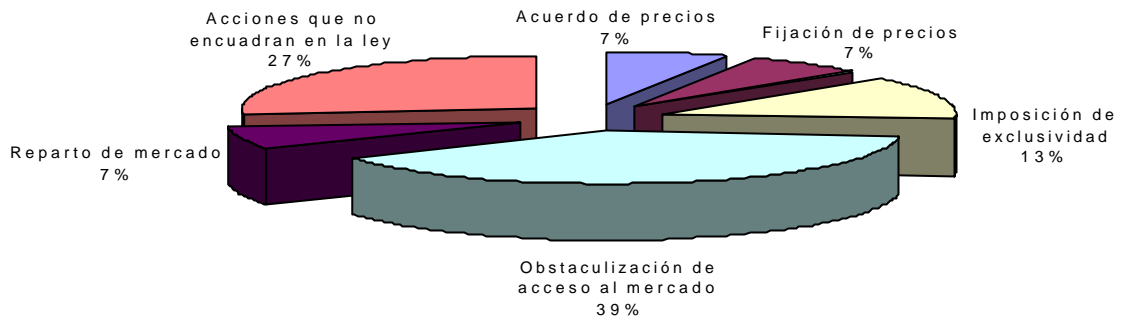
Tipo de Conducta	N° de casos	Resolución			
		Sanción	Desestimación	Compromiso	Aceptación de explicaciones
Acuerdo de precios	1				1
Discriminación de precios					
Fijación de precios	1				1
Imposición de exclusividad	2	1	1		
Obstaculización de acceso al mercado	6	1		1	4
Precios Predatorios					
Reparto de mercado	1				1
Acciones que no encuadran en la ley	4		4		
Total	15	2	5	1	7

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Casos según Resolución y conducta 2000



Casos resueltos según conducta 2000

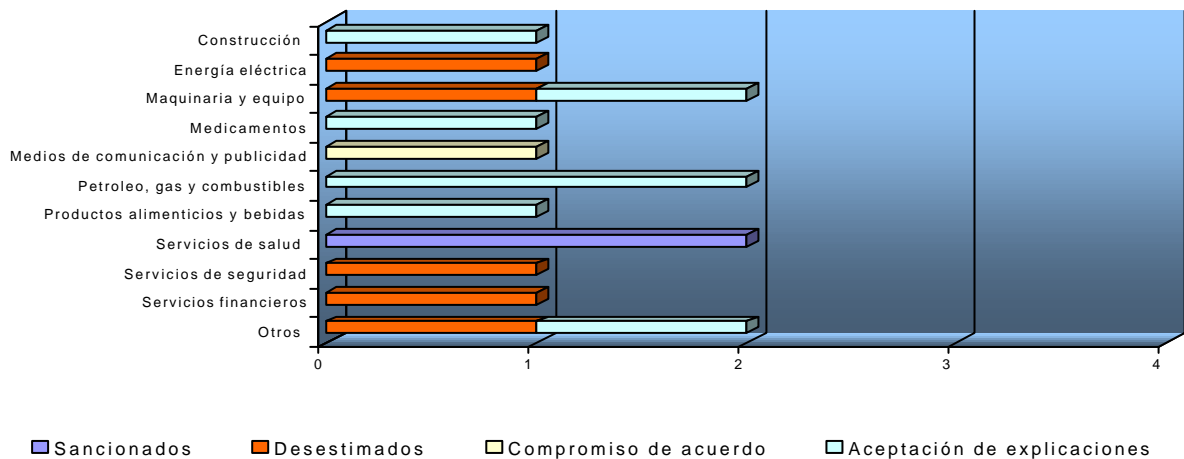


Cuadro N° 4. Casos resueltos según sector involucrado y resolución. Año 2000.

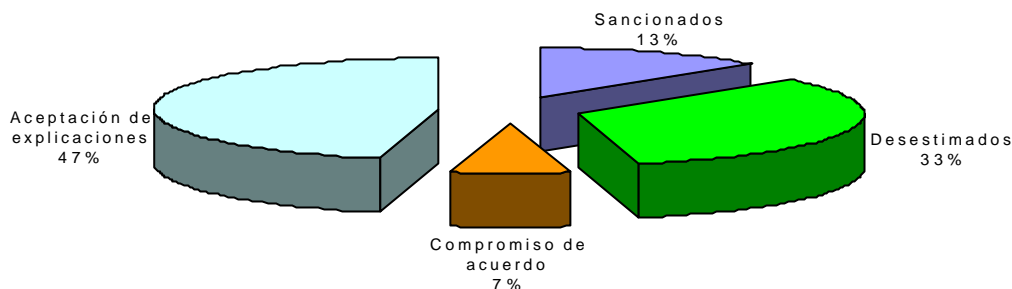
Sector	N° de Casos	Resolución			
		Sanción	Desestimación	Compromiso	Aceptación de explicaciones
Construcción	1				1
Energía eléctrica	1		1		
Maquinaria y equipo	2		1		1
Medicamentos	1				1
Medios de comunicación y publicidad	1			1	
Petroleo, gas y combustibles	2				2
Productos alimenticios y bebidas	1				1
Servicios de salud	2	2			
Servicios de seguridad	1		1		
Servicios financieros	1		1		
Transporte y logística	1				
Otros	2		1		1
Total	15	2	5	1	7

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Casos según Resolución y sector 2000



Casos resueltos según Resolución 2000



PRINCIPALES DICTÁMENES DURANTE 2000

N° de Carpeta: 411

N° y fecha de dictamen: 337 del 04/10/00

Denunciante: Coordinadora de Salud S.R.L. (CODESA S.R.L.)

Denunciado: Asociación de Clínicas y Sanatorios de Tucumán (AcyST).

Mercado: Prestación de servicios médicos de internación en clínicas, sanatorios y hospitales en el ámbito de la Provincia de Tucumán.

Conducta: Práctica exclusoria de carácter horizontal entre prestadores sanatoriales y la AcyST.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario ordenar el cese de la conducta y el pago de multas a la AcyST y a diecisiete establecimientos sanatoriales.

La conducta denunciada consistió en la publicación de solicitadas por parte de la AcyST, dirigidas a los afiliados de las obras sociales, en las que se les comunicaba que los sanatorios nucleados en esa asociación habían resuelto por amplia mayoría no prestar servicios a los afiliados de las obras sociales que tuvieran convenio con CODESA S.R.L. Si bien la denuncia fue presentada contra la AcyST, en la tramitación del sumario se probó que diecisiete sanatorios asociados a AcyST, previo a las publicaciones de las solicitadas, se comprometieron formalmente a no realizar prestaciones médico- sanatoriales a los beneficiarios de cualquier obra social que tuviera convenio con CODESA S.R.L., multando con un millón de pesos (\$1.000.000) a aquellos establecimientos que sí lo hiciesen.

El acuerdo llevado a cabo entre la AcyST y los diecisiete sanatorios, se originó en el convenio que el PAMI firmó con CODESA S.R.L. para la prestación de servicios a sus beneficiarios, cuando con anterioridad tal prestación había estado en manos de cuatro uniones transitorias de empresas, conformadas por los establecimientos sanatoriales que conjuntamente con la AcyST llevaron a cabo la conducta investigada. Con posterioridad al acuerdo, el PAMI debió rescindir el convenio con CODESA S.R.L. y firmar otro con ACE TUCUMÁN,

asociación de colaboración empresaria, de la que participaron varias de las empresas que firmaron el acuerdo.

Durante la instrucción, la AcyST ofreció el compromiso a la CNDC de cesar en forma inmediata en la negativa de contratar la atención de servicios médicos sanatoriales con CODESA S.R.L., haciendo ejercicio de las atribuciones conferidas por el art. 24° de la Ley N° 22.262; compromiso al que adhirieron los establecimientos imputados. Sin embargo, la CNDC no hizo lugar al mismo, haciendo suyo el criterio de la Cámara Federal de Apelaciones de Rosario, cuando en autos caratulados “ALTAMIRANO, Miguel s/denuncia Empresas Areneras, Expediente N° 55,241, sostuvo que “... únicamente puede esgrimirse la misma (propuesta de compromiso) para convenir sobre el cese o modificación de conductas en ejecución, pero nunca sería esto posible respecto de los hechos ya plenamente consumados por una “concertación” ya existente al momento de la investigación, por lo que no puede pretenderse por medio del art. 24° de la Ley N° 22.262 la impunidad de conductas pasadas...”

De este modo, la CNDC aconsejó al Secretario ordenar el cese de la conducta y la aplicación de una multa en función de la responsabilidad que tuvo cada uno de los imputados en la ejecución de las prácticas anticompetitivas.

N° de Carpeta: 416

N° y fecha de dictamen: 343 del 29/12/00

Denunciante: Sensormatic Argentina S.A.

Denunciado: Checkpoint System S.A.

Mercado: Sistemas de vigilancia electrónica de artículos para súper e hipermercados.

Conducta: Acciones tendientes a excluir del mercado a competidores.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones.

La empresa Checkpoint System S.A. habría intentado excluir a la empresa Sensormatic Argentina S.A. del mercado mediante el envío de cartas a súper e hipermercados advirtiendo que la utilización de etiquetas de radiofrecuencia de otras marcas afectaba los sistemas antihurto de Checkpoint System S.A. y así induciendo, mediante información falsa y engañosa, a los clientes a preferir las etiquetas de Checkpoint System S.A...

Los sistemas de vigilancia electrónica de artículos (Electronic Article Surveillance – EAS) pueden ser de radiofrecuencia o electromagnéticos y, básicamente, pueden describirse como una alarma que suena cuando las etiquetas no fueron removidas o desactivadas por el personal a cargo de la caja registradora al momento del pago; siendo, por ende, detectadas por las antenas. Su utilización por parte de los súper e hipermercados debe adaptarse a las particulares características de superficie, número de artículos vendidos y flujo de clientes propios de los puntos de venta masiva de productos.

La denunciada reconoció la autoría de las misivas explicando que su contenido no podía interpretarse en el sentido de que las etiquetas de la competencia no pudieran ser desactivadas o detectadas por los equipos de Checkpoint System

S.A. Pero señaló que en los súper e hipermercados la desactivación debe producirse a una distancia determinada para permitir que, simultáneamente a la desactivación de las etiquetas, los scanners leyeran el código de barras y facturaran los artículos. En tales casos, como las etiquetas de la competencia tenían sensibilidades de desactivación distintas a las propias, hacían que los sistemas de desactivación y facturación simultánea no funcionaran adecuadamente.

Denunciante y denunciada eran, respectivamente, las filiales locales los dos principales fabricantes a nivel mundial de sistemas de vigilancia electrónica de artículos: Sensormatic Electronics Corporation y Checkpoint Systems, Inc. A nivel local, Sensormatic Argentina S.A. era, prácticamente, el único proveedor de los sistemas de vigilancia electrónica de artículos de tipo electromagnético a los súper e hipermercados. A su vez, también producía etiquetas de radiofrecuencia compatibles con los sistemas de radio frecuencia comercializados por Checkpoint System S.A. que constituían su principal competencia en general y en el segmento de híper y supermercados en particular.

La CNDC ha entendido que la publicidad cuyo contenido puede interpretarse como engañoso, no configura necesariamente una conducta con capacidad de excluir exitosamente a competidores del mercado, ya que para ello deben verificarse ciertas condiciones especiales.

En el caso analizado, las condiciones necesarias para que la conducta denunciada pudiera configurar una restricción a la competencia capaz de afectar el interés económico general no se habían satisfecho puesto que i) no aparecía de manera evidente que el contenido de las cartas enviadas por Checkpoint System S.A. fuera claramente falso; ii) estando la efectividad de tal práctica sujeta a la interpretación que los clientes pudieran haber hecho del mensaje engañoso, y habiendo sido los receptores del mensaje las cadenas de supermercados, no parecía probable que los mismos pudieran ser fácilmente sujetos de engaño, dado que podía suponerse que poseían información suficientemente precisa sobre los sistemas antihurto que contrataban como para dilucidar el eventual engaño y no ver perjudicados sus intereses comerciales y iii) existían competidores como Sensormatic Argentina S.A. con claras posibilidades de contrarrestar la acción emprendida por la denunciada, ya que ésta no gozaba, al momento de realización de la práctica cuestionada, de posición dominante en el mercado sistemas de vigilancia electrónica de artículos en general, ni en el segmento de súper e hipermercados en particular.

En consecuencia, la CNDC concluyó que la naturaleza de la práctica denunciada, la singularidad de los sujetos a quien estuvo dirigida y la estructura de la oferta del mercado relevante fueron los principales factores que impidieron la configuración de las circunstancias necesarias para la afectación de la competencia de modo que resultase perjudicado el interés económico general, y aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones ofrecidas.

N° de Carpeta: 446

N° y fecha de dictamen: 336 del 26/9/00.

Denunciante: AUTOGAS S.A.I.C.

Denunciado: YPF S.A. e Y.P.F. GAS S.A.

Mercado: Comercialización de GLP en forma de garrafas y cilindros, en todas aquellas provincias donde la denunciante contaba con plantas de fraccionamiento.

Conducta: Abuso de posición dominante en el mercado de GLP a granel y conductas predatorias en el mercado de GLP envasado.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones.

La denuncia de AUTOGAS se refirió al aumento sustancial del precio del GLP a granel por parte de YPF, al tiempo que se registraba una disminución en el precio de venta al público de garrafas y cilindros, de modo tal que AUTOGAS encontraba imposible igualar el precio al público de YPF GAS sin incurrir en una pérdida sustancial.

A raíz de la investigación en el marco de la cual se sancionó a YPF por abuso de posición dominante en el mercado de GLP a granel (Dictamen de la CNDC N° 314 del 19/3/00), la CNDC logró probar la suba de precios de tal producto, insumo de la denunciante. Sin embargo, la CNDC contaba con indicios de que el precio al público de garrafas y cilindros no había tenido una tendencia a la baja durante el período investigado, lo cual significaba que los fraccionadores habían, en alguna medida, podido trasladar el aumento del insumo hacia los consumidores.

A su vez, la investigación en el marco del presente expediente arrojó como resultado que los precios promedio que había cobrado YPF GAS durante el período investigado se encontraban por encima de la media del mercado, con lo cual la denuncia por aplicación de una política de “pinzas” fue rechazada.

La CNDC aconsejó, por tanto, al Secretario aceptar las explicaciones brindadas por la parte denunciada.

N° de Carpeta: 489

N° y fecha de dictamen: 338 del 01/11/00

Denunciante: DECOTEVE S.A.

Denunciado: PRAMER S.C.A.

Mercado: Distribución de señales de televisión para uso de empresas de TV domiciliaria en la Ciudad de Salta.

Conducta: Negativa de venta.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar el compromiso ofrecido por las partes.

El denunciante, DECOTEVE S.A., era una empresa dedicada a la explotación de un circuito cerrado de televisión codificado en la banda de UHF para la prestación simultánea de los servicios de circuito cerrado comunitario de televisión y antena comunitaria de televisión, todo ello para la ciudad de Salta.

La denunciada, PRAMER S.C.A. era una empresa cuya actividad comercial era la prestación del servicio complementario de televisión domiciliaria, en todo el territorio nacional. La conducta denunciada consistió en la negativa por parte de la firma PRAMER S.A., de continuar con la provisión de señales de cable, a la empresa DECOTEVE S.A., dejando a esta última sin posibilidades de sustituir tales emisiones. Por lo tanto, la conducta llevada a cabo consistió en interrumpir de manera unilateral, y sin justificativo comercial alguno, el 21 de Abril de 1999 a las 18:00 hs., la venta de señales de canales de cable a la empresa denunciante, constituyendo “prima facie” una acción ilegítima que encuadraba en del art. 1º de la Ley 22.262.

Asimismo, la denuncia hacía referencia a una acción concertada entre la firma CABLEVISION S.A., única competidora de DECOTEVE S.A. en la ciudad de Salta, y las empresas TELE RED IMAGEN S.A. (TRISA) y TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. (TSC), integrantes del grupo liderado por TORNEOS y COMPETENCIAS (TyC), limitando la distribución de señales de televisión para uso de empresas de TV domiciliaria en la Ciudad de Salta, a favor de una de la empresa CABLEVISION S.A.

La denunciante manifestó que el 30 de marzo de 1999, PRAMER S.C.A. envió una carta documento, anunciando que dejaría de proveer las señales en el término de quince (15) días. Materializado el hecho el día 21 de abril de 1999 la firma DECOTEVE S.A., interpone la denuncia ante esta Comisión Nacional, solicitando que, mediante el art. 26º de la Ley 22.262, se dicte una medida de no innovar. Uno de los argumentos relevantes de la denuncia se refiere al hecho que CABLEVISION S.A. y PRAMER S.C.A., desde julio de 1998, pasaron a estar directamente controladas y supervisadas por la socia mayoritaria de ambas, la empresa norteamericana TELE-COMMUNICATIONS INTERNATIONAL (TCI) y que ambas habían dejado de ser empresas con objetivos y socios diferentes, para pasar a integrar un mismo grupo económico con una misma dirección ejecutiva. Como consecuencia de ello, la denunciante expresó que la política comercial de PRAMER S.C.A. estaba claramente destinada a excluirla del mercado en beneficio de CABLEVISION S.A.

En atención a los hechos denunciados por DECOTEVE S.A., el día 30 de Junio de 1999, la CNDC hizo lugar a la medida preventiva ordenando a PRAMER S.C.A el cese de la interrupción de la provisión a DECOTEVE S.A de las señales de televisión en cuestión, mientras ésta cumpliera regularmente con el pago de dichos servicios y las obligaciones contractuales a su cargo, y hasta tanto no se resolviera definitivamente sobre el fondo de la denuncia.

Con posterioridad a la medida preventiva, DECOTEVE S.A. presentó ante esta Comisión, un escrito titulado: “HACEN SABER ACUERDO COMERCIAL. PIDE CESE DE MEDIDA CAUTELAR. DESISTE DENUNCIA. RENUNCIA, DERECHOS Y ACCIONES”.

El acuerdo arribado entre las partes y adecuado a los preceptos del art. 24º de la normativa de aplicación, permitió a esta CNDC asignarle el grado de compromiso suficiente para disponer la suspensión de la instrucción, y dar por aceptada la propuesta, en el entendimiento de que ella implicaba el cese de la

conducta investigada; debiéndose adoptar las medidas tendientes a vigilar el cumplimiento de este compromiso.

N° de Carpeta: 559

N° y fecha de dictamen: 341 del 22/12/2000

Denunciante: Sr. Arturo Lafalla

Denunciado: Juan Minetti S.A.

Mercado: Mercado del cemento en la provincia de Mendoza.

Conducta: Imposición de condiciones discriminatorias.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar explicaciones.

La denuncia formulada por el Sr. Arturo Lafalla en contra de la empresa Juan Minetti S.A., por presunta violación a la Ley 25.156, estuvo basada en abuso de posición de dominio en el mercado del cemento en la provincia de Mendoza, materializada a través de aumento de precios, acortamiento en los plazos de pago y discriminación de precios entre sus clientes.

Juan Minetti S.A. era la única empresa productora de cemento en la provincia de Mendoza, quien satisfacía el 90% de la demanda. La elevada participación de mercado, sumada a los costos elevados de flete que desalientan las adquisiciones de cemento procedentes de otras provincias, y la ausencia de importaciones significativas de cemento en el país, otorgan a Juan Minetti S.A. una posición de dominio en el mercado analizado.

El análisis de la denuncia incluyó, además de la información aportada por el denunciante, una auditoría sobre los libros contables de Juan Minetti S.A., y el libramiento de informes solicitando información a clientes de la empresa en la provincia de Mendoza.

Si bien se observaron dispersiones en los precios de venta del cemento de Juan Minetti S.A., el precio promedio mensual, tanto envasado como a granel, no presentaba una variación significativa durante el período comprendido entre enero de 1999 y agosto de 2000.

No obstante, se constató un aumento del precio del cemento pagado por las firmas hormigoneras⁵, lo que le permitió a Juan Minetti S.A. equiparar al precio pagado por estas empresas con el percibido del resto de los clientes (empresas constructoras, corralones, distribuidores). A efectos de determinar si la conducta de la denunciada afectó a las empresas elaboradoras de hormigón, se consultó a dos de las firmas competidoras en dicho segmento acerca de los precios de la provisión del cemento utilizado como insumo principal en su actividad.

Cabe señalar que el precio promedio del cemento no se vio alterado sustancialmente durante los primeros ocho meses del año 2000. Más aún, de la comparación del precio promedio mensual vigente a agosto de 2000 respecto al promedio del año 1999, se verificó una reducción del 0,17%. Por lo tanto,

⁵ Durante el periodo analizado, el 25% de las toneladas de cemento vendidas y el 22% de la facturación de Juan Minetti S.A. en Mendoza fueron destinadas a empresas hormigoneras.

esta CNDC consideró que el aumento de precios programado por Juan Minetti S.A. para el año 2000 no revistió potencialidad suficiente para afectar al interés económico general.

Asimismo, la CNDC consideró que no resultaba posible inferir que los cambios en las condiciones de pago establecidos por Juan Minetti S.A. en la provincia de Mendoza pudieran derivar en un perjuicio para el interés económico general, toda vez que estas prácticas comerciales no importaban la exclusión de los demandantes del producto, sino que se traducían en un costo financiero adicional para el cliente derivado de la necesidad de liquidez. No obstante ello, las condiciones de pago otorgadas por Juan Minetti S.A. durante el año 2000 fueron las mismas en todo el país, y similares a las concedidas por las firmas competidoras.

Respecto de las diferencias observadas en los precios del cemento, se encontró que las mismas obedecieron principalmente a bonificaciones concedidas por volúmenes de compra, y a la incorporación del costo de transporte de la mercadería cuando el flete estaba a cargo de la empresa vendedora. Si bien Juan Minetti S.A. gozaba de posición dominante y además resultaba posible la segmentación del mercado de cemento, a efectos de establecer si existió discriminación de precios durante el año 1999, no resultaba claro ni evidente que la empresa cementera hubiera podido impedir la comercialización entre los diferentes demandantes de cemento. En su lugar, las diferencias de precios observadas obedecerían a costos diferenciales derivados de la provisión del bien y las diferentes condiciones de pago concedidas en cada operación.

No obstante ello, en razón de la importancia que revestía el cemento como insumo básico en la elaboración de hormigón, la CNDC enfatizó la necesidad de prestar especial atención a la evolución futura de los precios que Juan Minetti S.A. aplicase a las empresas hormigoneras, puesto que una discriminación de precios en perjuicio del segmento de mercado constituido por aquellas, a través de la imposición de un precio superior respecto al resto de los clientes, provocaría naturalmente su exclusión del mercado.

Por todo lo anterior, la CNDC aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones proporcionadas por la firma JUAN MINETTI S.A., y disponer el archivo de las presentes actuaciones.

3. CASOS CONCLUIDOS DURANTE 2001

Durante el año 2001 la CNDC resolvió 20 casos de denuncias sobre conductas anticompetitivas. Tres de ellas fueron desestimadas por no encuadrar en la Ley N° 25.156. De las 17 denuncias restantes, el 41% consistió en algún tipo de práctica exclusoria tendiente a obstaculizar el acceso al mercado; cifra similar a la observada durante los años anteriores.

En el 2001, como se desprende del Cuadro N°5, en el 53% de los casos se aceptaron explicaciones mientras que en el 47% restante se aplicaron

sanciones. A diferencia de lo ocurrido durante los años 1999 y 2000 no existieron compromisos ofrecidos por las partes.

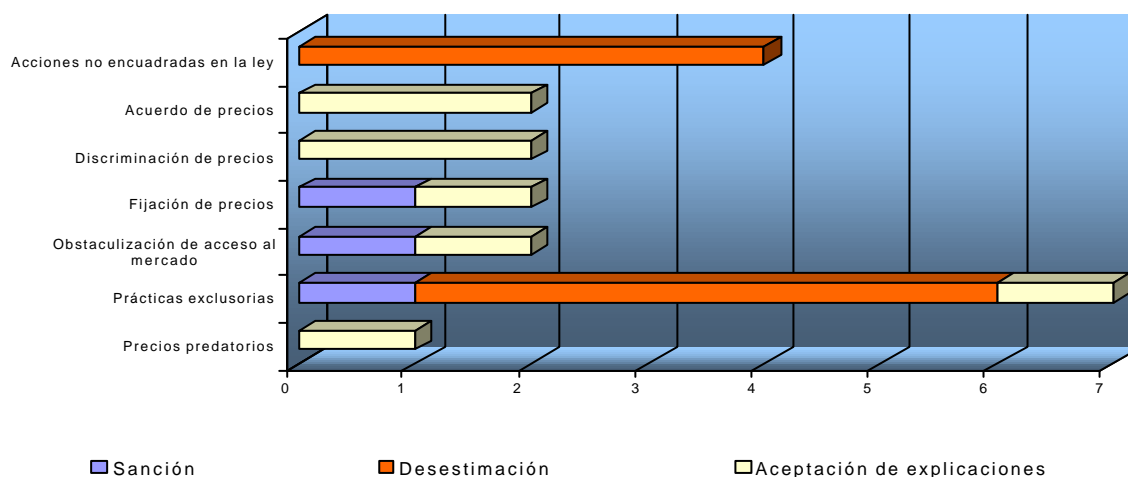
Respecto a los sectores que se vieron involucrados en las investigaciones, el Cuadro N°6 muestra que el sector *Servicios de Salud* registró el mayor número de denuncias, representando el 24% de los 17 casos encuadrado en la Ley y el 20% del total. En el rubro *Otros*, se registraron denuncias centradas en la provisión de diversos servicios públicos, comercialización de sal, lavandinas y muebles de cocina.

Cuadro N° 5. Casos resueltos según tipo de conducta y resolución. Año 2001.

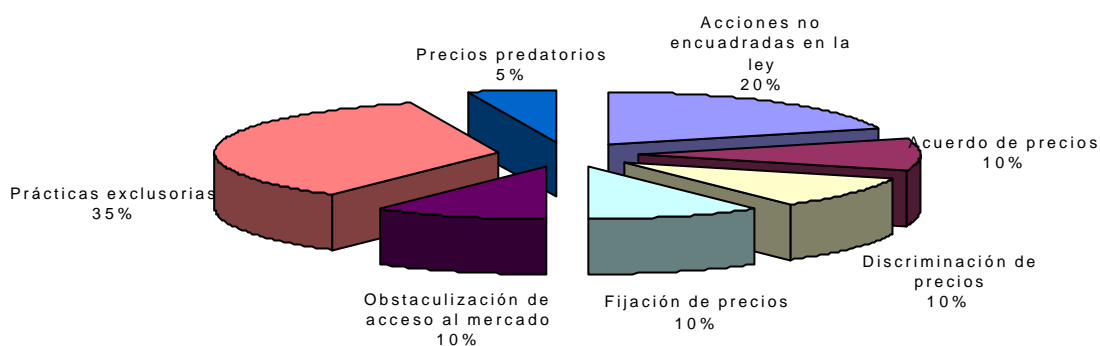
Tipo de Conducta	N° de Casos	Resolución		
		Sanción	Desestimación	Aceptación de explicaciones
Acciones no encuadradas en la ley	4		4	
Acuerdo de precios	2			2
Discriminación de precios	2			2
Fijación de precios	2	1		1
Obstaculización de acceso al mercado	2	1		1
Prácticas exclusorias	7	1	5	1
Precios predatorios	1			1
Total	20	3	9	8

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Casos según Resolución y conducta 2001



Casos resueltos según conducta 2001

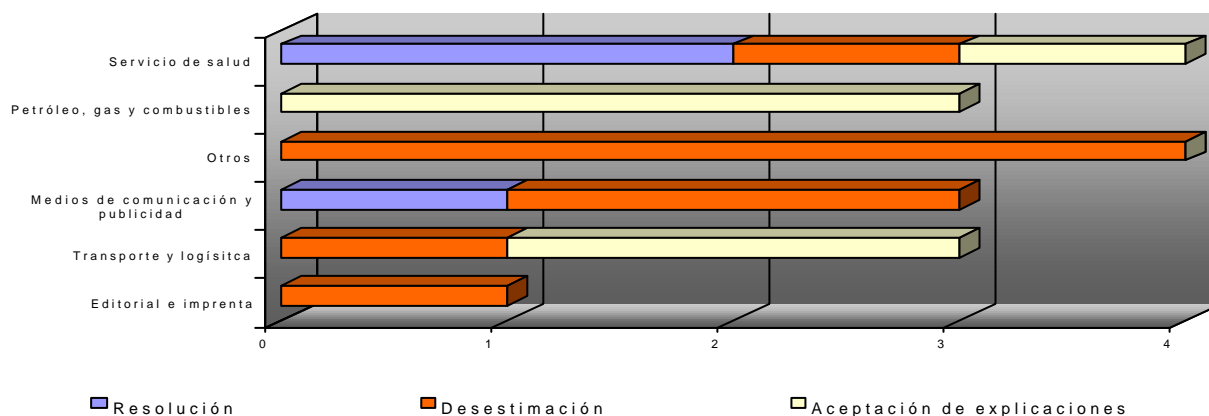


Cuadro N° 6. Casos resueltos según mercado involucrado y resolución. Año 2001.

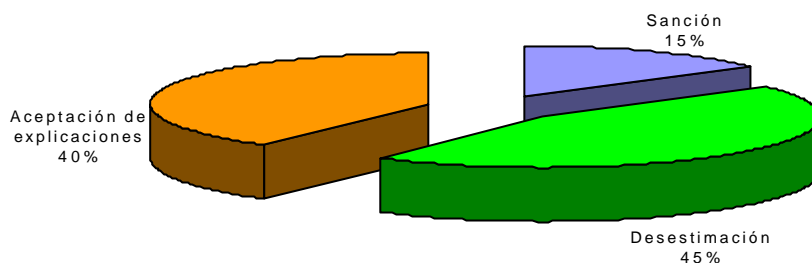
Sector	N° de Casos	Resolución		
		Sanción	Desestimación	Aceptación de explicaciones
Servicio de salud	4	2	1	1
Petróleo, gas y combustibles	3			3
Otros	6		4	2
Medios de comunicación y publicidad	3	1	2	
Transporte y logísitca	3		1	2
Editorial e imprenta	1		1	
Total	20	3	9	8

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la competencia.

Casos según Resolución y sector 2001



Casos resueltos según Resolución 2001



PRINCIPALES DICTAMENES DURANTE 2001

Carpeta N°: 417

N° y fecha de dictamen: 350 del 12/06/01

Denunciante: denuncia iniciada de oficio por la CNDC

Denunciado: Colegio Médico Gremial de Resistencia y Círculo Médico de Resistencia.

Mercado: Prestaciones de servicios médicos.

Conducta: Negativa al ingreso de médicos en el mercado de prestaciones de servicios médicos para afiliados a obras sociales.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario 1) con relación al Colegio Médico Gremial de Resistencia aceptar las explicaciones, y 2) con respecto al Círculo Médico de Resistencia ordenar el cese de la conducta eliminando cualquier cuota de ingreso y cláusula de exclusividad a los profesionales que deseen formar parte de los listados de prestadores de FEMECHACO y la aplicación de una multa fijada en PESOS QUINCE MIL (\$15.000).

La instrucción de esta causa se inició de oficio contra el Colegio Médico Gremial de Resistencia, a raíz de una declaración testimonial prestada por la Dra. Miriam Ríos Navarro, en el marco de una investigación llevada a cabo por la CNDC. En esos autos la citada profesional manifestó que luego de un contacto con el Colegio para formar parte de su listado de prestadores, le exigieron la suma de \$10.000 en concepto de inscripción. A partir de esa declaración y considerando que esa suma de dinero exigida podría constituir una barrera de entrada al mercado de prestaciones médicas para afiliados de obras sociales en la provincia del Chaco, la CNDC resolvió iniciar de oficio las presentes actuaciones, ordenando su notificación al Colegio Médico Gremial de Resistencia.

Habiéndose acreditado que la mencionada entidad no cobraba emolumento alguno para el ingreso de profesionales a su listado de prestadores y que sí lo hacía el Círculo Médico de Resistencia, la CNDC aconsejó al Secretario la

aceptación de explicaciones del Colegio Médico Gremial de Resistencia y resolvió continuar con la investigación del Círculo Médico de Resistencia.

De las pruebas obrantes en la causa se estableció que esta última entidad no tenía convenios directos con las obras sociales sino que era a través de la Federación Médica del Chaco, FEMECHACO, que sus asociados prestaban servicios a las obras sociales, siendo exigencia de esta última que los profesionales interesados en integrar su listado de prestadores, debían pertenecer a una de las entidades de primer grado nucleadas en esa Federación. En Resistencia debían asociarse al Círculo Médico de Resistencia.

En la tramitación de la causa se comprobó que siendo FEMECHACO una entidad que manejaba los convenios de 71 administradoras de fondo para la salud, entre las que se encontraban PAMI e INSSEP, las de mayor importancia por la cantidad de afiliados con que contaban en el orden nacional y provincial, respectivamente, la pertenencia al padrón de prestadores de FEMECHACO resultaba imprescindible para todos los profesionales de la zona. Las condiciones del Círculo Médico de Resistencia de a) participar con el 60% en la oferta total de profesionales de la ciudad de Resistencia y zonas aledañas, b) tener acceso a las 71 administradoras de fondos para la salud a través de FEMECHACO y c) ser la puerta de acceso a ese importante mercado para los profesionales interesados, le confería a la imputada una posición de dominio que tornaba vulnerable al mercado respecto de sus intervenciones. La CNDC interpretó que el Círculo Médico de Resistencia hacía abuso de esa posición al imponerle a los profesionales tanto el pago de una cuota de ingreso de un mil quinientos pesos (\$1.500) para acceder a los listados de la Federación, como la exigencia de no formar parte de otras entidades asociativas como el Colegio Médico Gremial de Resistencia, con el objeto de restarle capacidad competitiva a este último, en la oferta de profesionales.

La CNDC entendió que el ejercicio de poder de mercado por parte del Círculo Médico de Resistencia producía efectos restrictivos sobre la competencia, con perjuicio para el interés económico general a) cercenando la capacidad de competir en calidad de prestación y precios; por el lado de las entidades que oficiaban de intermediarias entre los médicos y las obras sociales, b) restringiendo el acceso al mercado a través de cuotas de ingreso y exigencias de exclusividad de los médicos prestadores; c) del lado de la demanda, tratando de excluir del mercado a un competidor como el Colegio Médico Gremial de Resistencia, a través de la exigencia de exclusividad, eliminando la capacidad de negociación y elección de las administradoras de fondos para la salud, negándoles la posibilidad de optar entre varios oferentes y beneficiarse de las bondades de un mercado competitivo y d) perjudicando a los afiliados de todas las obras sociales que veían reducida la oferta de profesionales a aquellos que podían abonar la cuota de ingreso y respetaran las condiciones de exclusividad exigidas por el Círculo Médico de Resistencia.

Por lo expuesto la CNDC aconsejó al Secretario sancionar al Círculo Médico de Resistencia con el cese de la conducta y la imposición de una multa fijada en quince mil pesos (\$15.000), ordenando a la entidad comunicar fehacientemente a todos sus asociados, prestadores y administradores de fondo para la salud, las condiciones de libre acceso de los profesionales al registro de prestadores, a

fin de prestar servicios a las obras sociales que tenían convenio con FEMECHACO.

Carpeta N°: 448

N° y fecha de dictamen: 364 del 28/09/01

Denunciante: Dr. Ricardo Raúl Barisio.

Denunciado: *Círculo Odontológico Regional de Venado Tuerto.*

Mercado: *Prestaciones odontológicas.*

Conducta: *Prácticas exclusorias.*

Resultado: *La CNDC aconsejó al Secretario ordenar el cese de la conducta y la aplicación de una multa fijada en cincuenta mil pesos (\$50.000), conforme lo establecido en el art. 26°, inc. b) y c), de la Ley N°22.262.*

El Dr. Ricardo Raúl Barisio instaló su servicio odontológico por abono en el año 1986, razón por la cual debió renunciar al *Círculo Odontológico Regional de Venado Tuerto*, por exigencia del mismo. Ante la dificultad suscitada en la imposibilidad de prestar servicios a las obras sociales por fuera del *Círculo*, en razón de que la entidad denunciada tenía convenio con la mayoría y más importantes administradoras de fondo para la salud del Departamento General López, durante el año 1997 el denunciante solicitó su reincorporación, recibiendo una negativa por respuesta. El *Círculo Odontológico Regional de Venado Tuerto* justificó esta decisión en virtud del art. 3° de los Estatutos de la entidad, en los que se establecía que para ingresar a la misma, la Comisión Directiva debía corroborar que el aspirante no hubiera trabajado para entidades por abono cerrado ni sistemas cerrados.

De las pruebas acumuladas en la causa pudo acreditarse que el *Círculo* aglutinaba una oferta de alrededor del 72% de los prestadores del servicio odontológico y atendía una demanda conformada por la mayoría de las obras sociales, mutuales y prepagas de ese ámbito geográfico, entre las que se contaban las de mayor envergadura por su número de afiliados, por lo que pudo establecerse que la única vía de acceso con que contaban los odontólogos para acceder a ese importante mercado, era pertenecer al listado de prestadores del *Círculo*. Al respecto, la CNDC interpretó que cualquier cláusula que impidiera la incorporación a la oferta de prestadores, de profesionales que cumplieran con los requisitos de idoneidad que resultasen relevantes para la prestación de servicios odontológicos, debía ser considerada como una barrera de entrada al mercado, producto del abuso de la posición de dominio exhibida por el *Círculo*.

Resultó acreditado, además, que la conducta del *Círculo* provocó que los odontólogos desistieran de cualquier intento de competir con la entidad, no sólo en la prestación de servicios por el sistema de abono mensual, sino también en la captación de los contratos con las administradoras de fondos para la salud, provocando que estas últimas paulatinamente debieran recurrir únicamente al *Círculo* para la atención odontológica de sus afiliados. Instalando de esta manera en el funcionamiento del mercado una dinámica dirigida a lograr que la oferta quedase sólo en manos de la entidad denunciada.

La conducta impuesta por el Círculo a los profesionales odontólogos, se contraponía al derecho que le asiste a cualquier ciudadano de ejercer en libertad su profesión, insertándose en un mercado en el que se permita el libre juego de la oferta y la demanda en la prestación de cualquier servicio, puesto que sólo el libre funcionamiento del mercado en consideraciones de calidad, eficiencia y precios, se encargará de acotar la oferta a las necesidades propias de la demanda.

Tanto en sus explicaciones como en el descargo correspondiente, el Círculo argumentó que la pretensión del denunciante era inviable jurídicamente, puesto que el caso había sido puesto a consideración del Poder Judicial por la acción de amparo iniciada por el Dr. Barisio, sosteniendo que “la Corte Suprema de Justicia de la Nación ha resuelto reiteradamente que cuando un tribunal se ha abocado al conocimiento de un asunto ningún otro puede interferir- de modo directo o indirecto- en el desarrollo y desenlace de aquél”. Como respuesta la CNDC sostuvo que los efectos que este tipo de conducta pudiera producir en el mercado involucrado, podían y debían ser evaluados a la luz de lo establecido en la Ley N°22.262 de Defensa de la Competencia que tutela el correcto funcionamiento de los mismos.

La CNDC concluyó que la conducta implementada por el Círculo era violatoria de la Ley de Defensa de la Competencia, al constituir una limitación de la oferta de servicios odontológicos por el sistema de abono mensual y de profesionales odontólogos para la prestación de servicios a las administradoras de fondos para la salud, con entidad suficiente para afectar el interés económico general al perjudicar a: a) los odontólogos impedidos de ingresar a los listados de prestadores de la entidad; b) los odontólogos prestadores del Círculo, porque las restricciones impuestas limitaba la posibilidad de ingresar a un mercado como el de abono mensual o a la prestación de servicios para obras sociales por fuera de la denunciada y actuaba como un elemento disuasivo para cualquier profesional con intenciones de ampliar su actividad por fuera de la entidad encartada; c) las obras sociales, ya que al reducirse la oferta a escasos oferentes, debido a la imposición de restricciones que no permitían la afluencia de nuevos prestadores, las limitaba en su capacidad de negociación con las gerenciadoras, pudiendo verse afectados, de esta forma, la calidad y el precio de las prestaciones contratadas; d) los afiliados de las obras sociales, mutuales y prepagas que debían celebrar contratos en las condiciones descriptas y e) por último, el interés económico general en su conjunto, al restringirse las opciones de empresas por abono cerrado y de profesionales impedidos de ingresar a los listados del Círculo.

Basada en la interpretación expuesta, la CNDC aconsejó al Secretario sancionar al Círculo con el cese de la conducta y la imposición de la multa.

N° de Carpeta: 479

N° y fecha de dictamen: 353 del 21/8/01

Denunciante: Denuncia iniciada de oficio por la CNDC.

Denunciados: Tele Red Imagen S.A. (TRISA), Televisión Satelital Codificada S.A. (TSCSA), Video Cable Comunicación S.A. (VCC), Multicanal S.A. y Cablevisión TCI S.A.

Mercado: *Transmisión televisiva en vivo, para Capital Federal y Gran Buenos Aires, de los partidos del viernes y del domingo correspondientes al Torneo de Primera División organizado por la Asociación de Fútbol Argentino (AFA).*

Conducta: *Fijación vertical de precios mínimos de reventa.*

Resultado: *Se aconsejó al Secretario ordenar el cese de la conducta imputada y la aplicación de las multas correspondientes a cada una de las denunciadas.*

La empresa Torneos y Competencias había celebrado un contrato con la AFA, en virtud del cual le fue otorgada la exclusividad en la explotación de la transmisión televisiva de todos los partidos de fútbol organizados por dicha asociación hasta el año 2010, con la posibilidad de extenderla hasta el 2014. A su vez Torneos y Competencias explotaba estos derechos a través de TRISA y TSCSA. Tanto VCC como Multicanal S.A. y Cablevisión TCI S.A. transmitieron durante el período investigado, en el área de Capital Federal y Gran Buenos Aires, los partidos en vivo del viernes y del domingo por el sistema codificado de televisión por cable.

Las empresas TRISA y TSCSA, titulares exclusivas de los derechos de transmisión de los eventos referidos, procedieron durante el período investigado, años 1996, 1997 y 1998, a fijar precios mínimos a los cuales las empresas operadoras de cable VCC, Cablevisión TCI S.A. y Multicanal S.A. ofrecerían a sus abonados del área de Capital Federal y Gran Buenos Aires los partidos en cuestión, transmitidos por el sistema codificado. La existencia de una fijación vertical de precios fue reconocida por las mismas empresas imputadas y la CNDC comprobó a través de una amplia auditoría que los precios mínimos establecidos fueron respetados durante el período investigado.

En el presente caso no se verificaba lo que en la jurisprudencia comparada y en la literatura especializada se conoce como “excepción de consignación”, aplicable a aquellas situaciones en las que quien comercializa el producto no asume riesgo. En efecto, las empresas operadoras de cable asumieron plenamente el riesgo directo asociado a la comercialización del fútbol codificado puesto que – independientemente de lo que recaudaran por su venta – debían abonar a TRISA y TSCSA sumas fijas previamente convenidas, ya sea sobre la base de los abonados totales al sistema de cable (1996) o sobre valores plaza representativos del potencial del sistema de cable en cada zona (1997 en adelante). La participación de las empresas denunciadas podía desdoblarse en dos aspectos: por un lado TRISA y TSCSA impulsaron la fijación de los precios mínimos de reventa a ser cobrados por los operadores de cable; por otro lado, los operadores participaron en la conducta imputada al reunirse y aceptar, en forma conjunta, condiciones de reventa para el fútbol codificado.

La mencionada conducta constituía una violación de la Ley 22.262. Ello es así por cuanto la fijación de precios mínimos limitó y restringió la competencia existente entre los operadores de cable para la provisión de los partidos de fútbol transmitidos por el sistema codificado. Puesto que TRISA y TSCSA fijaban con las operadoras de cable un precio mínimo, por debajo del cual éstas se comprometían a no comercializar el fútbol codificado, esto condujo a que se mantuvieran precios finales artificialmente elevados que perjudicaron a los consumidores. A su vez, no se hallaban presentes elementos de eficiencia, tales

como el de evitar el “free riding”, certificación de calidad y mantenimiento de la imagen de marca, que pudieran hacer justificable la práctica. Más aún, y debido a la importancia que el fútbol reviste en el servicio de televisión por cable, su eliminación como elemento competitivo restringió la competencia existente en la provisión de este último servicio. De manera tal que de la conducta imputada resultó un perjuicio al interés económico general.

La CNDC aconsejó al Secretario ordenar a las empresas TELERED IMAGEN S.A. y TELEVISION SATELITAL CODIFICADA S.A. el cese de la conducta imputada (art. 26°, inc. b, Ley N° 22.262). Asimismo aconsejó la aplicación a estas empresas de multas respectivas de quinientos veintinueve mil doscientos ochenta y nueve pesos (\$ 529.289), en atención a los montos dinerarios involucrados en la ejecución de la práctica sancionada; cifra que representa el valor (tarifado) máximo previsto por la Ley 22.262. Respecto de los operadores de cable Multicanal S.A., VCC y Cablevisión TCI S.A., la CNDC aconsejó aplicar la misma multa que a TRISA y TSC pero disminuida en un tercio, en atención a que su intervención en la práctica fue considerada como una participación secundaria.

N° de Carpeta: 552

N° y fecha de dictamen: 356 del 27/08/2001

Denunciante: AVIABUE (Asociación de Agencias de Viajes de Buenos Aires)

Denunciado: UNITED AIRLINES INC., AMERICAN AIRLINES INC. y BRITISH AIRWAYS Plc.

Mercado: Servicio de emisión y venta de pasajes aéreos, servicio de transporte aéreo directo entre Buenos Aires y Miami y entre Buenos Aires y Nueva York, servicio de transporte aéreo con conexiones rápidas entre Buenos Aires y Londres.

Conducta: Abuso de posición dominante y concertación.

Resultado: La CNDC aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones de las denunciadas.

AVIABUE denunció que American Airlines, United Airlines y British Airways, consecutivamente y en el breve lapso de un mes (enero de 2000), redujeron del 9% al 6% las comisiones que percibían las agencias por la venta de pasajes aéreos, actuando de modo concertado debido a la posición dominante que ostentaban en sus rutas.

Las empresas negaron los dichos, explicando que la rebaja se había determinado en el marco de una tendencia mundial de la industria hacia la disminución de costos. Asimismo, adujeron que no detentaban posiciones dominantes en sus rutas, porque las mismas eran atendidas asimismo por otras empresas. A modo de resumen, explicaron que la decisión estuvo motivada por la necesidad de competir rebajando costos y de dar respuesta a las decisiones adoptadas por otros transportadores. Y, en especial, el hecho de que tres compañías aéreas hubieran decidido implementar la reducción de comisiones en momentos más o menos cercanos en el tiempo no constituía una prueba irrefutable de la existencia de una concertación de precios, ya que en el caso de la industria del transporte aéreo la homogeneidad de los productos

ofrecidos, la similitud en la estructura operativa y de costos de los distintos competidores llevaba a que las distintas líneas aéreas adoptasen, en algunos casos y sin que exista concertación de políticas alguna, prácticas uniformes para la determinación de los precios de los pasajes aéreos a los fines de ser competitivos, lo que llevaba a que se encontrasen, en muchos casos, impedidas de adoptar políticas de precios marcadamente divergentes.

A los efectos de evaluar la posición de las aerotransportadoras denunciadas en el mercado de emisión y venta de pasajes aéreos, donde actuaban como demandantes de los servicios de las agencias de viajes, la Comisión entendió necesario investigar los mercados verticalmente relacionados donde las denunciadas actuaban como oferentes de servicios de aerotransporte internacional de pasajeros. En base al criterio de sustitución desde la demanda, se entendió que cada ruta internacional constituía un mercado relevante en sí mismo, restringiendo a su vez su amplitud a los servicios directos y regulares entre dos ciudades con “puertos de entrada y salida” de vuelos internacionales debido a la existencia de una demanda altamente sensible al tiempo para la cual los vuelos con escalas o con conexiones o los vuelos chárter no son alternativas sustitutas. No obstante, se estimó que debían incluirse aquellos servicios con conexiones rápidas que, en relación a los vuelos directos, no adicionaban más del 20% a la duración del viaje (incluyendo esperas).

Bajo dicho criterio, se estimó que British Airways tendría una participación del orden del 80% al 90% en el mercado de transporte aéreo entre Buenos Aires y Londres y se consideró que su comportamiento podía considerarse disciplinado por Lufthansa, Air France e Iberia, a través de las conexiones rápidas con escala que éstas ofrecían. Con relación a American Airlines y United Airlines, se encontró que, conjuntamente con Aerolíneas Argentinas, participaban aproximadamente en partes iguales en los mercados de transporte aéreo entre Buenos Aires y Miami y entre Buenos Aires y Nueva York, viéndose su accionar comercial mutuamente disciplinado, y no existiendo en este caso aerotransportadoras participando con conexiones rápidas.

En cuanto al mercado de servicios de emisión y venta de pasajes aéreos, se entendió que atribuir la reducción de comisiones ofrecida por las denunciadas al ejercicio de poder de mercado (desde la compra) con el objeto de obtener rentas extraordinarias y permanentes, supondría, a su vez, entender que las denunciadas tendrían suficiente capacidad de ejercer el poder de mercado desde la oferta en sus respectivas rutas (cuestión que según el párrafo precedente se evaluó poco probable), ya que, de lo contrario, dicho objetivo sería inalcanzable, porque la reducción de costos obtenida por los propios mecanismos disciplinarios de la competencia terminaría traduciéndose en menores tarifas o mejores servicios al cliente.

En relación a la posibilidad de que la reducción de las comisiones hubiera sido concertada entre las denunciadas, la Comisión observó que la fijación de precios de modo convergente y simultáneo entre competidores, también conocida como “paralelismo consciente”, no necesariamente responde a un acuerdo explícito (cartel) o implícito (colusión tácita) cuyo objeto o efecto sea la distorsión de la competencia, sino que también puede ser consistente con un equilibrio de mercado no cooperativo resultante de las decisiones individuales

de empresas maximizadoras de beneficios, actuando en mercados tanto competitivos como oligopólicos.

Al respecto se observó que, si bien el reducido número de participantes detectado en cada ruta analizada es un importante elemento estructural facilitador de la consecución de acuerdos explícitos o tácitos, dicho elemento si bien necesario no es suficiente. Existirían al menos dos cuestiones adicionales a tener en cuenta: i) que la acción concertada involucre a los principales jugadores identificados en el mercado relevante y ii) que de no existir coordinación entre las firmas, la decisión de llevar a cabo tal conducta no resulte en beneficio para la firma considerada individualmente (es decir, que la coordinación entre las firmas sea estrictamente necesaria a los fines de la apropiación de los beneficios esperables de la decisión tomada). A su vez, también son aspectos a considerar las características de las transacciones comerciales y su grado de transparencia.

Bajo dicha perspectiva, la Comisión entendió que, en la medida en que British Airways actuaba en mercados independientes de los atendidos por American Airlines y United Airlines, no podía considerarse que la primera hubiera necesitado acordar con las segundas la reducción de las comisiones, ya que podía beneficiarse de dicha determinación, independientemente del accionar de dichas firmas. En todo caso, un eventual acuerdo debiera haber involucrado a sus competidoras directas (Air France, Iberia y Lufthansa). En cuanto la acción paralela observada entre American Airlines y United Airlines, se notó que de la ausencia de similar acción por parte Aerolíneas Argentinas se podía entender que cada denunciada consideró beneficioso para sí incurrir en la reducción de comisiones, independientemente de la replicación de su estrategia por parte de sus competidoras, porque, de lo contrario, o bien la hubieran integrado a Aerolíneas Argentinas a la concertación, o bien no hubieran llevado a cabo tal decisión. Asimismo, dado el carácter público de la comisión que cada aerolínea reconocía a las agencias, se entendió posible que el paralelismo observado no hubiera resultado de un acuerdo previo sino de la propia necesidad de United Airlines de obtener igual ventaja en términos de costos a la lograda por American Airlines, lo que habilitaría a esta última a formular mejores ofertas para los pasajeros y ganar participación en las rutas que ambas operaban.

En consecuencia, la Comisión concluyó que no se configuraron las circunstancias necesarias para que la conducta objetada infrinja el art. 1º de la Ley 25.156, por lo que aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones de las denunciadas.

Nº de Carpeta: 604

Nº y fecha de dictamen: 357 del 07/09/01.

Denunciante: CLIBA INGENIERIA AMBIENTAL S.A. y ORMAS AMBIENTAL S.A.

Denunciado: URBASER S.A., URBASER ARGENTINA S.A. Y DYCASA S.A

Mercado: Recolección de residuos, barrido y limpieza de calles.

Conducta: Falseamiento de declaración jurada y precios predatorios en un proceso licitatorio en la Municipalidad de Morón.

Resultado: La CNDC concluyó que URBASER S.A., URBASER ARGENTINA S.A. y DYCASA S.A. no incurrieron en alguna de las prácticas encuadradas en la Ley

N° 25.156 de Defensa de la Competencia, por lo que se aconsejó al aceptar las explicaciones ofrecidas por las denunciadas.

Las empresas Cliba Ingeniería Ambiental S.A. y Ormas Ambiental S.A. denunciaron a Urbaser S.A., Urbaser Argentina S.A. y Dycasa S.A., integrantes de un Unión Transitoria de Empresas (UTE), el haber falseado la declaración jurada presentada durante la licitación realizada por la Municipalidad de Morón para la recolección de residuos y el barrido de calles. Solicitando además a la Comisión la aplicación de una medida que ordenase el cese preventivo de la conducta en razón de entender que los precios presentados por la UTE en la apertura del sobre que contenía la oferta económica eran predatorios y que no cubrían el costo de los servicios.

Respecto a la cuestión concerniente al falseamiento de la declaración jurada, la CNDC entendió que no encuadraba dentro de los actos que la Ley de Defensa de la Competencia reprime, que son aquellos actos de naturaleza económica relacionados con el intercambio de bienes y servicios. Resultaba pues evidente que la aseveración de hechos falsos en una declaración jurada no satisfacía los requisitos de la tipología legal y escapaban a la competencia material de la Comisión. Aún en el caso hipotético de que tal accionar generara una ventaja competitiva para la denunciada, hubiera sido necesario que un acto administrativo o sentencia firme emanado del órgano competente declarara la existencia de tal infracción.

En referencia a los precios predatorios denunciados, la Comisión entendió que para que se configurase una conducta de precios predatorios debían manifestarse tres supuestos: 1) poder de mercado o posición de dominio por parte de la empresa predatora, 2) potencialidad de desplazar del mercado a los competidores y 3) barreras a la entrada de futuros competidores en la etapa posterior a la predación, para que sea posible recuperar las pérdidas ocasionadas por la acción predatoria.

La CNDC entendió que en los procesos licitatorios, en virtud de los cuales se otorga cierta exclusividad en la prestación de servicios en un área geográfica delimitada, se reemplaza la competencia entre empresas "en el mercado" por una competencia de empresas "por el mercado". En este contexto, la posibilidad de prácticas predatorias dirigidas a desplazar competidores para obtener ganancias monopólicas durante el período adjudicado se encuentra limitada por dos elementos que le restan incentivos económicos: un plazo de concesión suficientemente prolongado y un área geográfica suficientemente reducida respecto del total del mercado. Dado que el precio presuntamente predatorio ofrecido deberá coincidir con el precio cobrado por la prestación del servicio, de cumplirse ambos requisitos expuestos, la predación se vuelve prácticamente inviable en términos económicos. La empresa se vería obligada a soportar pérdidas durante un largo plazo de tiempo y aún así no lograría cumplir con el objeto de toda conducta predatoria, desplazar la competencia, dado el limitado alcance geográfico de la licitación.

Por ello, la CNDC consideró que en este caso, con un plazo de concesión de cuatro años y un área geográfica que representaba una pequeña porción del mercado nacional, una posible conducta predatoria resultaba improbable. Se

aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones de Urbaser y proceder al archivo del caso.

Carpeta N°: 632

Dictamen N°: 352 del 21/08/2001

Denunciante: CLOROX ARGENTINA S.A.

Denunciado: UNILEVER DE ARGENTINA S.A.

Mercado: Agua lavandina para el hogar.

Conducta: Obstaculización del acceso al mercado.

Resultado: La CNDC concluyó que la denuncia, tal cual había quedado planteada, debía ser desestimada por no encuadrar en la Ley N° 25.156. y recomendó al Secretario la remisión del expediente a la Dirección Nacional de Lealtad Comercial, órgano encargado de aplicar la Ley N° 22.802 de Lealtad Comercial.

Con fecha 2 de marzo de 2001, la Dirección de Lealtad Comercial, dependiente de la Secretaria de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, remitió a esta Comisión la denuncia que le fuera formulada por la firma CLOROX ARGENTINA S.A. La empresa señalaba en su denuncia que se había visto sorprendida por una agresiva campaña publicitaria realizada por la empresa UNILEVER DE ARGENTINA S.A., enderezada a descalificar al agua lavandina que comercializaba con la marca “Ayudín” mediante afirmaciones falsas que llevaban a engaño al consumidor.

Se evaluó la potencial utilización de la publicidad como una restricción a la entrada de competidores al mercado y sus efectos sobre la diferenciación de productos, sin considerar como variable relevante el carácter preciso de su contenido.

Al considerar la experiencia nacional e internacional en la materia, no resulta frecuente que la utilización de publicidad con un contenido específico pueda constituir una conducta que afecte la competencia con potencialidad suficiente como para provocar perjuicio al interés económico general. Para que fuera posible presumir tal situación deben corroborarse diversos factores como la existencia de posición dominante por parte de la empresa que realiza la publicidad, un grado de asimetría informativa entre los oferentes y los consumidores (dada por ejemplo por la facilidad relativa de corroborar la calidad del producto) que excediera la veracidad de su contenido, capacidad de respuesta de los competidores, entre otros. Tales factores no se verificaban en el análisis del caso. La propia denunciante entendía que las conductas bajo análisis no encuadraban en la Ley 25.156 de Defensa de la Competencia y la Comisión no encontró razón alguna para desvirtuar tal manifestación. En efecto, nada sugería que la denunciada gozara de posición dominante, ni que la campaña publicitaria en cuestión tuviera entidad suficiente para excluir del mercado a los competidores, o intimidar a los potenciales entrantes.

Por ello, esta Comisión concluyó que la denuncia, tal cual había quedado planteada, debía ser desestimada por no encuadrar en la Ley N° 25.156 y recomendó al Secretario la remisión del expediente a la Dirección Nacional de

Lealtad Comercial, dado que el problema que se presentaba estaba relacionado con una cuestión de publicidad engañosa.

N° de carpeta: 633

N° y fecha de dictamen: 358 del 31/08/2001

Denunciante: Mercado de Materiales S.A.

Denunciado: Johnson Aceros S.A.

Mercado: Comercialización de muebles de cocina en la ciudad de Buenos Aires.

Conducta: Práctica restrictiva de índole vertical (negativa de venta).

Resultado: La Comisión Nacional de Defensa de la Competencia aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones ofrecidas por la parte denunciada.

Mercado de Materiales S.A. era una empresa dedicada a la comercialización minorista de artículos sanitarios, de cocina y revestimientos en general en la ciudad de Buenos Aires y alrededores. Johnson Aceros S.A., por su parte, se ocupaba de la fabricación de artículos para cocinas y de su amoblamiento, con presencia en casi todo el país a través de distribuidores. Johnson Aceros S.A. actuaba como distribuidor de Mercado de Materiales S.A.

La denuncia radicaba en la interrupción de las relaciones comerciales que Johnson Aceros S.A. mantenía con Mercado de Materiales S.A. desde el momento en que esta última entrara en concurso de acreedores. Conforme a la descripción de los hechos realizada por la denunciante, se trataba de una práctica de índole vertical, siendo la figura típica que más se asemejaba al caso la de "negativa de venta". Sin embargo, para que tal conducta encuadrara dentro de la ley la misma debía ser injustificada.

La Comisión consideró que la decisión de Johnson Aceros S.A. hallaba justificativo en el hecho de que Mercado de Materiales S.A. se había presentado en concurso judicial preventivo.

Asimismo, los mercados en los que participaba Mercado de Materiales S.A. estaban expuestos a la libre competencia, tanto interna como externa. En calidad de competidores figuraban, entre otros, Férrum, Fabricantes Unidos, Roca, Falabella, Reno, Battista, Efecto, Cucina Bella, Dell Anno, Alpes, etc.

Los consumidores no quedaban desabastecidos ni expuestos a pagar precios superiores por los productos de Johnson Aceros S.A. como consecuencia de la interrupción de las relaciones comerciales entre Johnson Aceros S.A. y Mercado de Materiales S.A., razón ésta por la que no se le reconoció a la conducta denunciada entidad para afectar el interés económico general.

Por este motivo se aconsejó al Secretario aceptar las explicaciones brindadas por Johnson Acero S.A. y proceder al archivo de las actuaciones.

Capítulo III

FUSIONES Y ADQUISICIONES

En el presente capítulo se presenta el trabajo realizado por la CNDC con relación al análisis previo de fusiones y adquisiciones. La presentación se realiza en dos etapas. En una primera etapa se expone el trabajo de la Comisión en el período abarcado desde la entrada en vigencia de la Ley N°25.156 de Defensa de la Competencia, la cual introduce el control previo de fusiones y adquisiciones a partir de septiembre de 1999, hasta la firma del Decreto Delegado N°396 en abril de 2001.

Por otro lado, en una segunda etapa, se presenta el trabajo realizado durante el período que se extiende desde la entrada en vigencia del Decreto N°396 del 8 de abril de 2001 hasta diciembre del mismo año.

Este último Decreto introdujo algunos cambios en los requisitos impuestos inicialmente por la Ley 25.156 para la notificación de operaciones, marcando un punto de quiebre respecto de la situación anterior. Por ello, se tomó el mismo como criterio de corte entre cada etapa.

1. CARPETAS CONCLUIDAS ENTRE SEPTIEMBRE DE 1999 Y MARZO DE 2001.

Hasta su modificación, la Ley 25.156 de Defensa de la Competencia disponía que las operaciones de concentración debían ser notificadas en forma previa cuando la suma del volumen de negocio total del conjunto de empresas afectadas superara en el país la suma de doscientos millones de pesos (\$200.000.000) o cuando el volumen de negocio total a nivel mundial del conjunto de las empresas afectadas superase los dos mil quinientos millones de pesos (\$2.500.000.000).

Asimismo, en su art. 7° la mencionada ley establece la prohibición de "...las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general." De esta forma, en los casos sometidos a notificación la autoridad de aplicación debería decidir por resolución fundada: 1) autorizar la operación, 2) subordinar la autorización al cumplimiento de condiciones o 3) denegar la autorización.

Desde la entrada en vigencia de la Ley 25.156 en septiembre de 1999 hasta la firma del Decreto N°396 en abril de 2001, la CNDC resolvió 232 operaciones de fusiones y adquisiciones.

De todas ellas, el 22% (52 operaciones) correspondió a operaciones de conglomerado, es decir, operaciones donde las partes involucradas no se encontraban relacionadas horizontal ni verticalmente. Por su parte, las

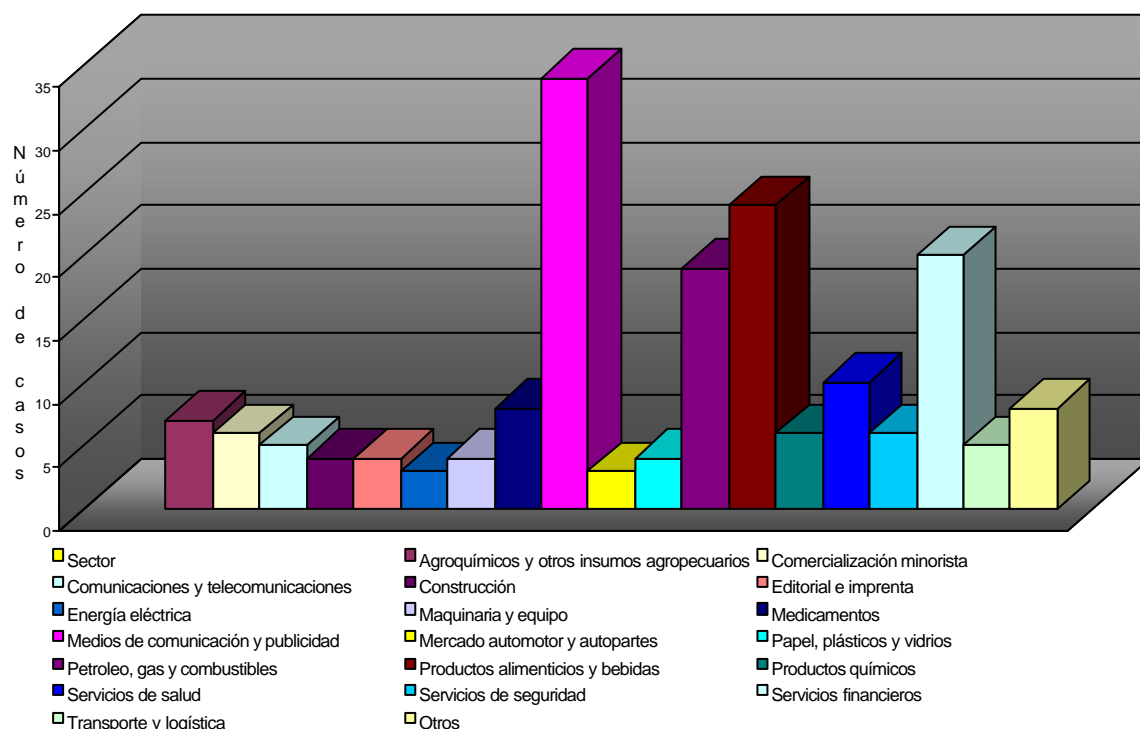
operaciones horizontales, aquellas en las que las empresas involucradas actúan como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos, representaron el 66% de las operaciones resueltas (154 operaciones). Por último, las operaciones entre empresas que actúan en diferentes etapas del proceso productivo o prestación de un mismo bien o servicio (integraciones verticales) sumaron el 6% del total de operaciones resueltas. El resto correspondió a operaciones que registraban tanto relaciones horizontales como verticales (5%).

El tiempo requerido para la resolución de las operaciones de fusiones y adquisiciones fue de 37 días hábiles en promedio, 8 días menos que los estipulados como plazos máximos en la Ley, para el total de operaciones presentadas en el período abarcado por estas Memorias.

En cuanto a la resolución de las operaciones, 225 fueron autorizadas, representando el 97%, seis fueron condicionadas y sólo una fue denegada.

En el Cuadro N°7 se puede observar que del total de operaciones en que las empresas involucradas presentaban algún tipo de relación (horizontal y/o vertical), los sectores que más operaciones registraron fueron *Medios de Comunicación y Publicidad* (19%), *Productos Alimenticios y Bebidas* (13%), *Petróleo, Gas y Combustibles* (11%) y *Servicios Financieros* (11%). En conjunto estos sectores representaron el 55% de las operaciones resueltas en esta primera etapa.

Operaciones de Concentración Económica según Sector
septiembre de 1999 - marzo de 2001



Cuadro N° 7. Operaciones de concentración cerradas durante el período Septiembre 1999-Marzo 2001.

Sector	N° de casos	Decisión de la Comisión			Naturaleza*		
		Autorizadas	Condicionadas	No autorizadas	H	V	H-V
Agroquímicos y otros insumos agropecuarios	7	7			7		
Comercialización minorista	6	5	1		6		
Comunicaciones y telecomunicaciones	5	4		1	5		
Construcción	4	3	1		2	1	1
Editorial e imprenta	4	4			4		
Energía eléctrica	3	3			2	1	
Maquinaria y equipo	4	4			4		
Medicamentos	8	8			7	1	
Medios de comunicación y publicidad	34	32	2		26	4	4
Mercado automotor y autopartes	3	3			2	1	
Papel, plásticos y vidrios	4	4			4		
Petroleo, gas y combustibles	19	19			13	3	3
Productos alimenticios y bebidas	24	24			23	1	
Productos químicos	6	6			3	1	2
Servicios de salud	10	9	1		9	1	
Servicios de seguridad	6	6			6		
Servicios financieros	20	19	1		19	1	
Transporte y logística	5	5			4	1	
Otros	8	8			8		
TOTAL	180	173	6	1	154	16	10

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

Aclaración: el Cuadro no incluye datos de operaciones de conglomerado, las cuales totalizaron un total de 52 casos en el período analizado.

* Naturaleza: H (horizontal), V (vertical), H-V (horizontal y vertical).

PRINCIPALES DICTÁMENES DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

En este apartado se presenta el resumen de los principales dictámenes de operaciones de concentración económica desde la sanción de la Ley 25.156. La selección procura abarcar no sólo aquellas operaciones que por sus efectos llevaron a que se las prohibiera o condicionara sino también a aquellas que, siendo aprobadas, requirieron una investigación más profunda que otras en la definición del mercado relevante, en la identificación de las condiciones de competencia y en la existencia de barreras a la entrada, entre otras cuestiones.

N° de Carpeta: 170

N° y fecha de dictamen: 226 del 09/03/01

Empresas involucradas: CORREO ARGENTINO S.A. (CASA) y SOCIEDAD ANÓNIMA ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA (OCA).

Mercados Relevantes: Servicios postales y conexos desagregados en diez mercados relevantes.

Resultado: Rechazada.

El día 9 de marzo de 2001 y mediante el Dictamen N° 226 la Comisión de Defensa de la Competencia aconsejó al Secretario denegar en los términos del

art. 13°, inc. c) de la Ley 25.156 la autorización de la operación de concentración económica que importaba la transferencia por parte de SIDECO AMERICANA S.A. del 69,23 % del capital social y los correspondientes votos de CORREO ARGENTINO S.A. ("CASA") a favor de INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, firma controlante de Sociedad Anónima Organización Coordinadora Argentina ("OCA") y controlada por Exxel Capital Partners V.L.P., operación efectuada a través de un Contrato de Compraventa de Acciones celebrado el 14 de julio de 2000 y notificado a la Comisión el día 21 de julio del mismo año.⁶

Siendo OCA el operador postal privado de mayor envergadura de la República Argentina, así como también principal operador de clearing bancario y también presente en el segmento de logística liviana, la operación resultaba en una concentración de tipo horizontal en los siguientes mercados relevantes: 1) servicio postal básico nacional al público, 2) carta documento, 3) servicio telegráfico nacional, 4) servicio postal básico nacional a instituciones y empresas y distribución especializada de envíos simples, 5) distribución domiciliaria de plásticos y otros productos de alta seguridad, 6) carta simple internacional, 7) servicio postal internacional expreso (courier - EMS), 8) clearing, 9) servicio de transporte de pequeños paquetes y 10) logística liviana.

El mercado geográfico fue definido como nacional porque, si bien era cierto que las notificantes competían con los operadores menores sobre una base regional, no era menos verdadero que competían entre sí y con sus principales competidores sobre una base nacional y que las firmas localizadas en una región determinada podían verse como potenciales entrantes en buena parte de las demás.

La operación notificada generaba un gran incremento en los niveles de concentración en la mayoría de los mercados relevantes. Estos incrementos eran de una magnitud tal que otorgaban a CASA y OCA una posición en el mercado que podía permitirles la realización de prácticas restrictivas o distorsivas de la competencia, de modo que resultara perjudicado el interés económico general.

Asimismo, la operación implicaba la eliminación de un competidor vigoroso y efectivo (como lo son mutuamente OCA y CASA) y la integración bajo la propiedad de un mismo grupo económico de las dos principales marcas del mercado postal que constituían la primera y segunda opción de compra para una buena parte de los usuarios, lo cual implicaba la generación de un poder de mercado que podía ejercerse a su perjuicio.

La posición que obtendrían las firmas resultaba más preocupante en los mercados de servicios que requerían para su prestación la utilización de una red de cobertura nacional: servicio postal básico nacional al público, carta documento, servicio telegráfico nacional y en aquellos donde la existencia de

⁶ Los plazos fueron suspendidos para que la Comisión Nacional de Comunicaciones emitiera opinión fundada de acuerdo al art. 16° de la Ley 25.156, gestión que cumplimentó el 16 de noviembre y para requerir información adicional a las presentantes, la que fue completada el 16 de febrero de 2001, por lo que el plazo para la resolución vencía el día 14 de marzo de 2001.

otro tipo de barreras al ingreso ponía a CASA y OCA como competidores casi excluyentes: distribución de plásticos, carta simple internacional, clearing.

En cuanto a los servicios corporativos (servicio postal básico nacional a instituciones y empresas y distribución especializada de envíos simples o bajo puerta), existía evidencia de que las restricciones al ingreso de competidores eran menores que en los precitados mercados, habida cuenta la proliferación de operadores en los últimos años, la tendencia a la baja de los precios y las apreciaciones vertidas por competidores y clientes en audiencia testimonial. No obstante, el nivel de concentración en los mercados corporativos aumentaba significativamente, provocando que el nuevo grupo adquiriera un tamaño muy superior al del resto de los competidores lo que, sumado a la gestión de la principal red postal nacional, les otorgaba importantes ventajas competitivas, al facilitar el posicionamiento e instalación a nivel nacional de la marca y brindándoles especial acceso a los procedimientos de licitación y concurso públicos y privados.

Por otra parte, la complementariedad entre los diferentes servicios postales demandados por las empresas clientes, sumada al poder de mercado que adquiriría el nuevo grupo en los otros mercados postales, le otorgaría incentivos e instrumentos para incursionar en prácticas estratégicas para desplazar competidores del mercado.

En lo referente a la cuantificación de los efectos, se realizaron, a modo de ejercicio, algunas estimaciones del impacto sobre los consumidores en los mercados con mayores barreras a la entrada, y donde la participación de ambas firmas se acercara más a la situación de monopolio. Estas estimaciones mostraron potenciales perjuicios para los consumidores (por pérdida de excedente del consumidor) que oscilaban entre los 18 y los 55 millones de pesos por año, dependiendo del supuesto valor que tomara la elasticidad de la demanda. El monto se hallaba conformado tanto por el aumento del gasto en el que incurrirían los consumidores que permanecieran en el mercado como por la pérdida de bienestar ocasionada por la expulsión de parte de la demanda como resultado de un eventual aumento de precios.⁷

Por otra parte, la Comisión también tuvo en cuenta que la evolución histórica del sector postal en Argentina había configurado una estructura de mercado conformada por tres redes nacionales que actualmente prestan servicios al público resultando un grado de desarrollo de la competencia mucho más avanzado que en el resto del mundo. Lo anterior se describió como un “capital en términos de competencia”; requirió de un lapso prolongado de tiempo para ser alcanzado por lo que la Comisión entendió que la operación notificada hubiera implicado una dilapidación de ese “capital en términos de competencia” que incluía las redes de OCA y CASA, ambos competidores importantes de escala nacional.

⁷ Nótese que los únicos precios que el concesionario del Correo Oficial tiene fijados por la autoridad regulatoria son el precio de la carta simple de hasta 20 gramos, del telegrama nacional de hasta 20 palabras y de los giros monetarios de hasta \$1000.

Con relación a las ganancias de eficiencia que la operación pudiera haber generado y que podrían haber jugado como un elemento a favor de su autorización, la Comisión señaló que habiendo requerido en dos oportunidades a las partes su específica identificación y cuantificación, obtuvo respuestas altamente imprecisas, por lo que no resultó posible profundizar esta línea de investigación.

Finalmente corresponde destacar que la investigación llevada a cabo por la Comisión, tanto en lo que se refiere a la definición de los mercados relevantes como a la evaluación del impacto de la operación sobre la competencia y el interés económico general, incluyó los siguientes componentes: i) análisis de las características de la actividad postal directamente relacionadas con la competencia: “industria de red” y “diferenciación de productos”, ii) evaluación de la evolución histórica del sector en Argentina y de la competencia entre los oferentes, iii) identificación de distintas clases de usuarios y modalidades de contratación de los servicios: demanda pública y demanda corporativa iii) análisis de las alternativas de sustitución desde la demanda para cada grupo de consumidores – incluyendo el grado de sustitución atribuible a las telecomunicaciones – y de las alternativas de sustitución desde la oferta por parte de competidores actuales y potenciales, iv) estimación de los índices de concentración de los mercados relevantes y de las variaciones atribuibles a la operación, v) identificación y análisis de los competidores (Andreani, Seprit y operadores menores formales e informales) y de la dinámica competitiva en cada uno de esos mercados para evaluar la fortaleza de los competidores, vi) existencia de barreras a la entrada en los mercados relevantes que debiliten los mecanismos disciplinadores de la competencia potencial: red nacional de puntos de imposición y entrega, know how y desarrollo y posicionamiento de marca, entre otros y, vii) estimación del incremento del gasto de los consumidores ante un escenario en el cual las firmas reestructuraran las tarifas llevándolas al precio vigente más alto (entre \$18 y \$55 millones por año).

N° de Carpeta: 249

N° y fecha de dictamen: 247 del 06/04/2001

Empresas involucradas: LIBERTY MEDIA CORPORATION, UNITEDGLOBALCOM INC. , MGM NETWORK LATIN AMERICA LLC, PRAMER SCA. , CABLEVISION S.A., TELEFONICA S.A., TELEFONICA DE ARGENTINA S.A., INTERNATIONAL EQUITY INVESTMENTS INC. y CEI CITICORP HOLDINGS S.A.

Mercado: Mercado nacional de televisión por cable.

Resultado: Aprobada con compromisos.

Considerando la cantidad de operaciones de concentración notificadas durante el año 2000, el sector de telecomunicaciones fue uno de los más dinámicos. Dentro de este segmento, las operaciones relacionadas con el mercado de TV por cable fueron de las más numerosas. En este marco se notificó ante la CNDC, y se aprobó en abril de 2001, una operación con efectos en uno de los mayores operadores de TV por cable del país, Cablevisión S.A.

La Carpeta N° 249, caratulada “LIBERTY MEDIA CORPORATION, UNITEDGLOBALCOM INC. , MGM NETWORK LATIN AMERICA LLC, PRAMER SCA. Y CABLEVISION S.A. S/ NOTIFICACION ART.8° LEY N° 25.156” fue el resultado final de una primera operación donde se notificara ante esta CNDC un cambio sobre la estructura de control de Cablevisión S.A, caratulada “TELEFONICA S.A., TELEFONICA DE ARGENTINA S.A., INTERNATIONAL EQUITY INVESTMENTS INC., CEI CITICORP HOLDINGS S.A. Y CABLEVISION S.A. S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY N° 25.156” (Carpeta N° 115).

Ninguna de las dos operaciones anteriores implicaron cambios en la participación de mercado de Cablevisión. La primera se refería al retiro de uno de los socios de Cablevisión S.A., Telefónica Internacional S.A., quedando como accionistas por partes iguales el grupo Hicks, Tate Muse & Furst Inc. (HTFM) por un lado y Liberty Media International Inc. por el otro. Con la operación de concentración N° 249, el 50% de las acciones de Cablevisión S.A. que estaban en manos de Liberty Media International Inc. pasaron a manos de Unitedglobalcom, Inc. como parte de los activos que mediante esta última operación, Liberty Media International Inc. le transfiriera a Unitedglobalcom Inc. De este modo, las participaciones societarias finales sobre Cablevisión se distribuyeron por partes iguales entre el grupo Hicks y Liberty/UnitedGlobalcom. Ambos grupos contaban además con activos en el mercado de comercialización y distribución de señales televisivas pagas. El grupo Hicks asimismo, controlaba la empresa Teledigital Cable S.A, un operador de TV por cable con aproximadamente el 5% de participación de mercado. La participación conjunta de Teledigital S.A. y Cablevisión S.A. en el mercado nacional de televisión por cable ascendía al 34,3%.

Si bien las modificaciones en la estructura de control de Cablevisión S.A. no produjeron alteraciones en la participación de mercado de esta empresa, sí podría haber aumentado los incentivos para una posible acción coordinada por parte de sus accionistas en el mercado de provisión de señales televisivas pagas a efectos de excluir a competidores o de ofrecer sus señales en términos discriminatorios.

En efecto, el grupo Hicks controlaba a la señal deportiva PSN y era accionista de la empresa Imagen Satelital S.A., proveedora de más de 15 señales televisivas. Por otra parte, el grupo Liberty/UnitedGlobalcom controlaba la empresa Pramer S.A., proveedora de más de 20 señales televisivas, y era accionista de Fox Sports y de las señales MGM y Casaclub TV. Además, los grupos Hicks y Liberty/UnitedGlobalcom eran accionistas de la empresa Torneos y Competencias S.A., comercializadora de las señales deportivas TyC Sport y TyC Max, principales señales deportivas en términos de audiencia.

A efectos de resguardar el proceso competitivo de posibles prácticas que pudieran perjudicar a la competencia, el grupo Liberty asumió ante la CNDC el compromiso de ejercer su derecho de venta de su participación en el joint venture que mantenía con The News Corporation Inc. sobre la señal Fox Sports, y el compromiso de no comercializar en forma conjunta con el grupo

Hicks todas aquellas señales televisivas pagas en las que participaran directa o indirectamente, mientras no cambiaran sustancialmente las actuales condiciones de mercado o bien las presentes participaciones accionarias.

N° de Carpeta: 222

N° y fecha de dictamen: 217 del 23/02/2001

Empresas involucradas: PHILLIP MORRIS COMPANIES INC. y NABISCO HOLDINGS CORP.

Mercado Relevante: Mercado nacional de golosinas bañadas en chocolate.

Resultado: Aprobada.

La operación fue llevada a cabo en el extranjero y consistía en la toma de control mediante la adquisición del paquete accionario de la firma NABISCO HOLDINGS CORP. por parte de PHILLIP MORRIS COMPANIES INC. La operación daba lugar a la existencia de relaciones de naturaleza horizontal entre KRAFT SUCHARD, controlada de PHILLIP MORRIS COMPANIES INC., y TERRABUSI, controlada de NABISCO HOLDINGS CORP., en el mercado de golosinas bañadas en chocolate.

Se consideró como mercado relevante del producto a las golosinas bañadas en chocolate (excluidas aquellas que no se encontraban cubiertas con chocolate, como ser tabletas sólidas de chocolate, caramelos, bombón helado, garrapiñadas, alfajores, obleas y galletitas rellenas sin cobertura de chocolate) y se analizó el impacto de la operación en cada uno de los segmentos en los que se verificaban relaciones horizontales (alfajores, obleas y galletitas y otros bañados). En cuanto a la extensión geográfica del mercado, el análisis consideró a todo el mercado nacional, por cuanto tanto la empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. como ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. comercializaban sus productos en todo el territorio de la República Argentina.

En los segmentos de los alfajores y otros bañados en chocolate la concentración resultante no fue significativa, mientras que en el segmento de obleas y galletitas bañadas en chocolate se observó un alto nivel de concentración. En este último segmento, no se producía una modificación sustancial en las condiciones de competencia como consecuencia de la operación debido a que esta situación ya se manifestaba con anterioridad a la misma. Asimismo, al considerar el universo de las golosinas bañadas en chocolate también pudo concluirse que la concentración resultante de la operación notificada no era significativa, dado que la participación conjunta resultó inferior al 20%. A su vez, se determinó la existencia de un alto grado de sustitución por el lado de la oferta, ya que tanto los insumos utilizados como los procesos productivos aplicados para producir alfajores bañados en chocolate, obleas bañadas en chocolate y otros bañados en chocolate eran similares a los empleados para la producción de otras golosinas.

Esta Comisión concluyó que la empresa PHILLIP MORRIS COMPANIES INC., no podría ejercer poder de mercado debido a que existían varias marcas reconocidas en los distintos segmentos que componían el universo de las

golosinas bañadas en chocolate a las que no les resultaría costoso reposicionarse para captar una parte significativa de la demanda de los productos de la precitada empresa. Asimismo, dada la posibilidad de sustitución efectiva por el lado de la demanda, la alta sustituibilidad existente por el lado de la oferta entre los distintos segmentos que componían el universo de las golosinas bañadas en chocolate y, que a partir de la operación notificada no se produciría un aumento significativo en la concentración en el mercado de golosinas bañadas en chocolate, esta CNDC aconsejó al Secretario autorizar la operación de concentración analizada, de acuerdo a lo previsto en el art. 13°, inc. a), de la Ley N° 25.156.

N° de Carpeta: 213

N° y fecha de dictamen: 225 del 07/03/01.

Empresas involucradas: MAERSK ARGENTINA HOLDINGS, TERMINAL 4 S.A. y TERMINAL EMCYM S.A.

Mercados Relevantes: 1) Servicios portuarios a la carga en contenedores en el hinterland del puerto de Buenos Aires; 2) servicios de transporte marítimo internacional desde/hacia el Puerto de Buenos Aires.

Resultado: Aprobada.

La operación de concentración económica notificada consistió en la toma de control de las empresas TERMINAL 4 S.A. y TERMINAL EMCYM S.A. por parte de MAERSK ARGENTINA HOLDINGS S.A. (grupo A. P. MØLLER). Los efectos en Argentina de la operación resultaban de la relación vertical entre Maersk-Sealand y South América Trucking S.A., empresas del grupo A. P. MØLLER, y las empresas adquiridas TERMINAL 4 S.A. y TERMINAL EMCYM S.A.

Esta operación resultó en una integración de tipo vertical, ya que el grupo comprador de estas dos terminales de Puerto Nuevo de Buenos Aires era propietario tanto de la compañía naviera internacional Maersk-Sealand como de la empresa de transporte terrestre South América Trucking S.A. Por lo tanto, para analizar los posibles efectos sobre la competencia de esta operación se estudió la estructura del mercado de cada una de las actividades involucradas: servicios portuarios, transporte marítimo y transporte terrestre.

Respecto a los servicios portuarios se definió como mercado relevante del producto de los servicios portuarios a la carga en contenedores, debido a que las instalaciones de una terminal portuaria están relacionadas con el tipo de carga que atiende y no es fácil su conversión para atender otras cargas (bultos, granel sólido y granel líquido). Como mercado geográfico se consideró el área de influencia (hinterland) del Puerto Nuevo de Buenos Aires. Para el cálculo de las participaciones de mercado se plantearon diferentes escenarios, sin embargo la participación de las terminales involucradas resultó poco significativa en todos ellos. Por lo tanto, se consideró que al existir una oferta alternativa de servicios portuarios para el resto de las compañías navieras, si el grupo A. P. MØLLER decidiera dedicar TERMINAL 4 S.A. y TERMINAL EMCYM S.A. para uso exclusivo por parte de Maersk-Sealand, el resto de las compañías navieras podría utilizar las terminales que competían con las compradas, por lo que no se esperaban modificaciones sustanciales en las condiciones de competencia

imperantes en el mercado de transporte marítimo internacional de contenedores.

En cuanto a los servicios de transporte marítimo, se observó que cada tipo de carga se transporta por diferentes clases de buques, por lo que se establecieron diferentes mercados para cada una de ellas. La naviera Maersk-Sealand ofrecía el servicio de transporte marítimo internacional de contenedores en varias rutas desde y hacia Buenos Aires, sin embargo, su participación resultó poco significativa en todos los casos. De esta forma, la CNDC concluyó que el grupo A. P. MØLLER, al adquirir dos terminales portuarias no perjudicaría al resto de las terminales del mercado relevante ya que estas últimas tendrían la posibilidad de ofrecer sus servicios al resto de las compañías navieras.

Por último, por la existencia de una oferta atomizada y bajas barreras a la entrada en el servicio de transporte terrestre, no se despertaron preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en esta actividad.

Es importante destacar que a pesar de que a partir de la operación dos de las cinco terminales del mercado relevante quedarían integradas con compañías navieras, se consideró que las condiciones de acceso abierto debían ser garantizadas por la autoridad reguladora, ya que las mismas están implicadas a partir del carácter de “uso público” asignado a las terminales de Puerto Nuevo en su Pliego de Concesión y definido en la Ley de Puertos (Ley N° 24.093).

Por todo lo anterior, la CNDC aconsejó al Secretario autorizar la operación de acuerdo a lo previsto por el art. 13°, inc. a), de la Ley N° 25.156.

N° de Carpeta: 67

N° y fecha de dictamen: 59 del 18/05/2001

Empresas involucradas: BESTFOOD y ARISCO PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A.

Mercados Relevantes: Mercado nacional de aceite de oliva y mercado nacional de ketchup.

Resultado: Aprobada.

La operación consistió en la toma de control por parte de la firma estadounidense Bestfood de la empresa brasileña Arisco Productos Alimenticios S.A. Sus efectos en la Argentina se debieron al control que estas empresas mantenían sobre Refinerías de Maíz S.A.C.I.F. y Arisco Argentina S.A.

Refinerías y Arisco mantenían una relación del tipo horizontal en la elaboración de aceite de oliva y ketchup, los cuales se analizaron como mercados relevantes separadamente.

En el mercado nacional de aceite de oliva, Refinerías comercializaba sus productos bajo la marca Mazola, mientras que Arisco lo hacía con las marcas Copisi y Arisco.

En cuanto a la producción de aceite de oliva, las empresas más importantes durante 1999 fueron Molinos del Río de la Plata, Arisco y Refinerías. En forma conjunta éstas dos últimas alcanzaban el 35,4% de la producción total de aceite de oliva.

Respecto de las ventas al mercado doméstico, los primeros tres lugares correspondían a estas mismas tres empresas, alcanzando Refinerías y Arisco una participación conjunta del 20% de lo comercializado en el mercado doméstico. De esta manera, el grupo Bestfood se convertiría, a través de esta operación, en el principal productor de aceite de oliva y en el segundo competidor en relación a la comercialización en el mercado doméstico.

Analizando el impacto del comercio exterior sobre este mercado, se observó que la existencia de un arancel compensatorio para las importaciones provenientes de la Unión Europea (aplicado para compensar el subsidio que los productores europeos reciben en la producción de aceite de oliva) no revestía entidad suficiente como para significar una barrera a la entrada de productos provenientes del exterior y un aumento significativo de los precios domésticos. En cuanto a las exportaciones locales, la mayor parte tenía como destino países del Mercosur, principalmente Brasil. Analizada la situación en el mercado brasileño, se observó que el mismo continuaría representando un importante destino para las exportaciones argentinas dado su potencial de desarrollo, constituyéndose como una oportunidad de inserción para la producción local.

Por último, al nivel local no existían barreras que limitaran el acceso de un posible nuevo competidor, dada la posibilidad de tercerizar la producción de aceitunas, principal insumo en la producción de aceite de oliva. Al mismo tiempo, habiéndose estudiado la inversión requerida para la instalación de una planta productora se llegó a la conclusión de que la misma no representaba un obstáculo significativo en relación al valor del producto considerado.

En el mercado nacional de ketchup, Refinerías comercializaba las marcas Hellman's, Wilde, Fanacoa, Supra y Ri-K. Por su parte, Arisco importaba sus productos desde Brasil. Refinerías se constituía como el principal productor, elaborando por cuenta propia las marca Hellman's y tercerizando la producción de las restantes.

El mercado nacional de ketchup presentaba un significativo grado de concentración económica, con un valor del índice Herfindahl-Hirschmann (HHI) cercano a los 5.230 puntos. No obstante, como consecuencia de la escasa participación de Arisco en el mercado, la operación no tenía impacto significativo sobre el nivel de concentración preexistente en él. Adicionalmente, se destacó que no existían barreras arancelarias o no arancelarias que limitaran las importaciones de ketchup al país.

De acuerdo a lo expuesto, la CNDC concluyó que la operación no infringía en forma alguna el art. 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar en perjuicio del interés económico general. Por ello, se aconsejó al Secretario autorizar la presente operación.

N° de Carpeta: 62

N° y fecha de dictamen: 65 del 07/06/2001

Empresas involucradas: FRESENIUS MEDICAL CARE AG y RTC HOLDINGS INTERNATIONAL INC.

Mercados Relevantes: Servicio de hemodiálisis en las zonas de Capital Federal y Gran Buenos Aires, Bahía Blanca, Paraná, Nogoyá, ciudad de Neuquén, Cipolletti, ciudad de Córdoba y San Miguel de Tucumán.

Resultado: Condicionada.

La operación consistió en la adquisición por parte de Fresenius Medical Care AG (Fresenius) del 100% de las acciones de RTC Holdings International Inc. (RTC).⁸

Dado que tanto Fresenius como RTC eran prestadoras de servicios de diálisis en el país, surgía entre las partes una relación de naturaleza horizontal. Fresenius controlaba 47 centros de diálisis, sumando un total de 556 puestos, lo que significaba una capacidad instalada para la atención de 3.336 pacientes. Por su parte, RTC poseía 48 centros, que sumaban 594 puestos, lo cual implicaba una capacidad instalada de 3.564 pacientes.

Asimismo, dado que Fresenius producía y comercializaba insumos (máquinas dializadoras, filtros, material descartable, etc.) para diálisis, a través de la operación se estableció también una relación de tipo vertical.

En cuanto a la definición del mercado relevante del producto, se concluyó que ni la diálisis peritoneal ni el trasplante renal eran buenos sustitutos de la hemodiálisis, y en consecuencia, se consideró al servicio de hemodiálisis como el mercado del producto relevante para el análisis de la operación.

Para la definición del mercado geográfico se consideró, desde el punto de vista de la demanda, el área dentro de la cual el paciente estaba dispuesto a desplazarse para sustituir un centro de diálisis por otro en caso de variaciones en la calidad del servicio. Desde el lado de la oferta, se consideró la existencia de incentivos para que los traslados no sean demasiado largos debido a que muchos convenios entre las obras sociales y las empresas prestadoras del servicio involucrado incluían el costo del mismo dentro del módulo contratado. Por lo tanto, el mercado geográfico fue definido como local.

⁸ Fresenius controla en Argentina a Fresenius Medical Care Argentina S.A., Centro de Diálisis Bruzaco S.R.L. y Dialinoa S.A. Entre las firmas argentinas controladas por RTC se encuentran: Instituto Privado de Nefrología S.A., Centro de Diálisis S.A., Unidad Nefrológica Bustamante S.A., Nefrología Escobar S.A., Imera S.A., Centro de Tratamiento Médico Renal S.A., Instituto Renal Tucumán S.A.

El análisis se focalizó en aquellas zonas en las cuales existía superposición geográfica de los centros de las empresas involucradas, es decir en Capital Federal y Gran Buenos Aires, Bahía Blanca, Paraná, Nogoyá, ciudad de Neuquén, Cipolletti, ciudad de Córdoba y San Miguel de Tucumán.

La oferta de servicios de diálisis en Argentina estaba conformada por cuatro firmas de presencia internacional que controlaban gran parte de los centros nefrológicos y atendían al 70% de los pacientes.

La demanda a nivel nacional estaba compuesta por aproximadamente 12.000 enfermos renales. La tasa de incidencia de las enfermedades renales en el país era aproximadamente de 300 enfermos por cada millón de habitantes, con excepción de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires donde la tasa se acercaba a los 500 por millón.

Los pacientes no eran quienes abonaban estos servicios, sino que las obras sociales o los organismos de carácter público establecían un valor de reembolso por la prestación de los mismos. En consecuencia, la fijación de los precios y condiciones de las prestaciones resultaban de un proceso de negociación que llevaban a cabo las obras sociales u organismos gubernamentales (PAMI, Ministerios de Salud provinciales, IOMA, etc.) por un lado, y los prestadores de los servicios de hemodiálisis, ya sea individualmente o agrupados en la Confederación de Asociaciones de Centros de Diálisis de la República Argentina o en la Cámara Argentina de Servicios y Productos de Terapia Renal, por el otro.

Dada la forma en que se determinaban los precios, estos no constituían una variable a través de la cual compitieran las empresas del sector, y por ende, la operación no tenía la potencialidad de afectar esta variable de forma tal que pudiera generar preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Sin embargo, la CNDC entendió que la calidad de la prestación sí podía verse afectadas en aquellas zonas donde existía una alta concentración.

A partir de la investigación realizada, la CNDC concluyó que la presente operación de concentración económica, con incidencia en el mercado de prestación de servicios de hemodiálisis, en los términos en que estaba proyectada por las partes notificantes infringía el art. 7º de la Ley N° 25.156 en alguno de los mercados, por lo cual su autorización debía quedar subordinada al cumplimiento de las siguientes condiciones:

- 1) Que la adquirente, dentro del plazo de seis meses computados a partir de la fecha del dictado de la resolución correspondiente, procediera a la venta a terceros, no controlados ni vinculados a ésta, de los centros de diálisis objeto de la operación notificada, ubicados en las ciudades de Bahía Blanca, (Pcia. de Buenos Aires), Nogoyá, (pcia. de Entre Ríos), Neuquén (pcia. de Neuquén), Cipolletti (pcia. de Río Negro) y dos de los tres existentes en la ciudad de Paraná (pcia. de Entre Ríos), en funcionamiento, bajo la modalidad comúnmente denominada “empresa en marcha”, preservando la

integridad del fondo de comercio respectivo como tal, incluyendo los activos y contratos existentes para cada uno de éstos.

- 2) Que las partes redujeran de siete (7) a cinco (5) años el plazo de no-competencia previsto en la cláusula sexta, inciso d) del Contrato de Compra - Venta de Acciones.

N° de Carpeta: 79

N° y fecha de dictamen: 202 del 22/01/2001

Empresas involucradas: JUAN MINETTI S.A. y HORMIX S.A.

Mercado Relevante: Mercado de hormigón elaborado de la ciudad de Córdoba.

Resultado: Condicionada.

La operación consistió en la adquisición por parte de JUAN MINETTI S.A. del 58% del paquete accionario de HORMIX S.A. De esta forma, JUAN MINETTI S.A. se constituyó en la propietaria de la totalidad del capital de HORMIX S.A. La operación configuró una toma de control en los términos del art. 6º, inc. c), de la Ley N° 25.156.

La empresa JUAN MINETTI S.A. se dedicaba a la elaboración de cemento (a través de plantas localizadas en las provincias de Córdoba, Mendoza y Jujuy), a la producción de hormigón elaborado (a través de plantas ubicadas en las provincias de Córdoba, Chaco, Entre Ríos, Santa Fe y Buenos Aires), y a la producción de agregados pétreos (a través de una planta en Córdoba, Malagueño). Por su parte, HORMIX S.A. tenía como actividad la producción de hormigón elaborado a través de 9 plantas distribuidas en las provincias de Córdoba, Santiago del Estero y Corrientes.

A través de la operación de concentración, se establecían tanto relaciones horizontales como verticales entre las partes. En el primer caso, debido a que tanto HORMIX S.A. como JUAN MINETTI S.A.- esta última a través de su empresa controlada HORMIGONERA CENTRAL S.A.- comercializaban hormigón en la provincia de Córdoba. Por su parte, las relaciones verticales tenían lugar como consecuencia de que la firma adquirente, JUAN MINETTI S.A., producía cemento y agregados gruesos en la provincia de Córdoba, los cuales constituían insumos necesarios para la producción de hormigón elaborado.

Para definir al hormigón elaborado como el producto relevante, la CNDC analizó sus posibilidades de sustitución por el lado de la demanda respecto a los siguientes productos: concreto asfáltico, acero estructural, madera, elementos premoldeados de hormigón y hormigón preparado in situ. El análisis consideró: tipo de obra, costos de obra con utilización de distintos materiales alternativos, tamaño de obra, disponibilidad de espacio para almacenamiento de materiales, localización de proveedores de materiales, disponibilidad de personal entrenado para la utilización y preparación del material y control de la calidad del producto.

El mercado geográfico relevante se definió como ciudad de Córdoba (considerando una extensión de un radio de 50 kilómetros), habida cuenta de las limitaciones que existían para el transporte del hormigón para evitar su fraguado y los elevados costos de transporte.

Previo a la operación, la estructura del mercado cordobés del hormigón elaborado era la siguiente: HORMIGONERA CENTRAL 31,90%, HORMIX 37,10%, HORMIBLOCK 17,20%, INCOSER 8,60% y CONSTRUMIX 5,20%. De producirse la concentración, la participación del grupo MINETTI en el mercado cordobés de hormigón elaborado ascendía a 69%, lo que significaba un incremento del índice HHI del 84%, pasando de 2.791 puntos a 5.158 puntos.

Varios fueron los factores de preocupación identificados como consecuencia de la operación. En primer lugar, la facilidad para la interacción coordinada entre oferentes o el ejercicio de acciones unilaterales por parte de la nueva empresa fusionada, con potencialidad para limitar o distorsionar la competencia. En segundo lugar, la probabilidad de coordinación de conductas a través de precios superiores a los de competencia u otros factores que pudiesen afectar a los consumidores (plazos de pago, calidad del servicio). Por último, la desafiabilidad del mercado parecía insuficiente como para disciplinar una posible conducta anticompetitiva por parte de las empresas fusionadas.

La relación vertical entre las partes llevó a analizar también el mercado cordobés del cemento. En dicho mercado, la empresa JUAN MINETTI mostraba una participación del 76,78%, LOMA NEGRA 13,76%, CEMENTO AVELLANEDA 8,82% y CEMENTO SAN MARTÍN 0,64%.

El mercado del cemento surgía como poco desafiable, al tiempo que existía capacidad instalada excedente (MINETTI producía anualmente el cemento equivalente a tres años de consumo). Por otra parte, MINETTI poseía y controlaba la planta CANTERAS MALAGUEÑO S.A. en Córdoba, la cual producía agregados gruesos, cuya participación en el costo variable del hormigón elaborado se encontraba entre el 20 y 25%. También se presentaban costos de transporte elevados tanto en el caso del cemento como de los agregados gruesos.

De lo anterior surgían preocupaciones desde el punto de vista de la competencia. Por un lado, a raíz del poder de mercado obtenido por el grupo adquirente, dado por la participación elevada en la comercialización de hormigón elaborado, a la que debía adicionarse la elevada participación en la producción de los insumos principales: cemento y agregados gruesos. Por otro lado, por la existencia de barreras a la entrada como consecuencia de la elevada inversión inicial por parte de cualquier nuevo competidor (aproximadamente \$ 537.000 para una planta de producción, silos, predio, vásula, pala cargadora, 4 camiones motohormigoneros) y un plazo mínimo para recupero de la inversión de 4 años. Por último, preocupaba tanto la posibilidad de potenciales comportamientos estratégicos de las firmas a partir

de nuevas relaciones estructurales (de tipo horizontal o vertical) como la capacidad instalada ociosa observada.

Como conclusión del análisis anterior, la CNDC consideró que la presente operación de concentración podía tener efectos sobre la competencia que podían resultar en un perjuicio al interés económico general.

De esto modo se subordinó la operación, de acuerdo al art. 13°, inc. b), de la Ley N° 25.156, a la venta de alguna de las plantas que poseía HORMIX S.A. y/o HORMIGONERA CENTRAL S.A. en la ciudad de Córdoba (y/o de la cantidad correspondiente de camiones motohormigoneros) para reducir la capacidad instalada de ambas firmas en un 30%. Asimismo, se ordenó a JUAN MINETTI S.A. la presentación de un compromiso que garantizase la libre disponibilidad de cemento en condiciones comerciales equitativas para los oferentes actuales o potenciales de hormigón elaborado, estén éstos vinculados o no a dicha empresa.

N° de Carpeta: 7-17

N° y fecha de dictamen: 49 del 28/04/2000

Empresas involucradas: CARREFOUR, Grupo PROMODES y SUPERMERCADOS NORTE S.A.

Mercado Relevante: Abastecimiento y distribución minorista a través de supermercados e hipermercados.

Resultado: Condicionada.

En el presente expediente se encontraban involucradas dos operaciones diferentes. Por la primera el GRUPO PROMODES adquiría SUPERMERCADOS NORTE S.A. La segunda operación consistía en la toma de control del GRUPO PROMODES por parte de CARREFOUR, mediante una oferta pública de cambio de acciones. La operación implicaba relaciones de naturaleza horizontal entre CARREFOUR y SUPERMERCADOS NORTE S.A. La Comisión consideró conveniente por tanto analizar los efectos de la misma separando el mercado de ventas minoristas y el mercado del abastecimiento. Del estudio de los mercados surgió que la operación generaba en las zonas de Rosario y Gran Rosario un incremento significativo de la concentración económica.

Se analizaron las implicancias de la operación de concentración sobre dos etapas diferentes de la comercialización minorista, dentro de cada una de las cuales quedó definido un mercado relevante. La primera de las mencionadas etapas es la distribución minorista, en la cual los demandantes son los consumidores finales y los oferentes son los distintos formatos en que dicha actividad se desarrolla (hipermercados, supermercados, comercios tradicionales, autoservicios, tiendas de descuento, kioscos, perfumerías). La otra etapa es la del abastecimiento mayorista, en la cual los demandantes son los diversos formatos en que se presenta el comercio minorista y los oferentes son las empresas proveedoras o productoras de los bienes que venden aquellos. En resumen, se analizaron por separado los efectos de la operación de concentración sobre el mercado de ventas minoristas y sobre el mercado de abastecimiento.

En la etapa de comercialización minorista, para definir el mercado del producto, se consideró que dentro del universo de la comercialización minorista los supermercados e hipermercados constituyen un mercado diferenciado del resto de los comercios (almacenes, maxikioskos, autoservicios, perfumerías, etc.). El criterio de distinción utilizado consistió en que sólo los supermercados e hipermercados ofrecen una canasta básica de productos que el consumidor demanda periódicamente a los efectos de abastecer su hogar. Por su parte, se determinó que el mercado geográfico era local, atento a que para el consumidor las opciones efectivas de compra se circunscriben a la localidad donde reside. En ese sentido se efectuó el análisis a nivel regional para ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires, dos localidades dentro de la provincia de Buenos Aires (La Plata y Mar del Plata), la ciudad de Córdoba, la ciudad de Mendoza y la ciudad de Rosario, pues en todas ellas existía superposición de las cadenas involucradas. Asimismo se realizó un análisis a nivel nacional del impacto de la operación ya que la competencia entre las grandes cadenas reviste en muchos aspectos características de alcance nacional (publicidad, planes de expansión, etc.).

Respecto a la etapa de abastecimiento, para la definición del mercado del producto la distinción clave se da entre las cadenas de comercios y aquellos que operan en forma independiente. La Comisión llegó a la conclusión de que los proveedores no perciben a los negocios independientes como sustitutos de las cadenas de comercios, principalmente por el volumen de sus compras. Esta diferenciación entre comercios independientes y cadenas quedaba demostrada por las disímiles condiciones pactadas en cuanto a bonificaciones, descuentos, publicidad, apertura de nuevos locales, etc. En consecuencia el mercado del producto quedó circunscripto a las compras realizadas por las cadenas de comercios minoristas. Asimismo se consideró apropiado delimitar el mercado por familias o rubros de productos, a saber: productos alimenticios perecederos; productos alimenticios no perecederos; productos de limpieza y productos de tocador y perfumería. Respecto al mercado geográfico se llegó a la conclusión de que el mismo era de carácter nacional, puesto que, salvo el caso de determinados productos que se adquieren a nivel regional, las cadenas generalmente llevan a cabo las negociaciones con sus proveedores y sus adquisiciones de manera centralizada para luego abastecer la totalidad de sus bocas de expendio.

Para el análisis del impacto de las operaciones bajo estudio sobre la competencia en el mercado de ventas minoristas, el elemento a evaluar fue si la operación notificada le confiere a las empresas involucradas – ya sea en forma unilateral o en forma coordinada con el resto de sus competidores – un poder de mercado que implique una influencia significativa sobre cualquier variable, cuantitativa o cualitativa, que sea representativa del grado de competencia existente en el mercado, implicando así un perjuicio potencial para los consumidores y para el interés económico general. Si, por ejemplo, consideramos la variable precios, lo relevante es evaluar si las empresas involucradas adquieren la posibilidad de aumentar los precios de mercado como consecuencia de la operación. Por su parte, el análisis del impacto de la operación sobre el mercado de abastecimiento (que para el caso es un mercado de insumos) estuvo destinado a evaluar si las operaciones notificadas le

conferían a las empresas involucradas la capacidad de actuar en forma monopsónica u oligopsónica, ejerciendo un poder de mercado que les permita influir sobre el funcionamiento del mercado de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general. En un mercado caracterizado por comportamientos monopsónicos u oligopsónicos los demandantes utilizan su poder de mercado para reducir los precios que pagan a sus proveedores u oferentes, lo cual reduce la cantidad transada del producto correspondiente.

En cuanto a la comercialización minorista, si bien el grado de concentración económica existente en el mercado nacional de supermercados e hipermercados registraba un incremento significativo como consecuencia de la operación notificada, se consideró que existían elementos que permitían afirmar que su impacto a nivel nacional no despertaba preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia. Efectivamente, a pesar de que el grupo de empresas involucradas en la operación alcanzaban una participación aproximada del 31%⁹, tanto la presencia de fuertes competidores a nivel nacional (Wal-Mart, Disco, Coto, Jumbo, Libertad, Auchan, etc.) como las posibilidades de crecimiento del mercado, disiparon preocupaciones respecto del mercado nacional de supermercados e hipermercados.

Con respecto a la comercialización minorista a nivel regional, los mercados analizados fueron los de Capital y Gran Buenos Aires, Mar del Plata, La Plata, ciudad de Córdoba y Gran Córdoba, ciudad de Mendoza y Gran Mendoza, y ciudad de Rosario y Gran Rosario. Se llegó a la conclusión de que a pesar de producirse un nivel de concentración bastante alto en algunas de estas regiones, por diversas consideraciones –como por ejemplo la presencia de fuertes competidores, la expectativa de crecimiento del mercado, etc.- la operación no despertaba preocupación desde el punto de vista de Defensa de la Competencia, salvo para la ciudad de Rosario y Gran Rosario. Se entendió que en esta última región una alta participación de mercado de las empresas involucradas (44,6%) junto con ciertas condiciones del mercado (el comparativamente bajo gasto promedio por hogar, un grado de saturación del sector supermercadista superior al observado en otras ciudades de tamaño comparable), tornaban preocupante los efectos de la operación. Justamente respecto de este mercado es que la resolución tomada impuso determinados condicionamientos, que más adelante se explicitan.

Por último, con relación al mercado de abastecimiento la preocupación fundamental residía en la posibilidad de que el grupo fusionado ejerciera poder de compra. No obstante ello, se distinguió entre dos aspectos diferentes de un posible ejercicio de poder de compra: el primero es el empleo o ejercicio monopsónico (o cuasi monopsónico) de dicho poder con la consiguiente afectación en forma negativa de la riqueza total de la sociedad, el otro aspecto es la posibilidad de que el ejercicio de dicho poder de compra sólo redunde en una mera transferencia de rentas entre proveedores y supermercados sin

⁹ El valor del indicador HHI se incrementaría en un 49%, pasando de 977 puntos a 1.460 puntos. Según el estándar estadounidense en la materia, se puede señalar que este incremento transformaría al mercado nacional de supermercados e hipermercados de un mercado "desconcentrado" a un mercado "moderadamente concentrado".

afectación del interés económico general. Se expresó que en este último caso existían dudas sobre la idoneidad de la legislación de la defensa de la competencia para abordar el tema. A los efectos de poder determinar el impacto de la operación, el dictamen analizó en primer término un mercado de abastecimiento único, es decir sin distinción de rubros. Dicho análisis arrojó como resultado que las cadenas de supermercados enfrentaban empresas proveedoras de envergadura, teniéndose como un dato sumamente indicativo el hecho de que el 80% de las ventas efectuadas en supermercados eran abastecidas por el 20% de las empresas proveedoras. En segundo término, en reconocimiento de que no es lo más apropiado definir un mercado de abastecimiento único se procedió a analizar el impacto de la operación sobre las compras que realizan las cadenas minoristas distinguiendo entre los siguientes rubros: productos alimenticios perecederos; productos alimenticios no perecederos; productos de limpieza y productos de tocador y perfumería. Bajo esta óptica también se arribó a igual conclusión que la obtenida cuando se analizó el mercado de abastecimiento en forma global: los distintos rubros presentaban un grado de concentración, mayor o menor, pero siempre importante, lo cual indicaba cierta capacidad por parte de los proveedores para contrarrestar el poder de compra que pudiera exhibir el grupo fusionado. Pero el argumento más contundente para descartar una preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia de los efectos de la operación sobre el mercado de abastecimiento, tanto observado en forma global como rubro por rubro, era el alto nivel de competencia entre las cadenas que se observaba en la etapa de comercialización minorista. Este alto nivel de competencia, que no se esperaba disminuyera como consecuencia de la operación, permitía pronosticar la improbabilidad de prácticas monopsónicas u oligopsónicas ya que las cadenas minoristas no tendrían incentivo o interés en reducir las cantidades compradas en el mercado de abastecimiento, puesto que ello iría en contra de sus posibilidades de incrementar sus participaciones en la venta al público. Si bien la Comisión había recogido diversas manifestaciones del sector de proveedores respecto de la imposición unilateral de condiciones de venta por parte de las cadenas, como ser descuentos por volumen, por ubicación en góndola, por apertura de nuevas sucursales y por promoción, para evaluar su verdadera naturaleza se tuvo en cuenta que: a) dichas prácticas eran llevadas a cabo no sólo por las empresas involucradas en la operación sino que eran prácticas generalizadas entre el resto de las cadenas; b) resultaba difícil determinar hasta qué punto respondían al ejercicio de un poder de compra o más bien resultaban de la existencia de economías de escala asociadas al mayor volumen de compra que tienen las grandes cadenas; y c) dado el grado de competencia existente entre las cadenas minoristas en las ventas al público -que era esperable se mantuviera también luego de la operación- no resultaba justificado considerarlas como prácticas monopsónicas u oligopsónicas sino más bien como meras transferencias de renta desde el sector proveedor hacia las grandes cadenas.

De todo el análisis anterior la Comisión concluyó que si bien se generaba un incremento en el grado de concentración de los mercados nacional y regionales de supermercados e hipermercados, la misma no significaba una disminución o restricción a la competencia capaz de producir un perjuicio al interés

económico general, salvo en la zona de Rosario y Gran Rosario donde la transacción ofrecía reparos. En ese sentido se le exigió a la cadena CARREFOUR que se abstenga de incrementar la superficie total de ventas de sus empresas controladas en la zona de Rosario y Gran Rosario, durante el plazo de un año computado a partir de la fecha de la Resolución que se expidiera sobre dicha operación.

Asimismo, en idéntico plazo, dicha cadena debería presentar un informe a la Comisión, en el que se evaluara la situación del mercado rosarino. Para el caso de que subsistieran o se deterioren las condiciones de competencia, la Autoridad de Aplicación procedería a disponer la transferencia de activos que considere necesaria para evitar posibles perjuicios al interés económico general, todo bajo apercibimiento de lo dispuesto en el art. 46°, inc. c), de la Ley N° 25.156.

N° de Carpeta: 112

N° y fecha de dictamen: 131 del 09/10/00.

Empresas involucradas: GRUPO BAPRO S.A. Y HOLBAH MERCHANT COMPANY LIMITED DE AFJP PREVINTER S.A. PREVISIÓN INTERNACIONAL, INTERNACIONAL COMPAÑÍA DE SEGUROS DE VIDA S.A. Y PREVINTER COMPAÑÍA DE SEGUROS DE RETIRO S.A.. GRUPO BAPRO S.A, ORÍGENES AFJP S.A., PROVINCIA PREVISIONAL S.A. DE SEGUROS DE VIDA Y ORÍGENES SEGUROS DE RETIRO S.A.

Mercados Relevantes: 1) Mercado nacional de AFJP; 2) mercado de seguros de vida y seguros de retiro.

Resultado: Condicionada.

La operación consistió en la toma de control por parte de las empresas del Grupo Bapro S.A. y Holbah Merchant Company Limited de AFJP Previnter S.A. Previsión Internacional, Internacional Compañía de Seguros de Vida S.A. y Previnter Compañía de Seguros de Retiro S.A. A su vez, la operación implicaba la fusión de estas tres últimas empresas con las empresas del grupo Bapro S.A: Orígenes AFJP S.A., Provincia Previsional S.A. de Seguros de Vida y Orígenes Seguros de Retiro S.A., respectivamente. Como consecuencia, las administradoras Orígenes y Previnter serían controladas por el mismo grupo económico, impactando sobre la competencia en el mercado nacional de AFJP y en los mercados de seguros de vida y seguros de retiro.

El mercado de seguros se halla regulado por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Dadas las características del marco regulatorio impuesto por dicha institución, ambos mercados relevantes se encontraban estrechamente vinculados.

En relación a los seguros de vida y como consecuencia de la operación, la aseguradora del Grupo Bapro pasaría del tercer al primer lugar del ranking de empresas aseguradoras en este rubro. Asimismo, Orígenes Seguros de Retiro S.A. y Previnter Compañía de Seguros de Retiro S.A. ocuparían en forma conjunta el primer lugar en el segmento de seguros de retiro.

En el mercado nacional de AFJP, el grupo conformado por Orígenes y Previnter sería la mayor administradora del mercado con una participación del 25% aproximadamente en términos de afiliados, aportantes y fondos de jubilaciones y pensiones. Las variables que se consideraron para la medición del grado de concentración fueron la distribución de los afiliados, de los aportantes, volumen de los fondos de jubilaciones y pensiones administrados, sucursales y promotores. En términos de índice de concentración HHI, en ninguno de los casos los valores absolutos superaron los 1.800 puntos.

A los fines de analizar los posibles efectos sobre la competencia derivados de la operación se tuvieron en cuenta las características de los restantes competidores, la importancia del competidor absorbido y el flujo de la información en el mercado relevante. Entre los restantes competidores se destacaban Consolidar, Máxima y Siembra con participaciones que rondaban los quince puntos porcentuales cada una. En quinto lugar aparecía Nación AFJP con el 13%. Por lo tanto, si bien Orígenes-Previnter pasaba a ser la primer aseguradora, existían cuatro compañías con posibilidad de presentar competencia.

El competidor absorbido ocupaba el quinto lugar del mercado (previamente a la operación), con lo cual desaparecía un elemento competitivo.

Respecto del flujo de información disponible, se observó que por ser éste un mercado regulado por la SAFJP, la información con que contaban los distintos competidores era prácticamente completa. Esto incrementaba la posibilidad de comportamiento coordinado.

Las exigencias legales para el ingreso al mercado de un nuevo competidor no eran significativas dentro del contexto, dado que de por sí se trataba de un ámbito que necesitaba ser regulado. Sin embargo, la masa crítica de afiliados que garantizaba una tasa de rentabilidad mínima había guiado un proceso de continuas fusiones y adquisiciones en los últimos años, al tiempo que había disuadido el ingreso de nuevos competidores actuando así como barrera a la entrada.

La competencia entre las AFJP se focalizaba básicamente en dos segmentos: traspasos y altas de nuevos afiliados, para lo cual el nivel de rentabilidad del fondo individual constituía el elemento clave. Sin embargo, el grado de competencia se veía disminuido en varios aspectos debido al propio marco regulatorio. Si bien el marco regulatorio poseía elementos que alentaban la competencia -como la reducción de los costos de transferencia de la información y su flujo hacia el afiliado- por otro lado contaba con elementos que contrariamente la entorpecían -como aquellos destinados a disminuir los riesgos de cartera y bajar costos operativos.

No obstante, las propias características del mercado daban lugar al surgimiento de otras restricciones a la competencia. Por un lado, en lo que respecta a los fondos de jubilaciones y pensiones, el hecho de que si alguna AFJP superaba la rentabilidad máxima, esa porción no podía ser transferida a los afiliados inmediatamente, restaba incentivos a la búsqueda de una mayor

rentabilidad del fondo, lo que a su vez se relacionaba con mayores riesgos. Por otro lado, la obligatoriedad del aporte, necesaria desde el punto de vista social, generaba en el afiliado una menor preocupación por la búsqueda de una eficiente inversión del mismo sumado a la falta de conocimiento por parte de los afiliados del funcionamiento del sistema. Ambas cuestiones generaban una baja sensibilidad precio de la demanda. Existía un problema de información imperfecta que contribuía a esta rigidez. Todo esto llevaba a que los afiliados no eligieran la aseguradora de la manera más eficiente dados sus ingresos.

La situación previa se traslucía en que la competencia entre AFJP se daba al nivel de la captación de nuevos afiliados de manera tal que no redundaba en una mejor situación para los afiliados ya existentes. Obsérvese al respecto que mientras el costo del seguro, parte importante de la Comisión cobrada por las aseguradoras, había disminuido un 50%, la comisión bruta sólo había caído un 3%. Así, la reducción en los costos no se trasladaba al afiliado bajo la forma de una menor comisión.

En virtud del art.16° de la Ley N° 25.156, la Comisión notificó a la SAFJP para que emitiera su opinión acerca de la presente operación. Del informe de la SAFJP en respuesta a tal requerimiento se desprendió que para el organismo de control no existía preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

No obstante, la CNDC consideró oportuno realizar un análisis de eficiencia económica, el cual indicó que si bien los efectos de la operación eran positivos dada la existencia de economías de escala y la reducción de costos que ésta conllevaba, existía un grupo de afiliados de Previnter que se veía perjudicado con el traspaso, fenómeno agravado por el alto grado de asimetría de información que llevaba a los afiliados a un bajo nivel de respuesta ante variaciones en los precios.

Por lo tanto, la aprobación de la operación quedó subordinada al cumplimiento de las siguientes condiciones:

- 1) Que Orígenes AFJP S.A. remitiera, por medio fehaciente, carta a cada uno de los afiliados provenientes de AFJP Previnter S.A. Previsión Internacional que percibieran remuneraciones inferiores o iguales a \$1.100 y cuya comisión neta se incrementase como resultado de la operación de concentración, informando acerca de esta última circunstancia y que conforme lo ordenara habitualmente la Superintendencia de Administradoras de Fondos de Jubilaciones y Pensiones, los mismos podían traspasarse a otra AFJP dentro del plazo de cuatro (4) meses a partir de la fecha de la fusión, aún cuando no se hubiesen verificado las condiciones establecidas en los incisos a) y b) del art. 45° de la Ley N° 24.241.
- 2) Que el tenor de las misivas relacionadas en el punto anterior se ajuste estricta y exclusivamente a lo allí dispuesto, debiendo ser cursadas dentro del plazo de 30 días. La información utilizada para los cálculos respectivos y para ser remitida a los afiliados y a esta Comisión Nacional, debía corresponder al mes de septiembre de ese mismo año.

- 3) Imponer a las partes la obligación de informar a esta Comisión Nacional la metodología empleada para identificar a los afiliados provenientes de AFJP Previnter S.A. Previsión Internacional que sufrirían aumentos en las comisiones netas, acompañando la documental respaldatoria, incluyendo la distribución de los afiliados según salario y porcentaje combinado de bonificación.

N° de Carpeta: 68

N° y fecha de dictamen: 154 del 14/11/00.

Empresas involucradas: TOTALFINAELF S.A., TRANSCANADA PIPELINES LIMITED. Y TRANSPORTADORA GAS DEL NORTE S.A. (TGN).

Mercados Relevantes: Producción de gas y transporte de gas.

Resultado: Aprobada

El aspecto principal de la operación notificada involucraba la adquisición por parte del grupo TOTALFINAELF S.A. a TRANSCANADA PIPELINES LIMITED de la participación accionaria del 27.24% que, en forma directa o indirecta, esta última tenía en TRANSPORTADORA GAS DEL NORTE S.A. (TGN).

TGN era una de las dos licenciatarias de transporte de gas natural de la Argentina resultantes del proceso de privatización de GAS DEL ESTADO S. E. Dicha empresa tenía la titularidad y operación exclusiva de los gasoductos Norte, y Centro-Oeste (conformando el sistema norte de transporte de gas); y TRANSPORTADORA DE GAS DEL SUR (TGS) tenía la titularidad y operación exclusiva del sistema sur de transporte de gas. Con la adquisición del 27.24%, la operación le otorgaba al grupo TOTALFINAELF el control conjunto de TGN, compartido con el grupo TECHINT, SOCIEDAD COMERCIAL DEL PLATA y PETRONAS ARGENTINA.

En nuestro país la actividad de producción y comercialización de gas natural en boca de pozo se encuentra desregulada, mientras que el transporte y la distribución se encuentran sujetos a regulación. El gas natural es extraído por los productores de los yacimientos que contienen dicho hidrocarburo. Una vez extraído, el gas es inyectado al sistema de transporte, el cual lleva dicho producto desde el yacimiento hasta el punto de entrega a los distribuidores. El distribuidor, a su vez, es el prestador encargado de recibir el gas del transportista y abastecer a los consumidores a través de la red de distribución, hasta el medidor de consumo.

El grupo adquirente participaba en el segmento de producción de gas natural, por lo cual la operación notificada implicaba una concentración de tipo vertical. Esta circunstancia condujo a analizar el impacto de la misma, diferenciando dos mercados relevantes diferentes: el de producción de gas y el de transporte de gas.

El primero de dichos mercados, fue definido como la producción y comercialización de gas en boca de pozo, siendo de carácter nacional el alcance geográfico del mercado. El grupo TOTALFINAELF, según datos correspondientes al año 1999, poseía una participación como operador del

16.65% en la producción, mientras que su participación en la propiedad del gas era del 5,07% y, dado que su gas de la Cuenca Austral era comercializado por YPF, su participación en la oferta del mercado era inferior al 3%.

El mercado relevante aguas abajo fue definido como el transporte de gas natural en las zonas del país cubiertas por la licencia de TGN, que incluían, en forma directa, las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca, Córdoba, San Luis, Mendoza, La Pampa, Neuquén, Santa Fe, Entre Ríos y Buenos Aires, y en forma indirecta, a través de gasoductos secundarios, las provincias de San Juan, La Rioja y Corrientes. En este mercado TGN poseía, de hecho, un monopolio, que se encontraba sujeto a regulación.

Como se indicara anteriormente, el servicio de transporte de gas natural se encontraba sujeto a regulación, la cual proporcionaba al ente regulador competente, Ente Nacional Regulador Del Gas (ENARGAS), instrumentos suficientes como para evitar la comisión de prácticas anticompetitivas, por lo cual la preocupación principal se centró en el mercado de producción y comercialización de gas en boca de pozo, fundamentalmente en la posible extensión del poder de mercado en el transporte de gas hacia aquel otro mercado.

La hipótesis que podía presentarse era aquella en la cual en el segmento desregulado (producción y comercialización de gas) la empresa verticalmente integrada comprimiera su rentabilidad cobrando a sus clientes precios bajos a fin de debilitar la posición financiera de sus competidores, desplazándolos o excluyéndolos, y posteriormente elevando los precios. Se consideró, sin embargo, que por diversas razones no resultaba probable que, como consecuencia de la operación notificada, se verificara en los hechos la hipótesis mencionada anteriormente.

En primer lugar, la participación de TOTALFINAELF en el mercado resultaba poco significativa, ya que poseía el 5,07% del gas producido y comercializaba en forma directa menos del 3%. Por otra parte, resultaba destacable, la posición de mercado de REPSOL-YPF, quien contaba con una participación de mercado notoriamente superior a la de TOTALFINAELF y a la del resto de las empresas. En consecuencia, no se presentaba una situación propicia para que tuviera visos de prosperar una eventual conducta exclusoria por parte de TOTALFINAELF.

En segundo lugar, la operación bajo análisis no le otorgaba a la adquirente un control exclusivo sobre TGN, por lo cual cualquier conducta unilateral que involucrara a dicha empresa podría frustrarse sin el acuerdo de los demás socios. El grupo TOTALFINAELF no tendría el control exclusivo de TGN. Efectivamente, su participación accionaria ascendería al 27.24%. El GRUPO TECHINT y SOCIEDAD COMERCIAL DEL PLATA (a través de CGC y TRANSCOGAS INVERSORA S.A.) poseen 27.24 % cada uno y el restante 18.28% del paquete accionario de TGN se encontraba en manos de PETRONAS ARGENTINA.

En tercer lugar, se consideraron las características propias de la producción de gas natural. Es común que la extracción de este hidrocarburo se haga en forma conjunta con la extracción de petróleo. Esta circunstancia tornaba dificultosa la factibilidad de una acción exclusoria ejecutada vía precios del gas natural, puesto que la misma debería tener suficiente entidad como para afectar no sólo el negocio de extracción de gas sino también el de petróleo.

Por todo lo anteriormente expuesto se consideró que la operación notificada no infringía el art. 7º de la Ley Nº 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Nº de Carpeta: 55 y 56

Nº y fecha de dictamen: 47 del 19/04/00

Empresas involucradas: AC INVERSORA S.A., ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. y TELEFONICA MEDIA S.A. (Conc. Nº 55 y Nº56).

Mercados Relevantes: Televisión abierta, comercialización de espacios publicitarios y producción de contenidos dirigidos a Internet.

Resultado: Condicionada.

La concentración económica consistió en la adquisición de AC INVERSORA S.A. y ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. por parte de TELEFONICA MEDIA S.A.

ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. y AC INVERSORA S.A. eran dos sociedades holding que controlaban distintas empresas dedicadas principalmente a los medios de comunicación, focalizando sus actividades en los rubros de televisión abierta, radio y editorial. Ambas sociedades tenían la misma composición accionaria.

ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. controlaba, por intermedio de distintas sociedades, distintos canales de televisión abierta: 11 de Salta, 9 de Bahía Blanca, 5 de Rosario, 8 de Córdoba, 13 de Santa Fe, 8 de Mar del Plata, 11 de la ciudad de Buenos Aires y 7 de Neuquén y a LS4 RADIO CONTINENTAL S.A.

AC INVERSORA S.A. por su parte poseía el 50% de las acciones de PRIME ARGENTINA S.A. que controlaba sociedades titulares de licencias de radiodifusión para televisión abierta: canales 10 de Mar del Plata, 9 de Resistencia, 9 de Paraná y 9 de la ciudad de Buenos Aires.

Por su parte, TELEFONICA MEDIA S.A. era una sociedad controlada por la compañía TELEFONICA S.A., una sociedad constituida en España. Esta última tenía como actividad principal la prestación de servicios de telecomunicaciones.

El ingreso de TELEFONICA MEDIA S.A. en ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. y AC INVERSORA S.A. implicaba (por control directo o indirecto) una integración horizontal entre los canales propiedad de éstas. Este efecto de integración horizontal se manifestaba también en la comercialización de espacios publicitarios y en la producción de contenidos.

Asimismo, este traspaso de acciones conducía a una integración vertical entre la producción de contenidos de ATLANTIDA COMUNICACIONES S.A. y AC INVERSORA S.A. y el portal TERRA NETWORK ARGENTINA S.A., que TELEFONICA S.A. poseía en Internet.

Debido a las múltiples actividades de las firmas involucradas, se procedió a evaluar los efectos de la concentración en los mercados donde se evidenciaban integraciones económicas, esto es: televisión abierta, comercialización de espacios publicitarios y producción de contenidos dirigidos a Internet.

Con relación a la televisión abierta, dado que el precio del servicio era nulo se estableció que la competencia se daba principalmente en la dimensión “calidad” del servicio, a través del tiempo de programación y de los contenidos emitidos.

Se observó que existía superposición de canales de TV abierta en las localidades de Buenos Aires y Mar del Plata. En la ciudad de Buenos Aires, la participación de mercado de los canales 9 y 11 era del 8,5% y del 42,2%, respectivamente, en lo que respecta a la inversión publicitaria, y del 14,7% y 38% con relación a la audiencia. Asimismo, en Mar del Plata los canales 8 y 10 eran los únicos oferentes de televisión abierta, por lo que concentraban el 100% de la audiencia y de la inversión en publicidad.

Del análisis surgió la existencia de un perjuicio potencial en la ciudad de Mar del Plata, tanto para los televidentes como para los anunciantes. Respecto a los primeros, la menor competencia en la televisión abierta se estimó que podía desembocar en una reducción de la cantidad de tiempo de programación, en una menor calidad y variedad de contenidos. Por el lado de los anunciantes, si bien se observó que podía verse incrementado el poder de mercado de los canales de televisión abierta, el ejercicio de éste se veía limitado por la existencia de otros medios publicitarios como posibles sustitutos.

Con respecto a la comercialización de espacios publicitarios y la producción de contenidos, no se observaron niveles de concentración que pudieran despertar preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Por todo lo expuesto, la CNDC aconsejó al Secretario a: autorizar la operación de concentración económica notificada; imponer la obligación a TELEFONICA MEDIA S.A. de desprenderse de uno de los canales de televisión abierta de la ciudad de Mar del Plata, indirectamente involucrados en la operación, mediante la transferencia a terceros, no controlados ni vinculados a ésta, de la totalidad de la participación accionaria en cualquiera de las sociedades licenciatarias de los mismos; como así también a fijar en 18 meses como plazo el cumplimiento para la restricción establecida en el artículo anterior.

2. CARPETAS CONCLUIDAS ENTRE ABRIL Y DICIEMBRE DE 2001

El Decreto N° 396/2001 cambió algunos de los requisitos impuestos inicialmente por la Ley 25.156 para la notificación de operaciones, marcando un punto de quiebre respecto de la situación anterior.

Con el nuevo decreto deberán ser notificadas para su examen aquellas operaciones para las cuales "...el volumen de negocios total del conjunto de empresas afectadas supere en el país la suma de doscientos millones de pesos...", eliminándose el umbral internacional de dos mil quinientos millones de pesos (\$ 2.500.000.000) como criterio de notificación.

A su vez, el art. 10, inciso e), establece que quedarán exentas de notificación aquellas operaciones en las que "...el monto de la operación y el valor de los activos situados en la República Argentina que se absorban, adquieran, transfieran o se controlen, no supere, cada uno de ellos, respectivamente, los veinte millones de pesos (\$ 20.000.000), salvo que en el plazo de doce meses anteriores se hubieran efectuado operaciones que en conjunto superen dicho importe, o el de sesenta millones de pesos (\$60.000.000) en los últimos treinta y seis meses, siempre que en ambos casos se trate del mismo mercado..."

Como consecuencia de las modificaciones mencionadas, las que se aplicaron retroactivamente a las operaciones notificadas en trámite, de las 55 operaciones que tramitaban a la fecha del citado Decreto, 41 fueron desestimadas por no cumplir con los nuevos requisitos. En virtud de los cambios en relación al cómputo de los plazos para el análisis, se hace necesario diferenciar las estadísticas entre estas carpetas y las que ingresaron con posterioridad y tramitadas según los nuevos criterios.

Desde abril a diciembre de 2001 la Comisión resolvió un total de 43 operaciones de concentración económica. Como se observa en el Cuadro N° 8, el 93% de dichas operaciones resultó aprobada, mientras el restante 7% tuvo alguna subordinación por parte de esta Comisión.

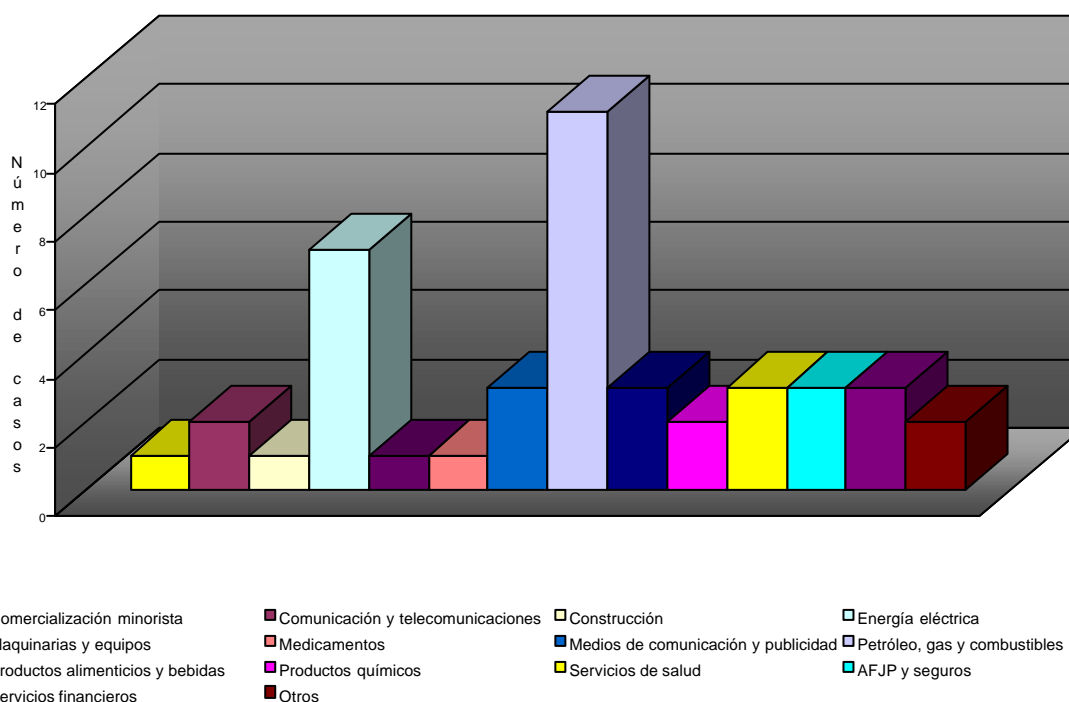
Cuadro N° 8 . Operaciones de concentración cerradas durante el período abril-diciembre 2001.

Sector	N° de casos	Decisión de la Comisión		Naturaleza*			
		Autorizadas	Condicionadas	H	V	H-V	C
Comercialización minorista	1	1		1			
Comunicación y telecomunicaciones	2	2			2		
Construcción	1	1					1
Energía eléctrica	7	6	1		1	3	3
Maquinarias y equipos	1	1					1
Medicamentos	1	1		1			
Medios de comunicación y publicidad	3	2	1	2		1	
Petróleo, gas y combustibles	11	11		7		4	
Productos alimenticios y bebidas	3	3		3			
Productos químicos	2	2		1			1
Servicios de salud	3	3				3	
AFJP y seguros	3	2	1	3			
Servicios financieros	3	3		3			
Otros	2	2		1			1
Total	43	40	3	22	3	11	7

Fuente: Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

* Naturaleza: H (horizontal), V (vertical), H-V (horizontal y vertical), C (conglomerado).

Operaciones de Concentración Económica según Sector
abril de 2001 - diciembre de 2001



1. PRINCIPALES DICTÁMENES DE CONCENTRACIONES ECONÓMICAS

En este apartado la CNDC ha decidido presentar resúmenes de los principales dictámenes de operaciones de concentración económica desde la sanción del Decreto N° 396 modificatorio de la Ley 25.156. La selección procura abarcar no sólo aquellas operaciones que por su magnitud o efectos llevaron a que se las condicionara sino también a aquellas que, siendo aprobadas, requirieron una investigación más profunda que otras en la definición del mercado relevante, en la identificación de las condiciones de competencia y en la existencia de barreras a la entrada, entre otras cuestiones.

N° de Carpeta: 244

N° y fecha de dictamen: 272 del 24/07/2001

Empresas involucradas: AES - GENER

Mercados Relevantes: Generación y Distribución de electricidad.

Resultado: Condicionada.

A finales del año 2000, AES GROUP realizó una oferta pública de acciones por los activos de GENER, una empresa chilena con participación en centrales de generación tanto en Chile como en Argentina. Las relaciones económicas entre las empresas se definieron como horizontales y verticales a raíz de las participaciones de AES en el sector distribución y comercialización de energía.

Se utilizó en una primera etapa una definición amplia del mercado del producto, la generación y distribución eléctrica, evaluando las participaciones relativas de los grupos tanto en potencia instalada como en energía despachada. No obstante, debido a la baja elasticidad precio tanto de la demanda como de la oferta en los períodos de pico, se hacía necesario considerar el factor temporal como posibilidad de ejercicio de poder de mercado. Por ello se incorporaron al estudio diferentes situaciones hidrológicas para distintas semanas del año.

El mercado geográfico fue definido como todas las zonas que integran el SADI (Sistema Argentino de Interconexión), analizando también los efectos diferenciales que en las distintas regiones la operación podía producir a raíz de las restricciones en el sistema de transporte.

Las participaciones de las empresas en el mercado en la generación eran las siguientes: antes de la operación, AES contaba con el 9.33% de la potencia instalada y GENER con el 17.10%. Después de la fusión AES pasaría a tener el 30.03% de la potencia instalada (incluyendo la empresa Termoandes).

La Comisión entendió que para caracterizar y cuantificar la estructura de un mercado complejo como el eléctrico, no bastaban los datos de los índices de concentración, sino que había que complementarlos con simulaciones que permitieran inferir el comportamiento real del mercado. Por ello se valió de dos estudios de simulación, uno encargado por AES, y el otro realizado por el Organismo Encargado del Despacho (CAMMESA).

Las conclusiones de la simulación realizada por CAMMESA demostraron que el potencial perjuicio al interés económico general era muy alto. En efecto, la decisión de AES de indisponer máquinas podía incrementar el precio medio un 19% en la zona norte y un 17% el precio medio de mercado, en un 43% de las situaciones evaluadas.

Luego, se analizó el ejercicio de poder de mercado teniendo en cuenta la experiencia internacional, por la cual la posibilidad de ejercicio de poder de mercado no necesariamente debía ser continuo en el tiempo sino que en un mercado como el eléctrico, se lo podía ejercer por periodos de tiempo cortos, pero en numerosas oportunidades. Por ello, se analizaron las distintas alternativas que podía adoptar un generador para aumentar los precios del mercado.

Se determinó que la operación incrementaba significativamente el nivel de concentración en el mercado, los porcentajes de participación excedían los umbrales previstos como razonables al momento de la privatización de las empresas de distribución y de la mayoría de las empresas de generación (15%).

El ejercicio de simulación realizado por CAMMESA, permitió inferir un incremento en las posibilidades de ejercicio unilateral de poder de mercado, a través de la disminución en la disponibilidad de generación térmica de forma tal que podía incrementarse significativamente el precio de la energía eléctrica en el mercado mayorista. En el mismo sentido, el ENRE manifestó que “las simulaciones de CAMMESA alertan acerca de que la posesión por parte de AES de una porción mayor del mercado le permitiría realizar prácticas anticompetitivas”

Por otro lado, las características de funcionamiento del mercado de generación de energía eléctrica, permitirían aumentar sustancialmente el grado de concentración, e incrementar la probabilidad de prácticas coordinadas.

En vista del análisis del mercado efectuado, pudo establecerse que los activos de CENTRAL PUERTO e HIDROELÉCTRICA PIEDRA DEL ÁGUILA eran los más relevantes a la hora de incrementar significativamente la probabilidad de ejercicio de poder de mercado. HIDROELÉCTRICA PIEDRA DEL ÁGUILA y Central Loma de la Lata (perteneciente al grupo de activos de CENTRAL PUERTO S.A) le otorgaban a AES una participación del 48% de la potencia instalada en la Región del Comahue. También alcanzaba AES una alta participación en la potencia instalada en la Región GBA+Lit+BAS, ya que sumando las centrales Dique, San Nicolás, Puerto y AES Paraná llegaba al 39.42%.

Finalmente, a fin de evitar que las condiciones de competencia se vieran restringidas o distorsionadas, la CNDC consideró que debía subordinarse su aprobación a la venta a terceros, no controlados ni vinculados, las participaciones accionarias en CENTRAL PUERTO S.A. e HIDROELÉCTRICA PIEDRA DEL ÁGUILA. El plazo para realizar la desinversión fue fijado en nueve meses a partir del dictado de la resolución.

Nº de carpeta: 249

Nº y fecha de dictamen: 247 del 6/4/2001

Empresas involucradas: UNITEDGLOBALCOM, INC y LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC.

Mercado relevante: Mercado de televisión por cable.

Resultado: Autorizada.

La operación de concentración económica consistió en la adquisición por parte de UNITEDGLOBALCOM, INC. de ciertos activos pertenecientes a LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC.

En lo relacionado al mercado argentino, LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL INC. transferiría la participación accionaria del 28,27% de CABLEVISION S.A. que poseía a través de su controlada LIBERTY ARGENTINA, INC. Cabe mencionar que LIBERTY MEDIA CORPORATION transferiría a UNITEDGLOBALCOM, INC. cualquier participación adicional en CABLEVISION S.A. adquirida con motivo del contrato celebrado con fecha 27 de marzo de 2000 entre LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC. y AMI GP LTD., una sociedad controlada por HICKS, MUSE, TATE & FURST INC., la que podría pasar del 28,2705% al 50% del capital social en CABLEVISION S.A. (Conc. N° 115).

LIBERTY MEDIA INTERNACIONAL, INC. transferiría además las participaciones en LIBERTY PROGRAMMING SOUTH AMERICA, INC. y LIBERTY INTERNATIONAL CABLE MANAGEMENT, INC. consistentes en el 100% de PRAMER S.C.A. La adquisición de PRAMER S.C.A. incluiría también sus intereses en E-MIND S.A. y, de ser aprobado por la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, se produciría, además, la transferencia de su participación accionaria en GEMS (en cuanto a los activos internacionales solamente).

LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL INC. también transferiría las participaciones accionarias en LIBERTY PROGRAMMING ARGENTINA, INC. (40% de la participación accionaria en TORNEOS Y COMPETENCIAS S.A.) y LIBERTY CROWN, INC. (a través de la transferencia del 15,8% de CROWN MEDIA HOLDINGS INC.).

Dado que los grupos HICKS , MUSE, TATE & FURST INC. y UNITEDGLOBALCOM, INC. resultarían controlantes en forma conjunta de la firma CABLEVISIÓN S.A., una vez concretada la operación, con un 50% de participación accionaria cada uno, se analizaron los efectos que se producirían en los mercados de televisión por cable y de provisión y comercialización de señales televisivas pagas habida cuenta de las actividades desarrolladas por ambos grupos.

La operación en cuestión no modificó la participación de mercado de CABLEVISION S.A. en el sector de televisión por cable ya que la misma no implicó la incorporación de nuevos abonados a esta empresa. Teniendo en cuenta que el grado de concentración no se veía modificado y considerando las participaciones de mercado existentes a la fecha de la operación, la misma no despertó preocupación desde el punto de vista de la competencia.

La CNDC efectuó una caracterización del mercado de provisión y comercialización de señales televisivas, dimensionó el grado de integración vertical entre los grupos HICKS, LIBERTY y UNITEDGLOBALCOM, INC. como oferentes de señales televisivas pagas con las empresas distribuidoras de cable, CABLEVISION S.A. y TELEDIGITAL CABLE S.A., y analizó las implicancias para la defensa de la competencia de la relación vertical entre el mercado de provisión y comercialización de señales por un lado, y el de distribución de programación por el otro, a través de las dos empresas de cable mencionadas.

En este contexto debe tomarse con particular consideración que las partes accedieron a resguardar el proceso competitivo de posibles prácticas que pudieran perjudicar a la competencia. Es por ello que firmaron voluntariamente un compromiso a partir del cual hicieron saber a esta Comisión que: i) El grupo LIBERTY adquiriría el compromiso irrevocable de ejercer su derecho de venta de su participación en el joint venture que mantenía con THE NEWS CORPORATION Inc. sobre la señal FOX SPORTS; ii) Los grupos LIBERTY y UNITEDGLOBALCOM, INC. asumían el compromiso de no comercializar en forma conjunta con el GRUPO HICKS todas aquellas señales televisivas pagas en las que participasen directa o indirectamente, mientras no cambiasen sustancialmente las actuales condiciones de mercado o bien las presentes condiciones accionarias.

En el caso bajo análisis, considerando los compromisos asumidos por las partes, la CNDC consideró que las operaciones notificadas no revestían entidad suficiente para alterar significativamente las condiciones de competencia preexistentes.

Además, la existencia de posibilidades de acceso abierto en igualdad de condiciones, sin discriminación, a las señales televisivas que dicho grupo proveía o comercializaba, por parte de los operadores de televisión por cable competidores, y a la programación de CABLEVISIÓN S.A. y TELEDIGITAL CABLE S.A., por parte de las señales televisivas competidoras, constituían factores importantes a ser considerados para el desarrollo del proceso competitivo.

Finalmente, la CNDC aconsejó al Secretario i) aceptar los compromisos asumidos por LIBERTY MEDIA CORPORATION y UNITEDGLOBALCOM, INC.; ii) autorizar las operaciones de concentración económica por las cuales, el Grupo HICKS, MUSE, TATE & FURST INC. y LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL, INC. resultarían titulares, cada uno, del 50% del capital social de CABLEVISIÓN S.A., y UNITEDGLOBALCOM, INC. adquiriría ciertos activos situados en la República Argentina pertenecientes, en forma directa y/o indirecta a LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL; iii) hacer saber a las partes que deberían garantizar la libre disponibilidad de las señales televisivas que poseían o comercializaban, en condiciones comerciales equitativas para todos aquellos operadores de televisión paga que así lo solicitasen, fueran o no competidores de CABLEVISIÓN S.A. o TELEDIGITAL CABLE S.A., y que deberían garantizar el acceso abierto, en condiciones comerciales equitativas, a la programación de CABLEVISIÓN S.A. y TELEDIGITAL CABLE S.A., por parte de los proveedores de señales televisivas, fueran o no competidores de sus empresas controladas; iv) hacer saber a las partes que la CNDC prestaría especial atención a que no se verificasen condiciones discriminatorias

derivadas de la relación vertical entre las actividades de comercialización de señales televisivas y el servicio de televisión por cable, con el objeto de desarrollar el proceso competitivo.

N° de Carpeta: 274

N° y fecha de dictamen: 293 del 6/11/2001

Empresas involucradas: PETROLEO BRASILEIRO S.A., DOWNSTREAM PARTICIPAÇÕES S.A. Y PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A., REPSOL YPF S.A., REPSOL YPF BRASIL S.A., EG3 S.A., EG3 ASFALTOS S.A., EG3 RED S.A.

Mercados Relevantes: 1) Producción y comercialización de cada uno de los principales derivados de petróleo (nafta común, súper, gas oil, GLP, fuel oil y kerosene); 2) distribución minorista de combustibles líquido; 3) comercialización de lubricantes y 4) producción y comercialización de asfaltos.

Resultado: Aprobada.

La operación notificada consistió en una permuta de activos entre REPSOL YPF BRASIL S.A. por una parte y PETROLEO BRASILEIRO S.A., DOWNSTREAM PARTICIPAÇÕES S.A. y PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A.-BR por la otra. Como resultado del intercambio de activos entre las sociedades mencionadas, PETROLEO BRASILEIRO S.A. directa y/o indirectamente adquiría, en la República Argentina, el control de EG3 S.A., EG3 ASFALTOS S.A., EG3 RED S.A., ALVISA S.A., LA PAMPA S.A. y CARLOTA COMBUSTIBLES S.A., mientras que, en la República Federal de Brasil, REPSOL YPF S.A. obtenía a través de REPSOL YPF BRASIL S.A. el control de REFISOL S.A. y POSTOS S.A. así como también participaciones minoritarias en ALBERTO PASQUALINI-REFAP S.A y en la concesión de Yacimiento de ALBACORA LESTE.

Como resultado de la operación notificada, se producía una desconcentración de la oferta tanto en la producción como en la comercialización de combustibles, asfaltos y lubricantes en la Argentina, así como también una desconcentración en cuanto al control del canal de distribución minorista de los combustibles (estaciones de servicio y puestos de despacho).

En términos generales, el efecto de desconcentración era mayor en las ventas al mercado interno de combustibles líquidos, lubricantes y asfaltos que en la producción de los mismos. A excepción del GLP, donde la desconcentración era del orden del 7% medido en términos del HHI, quedando en un nivel alto cercano a los 3600 puntos, en los mercados de los restantes combustibles líquidos podían esperarse disminuciones de entre el 20% y 30% en sus índices de concentración. Similares efectos cabrían esperarse en relación a los asfaltos y lubricantes.

Por otra parte, la operación producía una desconcentración del orden del 26% en el control, por parte de las empresas refinadoras existentes en la Argentina, sobre las bocas de expendio minorista de combustibles líquidos (estaciones de servicio y bocas de despacho), lo que disminuía el HHI que medía el grado de concentración de las bocas de distribución que operaban bajo la gestión directa o indirecta de las refinadoras a 1950 puntos. En particular, corresponde observar i) que la mayor desconcentración del control del canal minorista se

alcanzaba en la zona metropolitana y provincias de Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y de la Patagonia, siendo tales efectos menores en el nordeste y noroeste argentino y norte del litoral y, ii) que la transferencia de activos permitía que al menos el 50% de la red de estaciones de servicio de bandera Repsol -YPF enfrentara la competencia de estaciones de servicio que, directa o indirectamente, operaría Petrobrás.

Por ello, con relación a la transferencia de activos notificada, esta Comisión concluyó que la misma importaba una disminución de los niveles de concentración preexistentes en los mercados y segmentos analizados, correspondientes a la situación previa en la cual los activos de la empresa EG3 S.A. se encontraban controlados por Repsol - YPF.

Por otra parte, la Comisión tuvo en cuenta que la operación notificada tenía por objeto satisfacer los requerimientos estipulados en los “Lineamientos para dar cumplimiento a los compromisos de desinversión en el mercado de combustibles asumidos por Repsol S.A.”, elaborados por la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor a solicitud del Ministro de Economía. Dichos compromisos fueron asumidos ante el Estado Nacional por parte de la firma Repsol S.A. en ocasión de la adquisición de la totalidad del paquete accionario de YPF S.A. que exigía, entre otras condiciones, que la compradora no mantuviera con la vendedora acuerdos estratégicos y estipulaba que la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor debía analizar si la operación notificada satisfacía los requerimientos establecidos en los lineamientos mencionados. Con fecha 19 de octubre de 2001, las partes presentaron en el marco del procedimiento copia del Instrumento de fecha 1 de octubre de 2001 por el cual procedieron a la Rescisión del Acuerdo de Asociación celebrado entre PETROLEO BRASILEIRO S.A e YPF S.A. el 9 de abril de 1997. La Comisión aconsejó al Secretario autorizar la operación notificada y tener presente el informe adjunto sobre las vinculaciones entre las notificantes previas a la operación notificada y posteriores o como efecto de la misma, emitido por la Comisión en los términos del art. 24°, inc. f), de la Ley N° 25.156, a fin de su consideración en relación a los compromisos de desinversión asumidos por REPSOL S.A. con el Estado Nacional y a los Lineamientos existentes para tal fin.

N° de Carpeta: 284

N° y fecha de dictamen: 250 del 27/04/2001

Empresas involucradas: BEVERAGE CO (subsidiaria de PEPSICO INC.) y THE QUAKER OATS COMPANY.

Mercados Relevantes: 1) Golosinas y snacks dulces; 2) bebidas.

Resultado: Autorizada.

La operación consistió en la fusión de BEVERAGECO INC, una subsidiaria de PEPSICO INC, y THE QUAKER OATS COMPANY. Como consecuencia de la fusión, THE QUAKER OATS COMPANY pasó a ser una subsidiaria de PEPSICO INC.

Los productos comercializados por PEPSICO INC podían ser clasificados en dos grandes grupos: la línea de bebidas y la línea de snacks y golosinas. En referencia al segmento de bebidas, PEPSI COLA ARGENTINA S.R.L. se dedicaba a vender los concentrados de bebidas carbonatadas a embotelladoras, las cuales distribuían entre otras, las bebidas Pepsi Cola y Seven Up. Dentro de la línea de productos alimenticios, PEPSICO SNACKS ARGENTINA S.A. comercializaba snacks, pudiéndose mencionar como las principales marcas comerciales: Cheetos, Maicitos, Frenchitas, etc. Asimismo, comercializaba golosinas tales como chupetines, chicles, caramelos y una línea de alfajores (“Chiquititas”).

Por su parte, la empresa ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A., subsidiaria en nuestro país de THE QUAKER OATS COMPANY., se encontraba involucrada en la fabricación y venta de productos alimenticios empaquetados, principalmente cereales listos para comer, cereales en bolsas, avenas y polentas, así como también bebidas deportivas o Premium. Asimismo, comercializaba las barras de cereales (Chewy), consideradas como golosinas.

A los efectos de analizar la presente operación, se estableció que la definición de mercado del producto correspondía al mercado de golosinas y snacks dulces (junto con las barras de granolas), por un lado, y de bebidas (carbonatadas, jugos listos para beber y las isotónicas), por otro. En referencia al mercado geográfico relevante, el mismo se definió de alcance nacional. De la investigación realizada surge que no se vislumbraban preocupaciones para la competencia.

En particular, considerando el mercado de golosinas y snacks dulces, se observó que las participaciones de mercado de las dos empresas en cuestión (tomando como criterio la cantidad de toneladas comercializadas por ellas durante el año 1999) revestían escasa significatividad.

Del mismo modo, considerando el mercado de bebidas, resultó que la participación de la firma Pepsi Cola ascendía al 29%, mientras que la participación de Quaker - dada por las ventas de su producto Gatorade - alcanzaba un valor no significativo, representando un porcentaje menor al 1%.

Por tanto, analizada la operación, y teniendo en cuenta que las modificaciones en los niveles de concentración eran poco significativas, esta CNDC consideró que no existían elementos que indicaran que la misma permitiría disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pudiera resultar perjuicio para el interés económico general, por lo que se aconsejó al Secretario aprobar la operación en los términos del art. 13°, inc. a), de la Ley 25.156.

N° de carpeta: 305

N° y fecha de dictamen: 259 del 04/06/2001

Empresas involucradas: MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. y LUCCHETTI ARGENTINA S.A.

Mercados relevantes: Mercado de pastas secas sin relleno.

Resultado: Aprobada.

La operación consistió en la compra por parte de MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. del 100% del capital social y votos de LUCCHETTI ARGENTINA S.A.

Asimismo, MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. recibió la licencia de la marca "Lucchetti" y sus combinaciones para su uso en Argentina por 25 años. Tanto MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. como LUCCHETTI ARGENTINA S.A. se dedicaban la fabricación de pastas, por lo que se estableció una relación de tipo horizontal.

Entre todas las categorías de pastas (frescas artesanales, frescas industrializadas, congeladas y secas; que pueden ser rellenas y no rellenas), el mercado relevante desde la demanda se limitaba al de las pastas secas sin relleno. Si bien se observó que en este mercado existía un rango de precios importante, la CNDC no consideró relevante considerar los distintos segmentos de precios como mercados diferentes, dado que la mayor parte de las marcas se ofrecían a precios entre \$1 y \$2.5 el kilo y existía una diferencia continua de calidad y precio entre los productos que imposibilitaba trazar una línea divisoria en un punto determinado.

Por el lado de la oferta, se observó que el resto de las pastas secas, frescas industrializadas y congeladas, tanto rellenas como no rellenas, poseía procesos productivos similares al de las pastas secas sin relleno en su primer etapa, diferenciándose sólo en la etapa final. De esta manera, los productores de las restantes categorías resultaban competidores potenciales inmediatos y se contempló su participación para determinar la estructura del mercado.

A partir de la operación de concentración, la participación de MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. junto con la de LUCCHETTI ARGENTINA S.A. en el mercado de pastas secas sin relleno considerando a los competidores potenciales inmediatos sería del 35%. El índice Herfindahl-Hirschman, crecería de 1005 puntos a 1510 puntos como consecuencia de la operación, con lo cual el mercado mantendría un nivel moderado de concentración.

No se encontraron altas barreras a la entrada al mercado de pastas secas debido a que no resultaba costoso el ingreso a la producción ni a la comercialización de las mismas. Si bien se encontraron evidencias de gastos en publicidad relativamente altos en los segmentos de precios altos de pastas secas sin relleno, en segmentos de precios bajos estos gastos no resultaban significativos.

Finalmente, se consideraron algunas características del mercado que dificultaban el ejercicio de poder de mercado por parte de MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. El producto (pastas secas) era relativamente homogéneo, existía poca fidelización de los consumidores a la marca y era fácil el testeado de la relación precio-calidad del producto. Estas características ponían un límite al posible aumento de precios en forma unilateral por parte de la mencionada empresa ya que existían otros productores de pastas secas de similar calidad a menores precios, con capacidad suficiente como para abastecer el mercado. En el mercado de pastas secas competían en ese momento más de 100 empresas a través de más de 300 marcas.

Por tanto, a pesar de la alta participación relativa que obtendría MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. a partir de la fusión no se visualizaron elementos que modificaran sustancialmente las actuales condiciones de competencia en el sector, dado el nivel de concentración moderado que resultaría de la fusión, el número importante de participantes en el mercado con un porcentaje

significativo de capacidad ociosa, las bajas barreras a la entrada al segmento de precios bajos y las características propias del producto (pastas secas) que restringían la posibilidad de que MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. ejerciera poder de mercado.

Por este motivo, la CNDC aconsejó al Secretario aprobar la operación en los términos del art. 13º, inc. a) de la Ley 25.156.

Nº de Carpeta: 325

Nº y fecha de dictamen: 269 del 6/7/2001.

Empresas involucradas: E.D.F. INTERNATIONAL S.A. toma el control de EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA NORTE SOCIEDAD ANONIMA (EDENOR S.A.), controlada por ENDESA INTERNACIONAL S.A.

Mercados Relevantes: Generación y distribución de energía eléctrica.

Resultado: Aprobada.

Esta operación implicó un cambio en el control accionario de la empresa de distribución eléctrica EDENOR S.A., a favor de EDF. Por lo tanto, se ha definido el mercado relevante del producto como el de distribución de energía eléctrica.

EDENOR S.A. comenzó a operar en 1991 cuando el Estado procedió a dividir en tres componentes su empresa de distribución de energía eléctrica en el ámbito de la Capital Federal y Gran Buenos Aires (SEGBA).

ENDESA S.A. formó parte del grupo que resultó adjudicatario de EDENOR S.A., y luego mediante distintas transacciones accionarias tomó su control.

Por su parte, la empresa ENERSIS S.A., controlante de EDESUR S.A., otra de las partes componentes de SEGBA, fue adquirida en abril de 1.999 por el grupo ENDESA S.A., quedando en consecuencia esta última controlando las dos mayores distribuidoras de la región. Esta concentración entre las distribuidoras ha sido revertida a través de la presente operación.

No obstante ello, más allá de la desconcentración expuesta, se produjo una integración vertical ya que EDF controlaba a dos empresas generadoras: Hidroeléctrica Diamante S.A. e Hidroeléctrica Los Nihules S.A., que si bien estas últimas están ubicadas en la Provincia de Mendoza, el sistema interconectado nacional permite que la energía por ellas producida ingrese en el mercado geográfico donde EDENOR S.A actúa

Atento a que se trataba de una industria que involucraba segmentos competitivos y segmentos regulados, el análisis efectuado ha tratado de identificar las posibles preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia que pudiera surgir.

Se analizaron la posibilidad de la extensión del poder de mercado, la posibilidad de la evasión de la regulación, el ejercicio de conductas oportunistas, la distorsión de la competencia por comparación, el aumento del poder de compra y si el poder de mercado podía desalentar el ingreso de nuevos competidores.

En todos los escenarios planteados se observó que, debido principalmente a la desconcentración horizontal, la operación mejoraba las condiciones en las que se desenvolvía el mercado. Adicionalmente, la regulación existente permitía evitar el ejercicio de conductas lesivas de la competencia que la integración vertical pudiera producir.

N° de Carpeta: 331

N° y fecha de dictamen: 270 del 18/7/2001

Empresas involucradas: Julio Alfredo Fraomeni; SPM Sistema de Protección Médica S.A.; Sanatorio Arenales; Servicios Integrales de Salud S.A., Sanatorio Trinidad San Isidro; Sanatorio La Trinidad; Sanatorio Quilmes S.A. y del Instituto Dupuytren de Traumatología y Ortopedia S.A.; Medicina Integral Metropolitana S.A.

Mercados Relevantes: 1) Medicina prepaga; 2) prestación de servicios sanatoriales y de internación.

Resolución: Autorizada.

Esta operación involucró a empresas relacionadas con el financiamiento y la prestación de servicios de salud a la población, a través de seguros privados de salud y sanatorios de su propiedad.

Para el análisis se definieron dos mercados relevantes. Por un lado, aquel conformado por las entidades de medicina prepaga que contaran con, al menos, 20.000 afiliados al nivel nacional, distinguiéndolas de aquellas de menor tamaño y de otras instituciones (obras sociales, hospitales públicos y privados) en virtud de la calidad, los precios y el alcance geográfico de sus coberturas. Por otro lado, dado que la operación involucraba a los sanatorios controlados por Julio Fraomeni (Quilmes y Dupuytren) y por SPM Sistema de Protección Médica S.A.(Trinidad San Isidro y La Trinidad), se consideró la prestación de servicios sanatoriales y de internación en el área comprendida por la Capital Federal y Gran Buenos Aires.

El mercado de medicina prepaga estaba liderado por Osde Binario que contaba con una participación del 24%. Por su parte, Julio Fraomeni poseía, a través de Servicios Integrales de Salud S.A., el control de Ceprimed y Mediplan, que le otorgaban una participación del 1,3%. La adquisición de SPM Sistema de Protección Médica S.A., con una participación del 10%, le permitía al comprador ocupar un lugar entre las principales entidades del sector al contar con 193.000 afiliados que representaban una facturación de 212 millones de pesos anuales.

Como resultado del análisis de las particularidades de este mercado, no se observaron alteraciones de las condiciones de competencia vigentes en el mercado de las empresas líderes de medicina prepaga, toda vez que existían competidores de mayor tamaño, un nivel de concentración moderado que no variaba significativamente, precios que exhibían en promedio una tendencia a la baja, y competidores vigorosos principalmente en el segmento corporativo.

En cuanto al mercado de prestaciones sanatoriales y de internación, se consideró el carácter general de los establecimientos involucrados, la modalidad de facturación por módulos, la capacidad instalada medida en

cantidad de camas disponibles y las modalidades de contratación de los médicos especializados.

Dada la existencia de numerosos competidores en este mercado, la reducida participación conjunta de los sanatorios involucrados (1,66%), y el carácter abierto y polivalente de los mismos, no se detectaron elementos de preocupación para la defensa de la competencia.

Por último, respecto del contrato de gerenciamiento de la obra social de los empleados de comercio y actividades civiles (OSECAC) que detentaba Julio Fraomeni a través de Medicina Integral Metropolitana S.A., dicha entidad administraba una cartera de 700.000 afiliados, la cual representaba el 3,1% de la población con cobertura social de salud. La actividad de esta entidad estaba desarrollada exclusivamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires. Se consideró que adicionando a la cantidad de afiliados que detentaba Julio Fraomeni, a través de su prepaga Servicios Integrales de Salud S.A. y la gerenciadora Medicina Integral Metropolitana S.A., la incorporación de los afiliados a S.P.M. Sistema de Protección Médica S.A., no le otorgaba una participación tal como para influir en el comportamiento de los mercados analizados.

Por todo lo expuesto esta Comisión consideró que la operación no generaba preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia por lo que aconsejó al Secretario autorizar la misma.

N° de Carpeta: 346

N° y fecha de dictamen: 287 del 4/10/01

Empresas involucradas: Banco General de Negocios S.A. y Banco de Córdoba S.A.

Mercados Relevantes: Servicios de intermediación financiera prestados por la banca comercial en la ciudad de Córdoba (Pcia. de Córdoba), Rosario (pcia. de Santa Fe) y Capital Federal.

Resultado: Autorizada.

El Banco General de Negocios S.A. era una entidad financiera que operaba en la República Argentina ofreciendo servicios de banca comercial (principalmente mayorista), banca de inversión, administración de carteras, negociación y servicio de corretaje y administración de tesorería a través de su única sucursal en el país ubicada en Capital Federal. Asimismo era controlante de Nuevo Banco de Santa Fe S.A., quien a través de sus sucursales en Capital Federal y en las provincias de Santa Fe y Córdoba ofrecía servicios de banca comercial a individuos y empresas. El Banco de Córdoba S.A. era una entidad creada como vehículo para la privatización del Banco de la Provincia de Córdoba, la cual pasaría a operar como entidad financiera una vez cumplimentado el pase de activos y pasivos y fuera autorizado por el B.C.R.A. Las filiales del Banco de la provincia de Córdoba estaban situadas en Capital Federal y en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe.

Para el análisis de la operación se consideró que el mercado relevante estaba constituido por los servicios de intermediación financiera prestados por la banca comercial ya que las características de estas sociedades hacían que sus

servicios no fueran percibidos como sustitutos de aquellos servicios prestados por otras entidades financieras como ser bancos de inversión, bancos hipotecarios y otros.

Por otra parte, dado que el mercado era esencialmente local se procedió a analizar los efectos de la operación en aquellas regiones donde existiera superposición de sucursales, a saber: ciudad de Córdoba, ciudad de Rosario y Capital Federal. No obstante, si bien la demanda se encontraba restringida geográficamente, la existencia de competidores potenciales llevó a que el análisis incluyera asimismo una evaluación al nivel nacional.

Los niveles de concentración que surgieron de la investigación indicaban que los efectos de la operación notificada serían marginales y en nada podrían afectar el mercado de servicios de intermediación financiera brindados por la banca comercial. En efecto, considerada a nivel nacional, la participación conjunta del Banco General de Negocios S.A., el Nuevo Banco de Santa Fe y el Banco de la Provincia de Córdoba alcanzaba el 3,35% para los depósitos. En la ciudad de Córdoba la participación individual de la compradora alcanzaba apenas el 0,1% mientras que en Rosario el Banco de la Provincia de Córdoba tenía una participación del 0,2%. Finalmente, en Capital Federal, la participación conjunta era menor al 1%.

En virtud de los elementos considerados, la Comisión aconsejó al Secretario autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de la empresa Banco General de Negocios S.A. del 89% del capital social de la firma Banco de Córdoba S.A. de acuerdo a lo previsto en el art. 13°, inc. a), de la Ley N° 25.156.

Capítulo IV

MEDIDAS PREVENTIVAS

El art. 35° de la Ley N° 25.156 permite a la autoridad de aplicación de la Ley de Defensa de la Competencia, en cualquier etapa del procedimiento, dictar una medida con carácter preventivo para imponer el cumplimiento de condiciones que establezcan u ordenen el cese o la abstención de la conducta lesiva; o cuando pudiere causar una grave lesión al régimen de competencia; o evitar que, como consecuencia de una práctica sin justificación aparentemente razonable, se ponga en riesgo de forma irreversible o irreparable la continuidad en el mercado de uno o más de los competidores; y tanto más, cuando resulte necesario investigar si el denunciante ha contribuido, por acción u omisión, a la creación de la situación que se denuncia como anticompetitiva.

En este sentido, y bajo pedido expreso de la parte denunciante, desde el año 2001 hasta la fecha de estas Memorias, la CNDC ha dictado medidas con carácter preventivo, una vez configurados los presupuestos de verosimilitud del derecho invocado y peligro de demora, en los casos que se exponen a continuación.

C. 652 y C.648

la CNDC ordenó a la denunciada TERMINAL SALTA S.A. a: a) habilitar dentro del predio de la estación terminal de ómnibus las instalaciones adecuadas para asegurar a la denunciante y a todas aquellas empresas operadoras en dicha terminal y que se encontraran en idéntica situación, la normal atención a los usuarios del servicio, la comercialización de los pasajes, y las actividades relacionadas con el despacho de encomiendas; b) formular una oferta de alquiler y/o uso a la denunciante de la instalación que se habilite, en condiciones comerciales no discriminatorias respecto de las otras empresas de transporte, y de acuerdo a las condiciones estipuladas en el pliego de licitación.

La empresa ALMIRANTE GUILLERMO BROWN S.R.L., prestataria del servicio público de autotransporte de automotor de pasajeros de larga distancia de carácter interjurisdiccional desarrollado en una extensa zona del país, incluida la ciudad de Salta, denunció a las empresas TERMINAL DE SALTA S.A. y LA VELOZ DEL NORTE S.A. a consecuencia de una orden judicial por la cual la denunciante y las demás empresas de transporte fueron desalojadas de sus boleterías, pasando a brindar sus servicios en mesas improvisadas en espacios comunes de la plataforma de la terminal de ómnibus.

La estación terminal de ómnibus de la ciudad de Salta había sido concesionada por la Municipalidad de la Ciudad de Salta a la empresa TERMINAL SALTA S.A. La empresa LA VELOZ DEL NORTE S.A, accionista titular del 85% del capital social y de los votos de TERMINAL SALTA S.A., era al mismo tiempo competidora de la denunciante, verificándose entre ellas relaciones de naturaleza vertical y horizontal.

El hecho que se denuncia produjo una serie de perjuicios, entre ellos: disminución de ventas, pérdida de encomiendas, robo de pasajes, dificultades en el control de los billetes implicando ellos un perjuicio al interés económico general.

De la investigación realizada en estas actuaciones se conformaron “prima facie” los presupuestos que justificaban el otorgamiento de la medida preventiva solicitada (verosimilitud del derecho invocado y el peligro en la demora). Con posterioridad a esta medida, la empresa ALMIRANTE GUILLERMO BROWN S.A. hizo un nuevo requerimiento a fin de que se le ordene a la empresa TERMINAL SALTA S.A. hacer entrega de las llaves del local que debiera ocupar provisionalmente en la estación terminal de ómnibus de la ciudad de Salta, expresando además una serie de objeciones al contrato ofrecido por TERMINAL SALTA S.A. La CNDC consideró que en efecto la oferta contractual referida no daba cabal cumplimiento a la medida preventiva ordenada precedentemente, por lo cual resolvió: a) no hacer lugar a la solicitud de ampliación de la medida por ALMIRANTE GUILLERMO BROWN S.A.; b) ordenar a TERMINAL SALTA S.A. ofrecer un convenio de alquiler adecuado a las condiciones establecidas en el Pliego de Bases y Condiciones correspondiente a la licitación de la estación terminal de ómnibus de la ciudad de Salta; c) ordenar a TERMINAL SALTA S.A. permitir el ingreso provisorio a las instalaciones habilitadas como boleterías hasta tanto se firmase tal contrato.

C.521, C.530 y C.742

MARGARITA ISABEL GODOY (C.521), JOSE LUIS VILLALOBO (C.530) y RICARDO ORLANDO ROSSI (C.742) denunciaron ante la CNDC a las empresas DISTRIBUIDORA DELTA VILLA ROSA LTDA., DISTRIBUIDORA COOPERATIVA NUEVA ERA LTDA. y COOPERATIVA VILLA URQUIZA respectivamente, aduciendo en sendos casos la negativa por parte de las mismas a proveerles de los diarios, revistas y afines en sus correspondientes paradas, habilitadas con los permisos municipales otorgados por las autoridades locales competentes y en cumplimiento de la Resolución N° 416 del Ministerio de Economía. Las denunciadas, considerando que tal Resolución no les era oponible, exigían para el ejercicio del derecho a venta de diarios y revistas el Certificado de Parada emitido por el Ministerio de Trabajo, valiéndose de esta forma de su posición dominante (derivada de su exclusividad en la distribución en sus respectivas zonas) para impedir el acceso de las denunciantes al mercado de la venta de diarios, revistas y afines en las zonas relevantes.

La CNDC consideró suficientemente abonados los presupuestos de admisibilidad formal que habilitan la adopción de medidas preventivas, correspondiendo ordenar el cese de las conductas lesivas llevadas a cabo por DISTRIBUIDORA DELTA VILLA ROSA LTDA., DISTRIBUIDORA COOPERATIVA NUEVA ERA LTDA. y COOPERATIVA VILLA URQUIZA intimando para que en un plazo de 72 horas entregaran la mercadería solicitada en condiciones no discriminatorias respecto de los demás vendedores de diarios y revistas.

C.735

La CNDC ordenó a la CÁMARA ARGENTINA DE ESPECIALIDADES MEDICINALES (CAEME), al CENTRO INDUSTRIAL DE LABORATORIOS FARMACÉUTICOS ARGENTINOS (CILFA), a la COOPERATIVA DE LABORATORIOS ARGENTINOS DE ESPECIALIDADES MEDICINALES (COOPERALA), y a la ASOCIACIÓN DE COLABORACIÓN EMPRESARIA PARA LA ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE PROVISIÓN, DISTRIBUCIÓN Y DISPENSACIÓN DE MEDICAMENTOS A LOS AFILIADOS DEL INSSJP (ACE) procedieran a incluir en el sistema de provisión de medicamentos oncológicos el producto "LECTRUM 7,5" (Acetato de Leuprolida) fabricado por ERIOCHEM S.A. y comercializado por LABINCA S.A. en el término de cinco días hábiles desde la notificación.

Las empresas mencionadas, que nuclean a los laboratorios farmacéuticos que operan en el país y que en 1997 convinieron un contrato de cápitas con el INSSJP para el aprovisionamiento de medicamento a sus afiliados, suscribieron con ABBOTT LABORATORIES ARGENTINA S.A. un acuerdo para la provisión del Acetato de Leuprolida por el cual ABBOT pasaba a gozar de la exclusividad en la provisión de la droga en cuestión, que comercializaba bajo la marca "LEUPRON DEPOT 7,5. Este contrato le confería a ABBOTT una participación en el mercado nacional del Acetato de Leuprolida de aproximadamente el 90%.

De las actuaciones llevadas a cabo por la CNDC surgió que tanto ERIOCHEM S.A. como LABINCA S.A., desde hacía tiempo, habían realizados ofertas para ser incorporados al sistema de aprovisionamiento del medicamento a los afiliados del INSSJP, la negativa persistente de ACE a acceder a dicho pedido y el hecho de que a la fecha ABBOTT continuara siendo el único proveedor de la droga en cuestión constituía preliminarmente un importante indicio de la negativa de las denunciadas a la inclusión del producto fabricado por ERIOCHEM S.A., "LECTRUM 7,5", en el referido sistema.

La CNDC consideró que el perjuicio de continuar tal exclusión se tornaba grave dada la sensibilidad de la demanda de medicamentos oncológicos y al hecho de que no sólo afectaba a los por entonces perjudicados directos sino también a todos aquellos demandantes de tratamientos oncológicos cubiertos por otro tipo de instituciones u organizaciones como lo son los hospitales públicos, las obras sociales y las empresas de medicina prepaga. Por lo cual, devino procedente el dictado urgente de medidas correctivas en atención a la importancia vital que implicara la droga Acetato de Leuprolida para los pacientes afectados por carcinoma de próstata avanzado.

Con posterioridad a la medida preventiva, la CNDC dio lugar al nuevo pedido formulado por ERIOCHEM S.A. y la Fiscalía del Estados de la Provincia de Entre Ríos, ordenando la inclusión del producto "LECTRUM 7,5" en el segmento de Compra Directa del Acetato de Leuprolida 7,5 mg. para los afiliados al INSSJP en condiciones análogas a las estipuladas en el convenio suscripto entre ABBOT LABORATORIES ARGENTINA S.A. y ACE.

C.587

La CNDC resolvió en el caso “MERK, SHARP & DOME s/INFRACCIÓN LEY 25.156” ordenar a MERK, SHRAP & DOME (Argentina) Inc. se abstuviera de realizar, por sí o a través de terceros, actos o conductas, de cualquier forma manifestados, en forma pública o privada, que implicasen juicios disvaliosos acerca de la copia de su producto “CRIXIVAN”, que elaboraba y comercializaba su competidor, LABORATORIOS RICHMOND S.A., bajo el nombre de “INHIBISAN”, como así también, respecto de referido laboratorio.

La orden de cese preventivo se originó en la denuncia presentada por el CENTRO INDUSTRIAL DE LABORATORIOS FARMACÉUTICOS ARGENTINOS (CILFA) por la cual, en marzo de 2000, LABORATORIOS RICHMOND S.A. se presentó a la licitación convocada por el Ministerio de Salud para la provisión de la droga denominada Indinavir, droga indicada para impedir la replicación del virus HIV en los adultos, que comercializaba bajo el nombre de “INHIBISAN”. Hasta la fecha de la licitación MERK, SHARP & DOME era el único laboratorio proveedor de la droga en cuestión bajo la marca comercial “CRIXIVAN”. Asumiendo esta última que LABORATORIOS RICHMOND S.A. sería la adjudicataria de la licitación, debido a una mejor cotización, dio comienzo a una campaña sistemática de desprestigio del producto rival, iniciada por una nota dirigida al entonces Ministro de Salud y con repercusión en la prensa, sembrando sospechas acerca de la calidad de las copias de la droga Indinavir fabricada por la competencia.

Considerando la CNDC que de prosperar la maniobra predatoria denunciada se estaría afectando el normal funcionamiento de un mercado tan sensible como el de los retrovirales, distorsionando indebidamente las preferencias de los adquirentes de la droga y obstaculizando el ingreso de nuevos oferentes, encontró procedente el dictado de la medida, ordenando el cese de la conducta denunciada, sin perjuicio de la valoración que posteriormente se efectuara a partir de los elementos probatorios recabados en el proceso de la causa.

C.696 y C.625

La CNDC resolvió ordenar a DAYCO HOLDINGS LTD. que procediera, en el término de cuarenta y ocho horas de dictada la medida, a vender a las empresas denunciadas, M.S.O. SUPERCANAL S.A. y SUPERCANAL HOLDINGS S.A. en el marco del expediente 064-012304/2001 y a DECOTEVÉ S.A. en relación al expediente 064-002013/2001, los derechos para la transmisión televisiva de los partidos de fútbol que disputara la Selección Argentina de Fútbol en el marco de las Eliminatorias del Mundial Corea - Japón 2002, en condiciones no discriminatorias respecto de las establecidas para CABLEVISION S.A., MULTICANAL S.A. y demás adquirentes de los derechos en cuestión.

La conducta denunciada fue la presunta negativa por parte de DAYCO HOLDINGS LTD. de vender a “precios de mercado” los derechos de transmisión de los partidos de fútbol que disputara la Selección Argentina en las Eliminatorias del Mundial Corea - Japón 2002.

DAYCO HOLDINGS LTD. era la empresa titular de tales derechos. Su control societario se encontraba en manos de las empresas MULTICANAL S.A. y CABLEVISIÓN S.A., prestadoras del servicio de televisión por cable. Las empresas denunciadas habían comunicado a DAYCO HOLDINGS LTD., a través de un telegrama, su intención de adquirir los precitados derechos televisivos para su transmisión en vivo, pedido que esta última se negó de forma expresa a satisfacer. Razón por la cual, y sin perjuicio de la prosecución de la investigación, la CNDC consideró procedente el dictado de la orden de cese de la conducta.

C. 702

La CNDC dispuso que el grupo HICKS MUSE TATE & FURST procediera a cumplir con lo dispuesto en el art. 2 de las Resoluciones SDCyC Nros. 157, 233, 268 y 269 que obligaban a dicho grupo, controlante de las empresas de cable Teledigital Cable S.A. y CABLEVISIÓN S.A., a garantizar la libre disponibilidad de las señales que controlaba, en forma exclusiva o conjunta, en condiciones comerciales equitativas para todos aquellos operadores de televisión paga que así lo solicitaran, fueran competidores o no de Teledigital Cable S.A. y CABLEVISIÓN S.A., y que asimismo debía garantizar el acceso abierto, en condiciones comerciales equitativas a la programación de CABLEVISIÓN S.A. y Teledigital Cable S.A., por parte de los proveedores de señales televisivas, sean o no competidores de sus empresas controladas.

Mediante la misma medida, la CNDC ordenó también a la empresa PAN AMERICAN SPORT NETWORK INTERNACIONAL (PSN) a restituir el suministro, a las empresas MULTICANAL S.A. y DIRECT TV, de la señal de deportes "PSN" en condiciones no discriminatorias respecto de las establecidas para CABLEVISIÓN S.A. y demás adquirentes de los derechos en cuestión.

Las denuncias fueron interpuestas por la empresa Galaxy Entertainment Argentina S.A., licenciataria de DIRECT TV y la empresa MULTICANAL S.A., contra el grupo HICKS MUSE TATE & FURST y su controlada, PAN AMERICAN SPORT NETWORK INTERNACIONAL (PSN), por presunta imposición de condiciones discriminatorias y el incumplimiento de lo dispuesto en las Resoluciones SDCyC Nros. 157, 233, 268 y 269.

La conducta discriminatoria consistió en el desdoblamiento por parte de PAN AMERICAN SPORT NETWORK INTERNACIONAL (PSN) de su señal de deportes, de manera tal que los partidos correspondientes a la COPA MERCOSUR eran suministrados para ser transmitido por sistema Premium o Codificado. No obstante, tal desdoblamiento no fuera efectuado para la empresa CABLEVISIÓN S.A., controlada por el grupo HICKS MUSE TATE & FURST.

En virtud del control que el grupo HICKS MUSE TATE & FURST ejercía sobre PSN, CABLEVISIÓN S.A. y Teledigital Cable S.A. y de las relaciones de naturaleza vertical entre estas últimas y PSN., la CNDC consideró que la conducta denunciada contaba con la potencialidad de generar un problema de competencia en la provisión de señales televisivas, por lo que consideró procedente el dictado de la orden preventiva de cese de conducta, sin perjuicio

de la valoración que posteriormente resultara en función de la prueba a producirse.

C. 767

En este caso la CNDC ordenó a la empresa FOX SPORT LATIN AMERICA LIMITED que procediera, en un plazo de 24 horas, a suministrar a la empresa MULTICANAL S.A. la señal "Fox Sports" en condiciones comerciales y de contenido equivalentes a las establecidas para CABLEVISIÓN S.A.

La denuncia fue formulada por MULTICANAL S.A. contra el grupo HICKS MUSE TATE & FURST, LIBERTY MEDIA INTERNATIONAL INC. y FOX SPORTS LATIN AMERICA LIMITED, esta última controlada por las dos primeras, por presuntas imposiciones de condiciones discriminatorias mediante abuso de posición dominante por parte de estas tres y en perjuicio de MULTICANAL S.A..

En virtud de un contrato preexistente, MULTICANAL S.A. emitía a través de la señal "Fox Sports" todos los eventos deportivos incluidos en ella, dentro del abono básico. En febrero de 2002, FOX SPORTS LATIN AMERICA LIMITED dispuso unilateralmente, respecto de MULTICANAL S.A. una modificación de los contenidos de la señal "Fox Sports", por el cual ofertaba una señal que denominaba "Premium" a un precio que casi cuadruplicaba su valor anterior, manifestando además que quienes no aceptaran dicha oferta "recibirían una señal con contenidos envilecidos, con eventos deportivos desactualizados o sucedidos hace mucho tiempo".

La CNDC consideró que de lo expuesto quedaba acreditada la verosimilitud del derecho invocado mediante las probanzas aportadas por la denunciante y por ello, en virtud de lo establecido en los arts. 35 y 38 de la Ley 25.156 procedió a ordenar la presente medida preventiva de cese de la conducta.

C. 602

La CNDC dispuso que la EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD DE ENTRE RÍOS S.A. debería poner a disposición de la denunciante, GIGACABLE S.A., una empresa de televisión por cable, los postes utilizados para la distribución de energía eléctrica en baja tensión en la ciudad de Paraná, cuando ello resultara técnicamente factible, en condiciones comerciales análogas o equivalentes a las ofrecidas a las empresas CABLEVISIÓN S.A. y MULTICANAL S.A. En aquellos postes en los que no fuera técnicamente factible, debería conceder a GIGACABLE S.A. la opción de acondicionar, a su costo, los postes de su interés.

Esta orden de cese preventivo tuvo su origen en la denuncia presentada por GIGACABLE S.A. en relación a la negativa por parte de la EMPRESA DISTRIBUIDORA DE ELECTRICIDAD DE ENTRE RÍOS S.A. (EDEERSA) de utilizar los postes pertenecientes al sistema de energía eléctrica en baja tensión de la ciudad de Paraná, para la prestación del servicio de televisión por cable en esa ciudad. Las razones de la denunciada para dicha negativa fueron en general de índole técnica. No obstante, quedó acreditado en el expediente que EDEERSA admitía la utilización de sus postes por parte de las empresas

MULTICANAL S.A. y CABLEVISIÓN S.A., competidoras de GIGACLABLE S.A., y además permitía a tales empresas el tendido de cables conductores adicionales, en caso de que la solicitante afrontara el costo de adaptar el poste en cuestión en aras de cumplir con las normas de seguridad imperantes.

Por todo ello, se procedió al dictado de la orden de cese de la conducta implementada por EDEERSA.

Capítulo V

RECOMENDACIONES REGULATORIAS

En los términos del artículo 24° inciso g) de la Ley de Defensa de la Competencia, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia se halla facultada para emitir recomendaciones de carácter general o sectorial respecto de las modalidades de la competencia en los mercados.

La CNDC emitió una recomendación regulatoria en relación al mercado de telefonía móvil. La recomendación derivó de una investigación realizada por la CNDC a raíz de una denuncia presentada por las asociaciones de consumidores “PROCONSUMER” y “ADELCO” contra las empresas prestadoras de servicios de telefonía móvil por presuntas violaciones a la ley de Defensa de la Competencia N° 25.156. La conducta denunciada consistiría en un supuesto acuerdo de precios para la fijación de los cargos de terminación de llamadas.

La investigación realizada se centró en el funcionamiento del sistema conocido como sistema *CPP (Calling Party Pays)* o *Abonado Llamante Paga* por el cual el usuario de un servicio de telefonía fija o móvil debe abonar algunos de los costos de la red de telefonía móvil utilizada por la persona a la que llama.

La Comisión determinó que en el actual sistema *CPP* no existen incentivos suficientes para competir con precios más bajos y que los usuarios carecen de información suficiente sobre los costos del servicio.

En la recomendación emitida por el organismo se pusieron de manifiesto importantes falencias en el marco regulatorio. En particular se cuestionó la Resolución N° 253/2001 de la Secretaría de Comunicaciones mediante la cual, en la anterior administración, se estableció como precio de referencia para la terminación de llamadas el sugerido por las propias empresas.

La Comisión de Defensa de la Competencia sostuvo la conveniencia de implementar un precio único para el cargo de terminación de llamadas en teléfonos móviles (*CPP*), con independencia del origen de la llamada, pero cuestionó la posición tomada por la Secretaría de Comunicaciones de invitar empresas del sector a que determinen el precio de referencia para el sistema *CPP*.

La Comisión recomendó el establecimiento de un esquema transitorio de regulación sobre los cargos de terminación de llamadas en teléfonos móviles.

Con el objeto de corregir las fallas que se evidencian en el mercado de la terminación de llamadas se aconsejó la utilización de un precio uniforme independiente de la red de origen de la llamada. En este sentido, un precio uniforme solucionaría el problema de la asimetría de información que actualmente enfrentan los consumidores, junto con los efectos negativos que dan lugar a la presencia de conductas oportunistas por parte de las empresas, lo que en definitiva podría derivar en la fijación coordinada de un precio de la terminación de llamada en móviles por encima del nivel competitivo. Al mismo

tiempo, el precio uniforme incentivaría aún más la competencia entre las licenciatarias en el segmento de las llamadas salientes.

Se indicó que este precio uniforme para los cargos de terminación de llamada en móviles, debería establecerse por parte de la Autoridad Regulatoria convergiendo a una regulación análoga a la vigente en materia de interconexión. Sin perjuicio de ello, durante la transición se podría regular en base a un precio tope determinado.

La Comisión consideró que no resulta conveniente introducir precios de referencia en esta estructura de mercado, y en consecuencia, recomendó derogar la Resolución S.C. N° 253/01 de la Secretaría de Comunicaciones.

De la misma manera recomendó no invitar a los operadores del mercado a sugerir en forma conjunta ni precios de referencia ni precios tope, en vista de los incentivos presentes en el mercado a actuar en forma oportunista.

Por último se recomendó acelerar el proceso de implementación de la portabilidad numérica, sistema a través del cual cada usuario puede conservar su número de teléfono propio aunque cambie de prestadora de servicios de telecomunicaciones. En este sentido sostuvo la Comisión que en un contexto de precios uniformes en los cargos de terminación, la portabilidad potencia el impacto procompetitivo en el segmento de llamadas salientes.

Capítulo VI

RELACIONES INTERNACIONALES

1. DEFENSA DE LA COMPETENCIA EN EL MERCOSUR

La CNDC ejerce la coordinación de la sección nacional del Comité Técnico N° 5 (CT5): Defensa de la Competencia del Mercosur, instancia dependiente de la Comisión de Comercio e integrada por cuerpos técnicos de los Estados Parte, cuya función es diseñar los instrumentos normativos necesarios para la implementación del régimen de defensa de la competencia del Mercosur.

El precitado CT5 se encuentra abocado a reglamentar el “Protocolo de Defensa de la Competencia del Mercosur” a efectos de posibilitar su aplicación efectiva. En setiembre del año 2000 la CNDC presentó una propuesta integral de reglamentación del Protocolo por parte de la Argentina que se sumó a las oportunamente presentadas por los restantes Estados Parte, lo que ha permitido que durante las reuniones del CT5 celebradas en el primer semestre del 2001 se haya avanzado en la redacción definitiva del Reglamento del Protocolo de Defensa de la Competencia.

Por otra parte, a partir del año 2001, el CT5 y el Comité de Defensa Comercial y Salvaguardias (CDCS) comenzaron los trabajos conjuntos que daban cumplimiento a la Decisión N° 28/00 del Consejo Mercado Común. La Decisión resultó del acuerdo cuatripartito al que los Estados Parte arribaron en el marco del llamado “Relanzamiento del Mercosur” de tratar de forma interrelacionada los aspectos relativos a la defensa comercial y a la defensa de la competencia del Mercosur.

2. POLÍTICAS DE COMPETENCIA EN EL ALCA

La CNDC forma parte de la delegación argentina que negocia el capítulo sobre políticas de competencia del acuerdo comercial que integrará a los países de América y que se llevan a cabo en el denominado Grupo de Negociación sobre Políticas de Competencia (GNPC). En este ámbito, las delegaciones de los Estados Parte del Mercosur actúan coordinadamente, sentando posiciones previamente acordadas a nivel cuatripartito sobre cada tema de negociación.

A fines del año 2000, los trabajos del GNPC consistieron en la elaboración de un documento preliminar sobre el capítulo de Políticas de Competencia del ALCA. El mismo fue elevado al Comité de Negociaciones Comerciales (CNC) e incorporó la mayor parte de las propuestas presentadas por el Mercosur, muchas de ellas a instancias de la delegación argentina. Durante el año 2001, la actividad del precitado grupo se encontraba en la etapa de discusión entre las partes tendiente a consensuar una versión definitiva del capítulo.

Asimismo, corresponde destacar que en forma simultánea a las negociaciones se llevaron a cabo las denominadas “sesiones técnicas” que son instancias de intercambio de información y experiencias entre las delegaciones participantes. En ese marco, la CNDC presentó vocales expositores que ilustraron a las demás delegaciones sobre las políticas de competencia vigentes en la Argentina.

3. POLÍTICAS DE COMPETENCIA EN EL ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL MERCOSUR - UNIÓN EUROPEA

Durante el año 2001 se inició el intercambio de propuestas escritas entre sendos bloques regionales relativas al capítulo sobre políticas de competencia que formará parte del futuro acuerdo birregional de integración comercial entre el Mercosur y la Unión Europea. La CNDC integra la delegación Mercosur que participa en las reuniones técnicas que se celebran a efectos de la elaboración del precitado documento y en ese marco brinda el apoyo técnico necesario que requieren los negociadores.

4. ACTIVIDADES DE ASISTENCIA TÉCNICA E INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN

Durante el primer semestre de 2001, la CNDC recibió a profesionales de la Federal Trade Commission (FTC) y del Department of Justice (DOJ) de los Estados Unidos y de la Dirección de Competencia de la Comunidad Económica Europea en el marco de actividades de transferencia de conocimientos y experiencias.

Los seminarios organizados por la SC,DyDC que contaron con profesionales de la FTC y del DOJ estuvieron orientados, en una primer instancia, al análisis e investigación de fusiones económicas a través de un caso práctico preparado por los mismos profesionales a tal efecto. A su vez, con posterioridad, en los siguientes encuentros que se sucedieron en el año, se expusieron y analizaron casos de conductas investigadas por estos organismos.

Por otra parte, la CNDC recibió también a delegaciones de los gobiernos de Nicaragua, de Bolivia y Uruguay interesados en profundizar sus conocimientos sobre la experiencia argentina en defensa de la competencia.

5. COOPERACIÓN TÉCNICA

A fines del 2000, mediante el decreto 982 del 30 de octubre, se aprobó el modelo de carta Convenio correspondiente a la “Cooperación Técnica No Reembolsable N° ATN/MT/-6574 AR para el PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSAS DE LA COMPETENCIA” a suscribirse con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por un monto de U\$S 360.000.

El objeto general del Programa era mejorar la gestión, la eficiencia y la transparencia en la ejecución de la política de defensa de la competencia. Se incluyeron las siguientes componentes: a) asistencia para mejorar el marco regulatorio funcional; b) actualización e integración del sistema de información

y biblioteca; c) capacitación de su personal y difusión de las políticas, normas y regulaciones existentes en el marco de defensa de la competencia y d) seguimiento del comportamiento de las condiciones de competencia de los principales mercados (indicadores industriales).

Posteriormente, se contrataron los servicios de administración de proyectos del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con la finalidad de ejecutar el Programa. De este modo, en julio del 2001 se incorporaron a la revisión del proyecto de FORTALECIMIENTO DE LA SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y EL CONSUMIDOR¹⁰ el objetivo 4 que preveía “...Mejorar la efectividad del sistema que regula la competencia, fortaleciendo la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNCD) y mejorando la calidad de gestión y de los recursos humanos, previéndose que sea financiado en su totalidad con la donación del BID.

Entre los meses de agosto y septiembre de 2001 el BID consideró cumplidas las condiciones previas al primer desembolso, previstas en el artículo 2 (a) (i) y 2 (a) (ii) del Anexo “ Normas Generales” que formaba parte de la Carta Convenio oportunamente formalizada con dicho organismo. El primer desembolso del Fondo Rotatorio se realizó el 18 de septiembre y era equivalente al 5% del monto del Programa, es decir U\$S18.000.

Durante el primer semestre del 2001 y primeros meses del segundo se trabajó con el BID en el diseño de un Manual Operativo con el procedimiento a seguir para la ejecución del programa de referencia. Básicamente, se acordó el procedimiento de selección de consultores, modelo de contrato a utilizar para la contratación de expertos y la normativa para los circuitos administrativos y financieros.

En el segundo semestre de 2001 se inició la ejecución del proyecto propiamente dicho. Durante este semestre se realizaron las siguientes actividades:

- 1) Contratación de una bibliotecaria por el término de tres meses (de noviembre a enero) con la finalidad de realizar una evaluación del estado actual del centro de Documentación de la CNDC y recomendar cursos de acción para mejorar los servicios que se brindan a los usuarios interesados en la temática de Defensa de la Competencia.
- 2) Contratación de servicios de traducción castellano-inglés-castellano con equipamiento técnico para cubrir un seminario sobre técnicas de investigación dictado por funcionarios integrantes del Departamento de Justicia de Estados Unidos y la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos, entre los días 5 y 7 de diciembre de 2001.
- 3) Realización de un Seminario sobre el Proceso Penal en la Argentina brindado por funcionarios de la Procuración General de la Nación, durante cuatro jueves consecutivos en el transcurso del mes de noviembre.

¹⁰ Cuyo objetivo es: “...contribuir al fortalecimiento de la defensa de la Competencia a nivel nacional y de la capacidad de negociación y selección de los consumidores y usuarios argentinos a través de la implementación de políticas que promuevan el equilibrio de mercado...”.

APÉNDICE LEGISLATIVO

LEY N° 25.156 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

CAPITULO I DE LOS ACUERDOS Y PRACTICAS PROHIBIDAS

ARTICULO 1°.- Están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley, los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

Queda comprendida en este artículo, en tanto se den los supuestos del párrafo anterior, la obtención de ventajas competitivas significativas mediante la infracción declarada por acto administrativo o sentencia firme, de otras normas.

ARTICULO 2°.- Las siguientes conductas, entre otras, en la medida que configuren las hipótesis del artículo 1°, constituyen prácticas restrictivas de la competencia:

- a) Fijar, concertar o manipular en forma directa o indirecta el precio de venta, o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demandan en el mercado, así como intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- b) Establecer obligaciones de producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, o prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios;
- c) Repartir en forma horizontal zonas, mercados, clientes y fuentes de aprovisionamiento;
- d) Concertar o coordinar posturas en las licitaciones o concursos;
- e) Concertar la limitación o control del desarrollo técnico o las inversiones destinadas a la producción o comercialización de bienes y servicios;
- f) Impedir, dificultar u obstaculizar a terceras personas la entrada o permanencia en un mercado o excluirlas de éste;
- g) Fijar, imponer o practicar, directa o indirectamente, en acuerdo con competidores o individualmente, de cualquier forma precios y condiciones de compra o de venta de bienes, de prestación de servicios o de producción;
- h) Regular mercados de bienes o servicios, mediante acuerdos para limitar o controlar la investigación y el desarrollo tecnológico, la producción de bienes o prestación de servicios, o para dificultar inversiones destinadas a la producción de bienes o servicios o su distribución;
- i) Subordinar la venta de un bien a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o subordinar la prestación de un servicio a la utilización de otro o a la adquisición de un bien;
- j) Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
- k) Imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o enajenación de bienes o servicios sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales;
- l) Negarse injustificadamente a satisfacer pedidos concretos, para la compra o venta de bienes o servicios, efectuados en las condiciones vigentes en el mercado de que se trate;
- m) Suspender la provisión de un servicio monopólico dominante en el mercado a un prestatario de servicios públicos o de interés público;
- n) Enajenar bienes o prestar servicios a precios inferiores a su costo, sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales con la finalidad de desplazar la competencia en el mercado o de producir daños en la imagen o en el patrimonio o en el valor de las marcas de sus proveedores de bienes o servicios.

ARTICULO 3°.- Quedan sometidas a las disposiciones de esta ley todas las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, con o sin fines de lucro que realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos puedan producir efectos en el mercado nacional.

A los efectos de esta ley, para determinar la verdadera naturaleza de los actos o conductas y acuerdos, atenderá a las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan.

CAPITULO II DE LA POSICION DOMINANTE

ARTICULO 4°.- A los efectos de esta ley se entiende que una o más personas goza de posición dominante cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser la única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor o participante en el mercado, en perjuicio de éstos.

ARTICULO 5°.- A fin de establecer la existencia de posición dominante en un mercado, deberán considerarse las siguientes circunstancias:

- a) El grado en que el bien o servicio de que se trate, es sustituible por otros, ya sea de origen nacional como extranjero; las condiciones de tal sustitución y el tiempo requerido para la misma;
- b) El grado en que las restricciones normativas limiten el acceso de productos u oferentes o demandantes al mercado de que se trate;
- c) El grado en que el presunto responsable pueda influir unilateralmente en la formación de precios o restringir al abastecimiento o demanda en el mercado y el grado en que sus competidores puedan contrarrestar dicho poder.

CAPITULO III DE LAS CONCENTRACIONES Y FUSIONES

ARTICULO 6°.- A los efectos de esta ley se entiende por concentración económica la toma de control de una o varias empresas, a través de la realización de los siguientes actos:

- a) La fusión entre empresas;
- b) La transferencia de fondos de comercio;
- c) La adquisición de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o participaciones de capital o a tener cualquier tipo de influencia en las decisiones de la persona que los emita cuando tal adquisición otorgue al adquirente el control de, o la influencia sustancial sobre la misma;
- d) Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma fáctica o jurídica a una persona o grupo económico los activos de una empresa o le otorgue influencia determinante en la adopción de decisiones de administración ordinaria o extraordinaria de una empresa.

ARTICULO 7°.- ***Se prohíben las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general. (T.O. Decreto 396/2001)***

ARTICULO 8.- ***Los actos indicados en el artículo 6° de esta Ley, cuando la suma del volumen de negocio total del conjunto de empresas afectadas supere en el país la suma de DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$ 200.000.000), deberán ser notificadas para su examen previamente o en el plazo de una semana a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo, de la publicación de la oferta de compra o de canje, o de la adquisición de una participación de control, ante el Tribunal de Defensa de la Competencia, contándose el plazo a partir del momento en que se produzca el primero de los acontecimientos citados, bajo apercibimiento, en caso de incumplimiento, de lo previsto en el artículo 46 inciso d). Los actos sólo producirán efectos entre las partes o en relación a terceros una vez cumplidas las previsiones de los artículos 13 y 14 de la presente ley, según corresponda. (T.O. Decreto N° 396/2001)***

A los efectos de la presente ley se entiende por volumen de negocios total los importes resultantes de la venta de productos y de la prestación de servicios realizados por las empresas afectadas durante el último ejercicio que correspondan a sus actividades ordinarias, previa deducción de los descuentos sobre ventas, así como del impuesto sobre el valor agregado y de otros impuestos directamente relacionados con el volumen de negocios.

Para el cálculo del volumen de negocios de la empresa afectada se sumarán los volúmenes de negocios de las empresas siguientes:

- a) La empresa en cuestión;
- b) Las empresas en las que la empresa en cuestión disponga, directa o indirectamente:
 1. De más de la mitad del capital o del capital circulante.
 2. Del poder de ejercer más de la mitad de los derechos de voto.
 3. Del poder de designar más de la mitad de los miembros del consejo de vigilancia o de administración o de los órganos que representen legalmente a la empresa, o
 4. Del derecho a dirigir las actividades de la empresa.
- c) Aquellas empresas que dispongan de los derechos o facultades enumerados en el inciso b) con respecto a una empresa afectada.
- d) Aquellas empresas en las que una empresa de las contempladas en el inciso c) disponga de los derechos o facultades enumerados en el inciso b).

- e) Las empresas en cuestión en las que varias empresas de las contempladas en los incisos a) a d) dispongan conjuntamente de los derechos o facultades enumerados en el inciso b).

ARTICULO 8° Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Se entenderá por empresas afectadas a los fines del Artículo 8° de la Ley N° 25.156:

- a) la empresa respecto de la cual se tomare control y
b) la empresa que adquiriera dicho control.

No se considerarán incluidos dentro de los actos que requieren notificación a los efectos de este Artículo 8° las transferencias de bienes a título gratuito que se hagan a favor de:

- a) el ESTADO NACIONAL o sus dependencias, Provincias, Municipalidades y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y
b) herederos forzosos, sea por actos entre vivos o por causa de muerte.

El plazo de UNA (1) semana para la notificación que prevé el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 comenzará a correr:

1. En las fusiones entre empresas, el día en que se suscriba el acuerdo definitivo de fusión conforme lo previsto por el apartado 4 del Artículo 83 de la Ley N° 19.550, T.O. 1984.
2. En las transferencias de fondos de comercio, el día en que se inscriba el documento de venta en el Registro Público de Comercio de acuerdo con lo previsto por el Artículo 7° de la Ley N° 11.867.
3. En las adquisiciones de la propiedad o de cualquier derecho sobre acciones o participaciones, el día en que quedare perfeccionada la adquisición de tales derechos de acuerdo con el convenio o contrato de adquisición.
4. En los demás casos, el día en que quedare perfeccionada la operación en cuestión en virtud de las leyes respectivas.

En todos los casos, la notificación deberá ser hecha por todas las partes intervinientes en la operación en cuestión.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo autárquico creado por la Ley N° 25.156 en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA, deberá establecer un mecanismo de opinión consultiva a los fines de determinar si una operación está sujeta al control previo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156. La presentación de las partes involucradas en una operación a dicho mecanismo será voluntaria. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá emitir la opinión consultiva dentro del plazo de DIEZ (10) días. El plazo de UNA (1) semana para la notificación de la operación previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 quedará suspendido desde el momento en que las partes soliciten la opinión consultiva hasta tanto ésta sea notificada. Será aplicable a la información presentada con motivo de una solicitud de opinión consultiva lo previsto en el Artículo 12 del presente.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá remitir copia de toda notificación de una operación de concentración que se realice en virtud de lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, a fin de que dicha Secretaría tome conocimiento de la notificación y pueda manifestar lo que considere oportuno en cualquier momento del trámite. La notificación a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR de la operación de concentración presentada no tendrá efecto suspensivo alguno sobre el transcurso del plazo para pronunciarse sobre la misma por parte del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de acuerdo con el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 9°.- La falta de notificación de las operaciones previstas en el artículo anterior, será pasible de las sanciones establecidas en el artículo 46 inciso d).

ARTICULO 10.- Se encuentran exentas de la notificación obligatoria prevista en el artículo anterior las siguientes operaciones:

- a) Las adquisiciones de empresas de las cuales el comprador ya poseía más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones;
- b) Las adquisiciones de bonos, debentures, acciones sin derecho a voto o títulos de deuda de empresas;
- c) Las adquisiciones de una única empresa por parte de una única empresa extranjera que no posea previamente activos o acciones de otras empresas en la Argentina;
- d) Adquisiciones de empresas liquidadas (que no hayan registrado actividad en el país en el último año).
- e) Las operaciones de concentración económica previstas en el artículo 6° que requieren notificación de acuerdo a lo previsto en el artículo 8°, cuando el monto de la operación y el valor de los activos situados en la República Argentina que se absorban, adquieran, transfieran o se controlen no superen, cada uno de ellos, respectivamente, los VEINTE MILLONES DE PESOS (\$ 20.000.000), salvo que en el plazo de doce meses anteriores se hubieran efectuado operaciones que en conjunto superen dicho importe, o el de SESENTA MILLONES DE PESOS (\$ 60.000.000) en los últimos treinta y seis meses, siempre que en ambos casos se trate del mismo mercado. (T.O. Decreto N° 396/2001)**

ARTICULO 10 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- A los efectos del inciso c) del Artículo se considerará que una empresa es extranjera si su domicilio social o el principal asiento de sus negocios se encuentra fuera del país; sin embargo se considerarán comprendidas dentro de la exención del inciso c) aquellas

empresas extranjeras que fijaren su domicilio social en el país a los efectos del perfeccionamiento de la operación de concentración en cuestión.

ARTICULO 11.- El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia fijará con carácter general la información y antecedentes que las personas deberán proveer al Tribunal y los plazos en que dicha información y antecedentes deben ser provistos.

ARTICULO 11 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al dar cumplimiento a lo previsto en el Artículo 11 de la Ley N° 25.156, establecerá un procedimiento en virtud del cual se establezcan al menos TRES (3) etapas sucesivas para la presentación gradual de información, de modo tal que sólo cuando la información presentada en una etapa resultare insuficiente para dictar la resolución prevista en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 se pasará a la etapa siguiente, la que implicará la presentación de una mayor cantidad de información. Asimismo, dicho Tribunal deberá establecer plazos y aranceles diferenciados para cada una de las etapas sucesivas.

ARTICULO 12.- La reglamentación establecerá la forma y contenido adicional de la notificación de los proyectos de concentración económica y operaciones de control de empresas de modo que se garantice el carácter confidencial de las mismas.

ARTICULO 12 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Quien notificare al TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 podrá solicitar, cuando la publicidad de los mismos pudiera perjudicar sus intereses, que todos o parte de los datos aportados sean tratados de forma confidencial. La petición, que deberá ser fundada, será decidida por el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el plazo de CINCO (5) días. Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decidiera conceder el carácter de confidencial a la datos aportados, quien notificare los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 deberá entregar un resumen no confidencial de dichos datos. Una vez concedido el carácter de confidencial, sólo podrán acceder al expediente quien hubiere realizado la notificación, sus representantes, el Secretario de Defensa de la Competencia y del Consumidor y sus representantes. Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decidiera no conceder carácter de confidencial a los datos aportados, quien notificara los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 podrá desistir de la presentación en un plazo de CINCO (5) días desde la notificación de la resolución denegatoria de la solicitud de confidencialidad. Hasta la finalización de dicho plazo, la información en cuestión será considerada confidencial. Si el notificante optare por desistir de la presentación, se le devolverá la documentación por él presentada y la notificación de la operación se tendrá por no efectuada, sin perjuicio de lo establecido en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156.

Aquellos empleados o funcionarios públicos que tuvieran acceso a la información a la que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA hubiera concedido el carácter de confidencial, o que sea confidencial de acuerdo con lo establecido en otras leyes aplicables, están obligados a reservar la información para sí, quedando alcanzados por las disposiciones del Artículo 3° de la Ley N° 24.766 ante la divulgación de dicha información o su utilización para otros fines distintos a los contemplados en la Ley N° 25.156, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles o penales que les pudieren corresponder por aplicación de otras leyes.

A todos los efectos establecidos por las normas aplicables, la información suministrada por el solicitante tendrá carácter de declaración jurada.

ARTICULO 13.- En todos los casos sometidos a la notificación prevista en este capítulo, el Tribunal por resolución fundada, deberá decidir dentro de los cuarenta y cinco (45) días de presentada la solicitud y documentación respectiva:

- a) Autorizar la operación;
- b) Subordinar el acto al cumplimiento de las condiciones que el mismo Tribunal establezca;
- c) Denegar la autorización.

La solicitud de documentación adicional deberá efectuarse en un único acto por etapa, que suspenderá el cómputo del plazo por una sola vez durante su transcurso, salvo que fuere incompleta. (T.O. Decreto N° 396/2001).

ARTICULO 13 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA subordinara los actos para los cuales se hubiera solicitado autorización al cumplimiento de alguna condición, establecerá el plazo dentro del cual ésta deberá ser satisfecha, bajo apercibimiento de denegar la autorización. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, fundadamente, podrá prorrogar el plazo concedido por una única vez cuando quienes debieran satisfacer la condición impuesta acreditaran la imposibilidad de hacerlo dentro del plazo originariamente concedido con anterioridad al vencimiento del mismo.

La autorización de una operación caducará si dentro del plazo de UN (1) año contado desde el acaecimiento de la autorización tácita o la notificación de la autorización expresa tal operación no fuera efectuada.

ARTICULO 14.- Transcurrido el plazo previsto en el artículo anterior sin mediar resolución al respecto, la operación se tendrá por autorizada tácitamente. La autorización tácita producirá en todos los casos los mismos efectos legales que la autorización expresa.

ARTICULO 14 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El plazo de CUARENTA Y CINCO (45) días mencionado en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 comenzará a correr a partir de que el interesado efectúe la notificación prevista en el Artículo 8° de dicha Ley; sin embargo, dicho plazo quedará suspendido cada vez que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA solicite al interesado información adicional. y hasta tanto tal información fuere suministrada en forma completa.

ARTICULO 15.- Las concentraciones que hayan sido notificadas y autorizadas no podrán ser impugnadas posteriormente en sede administrativa en base a información y documentación verificada por el Tribunal, salvo cuando dicha resolución se hubiera obtenido en base a información falsa o incompleta proporcionada por el solicitante.

ARTICULO 15 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Toda resolución del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA fundada en información falsa o incompleta será revisada por dicho Tribunal de oficio o a instancia de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR o de cualquier persona física o jurídica. La denuncia deberá cumplir con los recaudos mínimos previstos en el Artículo 28 de la Ley N° 25.156.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dar traslado de la instrucción que ordene revisar su resolución o del pedido formulado por la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR o de la denuncia efectuada al interesado, quien en el plazo de TRES (3) días deberá manifestar lo que estime procedente. Si el interesado ofreciere prueba, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá ordenar que se produzca la que sea pertinente en un plazo que no podrá exceder de DIEZ (10) días. Una vez transcurrido dicho plazo, y dentro de los DIEZ (10) días subsiguientes, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dictará resolución. Si el notificante de una concentración económica hubiera suministrado información falsa, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá, en su caso, revocar su resolución anterior, prohibir la concentración económica y ordenar la reversión a su estado anterior de todos los actos o acuerdos que dieron origen a dicha concentración, todo ello sin perjuicio de la aplicación de las sanciones que al efecto establece el Artículo 46 de la Ley N° 25.156.

Si el solicitante hubiera suministrado información incompleta, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA sólo podrá revocar su resolución anterior si sobre la base de la información omitida no hubiera aprobado en los términos que lo hizo la concentración económica en cuestión.

ARTICULO 16.- Cuando la concentración económica involucre a empresas o personas cuya actividad económica esté reglada por el Estado nacional a través de un organismo de control o regulador, el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia, previo al dictado de su resolución, deberá requerir a dicho ente estatal un informe y opinión fundada sobre la propuesta de concentración económica en cuanto al impacto sobre la competencia en el mercado respectivo o sobre el cumplimiento del marco regulatorio respectivo.

La opinión se requerirá dentro de los (TRES) 3 días de efectuada la solicitud. El plazo para su contestación será de (QUINCE) 15 días, y no suspenderá el plazo del artículo 13. (T.O. Decreto N° 369/2001)

ARTICULO 16 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Los organismos de control o reguladores a quienes se les hubiera requerido el informe mencionado en el Artículo 16 de la Ley N° 25.156 deberán remitirlo dentro de los VEINTE (20) días de recibido el requerimiento respectivo. En caso de no remitirse opinión o informe alguno dentro de ese plazo, se considerará que el organismo regulador o de control no objeta la concentración económica en el sector involucrado, no obstante las sanciones que pudieran corresponder de acuerdo con lo dispuesto por el Artículo 50 de la Ley N° 25.156 o por otras leyes, decretos o reglamentaciones. En todos los casos, la opinión o dictamen de esos organismos tendrá carácter no vinculante. El plazo dentro del cual el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA debe adoptar la resolución prevista en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 quedará suspendido desde el momento en que dicho Tribunal efectúe el requerimiento antes mencionado hasta el momento en que dicho requerimiento fuere contestado o venciere el plazo para hacerlo conforme lo previsto precedentemente.

CAPITULO IV AUTORIDAD DE APLICACION

ARTICULO 17.- Créase el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia como organismo autárquico en el ámbito del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación con el fin de aplicar y controlar el cumplimiento de esta ley. Tendrá su sede en la Ciudad de Buenos Aires pero podrá actuar,

constituirse o sesionar en cualquier lugar de la República mediante delegados que designe el Presidente del Tribunal. Los delegados instructores podrán ser funcionarios nacionales, provinciales o municipales.

ARTICULO 17. Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá formular el proyecto de presupuesto, estructura funcional, organigrama, objetivos, misiones y funciones de los cargos que componen la planta del personal permanente de dicho Tribunal.

ARTICULO 18.- El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia estará integrado por siete (7) miembros con suficientes antecedentes e idoneidad para ejercer el cargo, de los cuales dos por lo menos serán abogados y otros dos profesionales en ciencias económicas, todos ellos con más de cinco (5) años en el ejercicio de la profesión. Los miembros del tribunal tendrán dedicación exclusiva durante su mandato, con excepción de la actividad docente.

ARTICULO 18 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estará integrado por SIETE (7) miembros.

El Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA tendrá rango y jerarquía de Secretario, y cada uno de los demás vocales tendrá rango y jerarquía de Subsecretario. La remuneración de los mismos será fijada por el PODER EJECUTIVO NACIONAL.

Para ser miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se deberán cumplimentar los siguientes requisitos:

- a) Poseer título universitario, expedido por universidades públicas o privadas nacionales o extranjeras y,
- b) Tener más de CINCO (5) años en el ejercicio de la profesión.

ARTICULO 19.- Los miembros del Tribunal serán designados por el Poder Ejecutivo nacional previo concurso público de antecedentes y oposición ante un Jurado integrado por el Procurador del Tesoro de la Nación, el secretario de Industria, Comercio y Minería del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación, los presidentes de las comisiones de Comercio de ambas Cámaras del Poder Legislativo de la Nación, el presidente de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial y los presidentes de la Academia Nacional de Derecho y de la Academia Nacional de Ciencias Económicas.

ARTICULO 19 Decreto Reglamentario N° 86/2001. El Señor Presidente de la Nación designará a los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA conforme el procedimiento establecido en la presente reglamentación.

El Señor Ministro de Economía, a instancia del Señor Secretario de Defensa de la Competencia y del Consumidor:

a) dictará el reglamento del concurso público de antecedentes y oposición para la designación de los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA:

b) hará el llamado público para dicho concurso; y

c) convocará al Jurado para su substanciación y resolución.

Para la primera designación de los miembros de dicho Tribunal, el dictado del reglamento, el llamado a concurso, y la convocatoria del Jurado deberá efectuarse dentro de los SESENTA (60) días siguientes a la entrada en vigencia del presente. En lo sucesivo, el llamado a concurso y la convocatoria del Jurado deberán efectuarse con al menos CIENTO OCHENTA (180) días de antelación a la fecha en que se deba producir la renovación de miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

El Secretario que integre el Jurado será aquél con competencia en el área de defensa de la competencia. Este último presidirá el Jurado, designará a UN (1) secretario del mismo y dispondrá de los medios y recursos administrativos que considere necesarios para asistir al Jurado en el desempeño de sus tareas.

Si algún miembro del Jurado no asumiera el cargo o renunciara, será reemplazado por quien designe a tal efecto la institución representada por el miembro que no asumió o renunció.

Finalizado el procedimiento de llamado a concurso y confeccionada la nómina de postulantes, dentro de los SESENTA (60) días siguientes, el Jurado deberá confeccionar una lista de postulantes idóneos que incluya a todos aquellos postulantes que demostraren un adecuado conocimiento de las cuestiones jurídicas y económicas involucradas en la resolución de los casos que pudieren substanciarse ante el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA. Un postulante será incluido en dicha lista cuando así lo decidieren al menos CUATRO (4) miembros del Jurado. La lista de postulantes idóneos será remitida por el Presidente del Jurado al Señor Ministro de Economía.

Dentro de los VEINTE (20) días siguientes a la confección de la lista de postulantes idóneos por parte del Jurado, el Señor Presidente de la Nación designará, a propuesta del Señor Ministro de Economía, a los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, entre los cuales designará a su presidente. Todos los miembros deberán haber sido incluidos por el Jurado en la lista de postulantes idóneos. Si el número de postulantes incluidos por el Jurado en la lista de idóneos fuera menor a la cantidad de vacantes a cubrir, se convocará a un nuevo concurso para cubrir las vacantes no cubiertas. En este supuesto el plazo dentro del cual el Jurado debe confeccionar la lista de candidatos idóneos para cubrir las vacancias será de TREINTA (30) días.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA comenzará a ejercer las funciones que le son propias SESENTA (60) días después de que sus miembros hayan sido designados por el Señor Presidente de la Nación. Durante ese período de transición de SESENTA (60) días, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dictar, siguiendo las pautas establecidas por la Ley N° 25.156 y por el presente decreto, su reglamento interno y toda otra norma que juzgue necesaria para su adecuado funcionamiento.

ARTICULO 20.- Los miembros del Tribunal durarán en el ejercicio de sus funciones seis (6) años. La renovación de los mismos se hará parcialmente cada tres años y podrán ser reelegidos por los procedimientos establecidos en el artículo anterior. Al finalizar los tres primeros años se renovarán tres miembros y al finalizar los otros tres años, los cuatro miembros restantes. Sólo podrán ser removidos previa decisión -por mayoría simple- del Jurado mencionado en el artículo anterior.

La causa por remoción se formará obligatoriamente si existe acusación del Poder Ejecutivo nacional o del presidente del Tribunal y sólo por decisión del Jurado si la causa tuviera cualquier otro origen.

El Jurado dictará normas de procedimiento que aseguren el derecho de defensa y el debido trámite de la causa.

ARTICULO 20 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- En la primera sesión del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se definirán por sorteo los miembros que durarán TRES (3) años en sus funciones. Al menos UNO (1) de los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con título de abogado y UNO (1) de los miembros de dicho Tribunal graduado en ciencias económicas durará SEIS (6) años en sus funciones. También durará SEIS (6) años en sus funciones el Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrán ser reelegidos indefinidamente.

A los efectos de la remoción de cualquier miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la acusación del PODER EJECUTIVO NACIONAL deberá ser realizada a través de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR. El Jurado dictará las normas generales de procedimientos para los casos de acusación por el PODER EJECUTIVO NACIONAL.

Toda denuncia contra los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá ser realizada por ante la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR quien deberá convocar al jurado mencionado en el Artículo 19 de la Ley N° 25.156 dentro del plazo de TREINTA (30) días. El Jurado deberá decidir la remoción de un miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA mediante el voto de al menos CUATRO (4) de sus miembros.

ARTICULO 21.- Son causas de remoción de los miembros del tribunal:

- a) Mal desempeño en sus funciones;
- b) Negligencia reiterada que dilate la substanciación de los procesos;
- c) Incapacidad sobreviniente;
- d) Condena por delito doloso;
- e) Violaciones de las normas sobre incompatibilidad;
- f) No excusarse en los presupuestos previstos por el Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

ARTICULO 22.- Será suspendido preventivamente y en forma inmediata en el ejercicio de sus funciones aquel integrante del Tribunal sobre el que recaiga auto de procesamiento por delito doloso.

ARTICULO 22 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Quien fuera suspendido preventivamente en sus funciones tendrá derecho a reintegrarse al cuerpo cuando se dictare la sentencia absolutoria o de sobreseimiento provisional o definitivo. Si fuera condenado podrá ser removido por el Jurado mencionado en el Artículo 19 de la Ley N° 25.156 en los términos del Artículo 21 de la misma ley.

ARTICULO 23.- Créase en el ámbito del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia el Registro Nacional de Defensa de la Competencia, en el que deberán inscribirse las operaciones de concentración económica previstas en el Capítulo III y las resoluciones definitivas dictadas por el Tribunal. El Registro será público.

ARTICULO 23 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Deberán inscribirse en el Registro Nacional de Defensa de la Competencia, además de aquellos supuestos mencionados en el Artículo 23 de la Ley N° 25.156, las operaciones de concentración económica que hayan sido aprobadas tácitamente en los términos del Artículo 14 de la Ley N° 25.156, las revisiones de decisiones anteriores previstas en el Artículo 15 de la Ley N° 25.156 y del presente, así como todas las decisiones judiciales que recaigan sobre temas previamente decididos por el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

ARTICULO 24.- Son funciones y facultades del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia:

- a) Realizar los estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes. Para ello podrá requerir a los particulares y autoridades nacionales, provinciales o municipales, y a las asociaciones de Defensa de Consumidores y de los usuarios, la documentación y colaboración que juzgue necesarias;
- b) Celebrar audiencias con los presuntos responsables, denunciantes, damnificados, testigos y peritos, recibirles declaración y ordenar careos, para lo cual podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública;
- c) Realizar las pericias necesarias sobre libros, documentos y demás elementos conducentes a la investigación, controlar existencias, comprobar orígenes y costos de materias primas u otros bienes;
- d) Imponer las sanciones establecidas en la presente ley;
- e) Promover el estudio y la investigación en materia de competencia;
- f) Cuando lo considere pertinente emitir opinión en materia de competencia y libre concurrencia respecto de leyes, reglamentos, circulares y actos administrativos, sin que tales opiniones tengan efecto vinculante;
- g) Emitir recomendaciones de carácter general o sectorial respecto a las modalidades de la competencia en los mercados;
- h) Actuar con las dependencias competentes en la negociación de tratados, acuerdos o convenios internacionales en materia de regulación o políticas de competencia y libre concurrencia;
- i) Elaborar su reglamento interno, que establecerá, entre otras cuestiones, modo de elección y plazo del mandato del presidente, quién ejerce la representación legal del Tribunal;
- j) Organizar el Registro Nacional de la Competencia creado por esta ley;
- k) Promover e instar acciones ante la Justicia, para lo cual designará representante legal a tal efecto;
- l) Suspender los plazos procesales de la presente ley por resolución fundada;
- m) Acceder a los lugares objeto de inspección con el consentimiento de los ocupantes o mediante orden judicial la que será solicitada por el Tribunal ante el juez competente, quien deberá resolver en el plazo de 24 horas;
- n) Solicitar al juez competente las medidas cautelares que estime pertinentes, las que deberán ser resueltas en el plazo de 24 horas;
- o) Suscribir convenios con organismos provinciales o municipales para la habilitación de oficinas receptoras de denuncias en las provincias;
- p) Al presidente del Tribunal le compete ejercer la función administrativa del organismo y podrá efectuar contrataciones de personal para la realización de trabajos específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente, fijando las condiciones de trabajo y su retribución. Las disposiciones de la ley de contrato de trabajo regirán la relación con el personal de la planta permanente;
- q) Suscribir convenios con asociaciones de usuarios y consumidores para la promoción de la participación de las asociaciones de la comunidad en la defensa de la competencia y la transparencia de los mercados.

CAPITULO V DEL PRESUPUESTO

ARTICULO 25.- El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia formulará anualmente el proyecto de presupuesto para su posterior elevación al Poder Ejecutivo nacional.

El Tribunal establecerá la fijación de aranceles que deberán abonar los interesados por las actuaciones que inicien ante el mismo. Su producido será destinado a sufragar los gastos ordinarios del organismo.

ARTICULO 25 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA queda facultado para percibir los aranceles a los que hace referencia el Artículo 25 de la Ley N° 25.156. Dichos aranceles deberán ser diferenciados conforme lo dispuesto en el Artículo 11 del presente.

CAPITULO VI DEL PROCEDIMIENTO

ARTICULO 26.- El procedimiento se iniciará de oficio o por denuncia realizada por cualquier persona física o jurídica, pública o privada.

ARTICULO 26 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- La SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR será parte interesada en defensa del interés público en los procedimientos de actuación ante el TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA y, para ello:

- a) podrá efectuar las denuncias requeridas para iniciar el procedimiento;
 - b) se le correrá vista de las denuncias presentadas por cualquier persona física o jurídica, pública o privada. En los casos en que el procedimiento hubiera sido iniciado de oficio, se le correrá vista de la relación de los hechos y de la fundamentación del procedimiento.
- El denunciante, el denunciado y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR cuando ésta así lo solicite serán partes en el proceso. En ese, carácter podrán aportar y ofrecer todo tipo de prueba, la que deberá ser producida cuando fuera pertinente, y presentar alegatos.

A fin de realizar las investigaciones que pudieren resultar en denuncias y de obtener y producir prueba, la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR gozará de las facultades previstas en los incisos a), c),II) y m) del Artículo 24 de la Ley N° 25.156. Las partes del proceso y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR podrán interponer recurso de apelación por ante la Cámara Federal competente contra todas las resoluciones mencionadas en el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 27.- Todos los plazos de esta ley se contarán por días hábiles administrativos.

ARTICULO 28.- La denuncia deberá contener:

- a) El nombre y domicilio del presentante;
- b) El objeto de la denuncia, diciéndola con exactitud;
- c) Los hechos en que se funde, explicados claramente;
- d) El derecho expuesto suscintamente.

ARTICULO 29.- Si el Tribunal estimare que la denuncia es pertinente correrá traslado por diez (10) días al presunto responsable para que dé las explicaciones que estime conducentes. En caso de que el procedimiento se iniciare de oficio se correrá traslado de la relación de los hechos y la fundamentación que lo motivaron.

Se correrá traslado por el mismo plazo de la prueba ofrecida. (T.O. Decreto N°396/2001)

ARTICULO 29 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- La resolución que desestima por improcedente la denuncia deberá ser fundada y notificada al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, quienes podrán interponer contra la misma el recurso de apelación prescrito por el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 30.- Contestada la vista, o vencido su plazo, el Tribunal resolverá sobre la procedencia de la instrucción del sumario.

ARTICULO 30 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- La instrucción deberá realizarse dentro del plazo de CIENTO OCHENTA (180) días contados desde el momento en que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA resolviera la procedencia de la instrucción del sumario.

ARTICULO 31.- Si el Tribunal considera satisfactorias las explicaciones, o si concluida la instrucción no hubiere mérito suficiente para la prosecución del procedimiento, se dispondrá su archivo.

ARTICULO 31 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- La resolución que dispone el archivo de las actuaciones deberá ser fundada y notificada al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, quienes podrán interponer contra la misma el recurso de apelación previsto en el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 32.- Concluida la instrucción del sumario el Tribunal notificará a los presuntos responsables para que en un plazo de quince (15) días efectúen su descargo y ofrezcan la prueba que consideren pertinente.

ARTICULO 32 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- La resolución que dispone el traslado para el descargo y ofrecimiento de prueba del presunto responsable será fundada, con indicación de las conductas que se le atribuyen al mismo.

ARTICULO 33.- Las decisiones del Tribunal en materia de prueba son irrecurribles. **Sin embargo podrá plantearse al Tribunal reconsideración de las medidas de prueba dispuestas con relación a su pertinencia, admisibilidad, idoneidad y conducencia. (T.O. Decreto N° 396/2001)**

ARTICULO 34.- Concluido el período de prueba, las partes podrán alegar en el plazo de seis (6) días sobre el mérito de la misma. El Tribunal dictará resolución en un plazo máximo de sesenta (60) días. La resolución del Tribunal pone fin a la vía administrativa.

ARTICULO 34 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El período de prueba tendrá un plazo máximo de NOVENTA (90) días. El plazo para alegar se comenzará a contar desde que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decretare clausurado el período probatorio previsto, poniendo la causa para alegar. El plazo para alegar será común.

El plazo de SESENTA (60) días dentro del cual el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dictar la resolución prevista en el Artículo 34 de la Ley N° 25.156 comenzará a contarse desde el vencimiento del plazo para alegar.

ARTICULO 35.- El Tribunal en cualquier estado del procedimiento podrá imponer el cumplimiento de condiciones que establezca u ordenar el cese o la abstención de la conducta lesiva. Cuando se pudiere causar una grave lesión al régimen de competencia podrá ordenar las medidas que según las circunstancias fueren más aptas para prevenir dicha lesión. Contra esta resolución podrá interponerse recurso de apelación con efecto devolutivo, en la forma y términos previstos en los artículos 52 y 53. En igual sentido podrá disponer de oficio o a pedido de parte la suspensión, modificación o revocación de las medidas dispuestas en virtud de circunstancias sobrevinientes o que no pudieron ser conocidas al momento de su adopción.

ARTICULO 36.- Hasta el dictado de la resolución del artículo 34 el presunto responsable podrá comprometerse al cese inmediato o gradual de los hechos investigados o a la modificación de aspectos relacionados con ello.

El compromiso estará sujeto a la aprobación del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia a los efectos de producir la suspensión del procedimiento.

Transcurridos tres (3) años del cumplimiento del compromiso del presente artículo, se archivarán las actuaciones.

ARTICULO 36 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El presunto responsable podrá presentar la propuesta de compromiso a la que hace referencia el Artículo 36 de la Ley N° 25.156 por sí solo o en forma conjunta con el denunciante y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR.

Se correrá vista de dicha propuesta al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR a fin de que manifiesten lo que consideren oportuno, excepto cuando éstos hubieran presentado la propuesta conjuntamente con el presunto responsable.

ARTICULO 37.- El Tribunal podrá de oficio o a instancia de parte dentro de los tres (3) días de la notificación y sin substanciación, aclarar conceptos oscuros o suplir cualquier omisión que contengan sus resoluciones.

ARTICULO 38.- El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia decidirá la convocatoria a audiencia pública cuando lo considere oportuno para la marcha de las investigaciones.

ARTICULO 39.- La decisión del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia respecto de la realización de la audiencia deberá contener, según corresponda:

- a) Identificación de la investigación en curso;
- b) Carácter de la audiencia;
- c) Objetivo;
- d) Fecha, hora y lugar de realización;
- e) Requisitos para la asistencia y participación.

ARTICULO 39 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- A los efectos del inciso e) del Artículo 39 de la Ley N° 25.156, el único requisito exigible a quien desee participar en la audiencia pública prevista en el Artículo 38 de la dicha ley, será la previa inscripción en el Registro de Asistencia a Audiencias Públicas que a tal fin deberá llevar el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ARTICULO 40.- Las audiencias deberán ser convocadas con una antelación mínima de veinte (20) días y notificadas a las partes acreditadas en el expediente en un plazo no inferior a quince (15) días.

ARTICULO 41.- La convocatoria a audiencia pública deberá ser publicada en el Boletín Oficial y en dos diarios de circulación nacional con una antelación mínima de diez (10) días. Dicha publicación deberá contener al menos, la información prevista en el artículo 39.

ARTICULO 42.- El Tribunal podrá dar intervención como parte coadyuvante en los procedimientos que se substancien ante el mismo, a los afectados de los hechos investigados, a las asociaciones de consumidores y asociaciones empresarias reconocidas legalmente, a las provincias y a toda otra persona que pueda tener un interés legítimo en los hechos investigados.

ARTICULO 42 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Las partes coadyuvantes podrán declinar su participación.

ARTICULO 43.- El Tribunal podrá requerir dictámenes sobre los hechos investigados a personas físicas o jurídicas de carácter público o privado de reconocida versación.

ARTICULO 43 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Será de aplicación a la decisión de requerir dictámenes prevista en el Artículo 43 de la Ley N° 25.156 lo dispuesto en el Artículo 24 inciso ñ) de la Ley N° 25.156 en lo casos que así corresponda.

ARTICULO 44.- Las resoluciones que establecen sanciones del Tribunal, una vez notificadas a los interesados y firmes, se publicarán en el Boletín Oficial y cuando aquél lo estime conveniente en los diarios de mayor circulación del país a costa del sancionado.

ARTICULO 45.- Quien incurriera en una falsa denuncia será pasible de las sanciones previstas en el artículo 46 inciso b) de la presente ley, cuando el denunciante hubiese utilizado datos o documentos falsos, con el propósito de causar daño a la competencia, sin perjuicio de las demás acciones civiles y penales que correspondieron.

ARTICULO 45 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- A los efectos de imponer la sanción referida en el Artículo 45 de la Ley N° 25.156, se deberá previamente instruir un sumario, dando al denunciante un plazo de DIEZ (10) días para realizar su descargo y, si lo considerara pertinente, aportar u ofrecer las pruebas que hicieran a la defensa de sus derechos. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá expedirse dentro de los DIEZ (10) días siguientes.

CAPITULO VII DE LAS SANCIONES

ARTICULO 46.- Las personas físicas o de existencia ideal que no cumplan con las disposiciones de esta ley, serán pasibles de las siguientes sanciones:

- a) El cese de los actos o conductas previstas en los Capítulos I y II y, en su caso la remoción de sus efectos;
- b) Los que realicen los actos prohibidos en los Capítulos I y II y en el artículo 13 del Capítulo III, serán sancionados con una multa de diez mil pesos (\$ 10.000) hasta ciento cincuenta millones de pesos (\$ 150.000.000), que se graduará en base a: 1. La pérdida incurrida por todas las personas afectadas por la actividad prohibida; 2. El beneficio obtenido por todas las personas involucradas en la actividad prohibida; 3. El valor de los activos involucrados de las personas indicadas en el punto 2 precedente, al momento en que se cometió la violación. En caso de reincidencia, los montos de la multa se duplicarán.
- c) Sin perjuicio de otras sanciones que pudieren corresponder, cuando se verifiquen actos que constituyan abuso de posición dominante o cuando se constate que se ha adquirido o consolidado una posición monopólica u oligopólica en violación de las disposiciones de esta ley, el Tribunal podrá imponer el cumplimiento de condiciones que apunten a neutralizar los aspectos distorsivos sobre la competencia o solicitar al juez competente que las empresas infractoras sean disueltas, liquidadas, desconcentradas o divididas;
- d) Los que no cumplan con lo dispuesto en los artículos 8°, 35 y 36 serán pasibles de una multa de hasta un millón de pesos (\$ 1.000.000) diarios, contados desde el vencimiento de la obligación de notificar los proyectos de concentración económica o desde el momento en que se incumple el compromiso o la orden de cese o abstención. Ello sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder.

ARTICULO 46 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá iniciar las acciones judiciales necesarias para ejecutar aquellas de sus decisiones que se encontrasen firmes.

ARTICULO 47.- Las personas de existencia ideal son imputables por las conductas realizadas por las personas físicas que hubiesen actuado en nombre, con la ayuda o en beneficio de la persona de existencia ideal, y aún cuando el acto que hubiese servido de fundamento a la representación sea ineficaz.

ARTICULO 48.- Cuando las infracciones previstas en esta ley fueren cometidas por una persona de existencia ideal, la multa también se aplicará solidariamente a los directores, gerentes, administradores, síndicos o miembros del Consejo de Vigilancia, mandatarios o representantes legales de dicha persona de existencia ideal que por su acción o por la omisión de sus deberes de control, supervisión o vigilancia hubiesen contribuido, alentado o permitido la comisión de la infracción.

En tal caso, se podrá imponer sanción complementaria de inhabilitación para ejercer el comercio de uno (1) a diez (10) años a la persona de existencia ideal y a las personas enumeradas en el párrafo anterior.

ARTICULO 48 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- A los efectos de aplicar las sanciones previstas en el Artículo 48 de la Ley N° 25.156 para los directores, gerentes, administradores, síndicos o miembros del Consejo de Vigilancia, mandatarios o representantes legales de las personas de existencia ideal que resultaren sancionadas, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá previamente instruir un sumario dando a cada una de las personas enumeradas precedentemente que fueran pasibles de pena un plazo de DIEZ (10) días para realizar su descargo y, si lo consideraran

pertinente, para aportar u ofrecer las pruebas que hicieren a la defensa de sus derechos. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá expedirse dentro de los DIEZ (10) días siguientes.

ARTICULO 49.- El Tribunal en la imposición de multas deberá considerar la gravedad de la infracción, el daño causado, los indicios de intencionalidad, la participación del infractor en el mercado, el tamaño del mercado afectado, la duración de la práctica o concentración y la reincidencia o antecedentes del responsable, así como su capacidad económica.

ARTICULO 50.- Los que obstruyan o dificulten la investigación o no cumplan los requerimientos del Tribunal podrán ser sancionados con multas de hasta quinientos pesos (\$ 500) diarios. Cuando a juicio del Tribunal se haya cometido la infracción mencionada, se dará vista de la imputación al presunto responsable, quien deberá efectuar los descargos y ofrecer pruebas en el plazo de cinco (5) días.

ARTICULO 51.- Las personas físicas o jurídicas damnificadas por los actos prohibidos por esta ley, podrán ejercer la acción de resarcimiento de daños y perjuicios conforme las normas del derecho común, ante el juez competente en esa materia.

CAPITULO VIII DE LAS APELACIONES

ARTICULO 52.- Son apelables aquellas resoluciones dictadas por el Tribunal que ordenen:

- a) La aplicación de las sanciones;
- b) El cese o la abstención de una conducta;
- c) La oposición o condicionamiento respecto de los actos previstos en el Capítulo III;
- d) La desestimación de la denuncia por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia.

Las apelaciones previstas en el inciso a) se otorgarán con efecto suspensivo, y la de los incisos b), c), y d) se concederán con efecto devolutivo.

ARTICULO 52 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- A los efectos del inciso d) del Artículo 52 de la Ley N° 25.156, se entenderá que la resolución que desestima la denuncia es aquella que la desestima por improcedente, conforme al Artículo 29 de dicha Ley, así como aquella que dispone el archivo de las actuaciones, conforme al Artículo 31 de la misma Ley.

ARTICULO 53.- El recurso de apelación deberá interponerse y fundarse ante el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia dentro del plazo de quince (15) días de notificada la resolución. Dicho Tribunal dentro de los cinco (5) días de interpuesto el recurso deberá elevar el expediente a la Cámara Federal que corresponda.

ARTICULO 53 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Serán competentes para entender en los recursos de apelación interpuestos contra las decisiones del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en los términos del Artículo 53 de la Ley N° 25.156 la Cámara Federal en lo Civil y Comercial en la Ciudad de Buenos Aires y la Cámara Federal que corresponda en el interior del país. Dentro de los CINCO (5) días de interpuesto el recurso de apelación, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, previa vista de los agravios presentados por una parte a las demás partes y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, deberá elevar a través del MINISTERIO DE ECONOMIA el expediente a la Cámara Federal que corresponda. El MINISTERIO DE ECONOMIA, a través de su servicio jurídico, tendrá a su cargo la defensa del interés público en la instancia ante la Cámara Federal pertinente.

CAPITULO IX DE LA PRESCRIPCION

ARTICULO 54.- Las acciones que nacen de las infracciones previstas en esta ley prescriben a los cinco (5) años.

ARTICULO 55.- Los plazos de prescripción se interrumpen con la denuncia o por la comisión de otro hecho sancionado por la presente ley.

CAPITULO X DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y COMPLEMENTARIAS

ARTICULO 56.- Será de aplicación en los casos no previstos por esta ley y su reglamentación el Código Penal de la Nación, el Código Procesal Penal en cuanto sean compatibles con las disposiciones de esta ley.

ARTICULO 57.- No serán aplicables a las cuestiones regidas por esta ley las disposiciones de la ley 19.549.

ARTICULO 58.- Derógase la ley 22.262. No obstante ello, las causas en trámite a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, continuarán tramitando de acuerdo con sus disposiciones ante el órgano de aplicación de dicha norma, el que subsistirá hasta la constitución y puesta en funcionamiento del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia. Asimismo, entenderá en todas las causas promovidas a partir de la entrada en vigencia de esta ley. Constituido el Tribunal las causas serán giradas a éste a efectos de continuar con la substanciación de las mismas.

ARTICULO 59.- Queda derogada toda atribución de competencia relacionada con el objeto y finalidad de esta ley otorgada a otros organismos o entes estatales.

ARTICULO 59 Decreto Reglamentario N° 89/2001.- Dentro de los SESENTA (60) a contar a partir de la entrada en vigencia de la presente reglamentación, la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR establecerá los procedimientos y mecanismos para:

- a) la comunicación periódica de información y
- b) la transferencia de todas las causas y tramitaciones, que en las materias objeto de esta ley hayan sido con anterioridad obtenidas por o atribuidas a otros organismos y/o entes estatales.

ARTICULO 60.- El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley, en el término de ciento veinte (120) días, computados a partir de su publicación.

ARTICULO 61.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

CAPITULO I

DE LOS ACUERDOS Y PRACTICAS PROHIBIDAS

ARTICULO 1º — Están prohibidos y serán sancionados de conformidad con las normas de la presente ley, los actos o conductas, de cualquier forma manifestados, relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

Queda comprendida en este artículo, en tanto se den los supuestos del párrafo anterior, la obtención de ventajas competitivas significativas mediante la infracción declarada por acto administrativo o sentencia firme, de otras normas.

ARTICULO 2º — Las siguientes conductas, entre otras, en la medida que configuren las hipótesis del artículo 1º, constituyen prácticas restrictivas de la competencia:

- a) Fijar, concertar o manipular en forma directa o indirecta el precio de venta, o compra de bienes o servicios al que se ofrecen o demanden en el mercado, así como intercambiar información con el mismo objeto o efecto;
- b) Establecer obligaciones de producir, procesar, distribuir, comprar o comercializar sólo una cantidad restringida o limitada de bienes, o prestar un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios;
- c) Repartir en forma horizontal zonas, mercados, clientes y fuentes de aprovisionamiento;
- d) Concertar o coordinar posturas en las licitaciones o concursos;
- e) Concertar la limitación o control del desarrollo técnico o las inversiones destinadas a la producción o comercialización de bienes y servicios;
- f) Impedir, dificultar u obstaculizar a terceras personas la entrada o permanencia en un mercado o excluirlas de éste;
- g) Fijar, imponer o practicar, directa o indirectamente, en acuerdo con competidores o individualmente, de cualquier forma precios y condiciones de compra o de venta de bienes, de prestación de servicios o de producción;
- h) Regular mercados de bienes o servicios, mediante acuerdos para limitar o controlar la investigación y el desarrollo tecnológico, la producción de bienes o prestación de servicios, o para dificultar inversiones destinadas a la producción de bienes o servicios o su distribución;
- i) Subordinar la venta de un bien a la adquisición de otro o a la utilización de un servicio, o subordinar la prestación de un servicio a la utilización de otro o a la adquisición de un bien;
- j) Sujetar la compra o venta a la condición de no usar, adquirir, vender o abastecer bienes o servicios producidos, procesados, distribuidos o comercializados por un tercero;
- k) Imponer condiciones discriminatorias para la adquisición o enajenación de bienes o servicios sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales;
- l) Negarse injustificadamente a satisfacer pedidos concretos, para la compra o venta de bienes o servicios, efectuados en las condiciones vigentes en el mercado de que se trate;
- ll) Suspender la provisión de un servicio monopólico dominante en el mercado a un prestatario de servicios públicos o de interés público;
- m) Enajenar bienes o prestar servicios a precios inferiores a su costo, sin razones fundadas en los usos y costumbres comerciales con la finalidad de desplazar la competencia en el mercado o de producir daños en la imagen o en el patrimonio o en el valor de las marcas de sus proveedores de bienes o servicios.

ARTICULO 3º — Quedan sometidas a las disposiciones de esta ley todas las personas físicas o jurídicas públicas o privadas, con o sin fines de lucro que realicen actividades económicas en todo o en parte del territorio nacional, y las que realicen actividades económicas fuera del país, en la medida en que sus actos, actividades o acuerdos puedan producir efectos en el mercado nacional.

A los efectos de esta ley, para determinar la verdadera naturaleza de los actos o conductas y acuerdos, atenderá a las situaciones y relaciones económicas que efectivamente se realicen, persigan o establezcan.

CAPITULO II

DE LA POSICION DOMINANTE

ARTICULO 4º — A los efectos de esta ley se entiende que una o más personas goza de posición dominante cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o en una o varias partes del mundo o, cuando sin ser única, no está expuesta a una competencia sustancial o, cuando por el grado de integración vertical u horizontal está en condiciones de determinar la viabilidad económica de un competidor participante en el mercado, en perjuicio de éstos.

ARTICULO 5º — A fin de establecer la existencia de posición dominante en un mercado, deberán considerarse las siguientes circunstancias:

- a) El grado en que el bien o servicio de que se trate, es sustituible por otros, ya sea de origen nacional como extranjero; las condiciones de tal sustitución y el tiempo requerido para la misma;
- b) El grado en que las restricciones normativas limiten el acceso de productos u oferentes o demandantes al mercado de que se trate;

c) El grado en que el presunto responsable pueda influir unilateralmente en la formación de precios o restringir al abastecimiento o demanda en el mercado y el grado en que sus competidores puedan contrarrestar dicho poder.

CAPITULO III DE LAS CONCENTRACIONES Y FUSIONES

ARTICULO 6° — A los efectos de esta ley se entiende por concentración económica la toma de control de una o varias empresas, a través de realización de los siguientes actos:

- a) La fusión entre empresas;
- b) La transferencia de fondos de comercio;
- c) La adquisición de la propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital o títulos de deuda que den cualquier tipo de derecho a ser convertidos en acciones o participaciones de capital o a tener cualquier tipo de influencia en las decisiones de la persona que los emita cuando tal adquisición otorgue al adquirente el control de, o la influencia sustancial sobre misma;
- d) Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma fáctica o jurídica a una persona o grupo económico los activos de una empresa o le otorgue influencia determinante en la adopción de decisiones de administración ordinaria o extraordinaria de una empresa.

ARTICULO 7° — Se prohíben las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

(Artículo sustituido por art. 1° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).

ARTICULO 8° — Los actos indicados en el artículo 6° de esta Ley, cuando la suma del volumen de negocio total del conjunto de empresas afectadas supere en el país la suma de DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$ 200.000.000), deberán ser notificadas para su examen previamente o en el plazo de una semana a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo, de la publicación de la oferta de compra o de canje, o de la adquisición de una participación de control, ante el Tribunal de Defensa de la Competencia, contándose el plazo a partir del momento en que se produzca el primero de los acontecimientos citados, bajo apercibimiento, en caso de incumplimiento, de lo previsto en el artículo 46 inciso d). Los actos sólo producirán efectos entre las partes o en relación a terceros una vez cumplidas las previsiones de los artículos 13 y 14 de la presente ley, según corresponda. *(Párrafo sustituido por art. 2° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

A los efectos de la presente ley se entiende por volumen de negocios total los importes resultantes de la venta de productos y de la prestación de servicios realizados por las empresas afectadas durante el último ejercicio que correspondan a sus actividades ordinarias, previa deducción de los descuentos sobre ventas, así como del impuesto sobre el valor agregado y de otros impuestos directamente relacionados con el volumen de negocios.

Para el cálculo del volumen de negocios de la empresa afectada se sumarán los volúmenes de negocios de las empresas siguientes:

- a) La empresa en cuestión;
- b) Las empresas en las que la empresa en cuestión disponga, directa o indirectamente:
 1. De más de la mitad del capital o del capital circulante.
 2. Del poder de ejercer más de la mitad de los derechos de voto.
 3. Del poder de designar más de la mitad de los miembros del consejo de vigilancia o de administración o de los órganos que representen legalmente a la empresa, o
 4. Del derecho a dirigir las actividades de la empresa.
- c) Aquellas empresas que dispongan de los derechos o facultades enumerados en el inciso b) con respecto a una empresa afectada.
- d) Aquellas empresas en las que una empresa de las contempladas en el inciso c) disponga de los derechos o facultades enumerados en el inciso b).
- e) Las empresas en cuestión en las que varias empresas de las contempladas en los incisos a) a d) dispongan conjuntamente de los derechos o facultades enumerados en el inciso b).

ARTICULO 9° — La falta de notificación de las operaciones previstas en el artículo anterior, será pasible de las sanciones establecidas en el artículo 46 inciso d).

ARTICULO 10. — Se encuentran exentas de la notificación obligatoria prevista en el artículo anterior las siguientes operaciones:

- a) Las adquisiciones de empresas de las cuales el comprador ya poseía más del cincuenta por ciento (50%) de las acciones;
- b) Las adquisiciones de bonos, debentures, acciones sin derecho a voto o títulos de deuda de empresas;
- c) Las adquisiciones de una única empresa por parte de una única empresa extranjera que no posea previamente activos o acciones de otras empresas en la Argentina;
- d) Adquisiciones de empresas liquidadas (que no hayan registrado actividad en el país en el último año).
- e) Las operaciones de concentración económica previstas en el artículo 6° que requieren notificación de acuerdo a lo previsto en el artículo 8°, cuando el monto de la operación y el valor de los activos situados en la República Argentina que se absorban, adquieran, transfieran o se controlen no superen, cada uno de ellos, respectivamente, los VEINTE MILLONES DE PESOS (\$ 20.000.000), salvo que en el plazo de doce meses anteriores se hubieran efectuado operaciones que en conjunto superen dicho importe, o el de

SESENTA MILLONES DE PESOS (\$ 60.000.000) en los últimos treinta y seis meses, siempre que en ambos casos se trate del mismo mercado. *(Inciso incorporado por art. 3° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

ARTICULO 11. — El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia fijará con carácter general la información y antecedentes que las personas deberán proveer al Tribunal y los plazos en que dicha información y antecedentes deben ser provistos.

ARTICULO 12. — La reglamentación establecerá la forma y contenido adicional de la notificación de los proyectos de concentración económica y operaciones de control de empresas de modo que se garantice el carácter confidencial de las mismas.

ARTICULO 13. — En todos los casos sometidos a la notificación prevista en este capítulo, el Tribunal por resolución fundada, deberá decidir dentro de los cuarenta y cinco (45) días de presentada la solicitud y documentación respectiva:

- a) Autorizar la operación;
- b) Subordinar el acto al cumplimiento de las condiciones que el mismo Tribunal establezca;
- c) Denegar la autorización.

La solicitud de documentación adicional deberá efectuarse en un único acto por etapa, que suspenderá el cómputo del plazo por una sola vez durante su transcurso, salvo que fuere incompleta. *(Párrafo incorporado por art. 4° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

ARTICULO 14. — Transcurrido el plazo previsto en el artículo anterior sin mediar resolución al respecto, la operación se tendrá por autorizada tácitamente. La autorización tácita producirá en todos los casos los mismos efectos legales que la autorización expresa.

ARTICULO 15. — Las concentraciones que hayan sido notificadas y autorizadas no podrán ser impugnadas posteriormente en sede administrativa en base a información y documentación verificada por el Tribunal, salvo cuando dicha resolución se hubiera obtenido en base a información falsa o incompleta proporcionada por el solicitante.

ARTICULO 16. — Cuando la concentración económica involucre a empresas o personas cuya actividad económica esté reglada por el Estado nacional a través de un organismo de control regulador, el Tribunal Nacional de Defensa de Competencia, previo al dictado de su resolución, deberá requerir a dicho ente estatal un informe opinión fundada sobre la propuesta de concentración económica en cuanto al impacto sobre la competencia en el mercado respectivo o sobre el cumplimiento del marco regulatorio respectivo.

El ente estatal deberá pronunciarse en el término máximo de noventa (90) días, transcurrido dicho plazo se entenderá que el mismo no objeta operación.

La opinión se requerirá dentro de los (TRES) 3 días de efectuada la solicitud. El plazo para su contestación será de (QUINCE) 15 días, y no suspenderá el plazo del artículo 13. *(Párrafo incorporado por art. 5° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

CAPITULO IV

AUTORIDAD DE APLICACION

ARTICULO 17. — Créase el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia como organismo autárquico en el ámbito del Ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos de la Nación con el fin de aplicar y controlar el cumplimiento de esta ley. Tendrá su sede en la Ciudad de Buenos Aires pero podrá actuar, constituirse sesionar en cualquier lugar de la República mediante delegados que designe el Presidente del Tribunal. Los delegados instructores podrán ser funcionarios nacionales, provinciales o municipales.

ARTICULO 18. — El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia estará integrado por siete (7) miembros con suficientes antecedentes e idoneidad para ejercer el cargo, de los cuales dos por lo menos serán abogados y otros dos profesionales en ciencias económicas, todos ellos con más de cinco (5) años en el ejercicio de la profesión. Los miembros del tribunal tendrán dedicación exclusiva durante su mandato, con excepción de la actividad docente.

Los integrantes del Tribunal deberán excusarse por las causas previstas en los incisos 1), 2), 3), 4), 5), 7), 8), 9 y 10) del artículo 16 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación.

ARTICULO 19. — Los miembros del Tribunal serán designados por el Poder Ejecutivo nacional previo concurso público de antecedentes y oposición ante un Jurado integrante por el procurador del Tesoro de la Nación, el secretario de Industria, Comercio y Minería del Ministerio de Economía Obras y Servicios Públicos de la Nación, los presidentes de las comisiones de Comercio de ambas Cámaras del Poder Legislativo de la Nación, el presidente de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial y los presidentes de la Academia Nacional de Derecho y de la Academia Nacional de Ciencias Económicas.

ARTICULO 20. — Los miembros del Tribunal durarán en el ejercicio de sus funciones seis (6) años. La renovación de los mismos se hará parcialmente cada tres años y podrán ser reelegidos por los procedimientos establecidos en el artículo anterior. Al finalizar los tres primeros años se renovarán tres miembros y al finalizar los otros tres años, los cuatro miembros restantes. Sólo podrán ser removidos previa decisión —por mayoría simple— del Jurado mencionado en el artículo anterior.

La causa por remoción se formará obligatoriamente si existe acusación del Poder Ejecutivo nacional o del presidente del Tribunal y sólo por decisión del Jurado si la causa tuviera cualquier otro origen.

El Jurado dictará normas de procedimiento que aseguren el derecho de defensa y el debido trámite de la causa.

ARTICULO 21. — Son causas de remoción los miembros del tribunal:

- a) Mal desempeño en sus funciones;

- b) Negligencia reiterada que dilate la substanciación de los procesos;
- c) Incapacidad sobreviniente;
- d) Condena por delito doloso;
- e) Violaciones de las normas sobre incompatibilidad;
- f) No excusarse en los presupuestos previstos por el Código Procesal Civil y Comercial de Nación.

ARTICULO 22. — Será suspendido preventivamente y en forma inmediata en el ejercicio de sus funciones aquel integrante del Tribunal sobre el que recaiga auto de procesamiento por delito doloso.

ARTICULO 23. — Créase en el ámbito del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia Registro Nacional de Defensa de la Competencia, en el que deberán inscribirse las operaciones de concentración económica previstas en el Capítulo III y las resoluciones definitivas dictadas por el Tribunal. El Registro será público.

ARTICULO 24. — Son funciones y facultades del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia:

- a) Realizar los estudios e investigaciones de mercado que considere pertinentes. Para ello podrá requerir a los particulares y autoridades nacionales, provinciales o municipales, y a las asociaciones de Defensa de Consumidores y de los usuarios, la documentación y colaboración que juzgue necesarias;
 - b) Celebrar audiencias con los presuntos responsables, denunciantes, damnificados, testigos y peritos, recibirles declaración y ordenar careos, para lo cual podrá solicitar el auxilio de la fuerza pública;
 - c) Realizar las pericias necesarias sobre libros, documentos y demás elementos conducentes la investigación, controlar existencias, comprobar orígenes y costos de materias primas u otros bienes;
 - d) Imponer las sanciones establecidas en la presente ley;
 - e) Promover el estudio y la investigación en materia de competencia;
 - f) Cuando lo considere pertinente emitir opinión en materia de competencia y libre concurrencia respecto de leyes, reglamentos, circulares y actos administrativos, sin que tales opiniones tengan efecto vinculante;
 - g) Emitir recomendaciones de carácter general o sectorial respecto a las modalidades de la competencia en los mercados;
 - h) Actuar con las dependencias competentes en la negociación de tratados, acuerdos o convenios internacionales en materia de regulación políticas de competencia y libre concurrencia;
 - i) Elaborar su reglamento interno, que establecerá, entre otras cuestiones, modo de elección plazo del mandato del presidente, quien ejerce representación legal del Tribunal;
 - j) Organizar el Registro Nacional de la Competencia creado por esta ley;
 - k) Promover e instar acciones ante la Justicia, para lo cual designará representante legal a tal efecto;
 - l) Suspender los plazos procesales de la presente ley por resolución fundada;
 - ll) Acceder a los lugares objeto de inspección con el consentimiento de los ocupantes o mediante orden judicial la que será solicitada por el Tribunal ante el juez competente, quien deberá resolver en el plazo de 24 horas;
 - m) Solicitar al juez competente las medidas cautelares que estime pertinentes, las que deberán ser resueltas en el plazo de 24 horas;
 - n) Suscribir convenios con organismos provinciales o municipales para la habilitación de oficinas receptoras de denuncias en las provincias;
 - ñ) Al presidente del Tribunal le compete ejercer la función administrativa del organismo y podrá efectuar contrataciones de personal para la realización de trabajos específicos o extraordinarios que no puedan ser realizados por su planta permanente, fijando las condiciones de trabajo y su retribución. Las disposiciones de la ley, de contrato de trabajo regirán la relación con el personal de la planta permanente.
- o) Propiciar soluciones consensuadas entre las partes;**
- p) Suscribir convenios con asociaciones de usuarios y consumidores para la promoción de la participación de las asociaciones de la comunidad en la defensa de la competencia y la transparencia de los mercados.

CAPITULO V DEL PRESUPUESTO

ARTICULO 25. — El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia formulará anualmente el proyecto de presupuesto para su posterior elevación al Poder Ejecutivo nacional.

El Tribunal establecerá la fijación de aranceles que deberán abonar los interesados por las actuaciones que inicien ante el mismo. Su producido será destinado a sufragar los gastos ordinarios del organismo.

CAPITULO VI DEL PROCEDIMIENTO

ARTICULO 26. — El procedimiento se iniciará de oficio o por denuncia realizada por cualquier persona física o jurídica, pública o privada.

ARTICULO 27. — Todos los plazos de esta ley se contarán por días hábiles administrativos.

ARTICULO 28. — La denuncia deberá contener:

- a) El nombre y domicilio del presentante;
- b) El nombre y domicilio del denunciante;**
- c) El objeto de la denuncia, diciéndola con exactitud;
- d) Los hechos en que se funde, explicados claramente;
- e) El derecho expuesto suscintamente.

ARTICULO 29. — Si el Tribunal estimare que la denuncia es pertinente correrá traslado por diez (10) días al presunto responsable para que dé las explicaciones que estime conducentes. En caso de que el procedimiento se iniciare de oficio se correrá traslado de la relación de los hechos y la fundamentación que lo motivaron.

Se correrá traslado por el mismo plazo de la prueba ofrecida. *(Párrafo incorporado por art. 6° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

ARTICULO 30. — Contestada la vista, o vencido su plazo, el Tribunal resolverá sobre la procedencia de la instrucción del sumario.

ARTICULO 31. — Si el Tribunal considera satisfactorias las explicaciones, o si concluida la instrucción no hubiere mérito suficiente para la prosecución del procedimiento, se dispondrá su archivo.

ARTICULO 32. — Concluida la instrucción del sumario el Tribunal notificará a los presuntos responsables para que en un plazo de quince (15) días efectúen su descargo y ofrezcan la prueba que consideren pertinente.

ARTICULO 33. — Las decisiones del Tribunal en materia de prueba son irrecurribles.

Sin embargo podrá plantearse al Tribunal reconsideración de las medidas de prueba dispuestas con relación a su pertinencia, admisibilidad, idoneidad y conducencia. *(Párrafo incorporado por art. 7° del [Decreto N° 396/2001](#) B.O. 5/4/2001.- Vigencia a partir del 9/4/2001).*

ARTICULO 34. — Concluido el periodo de prueba, **que será de noventa (90) días, —prorrogables por un periodo igual si existieran causas debidamente justificadas— o transcurrido el plazo para realizarlo**, las partes podrán alegar en el plazo de seis (6) días sobre el mérito de la misma. El Tribunal dictará resolución en un plazo máximo de sesenta (60) días. La resolución del Tribunal pone fin a la vía administrativa.

ARTICULO 35. — El Tribunal en cualquier estado del procedimiento podrá imponer el cumplimiento de condiciones que establezca u ordenar el cese o la abstención de la conducta lesiva. Cuando se pudiere causar una grave lesión al régimen de competencia podrá ordenar las medidas que según las circunstancias fueren más aptas para prevenir dicha lesión. Contra esta resolución podrá interponerse recurso de apelación con efecto devolutivo, en la forma y términos previstos en los artículos 52 y 53.

En igual sentido podrá disponer de oficio o a pedido de parte la suspensión, modificación o revocación de las medidas dispuestas en virtud de circunstancias sobrevinientes o que no pudieron ser conocidas al momento de su adopción.

ARTICULO 36. — Hasta el dictado de la resolución del artículo 34 el presunto responsable podrá comprometerse al cese inmediato o gradual de los hechos investigados o a la modificación de aspectos relacionados con ello.

El compromiso estará sujeto a la aprobación del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia a los efectos de producir la suspensión del procedimiento.

Transcurridos tres (3) años del cumplimiento del compromiso del presente artículo, se archivarán las actuaciones.

ARTICULO 37. — El Tribunal podrá de oficio o a instancia de parte dentro de los tres (3) días de la notificación y sin substanciación, aclarar conceptos oscuros o suplir cualquier omisión que contengan sus resoluciones.

ARTICULO 38. — El Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia decidirá la convocatoria a audiencia pública cuando lo considere oportuno para la marcha de las investigaciones.

ARTICULO 39. — La decisión del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia respecto de la realización de la audiencia deberá contener, según corresponda:

- a) Identificación de la investigación en curso;
- b) Carácter de la audiencia;
- c) Objetivo;
- d) Fecha, hora y lugar de realización;
- e) Requisitos para la asistencia y participación.

ARTICULO 40. — Las audiencias deberán ser convocadas con una antelación mínima de veinte (20) días y notificadas a las partes acreditadas en el expediente en un plazo no inferior a quince (15) días.

ARTICULO 41. — La convocatoria a audiencia pública deberá ser publicada en el Boletín Oficial y en dos diarios de circulación nacional con una antelación mínima de diez (10) días. Dicha publicación deberá contener al menos, la información prevista en el artículo 39.

ARTICULO 42. — El Tribunal podrá dar intervención como parte coadyuvante en los procedimientos que se substancien ante el mismo, a los afectados de los hechos investigados, a las asociaciones de consumidores y asociaciones empresarias reconocidas legalmente, a las provincias y a toda otra persona que pueda tener un interés legítimo en los hechos investigados.

ARTICULO 43. — El Tribunal podrá requerir dictámenes sobre los hechos investigados a personas físicas o jurídicas de carácter público o privado de reconocida versación.

ARTICULO 44. — Las resoluciones que establecen sanciones del Tribunal, una vez notificadas a los interesados y firmes, se publicarán en el Boletín Oficial y cuando aquél lo estime conveniente en los diarios de mayor circulación del país a costa del sancionado.

ARTICULO 45. — Quien incurriera en una falsa denuncia será pasible de las sanciones previstas en el artículo 46 inciso b) de la presente ley, cuando el denunciante hubiese utilizado datos o documentos

falsos, con el propósito de causar daño a la competencia, sin perjuicio de las demás acciones civiles y penales que correspondieren.

CAPITULO VII DE LAS SANCIONES

ARTICULO 46. — Las personas físicas o de existencia ideal que no cumplan con las disposiciones de esta ley, serán pasibles de las siguientes sanciones:

- a) El cese de los actos o conductas previstas en los Capítulos I y II y, en su caso la remoción de sus efectos;
- b) Los que realicen los actos prohibidos en los Capítulos I y II y en el artículo 13 del Capítulo III, serán sancionados con una multa de diez mil pesos (\$ 10.000) hasta ciento cincuenta millones de pesos (\$ 150.000.000), que se graduará en base a: 1. La pérdida incurrida por todas las personas afectadas por la actividad prohibida; 2. El beneficio obtenido por todas las personas involucradas en la actividad prohibida; 3. El valor de los activos involucrados de las personas indicadas en el punto 2 precedente, al momento en que se cometió la violación. En caso de reincidencia, los montos de la multa se duplicarán.
- c) Sin perjuicio de otras sanciones que pudieren corresponder, cuando se verifiquen actos que constituyan abuso de posición dominante o cuando se constate que se ha adquirido o consolidado una posición monopólica u oligopólica en violación de las disposiciones de esta ley, el Tribunal podrá imponer el cumplimiento de condiciones que apunten a neutralizar los aspectos distorsivos sobre la competencia o solicitar al juez competente que las empresas infractoras sean disueltas, liquidadas, desconcentradas o divididas;
- d) Los que no cumplan con lo dispuesto en los artículos 8º, 35 y 36 serán pasibles de una multa de hasta un millón de pesos (\$ 1.000.000) diarios, contados desde el vencimiento de la obligación de notificar los proyectos de concentración económica o desde el momento en que se incumple el compromiso o la orden de cese o abstención.

Ello sin perjuicio de las demás sanciones que pudieren corresponder.

ARTICULO 47. — Las personas de existencia ideal son imputables por las conductas realizadas por las personas físicas que hubiesen actuado en nombre, con la ayuda o en beneficio de la persona de existencia ideal, y aún cuando el acto que hubiese servido de fundamento a la representación sea ineficaz.

ARTICULO 48. — Cuando las infracciones previstas en esta ley fueren cometidas por una persona de existencia ideal, la multa también se aplicará solidariamente a los directores, gerentes, administradores, síndicos o miembros del Consejo de Vigilancia, mandatarios o representantes legales de dicha persona de existencia ideal que por su acción o por la omisión de sus deberes de control, supervisión o vigilancia hubiesen contribuido, alentado o permitido la comisión de la infracción.

En tal caso, se podrá imponer sanción complementaria de inhabilitación para ejercer el comercio de uno (1) a diez (10) años a la persona de existencia ideal y a las personas enumeradas en el párrafo anterior.

ARTICULO 49. — El Tribunal en la imposición de multas deberá considerar la gravedad de la infracción, el daño causado, los indicios de intencionalidad, la participación del infractor en el mercado, el tamaño del mercado afectado, la duración de la práctica o concentración y la reincidencia o antecedentes del responsable, así como su capacidad económica.

ARTICULO 50. — Los que obstruyan o dificulten la investigación o no cumplan los requerimientos del Tribunal podrán ser sancionados con multas de hasta quinientos pesos (\$ 500) diarios.

Cuando a juicio del Tribunal se haya cometido la infracción mencionada, se dará vista de la imputación al presunto responsable, quien deberá efectuar los descargos y ofrecer pruebas en el plazo de cinco (5) días.

ARTICULO 51. — Las personas físicas o jurídicas damnificadas por los actos prohibidos por esta ley, podrán ejercer la acción de resarcimiento de daños y perjuicios conforme las normas del derecho común, ante el juez competente en esa materia.

CAPITULO VIII DE LAS APELACIONES

ARTICULO 52. — Son apelables aquellas resoluciones dictadas por el Tribunal que ordenen:

- a) La aplicación de las sanciones **de multa**;
 - b) El cese o la abstención de una conducta;
 - c) La oposición o condicionamiento respecto de los actos previstos en el Capítulo III;
 - d) La desestimación de la denuncia por parte del Tribunal de Defensa de la Competencia.
- Las apelaciones previstas en el inciso a) se otorgarán con efecto suspensivo, y la de los incisos b), c), y d) se concederán con efecto devolutivo.

ARTICULO 53. — El recurso de apelación deberá interponerse y fundarse ante el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia dentro del plazo de quince (15) días de notificada la resolución. Dicho Tribunal dentro de los cinco (5) días de interpuesto el recurso deberá elevar el expediente a la **Cámara Nacional de Apelaciones en Comercial o a la Cámara Federal** que corresponda **en el interior del país.**

CAPITULO IX DE LA PRESCRIPCIÓN

ARTICULO 54. — Las acciones que nacen de las infracciones previstas en esta ley prescriben los cinco (5) años.

ARTICULO 55. — Los plazos de prescripción se interrumpen con la denuncia o por la comisión de otro hecho sancionado por la presente ley.

CAPITULO X

DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y COMPLEMENTARIAS

ARTICULO 56. — Será de aplicación en los casos no previstos por esta ley y su reglamentación el Código Penal de la Nación, el Código Procesal Penal y el **Código Procesal Civil y Comercial de la Nación** en cuanto sean compatibles con las disposiciones de esta ley.

ARTICULO 57. — No serán aplicables a las cuestiones regidas por esta ley las disposiciones de la ley 19.549.

ARTICULO 58. — Derógase la ley 22.262. No obstante ello, las causas en trámite a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, continuarán tramitando de acuerdo con sus disposiciones ante el órgano de aplicación de dicha norma, que subsistirá hasta la constitución y puesta en funcionamiento del Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia. Asimismo, entenderá en todas las causas promovidas a partir de la entrada en vigencia de esta ley. Constituido el Tribunal las causas serán giradas a éste a efectos de continuar con la substanciación de las mismas.

ARTICULO 59. — Queda derogada toda atribución de competencia relacionada con el objeto finalidad de esta ley otorgada a otros organismos o entes estatales.

ARTICULO 60. — El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley, en el término de ciento veinte (120) días, computados a partir de su publicación.

ARTICULO 61. — Comuníquese al Poder Ejecutivo.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, LOS VEINTICINCO DIAS DEL MES DE AGOSTO DEL AÑO MIL NOVECIENTOS NOVENTA NUEVE.

—REGISTRADA BAJO EL N° 25.156—

ALBERTO R. PIERRI. — CARLOS RUCKAUF. — Juan Estrada. — Juan C. Oyarzún.

NOTA: Los textos en negrita, fueron observados por Decreto 1019/99.

Antecedentes Normativos

- Artículo 8°, primer párrafo, expresión observada por art. 1° del [Decreto N° 1019/1999](#) B.O. 20/9/1999.

DECRETO 89/2001

Apruébase la Reglamentación de la Ley N° 25.156

Bs. As., 25/1/2001

VISTO el Expediente N° 064-017968/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA y la Ley N° 25.156, y

CONSIDERANDO:

Que por las actuaciones citadas en el VISTO, el MINISTERIO DE ECONOMIA por intermedio de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR ha proyectado la Reglamentación de la norma citada.

Que la DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS del MINISTERIO DE ECONOMIA ha tomado la intervención que le compete.

Que el PODER EJECUTIVO NACIONAL se encuentra facultado para el dictado del presente acto en virtud de las atribuciones conferidas por el artículo 60 de la Ley N° 25.156 y por el artículo 99, inciso 2 de la CONSTITUCION NACIONAL.

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

Artículo 1° — Apruébase la Reglamentación de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, que como Anexo I forma parte integrante del presente decreto.

Art. 2° — Quedan derogadas las Resoluciones N° 726 de fecha 28 de setiembre de 1999 y 788 de fecha 19 de octubre de 1999 dictadas por la ex SECRETARIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERIA del ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS. La SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del MINISTERIO DE ECONOMIA tendrá a su cargo la reorganización funcional y administrativa de la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA a los efectos de adecuar la misma a lo establecido en la presente reglamentación durante el período de transición hasta la constitución del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA y el dictado de las normas complementarias y de implementación de la presente reglamentación.

La SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del MINISTERIO DE ECONOMIA dictará las normas relativas a los lineamientos para el control de las concentraciones económicas, a la presentación de información en el marco de la notificación de una concentración económica y al mecanismo de opinión consultiva que se ajusten a lo dispuesto en el presente decreto. Dichas normas tendrán vigencia hasta tanto el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estime oportuno modificarlas o reemplazarlas. Todos los plazos establecidos en el presente decreto serán calculados sobre la base de días hábiles administrativos.

Art. 3° — El presente decreto entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Boletín Oficial.

Art. 4° — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese.— DE LA RUA. — Chrystian G. Colombo. — José L. Machinea. — Jorge E. De La Rúa.

ANEXO I

REGLAMENTACION DE LA LEY N° 25.156

CAPITULO I

DE LOS ACUERDOS Y PRACTICAS PROHIBIDAS

ARTICULO 1°. — SIN REGLAMENTAR

ARTICULO 2°. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 3°. — SIN REGLAMENTAR.

CAPITULO II

DE LA POSICION DOMINANTE

ARTICULO 4°. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 5°. — SIN REGLAMENTAR.

CAPITULO III

DE LAS CONCENTRACIONES Y FUSIONES

ARTICULO 6°. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 7°. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 8°. — Se entenderá por empresas afectadas a los fines del Artículo 8° de la Ley N° 25.156:

a) la empresa respecto de la cual se tomare control y

b) la empresa que adquiriera dicho control.

No se considerarán incluidos dentro de los actos que requieren notificación a los efectos de este Artículo 8° las transferencias de bienes a título gratuito que se hagan a favor de:

a) el ESTADO NACIONAL o sus dependencias, Provincias, Municipalidades y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y

b) herederos forzosos, sea por actos entre vivos o por causa de muerte.

El plazo de UNA (1) semana para la notificación que prevé el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 comenzará a correr:

1. En las fusiones entre empresas, el día en que se suscriba el acuerdo definitivo de fusión conforme lo previsto por el apartado 4 del Artículo 83 de la Ley N° 19.550, T.O. 1984.

2. En las transferencias de fondos de comercio, el día en que se inscriba el documento de venta en el Registro Público de Comercio de acuerdo con lo previsto por el Artículo 7° de la Ley N° 11.867.

3. En las adquisiciones de la propiedad o de cualquier derecho sobre acciones o participaciones, el día en que quedare perfeccionada la adquisición de tales derechos de acuerdo con el convenio o contrato de adquisición.

4. En los demás casos, el día en que quedare perfeccionada la operación en cuestión en virtud de las leyes respectivas.

En todos los casos, la notificación deberá ser hecha por todas las partes intervinientes en la operación en cuestión.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo autárquico creado por la Ley N° 25.156 en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA, deberá establecer un mecanismo de opinión consultiva a los fines de determinar si una operación está sujeta al control previo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156. La presentación de las partes involucradas en una operación a dicho mecanismo será voluntaria. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá emitir la opinión consultiva dentro del plazo de DIEZ (10) días. El plazo de UNA (1) semana para la notificación de la operación previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 quedará suspendido desde el momento en que las partes soliciten la opinión consultiva hasta tanto ésta sea notificada. Será aplicable a la información presentada con motivo de una solicitud de opinión consultiva lo previsto en el Artículo 12 del presente.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá remitir copia de toda notificación de una operación de concentración que se realice en virtud de lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, a fin de que dicha Secretaría tome conocimiento de la notificación y pueda manifestar lo que considere oportuno en cualquier momento del trámite. La notificación a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR de la operación de concentración presentada no tendrá efecto suspensivo alguno sobre el transcurso del plazo para pronunciarse sobre la misma por parte del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de acuerdo con el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 9°. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 10. — A los efectos del inciso c) del Artículo se considerará que una empresa es extranjera si su domicilio social o el principal asiento de sus negocios se encuentra fuera del país; sin embargo se considerarán comprendidas dentro de la exención del inciso c) aquellas empresas extranjeras que fijaren su domicilio social en el país a los efectos del perfeccionamiento de la operación de concentración en cuestión.

ARTICULO 11. — El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al dar cumplimiento a lo previsto en el Artículo 11 de la Ley N° 25.156, establecerá un procedimiento en virtud del cual se establezcan al menos TRES (3) etapas sucesivas para la presentación gradual de información, de modo tal

que sólo cuando la información presentada en una etapa resultare insuficiente para dictar la resolución prevista en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 se pasará a la etapa siguiente, la que implicará la presentación de una mayor cantidad de información. Asimismo, dicho Tribunal deberá establecer plazos y aranceles diferenciados para cada una de las etapas sucesivas.

ARTICULO 12. — Quien notificare al TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 podrá solicitar, cuando la publicidad de los mismos pudiera perjudicar sus intereses, que todos o parte de los datos aportados sean tratados de forma confidencial. La petición, que deberá ser fundada, será decidida por el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el plazo de CINCO (5) días. Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decidiera conceder el carácter de confidencial a la datos aportados, quien notificare los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 deberá entregar un resumen no confidencial de dichos datos. Una vez concedido el carácter de confidencial, sólo podrán acceder al expediente quien hubiere realizado la notificación, sus representantes, el Secretario de Defensa de la Competencia y del Consumidor y sus representantes. Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decidiera no conceder carácter de confidencial a los datos aportados, quien notificara los actos indicados en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156 podrá desistir de la presentación en un plazo de CINCO (5) días desde la notificación de la resolución denegatoria de la solicitud de confidencialidad. Hasta la finalización de dicho plazo, la información en cuestión será considerada confidencial. Si el notificante optare por desistir de la presentación, se le devolverá la documentación por él presentada y la notificación de la operación se tendrá por no efectuada, sin perjuicio de lo establecido en el Artículo 6° de la Ley N° 25.156.

Aquellos empleados o funcionarios públicos que tuvieran acceso a la información a la que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA hubiera concedido el carácter de confidencial, o que sea confidencial de acuerdo con lo establecido en otras leyes aplicables, están obligados a reservar la información para sí, quedando alcanzados por las disposiciones del Artículo 3° de la Ley N° 24.766 ante la divulgación de dicha información o su utilización para otros fines distintos a los contemplados en la Ley N° 25.156, sin perjuicio de las responsabilidades administrativas, civiles o penales que les pudieren corresponder por aplicación de otras leyes.

A todos los efectos establecidos por las normas aplicables, la información suministrada por el solicitante tendrá carácter de declaración jurada.

ARTICULO 13. — Si el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA subordinara los actos para los cuales se hubiera solicitado autorización al cumplimiento de alguna condición, establecerá el plazo dentro del cual ésta deberá ser satisfecha, bajo apercibimiento de denegar la autorización. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, fundadamente, podrá prorrogar el plazo concedido por una única vez cuando quienes debieran satisfacer la condición impuesta acreditaran la imposibilidad de hacerlo dentro del plazo originariamente concedido con anterioridad al vencimiento del mismo.

La autorización de una operación caducará si dentro del plazo de UN (1) año contado desde el acaecimiento de la autorización tácita o la notificación de la autorización expresa tal operación no fuera efectuada.

ARTICULO 14. — El plazo de CUARENTA Y CINCO (45) días mencionado en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 comenzará a correr a partir de que el interesado efectúe la notificación prevista en el Artículo 8° de dicha Ley; sin embargo, dicho plazo quedará suspendido cada vez que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA solicitare al interesado información adicional, y hasta tanto tal información fuere suministrada en forma completa.

ARTICULO 15. — Toda resolución del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA fundada en información falsa o incompleta será revisada por dicho Tribunal de oficio o a instancia de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR o de cualquier persona física o jurídica. La denuncia deberá cumplir con los recaudos mínimos previstos en el Artículo 28 de la Ley N° 25.156.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dar traslado de la instrucción que ordene revisar su resolución o del pedido formulado por la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR o de la denuncia efectuada al interesado, quien en el plazo de TRES (3) días deberá manifestar lo que estime procedente. Si el interesado ofreciere prueba, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá ordenar que se produzca la que sea pertinente en un plazo que no podrá exceder de DIEZ (10) días. Una vez transcurrido dicho plazo, y dentro de los DIEZ (10) días subsiguientes, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dictará resolución. Si el notificante de una concentración económica hubiera suministrado información falsa, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá, en su caso, revocar su resolución anterior, prohibir la concentración económica y ordenar la reversión a su estado anterior de todos los actos o acuerdos que dieron origen a dicha concentración, todo ello sin perjuicio de la aplicación de las sanciones que al efecto establece el Artículo 46 de la Ley N° 25.156.

Si el solicitante hubiera suministrado información incompleta, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA sólo podrá revocar su resolución anterior si sobre la base de la información omitida no hubiera aprobado en los términos que lo hizo la concentración económica en cuestión.

ARTICULO 16. — Los organismos de control o reguladores a quienes se les hubiera requerido el informe mencionado en el Artículo 16 de la Ley N° 25.156 deberán remitirlo dentro de los VEINTE (20) días de recibido el requerimiento respectivo. En caso de no remitirse opinión o informe alguno dentro de ese plazo, se considerará que el organismo regulador o de control no objeta la concentración económica en el sector involucrado, no obstante las sanciones que pudieran corresponder de acuerdo con lo dispuesto por el Artículo 50 de la Ley N° 25.156 o por otras leyes, decretos o reglamentaciones. En todos los casos, la opinión o dictamen de esos organismos tendrá carácter no vinculante. El plazo dentro del cual el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA debe adoptar la resolución prevista en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 quedará suspendido desde el momento en que dicho Tribunal efectúe el requerimiento antes mencionado hasta el momento en que dicho requerimiento fuere contestado o venciere el plazo para hacerlo conforme lo previsto precedentemente.

CAPITULO IV AUTORIDAD DE APLICACION

ARTICULO 17. — El Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá formular el proyecto de presupuesto, estructura funcional, organigrama, objetivos, misiones y funciones de los cargos que componen la planta del personal permanente de dicho Tribunal.

ARTICULO 18. — El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estará integrado por SIETE (7) miembros.

El Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA tendrá rango y jerarquía de Secretario, y cada uno de los demás vocales tendrá rango y jerarquía de Subsecretario. La remuneración de los mismos será fijada por el PODER EJECUTIVO NACIONAL.

Para ser miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se deberán cumplimentar los siguientes requisitos:

- a) Poseer título universitario, expedido por universidades públicas o privadas nacionales o extranjeras y,
- b) Tener más de CINCO (5) años en el ejercicio de la profesión.

ARTICULO 19. — El Señor Presidente de la Nación designará a los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA conforme el procedimiento establecido en la presente reglamentación.

El Señor Ministro de Economía, a instancia del Señor Secretario de Defensa de la Competencia y del Consumidor:

- a) dictará el reglamento del concurso público de antecedentes y oposición para la designación de los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA;
- b) hará el llamado público para dicho concurso; y
- c) convocará al Jurado para su substanciación y resolución.

Para la primera designación de los miembros de dicho Tribunal, el dictado del reglamento, el llamado a concurso, y la convocatoria del Jurado deberá efectuarse dentro de los SESENTA (60) días siguientes a la entrada en vigencia del presente. En lo sucesivo, el llamado a concurso y la convocatoria del Jurado deberán efectuarse con al menos CIENTO OCHENTA (180) días de antelación a la fecha en que se deba producir la renovación de miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

El Secretario que integre el Jurado será aquél con competencia en el área de defensa de la competencia. Este último presidirá el Jurado, designará a UN (1) secretario del mismo y dispondrá de los medios y recursos administrativos que considere necesarios para asistir al Jurado en el desempeño de sus tareas.

Si algún miembro del Jurado no asumiera el cargo o renunciara, será reemplazado por quien designe a tal efecto la institución representada por el miembro que no asumió o renunció.

Finalizado el procedimiento de llamado a concurso y confeccionada la nómina de postulantes, dentro de los SESENTA (60) días siguientes, el Jurado deberá confeccionar una lista de postulantes idóneos que incluya a todos aquellos postulantes que demostraren un adecuado conocimiento de las cuestiones jurídicas y económicas involucradas en la resolución de los casos que pudieren substanciarse ante el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA. Un postulante será incluido en dicha lista cuando así lo decidieren al menos CUATRO (4) miembros del Jurado. La lista de postulantes idóneos será remitida por el Presidente del Jurado al Señor Ministro de Economía.

Dentro de los VEINTE (20) días siguientes a la confección de la lista de postulantes idóneos por parte del Jurado, el Señor Presidente de la Nación designará, a propuesta del Señor Ministro de Economía, a los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, entre los cuales designará a su presidente. Todos los miembros deberán haber sido incluidos por el Jurado en la lista de postulantes idóneos. Si el número de postulantes incluidos por el Jurado en la lista de idóneos fuera menor a la cantidad de vacantes a cubrir, se convocará a un nuevo concurso para cubrir las vacantes no cubiertas. En este supuesto el plazo dentro del cual el Jurado debe confeccionar la lista de candidatos idóneos para cubrir las vacancias será de TREINTA (30) días.

El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA comenzará a ejercer las funciones que le son propias SESENTA (60) días después de que sus miembros hayan sido designados por el Señor Presidente de la Nación. Durante ese período de transición de SESENTA (60) días, el TRIBUNAL

NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dictar, siguiendo las pautas establecidas por la Ley N° 25.156 y por el presente decreto, su reglamento interno y toda otra norma que juzgue necesaria para su adecuado funcionamiento.

ARTICULO 20. — En la primera sesión del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se definirán por sorteo los miembros que durarán TRES (3) tres años en sus funciones. Al menos UNO (1) de los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con título de abogado y UNO (1) de los miembros de dicho Tribunal graduado en ciencias económicas durará SEIS (6) años en sus funciones. También durará SEIS (6) años en sus funciones el Presidente del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrán ser reelegidos indefinidamente.

A los efectos de la remoción de cualquier miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la acusación del PODER EJECUTIVO NACIONAL deberá ser realizada a través de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR. El Jurado dictará las normas generales de procedimientos para los casos de acusación por el PODER EJECUTIVO NACIONAL.

Toda denuncia contra los miembros del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá ser realizada por ante la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR quien deberá convocar al jurado mencionado en el Artículo 19 de la Ley N° 25.156 dentro del plazo de TREINTA (30) días. El Jurado deberá decidir la remoción de un miembro del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA mediante el voto de al menos CUATRO (4) de sus miembros.

ARTICULO 21. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 22. — Quien fuera suspendido preventivamente en sus funciones tendrá derecho a reintegrarse al cuerpo cuando se dictare la sentencia absolutoria o de sobreseimiento provisional o definitivo. Si fuera condenado podrá ser removido por el Jurado mencionado en el Artículo 19 de la Ley N° 25.156 en los términos del Artículo 21 de la misma ley.

ARTICULO 23. — Deberán inscribirse en el Registro Nacional de Defensa de la Competencia, además de aquellos supuestos mencionados en el Artículo 23 de la Ley N° 25.156, las operaciones de concentración económica que hayan sido aprobadas tácitamente en los términos del Artículo 14 de la Ley N° 25.156, las revisiones de decisiones anteriores previstas en el Artículo 15 de la Ley N° 25.156 y del presente, así como todas las decisiones judiciales que recaigan sobre temas previamente decididos por el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

ARTICULO 24. — SIN REGLAMENTAR.

CAPITULO V DEL PRESUPUESTO

ARTICULO 25. — El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA queda facultado para percibir los aranceles a los que hace referencia el Artículo 25 de la Ley N° 25.156. Dichos aranceles deberán ser diferenciados conforme lo dispuesto en el Artículo 11 del presente.

CAPITULO VI DEL PROCEDIMIENTO

ARTICULO 26. — La SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR será parte interesada en defensa del interés público en los procedimientos de actuación ante el TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA y, para ello:

- a) podrá efectuar las denuncias requeridas para iniciar el procedimiento;
- b) se le correrá vista de las denuncias presentadas por cualquier persona física o jurídica, pública o privada. En los casos en que el procedimiento hubiera sido iniciado de oficio, se le correrá vista de la relación de los hechos y de la fundamentación del procedimiento.

El denunciante, el denunciado y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR cuando ésta así lo solicite serán partes en el proceso. En ese, carácter podrán aportar y ofrecer todo tipo de prueba, la que deberá ser producida cuando fuera pertinente, y presentar alegatos.

A fin de realizar las investigaciones que pudieren resultar en denuncias y de obtener y producir prueba, la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR gozará de las facultades previstas en los incisos a), c), l) y m) del Artículo 24 de la Ley N° 25.156.

Las partes del proceso y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR podrán interponer recurso de apelación por ante la Cámara Federal competente contra todas las resoluciones mencionadas en el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 27 — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 28. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 29. — La resolución que desestima por improcedente la denuncia deberá ser fundada y notificada al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, quienes podrán interponer contra la misma el recurso de apelación prescrito por el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 30. — La instrucción deberá realizarse dentro del plazo de CIENTO OCHENTA (180) días contados desde el momento en que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA resolviera la procedencia de la instrucción del sumario.

ARTICULO 31. — La resolución que dispone el archivo de las actuaciones deberá ser fundada y notificada al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, quienes podrán interponer contra la misma el recurso de apelación previsto en el Artículo 52 de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 32. — La resolución que dispone el traslado para el descargo y ofrecimiento de prueba del presunto responsable será fundada, con indicación de las conductas que se le atribuyen al mismo.

ARTICULO 33. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 34. — El periodo de prueba tendrá un plazo máximo de NOVENTA (90) días. El plazo para alegar se comenzará a contar desde que el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA decretare clausurado el periodo probatorio previsto, poniendo la causa para alegar. El plazo para alegar será común.

El plazo de SESENTA (60) días dentro del cual el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá dictar la resolución prevista en el Artículo 34 de la Ley N° 25.156 comenzará a contarse desde el vencimiento del plazo para alegar.

ARTICULO 35. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 36. — El presunto responsable podrá presentar la propuesta de compromiso a la que hace referencia el Artículo 36 de la Ley N° 25.156 por sí solo o en forma conjunta con el denunciante y la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR.

Se correrá vista de dicha propuesta al denunciante y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR a fin de que manifiesten lo que consideren oportuno, excepto cuando éstos hubieran presentado la propuesta conjuntamente con el presunto responsable.

ARTICULO 37. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 38. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 39. — A los efectos del inciso e) del Artículo 39 de la Ley N° 25.156, el único requisito exigible a quien desee participar en la audiencia pública prevista en el Artículo 38 de la dicha ley, será la previa inscripción en el Registro de Asistencia a Audiencias Públicas que a tal fin deberá llevar el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

ARTICULO 40. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 41. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 42. — Las partes coadyuvantes podrán declinar su participación.

ARTICULO 43. — Será de aplicación a la decisión de requerir dictámenes prevista en el Artículo 43 de la Ley N° 25.156 lo dispuesto en el Artículo 24 inciso ñ) de la Ley N° 25.156 en lo casos que así corresponda.

ARTICULO 44. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 45. — A los efectos de imponer la sanción referida en el Artículo 45 de la Ley N° 25.156, se deberá previamente instruir un sumario, dando al denunciante un plazo de DIEZ (10) días para realizar su descargo y, si lo considerara pertinente, aportar u ofrecer las pruebas que hicieran a la defensa de sus derechos. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá expedirse dentro de los DIEZ (10) días siguientes.

CAPITULO VII DE LAS SANCIONES

ARTICULO 46. — El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá iniciar las acciones judiciales necesarias para ejecutar aquellas de sus decisiones que se encontrasen firmes.

ARTICULO 47. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 48. — A los efectos de aplicar las sanciones previstas en el Artículo 48 de la Ley N° 25.156 para los directores, gerentes, administradores, síndicos o miembros del Consejo de Vigilancia, mandatarios o representantes legales de las personas de existencia ideal que resultaren sancionadas, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá previamente instruir un sumario dando a cada una de las personas enumeradas precedentemente que fueran pasibles de pena un plazo de DIEZ (10) días para realizar su descargo y, si lo consideraran pertinente, para aportar u ofrecer las pruebas que hicieren a la defensa de sus derechos. El TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA deberá expedirse dentro de los DIEZ (10) días siguientes.

ARTICULO 49. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 50. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 51. — SIN REGLAMENTAR.

CAPITULO VIII DE LAS APELACIONES

ARTICULO 52. — A los efectos del inciso d) del Artículo 52 de la Ley N° 25.156, se entenderá que la resolución que desestima la denuncia es aquella que la desestima por improcedente, conforme al Artículo 29 de dicha Ley, así como aquella que dispone el archivo de las actuaciones, conforme al Artículo 31 de la misma Ley.

ARTICULO 53. — Serán competentes para entender en los recursos de apelación interpuestos contra las decisiones del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en los términos del Artículo 53 de la Ley N° 25.156 la Cámara Federal en lo Civil y Comercial en la Ciudad de Buenos Aires y la Cámara Federal que corresponda en el interior del país.

Dentro de los CINCO (5) días de interpuesto el recurso de apelación, el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, previa vista de los agravios presentados por una parte a las demás partes y a la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, deberá elevar a

través del MINISTERIO DE ECONOMIA el expediente a la Cámara Federal que corresponda. El MINISTERIO DE ECONOMIA, a través de su servicio jurídico, tendrá a su cargo la defensa del interés público en la instancia ante la Cámara Federal pertinente.

CAPITULO IX
DE LA PRESCRIPCION

ARTICULO 54. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 55.— SIN REGLAMENTAR.

CAPITULO X
DISPOSICIONES TRANSITORIAS Y COMPLEMENTARIAS

ARTICULO 56. — SIN REGLAMENTAR

ARTICULO 57. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 58. — SIN REGLAMENTAR.

ARTICULO 59. — Dentro de los SESENTA (60) a contar a partir de la entrada en vigencia de la presente reglamentación, la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR establecerá los procedimientos y mecanismos para:

a) la comunicación periódica de información y

b) la transferencia de todas las causas y tramitaciones, que en las materias objeto de esta ley hayan sido con anterioridad obtenidas por o atribuidas a otros organismos y/o entes estatales.

ARTICULO 60. — SIN REGLAMENTAR.

Modifícase la Ley 25.156, derogando el carácter potencial de la restricción o distorsión de la competencia en los mercados respecto de la autorización de las concentraciones económicas.

Bs. As., 1/4/2001

VISTO lo dispuesto por la Ley N° 25.156 y las atribuciones conferidas al PODER EJECUTIVO NACIONAL por el artículo 1° apartados I f) y II e) de la Ley N° 25.414,

CONSIDERANDO:

Que el artículo 1° apartado I f) de la Ley N° 25.414 faculta al PODER EJECUTIVO NACIONAL, con el objeto exclusivo de dar eficiencia a la administración, a derogar total o parcialmente aquellas normas específicas de rango legislativo que afecten o regulen el funcionamiento operativo de organismos o entes de la administración descentralizada, excepto en materia de control, penal, o regulatoria de la tutela de intereses legítimos o derechos subjetivos de los administrados.

Que el apartado II e) de la norma legal citada en el considerando anterior faculta al PODER EJECUTIVO NACIONAL a dar continuidad a la desregulación económica derogando o modificando normas de rango legislativo de orden nacional sólo en caso de que perjudiquen la competitividad de la economía, excluyendo determinadas materias.

Que el régimen de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia contiene algunas normas que perjudican la competitividad de la economía, en especial para la radicación de nuevas inversiones de origen tanto local como extranjero que incrementan la productividad y el crecimiento, y afectan la eficiencia de la administración y su funcionamiento operativo en esta materia.

Que con ese alcance resulta conveniente derogar el carácter potencial de la restricción o distorsión de la competencia en los mercados respecto de la autorización de las concentraciones económicas.

Que del mismo modo resulta apropiado considerar exclusivamente los efectos de las concentraciones respecto de la competencia en el país, independientemente del volumen de negocios internacional de los adquirentes de unidades productivas.

Que también es necesario excluir de la autorización de concentración a adquisiciones cuyo valor no la justifica, a pesar del volumen de negocios del adquirente, y salvo que signifiquen el agregado de diversas operaciones individuales que en conjunto puedan afectar negativamente la competencia en el mercado de que se trate.

Que asimismo es oportuno precisar aspectos del funcionamiento operativo de los procedimientos de notificación y autorización de concentraciones, de manera que el requerimiento de documentación adicional, una vez que haya sido proporcionada, deba efectuarse en un único acto y origine una sola suspensión del cómputo del plazo previsto para la resolución administrativa. En el mismo sentido resulta adecuado establecer que en los casos en los cuales deba intervenir un ente regulador el plazo para su opinión sea de (QUINCE) 15 días y transcurra en forma simultánea al de la notificación y solicitud de autorización.

Que con relación a las investigaciones de defensa de la competencia resulta oportuno establecer la facultad de opinar y cuestionar la pertinencia de la prueba a producir, con el objeto de atenuar la posibilidad de producir compleja y costosa prueba que a la postre resulte inconducente, con la consiguiente carga para las empresas involucradas.

Que debe tenerse presente que los efectos positivos de la política de defensa de la competencia demandan una práctica rigurosa y técnicamente confiable, pues en caso contrario los costos económicos y sociales pueden resultar superiores a los beneficios, debiendo atenderse al sano equilibrio entre tales objetivos y las distorsiones de un procedimiento excesivamente reglamentarista.

Que el presente decreto se dicta en uso de las atribuciones conferidas al PODER EJECUTIVO NACIONAL por el artículo 99 incisos 1° y 2° de la Constitución Nacional.

Por ello,

EL PRESIDENTE DE LA NACION ARGENTINA

DECRETA:

Artículo 1° - Sustitúyese el artículo 7° de la Ley 25.156, el que quedará redactado del siguiente modo:

"Se prohíben las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general".

Art. 2° - Sustitúyese el primer párrafo del artículo 8° de la Ley N° 25.156, el que quedará redactado del siguiente modo:

"Los actos indicados en el artículo 6° de esta Ley, cuando la suma del volumen de negocio total del conjunto de empresas afectadas supere en el país la suma de DOSCIENTOS MILLONES DE PESOS (\$ 200.000.000), deberán ser notificadas para su examen previamente o en el plazo de una semana a partir de la fecha de la conclusión del acuerdo, de la publicación de la oferta de compra o de canje, o de la adquisición de una participación de control, ante el Tribunal de Defensa de la Competencia, contándose el plazo a partir del momento en que se produzca el primero de los acontecimientos citados, bajo apercibimiento, en caso de incumplimiento, de lo previsto en el artículo 46 inciso d). Los actos sólo producirán efectos entre las partes o en relación a terceros una vez cumplidas las previsiones de los artículos 13 y 14 de la presente ley, según corresponda".

Art. 3° - Agrégase el siguiente inciso al artículo 10 de la Ley N° 25.156:

e) Las operaciones de concentración económica previstas en el artículo 6° que requieren notificación de acuerdo a lo previsto en el artículo 8°, cuando el monto de la operación y el valor de los activos situados en la República Argentina que se absorban, adquieran, transfieran o se controlen no superen, cada uno de ellos, respectivamente, los VEINTE MILLONES DE PESOS (\$ 20.000.000), salvo que en el plazo de doce meses anteriores se hubieran efectuado operaciones que en conjunto superen dicho importe, o el de SESENTA MILLONES DE PESOS (\$ 60.000.000) en los últimos treinta y seis meses, siempre que en ambos casos se trate del mismo mercado.

Art. 4° - Agrégase el siguiente párrafo al artículo 13 de la Ley N° 25.156:

"La solicitud de documentación adicional deberá efectuarse en un único acto por etapa, que suspenderá el cómputo del plazo por una sola vez durante su transcurso, salvo que fuere incompleta".

Art. 5° - Agrégase el siguiente párrafo al artículo 16 de la Ley N° 25.156:

"La opinión se requerirá dentro de los (TRES) 3 días de efectuada la solicitud. El plazo para su contestación será de (QUINCE) 15 días, y no suspenderá el plazo del artículo 13".

Art. 6° - Agrégase el siguiente párrafo al artículo 29 de la Ley N° 25.156: "Se correrá traslado por el mismo plazo de la prueba ofrecida".

Art. 7° - Agrégase el siguiente párrafo al artículo 33 de la Ley N° 25.156: "Sin embargo podrá plantearse al Tribunal reconsideración de las medidas de prueba dispuestas con relación a su pertinencia, admisibilidad, idoneidad y conducencia".

Art. 8° - Las modificaciones dispuestas por el presente Decreto se aplicarán a los procedimientos en trámite.

Art. 9° - Las disposiciones del presente Decreto entrarán en vigencia a partir del 9 de abril de 2001.

Art. 10. - Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. - DE LA RUA. - Chrystian G. Colombo. - Domingo F. Cavallo.

RESOLUCIÓN 40/2001

Apruébase la Guía para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica.

Bs. As., 22/2/2001

VISTO el Expediente N° 064-001287/2001 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA, la Ley N° 25.156 y el Decreto N° 89 de fecha 25 de enero de 2001, y

CONSIDERANDO:

Que el Decreto N° 89 del 25 de enero de 2001 aprobó la Reglamentación de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, facultando a esta SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del MINISTERIO DE ECONOMIA para dictar las normas relativas a los lineamientos para el control de las concentraciones económicas, a la presentación de información en el marco de la notificación de una concentración económica y al mecanismo de opinión consultiva, las que tendrán vigencia hasta tanto el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estime oportuno modificarlas o reemplazarlas.

Que esta SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR han elaborado la Guía para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica, que especifican la información que toda persona alcanzada por el artículo 8° de la Ley N° 25.156 deberá presentar al notificar una operación de concentración económica ante la Autoridad de Aplicación de dicha norma.

Que el artículo 58 de la Ley N° 25.156 deroga la Ley N° 22.262, pero faculta a la Autoridad de Aplicación de esta última norma a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales mencionadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA.

Que asimismo el Decreto N° 89 del 25 de enero de 2001, que aprobó la Reglamentación de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, facultó a esta SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del MINISTERIO DE ECONOMIA para realizar la reorganización funcional y administrativa de la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA a los efectos de adecuar la misma a lo establecido en la mencionada reglamentación, durante el período de transición hasta la constitución del TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que como consecuencia de lo mencionado en los considerandos precedentes, las causas que se inicien de oficio, denuncia o notificación de los interesados, tramitaran por ante la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de esta SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, hasta tanto se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS del MINISTERIO DE ECONOMIA ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en el artículo 2° del Decreto N° 89 del 25 de enero de 2001, reglamentario de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

Artículo 1º — Apruébase la Guía para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica que en ANEXO I con DIECISIETE (17) fojas y ANEXO II con UNA (1) foja, forman parte de la presente Resolución.

Art. 2º — Facúltase a la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de esta SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR para el dictado de todas las Resoluciones relacionadas con las notificaciones de concentraciones económicas, con excepción de la Resolución a que se refiere el artículo 13 de la Ley Nº 25.156, la que será dictada por el suscripto.

Art. 3º — La presente Resolución será aplicable a todas las operaciones de concentración económica notificadas a partir de la entrada en vigencia del Decreto Nº 89 del 25 de enero de 2001.

Art. 4º — La presente Resolución entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Boletín Oficial.

Art. 5º — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — Carlos Winograd.

ANEXO I

**Guía para la notificación de operaciones de concentración económica
(Artículo 8º Ley 25.156)**

Introducción

A. Finalidad de esta guía

Esta guía y los formularios anexos tienen por objeto especificar la información que toda empresa alcanzada por el artículo 8º de la Ley Nº 25.156 deberá presentar al notificar una operación de concentración económica a la autoridad de aplicación de la Ley Nº 25.156 (la "Autoridad de Aplicación").

B. Necesidad de que la notificación sea correcta y esté completa

Todos los datos y documentos presentados deberán ser correctos y completos. Las empresas presentantes deberán atender las siguientes premisas:

a) La información suministrada en respuesta a los formularios F1, F2 y F3 tendrá el carácter de declaración jurada de acuerdo con lo establecido en la Reglamentación de la Ley 25.156, por lo cual la falsedad de su contenido será causa suficiente para que se dé intervención a la Justicia Penal.

b) La información suministrada en respuesta a dichos formularios deberá estar sustentada por la documentación pertinente, la que quedará sujeta a verificación por parte de la Autoridad de Aplicación.

c) En caso de que no se disponga total o parcialmente de la información requerida en los formularios F1, F2 y F3, se deberá explicar por qué no se cuenta con ella. Cuando no se disponga de datos precisos, se deberán proporcionar estimaciones de la mayor precisión posible, junto con una explicación detallada de la metodología utilizada para la obtención de tales estimaciones y las razones por las cuales no se cuenta con la información precisa. En todos los casos en los que se presenten cifras estimativas, ellas deberán ser claramente identificadas con el superíndice "e" (ejemplo: 2.500 e unidades).

d) Se podrá solicitar que la Autoridad de Aplicación acepte que la notificación se considere completa, aun cuando no se haya presentado en su totalidad la información exigida por el formulario que corresponda. La Autoridad de Aplicación accederá al pedido si, a su juicio, la información omitida no resulta imprescindible para analizar la operación en cuestión.

C. Cómo efectuar la notificación

a) Las respuestas a los formularios F1, F2 y F3, incluyendo los cuadros y gráficos que se elaboren a tal fin, deberán ser entregados a la Autoridad de Aplicación en forma impresa por duplicado y en soporte magnético, este último en formato Excel 6.0 y Word 6.0, entorno Windows, o en el formato electrónico que en el futuro establezca la Autoridad de Aplicación.

b) Los documentos de cualquier índole que se adjunten a la información remitida a la Autoridad de Aplicación podrán presentarse en copia simple, excepto cuando expresamente se disponga lo contrario.

Los documentos que se encuentren escritos en un idioma distinto al español deberán ser acompañados por sus respectivas traducciones, las que deberán ser realizadas por traductor público matriculado en la República Argentina. Sin embargo, la Autoridad de Aplicación podrá dispensar este requisito a pedido de parte cuando, a su juicio, la versión en su idioma original o la traducción simple satisfaga las necesidades de información de la Autoridad de Aplicación.

c) Los instrumentos públicos otorgados en el extranjero deberán estar debidamente legalizados o apostillados.

d) Todas las explicaciones, documentos, cuadros, gráficos, o cualquier otro tipo de información que se remita como respuesta a los formularios F1, F2 y F3 deberán ser presentadas de modo que respeten el orden original que guardan las preguntas en ellos.

e) Cada hoja de respuestas deberá llevar la firma en original del notificante o su apoderado o representante legal, y la documentación anexada su inicial. En tal sentido, se deberá acompañar la documentación que acredite el carácter invocado por el firmante de la presentación.

D. ¿Quién debe notificar?

De acuerdo con lo establecido en el artículo 8º de la Reglamentación de la Ley Nº 25.156, todas las partes que intervengan en la operación de concentración en cuestión deberán notificar la misma a la Autoridad de Aplicación. No obstante, las partes podrán unificar personería, para lo cual bastará que presenten una carta en tal sentido dirigida a la Autoridad de Aplicación. Dicha carta deberá contar con las firmas certificadas por escribano público de las partes intervinientes o sus representantes o apoderados con

facultades suficientes para notificar la operación de concentración económica ante la Autoridad de Aplicación. En los casos en que se unifique la personería para realizar la notificación, todas las partes intervinientes se considerarán empresas notificantes.

E. Etapas de la notificación

De acuerdo con lo establecido en el artículo 11 de la Reglamentación de la Ley N° 25.156, y con el propósito de evitar costos innecesarios y agilizar el proceso de análisis y resolución de las operaciones de concentración presentadas, la presente Resolución ha desdoblado el requerimiento de información a las empresas en tres etapas distintas.

Sin embargo, las partes notificantes podrán optar por iniciar el procedimiento de notificación mediante la presentación del formulario F1 y del formulario F2 de manera conjunta. Se sugiere a los notificantes que, a los fines de agilizar la evaluación de la operación notificada, presenten dichos formularios de manera conjunta siempre que la operación presente alguna complejidad desde el punto de vista de la defensa de la competencia, por ejemplo porque ella generará una elevada participación en el mercado relevante.

Dado que los formularios F1 y F2 son estándar, cada notificante debe adaptar las respuestas a su situación particular. Por ejemplo, toda referencia a "producto" debe considerarse extensiva a "servicio" cuando ello sea pertinente.

I. Primera Etapa:

a) Todo trámite de notificación de una operación de concentración económica deberá iniciarse con la presentación de la información establecida en el formulario denominado F1.

b) El formulario F1 es estándar y permanece invariable para todos los casos que deban ser notificados a la Autoridad de Aplicación.

c) Dentro de los QUINCE (15) días posteriores a la notificación de la operación, la Autoridad de Aplicación deberá resolver si:

(i) autoriza la operación; o

(ii) requiere la información contenida en el formulario F2, cuando a juicio de la Autoridad de Aplicación la información presentada de acuerdo con lo establecido en el formulario F1 es insuficiente para decidir si la operación debe ser autorizada.

d) Sin embargo, si en cualquier momento anterior a la resolución indicada en el inciso c) precedente la Autoridad de Aplicación constata que la información presentada por los notificantes no satisface lo requerido en el formulario F1, la Autoridad de Aplicación así se lo hará saber a los notificantes para que éstos presenten la información faltante.

II. Segunda Etapa:

a) El formulario F2 también es un formulario estándar y permanece invariable para todos los casos en que se solicite su presentación ante la Autoridad de Aplicación. La información requerida por el formulario F2 tiene por propósito permitir a la Autoridad de Aplicación delimitar con más precisión el mercado dentro del cual se produce la operación, así como el grado de concentración que existe en él.

b) En los casos en los que la Autoridad de Aplicación solicite la presentación de la información contenida en el formulario F2, o cuando las partes presenten la información contenida en los formularios F1 y F2 de manera conjunta, dentro de los TREINTA Y CINCO (35) días posteriores a la notificación de la operación la Autoridad de Aplicación deberá resolver si:

(i) autoriza la operación;

(ii) prohíbe o condiciona la operación; o

(iii) requiere la presentación de la información solicitada en el formulario F3, cuando a juicio de la Autoridad de Aplicación la información presentada de acuerdo con lo establecido en el formulario F2 es insuficiente para decidir si la operación debe ser autorizada, condicionada o prohibida.

c) Si en cualquier momento anterior a la resolución indicada en el inciso b) precedente la Autoridad de Aplicación constata que la información presentada por los notificantes no satisface lo requerido en el formulario F2 (o en los formularios F1 y F2 si éstos fueron presentados conjuntamente), la Autoridad de Aplicación así se lo hará saber a los notificantes para que éstos presenten la información faltante.

III. Tercera Etapa:

a) El formulario F3 no es un formulario estándar, sino que será confeccionado por la Autoridad de Aplicación de modo que se ajuste satisfactoriamente a cada caso particular.

b) En los casos en los que la Autoridad de Aplicación solicite la presentación de la información contenida en el formulario F3, dentro de los CUARENTA Y CINCO (45) días posteriores a notificación de la operación la Autoridad de Aplicación deberá resolver si:

(i) autoriza la operación; o

(ii) prohíbe o condiciona la operación.

c) Si la Autoridad de Aplicación no se expide dentro del plazo indicado en el inciso b) precedente, se entenderá que la operación ha sido autorizada tácitamente de conformidad con lo establecido en el artículo 14 de la Ley N° 25.156.

d) Si en cualquier momento anterior a la resolución indicada en el inciso b) precedente la Autoridad de Aplicación constata que la información presentada por los notificantes no satisface lo requerido en el formulario F3, la Autoridad de Aplicación así se lo hará saber a los notificantes para que éstos presenten la información faltante.

IV. Cómputo y suspensión de los plazos

Todos los plazos indicados precedentemente se computarán sobre la base de días hábiles administrativos.

Dichos plazos quedarán suspendidos:

- a) desde el momento en que la Autoridad de Aplicación solicite que se presente la información contenida en los formularios F2 o F3 hasta que dicha información sea presentada;
- b) desde el momento en que la Autoridad de Aplicación solicite que se presente la información faltante de los formularios F1, F2 o F3 hasta que dicha información haya sido suministrada en forma completa, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 14 de la Reglamentación;
- c) desde el momento en que se efectúe el requerimiento a los organismos de control o reguladores hasta que dicho requerimiento sea contestado o venza el plazo para hacerlo, de conformidad con lo previsto en el artículo 16 de la Reglamentación de la Ley N° 25.156; y
- d) cuando, de acuerdo con lo previsto en el art. 24 inciso (l) de la Ley N° 25.156, la Autoridad de Aplicación así lo disponga por resolución fundada.

La suspensión de los plazos entrará en vigencia de pleno derecho desde el momento en que se dicte la resolución que solicita información (incisos a) y b) precedentes), efectúa el requerimiento a los organismos de control o reguladores (inciso c) precedente) o suspende los plazos por aplicación de lo dispuesto en el artículo 24 inciso (l) de la Ley N° 25.156 (inciso (d) precedente).

V. Información adicional

En casos excepcionales, la Autoridad de Aplicación podrá requerirle a los interesados cualquier información o aclaración adicional (es decir, no contenida en los formularios F1, F2 o F3) que considere pertinente a los efectos de evaluar la concentración bajo estudio, sin que ello implique en sí mismo una suspensión de los plazos previstos en la presente. La reticencia a suministrar esa información podrá ser sancionada en los términos del artículo 50 de la Ley N° 25.156.

VI. Demora en la presentación de información

Se producirá la caducidad del procedimiento cuando los notificantes no realicen actos idóneos para impulsarlo en el término de TREINTA (30) días. En particular, se considerará que los notificantes no han cumplido su carga de impulsar el procedimiento si no presentaron en el término antes indicado la información que la Autoridad de Aplicación les hubiera solicitado. Producida la caducidad, la notificación se tendrá por desistida y quedarán revocados de pleno derecho sus efectos jurídicos. El tiempo transcurrido entre la notificación de la operación y la caducidad del procedimiento no será computado a los fines de la multa por falta de notificación prevista en el artículo 46 inciso d) de la Ley N° 25.156.

La caducidad de la notificación deberá ser notificada por la Autoridad de Aplicación a los notificantes de la operación, tras lo cual la Autoridad de Aplicación dispondrá el archivo de las actuaciones. Los notificantes podrán solicitar el desglose de la documentación presentada. No obstante, transcurridos NOVENTA (90) días desde la resolución que disponga el archivo de las actuaciones, toda la información presentada en ellas podrá ser destruida por la Autoridad de Aplicación sin previa notificación al respecto. A pedido de parte, la Autoridad de Aplicación podrá disponer la suspensión del plazo de caducidad cuando, a su juicio, haya razones fundadas que lo justifiquen.

Sin perjuicio de lo previsto precedentemente, si la demora en la presentación de información pudiera significar, a juicio de la Autoridad de Aplicación, que la información presentada anteriormente ha perdido vigencia, la Autoridad de Aplicación podrá requerir a los notificantes que actualicen dicha información.

VII. Audiencias

En cualquier momento del trámite, la Autoridad de Aplicación podrá convocar a los notificantes a una audiencia informativa, la cual no interrumpirá en sí misma los plazos previstos en la presente.

F. Definiciones

A continuación se definen algunos términos usados en la presente. Las definiciones en singular son aplicables al plural y viceversa.

Empresas Involucradas: son todas las empresas que, de acuerdo con el artículo 8° de la Ley N° 25.156 y su Reglamentación, deben ser tenidas en cuenta para el cálculo del volumen de negocios.

Relaciones Horizontales: se considera que existe una relación horizontal entre empresas cuando ellas actúan en un mismo mercado como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos.

Relaciones Verticales: se considera que existe una relación vertical entre empresas cuando éstas actúan en distintas etapas de la producción o prestación de un mismo bien o servicio. Nótese que no es necesario que exista una relación comercial efectiva entre ambas empresas (es decir, no es necesario que una sea realmente cliente de la otra) para que se considere que ellas están verticalmente relacionadas.

Precio en Puerta de Fábrica: es el precio de venta de un bien en el punto de producción, neto de descuentos comerciales y sin incluir costos de distribución y transporte ni el impuesto al valor agregado (IVA) ni otros impuestos indirectos.

Productos Involucrados: son los bienes o servicios ofrecidos en Argentina respecto de los cuales las Empresas Involucradas tienen Relaciones Horizontales o Relaciones Verticales.

Productos Sustitutos: son los bienes o servicios que puedan ser considerados sustitutos actuales o potenciales de los Productos Involucrados en función de sus características físicas, usos finales, preferencias de los consumidores, precio, calidad u otros elementos que resulten relevantes.

El siguiente ejemplo ayudará a comprender la aplicación de las definiciones anteriores: Suponga que la empresa A produce autos A, caños de escape A y heladeras A. La empresa B produce autos B, neumáticos B y computadoras personales B. La empresa C produce autos C y heladeras C.

Si A y B se fusionan, las Empresas Involucradas serán A y B. Los Productos Involucrados serán autos A, autos B, caños de escape A y neumáticos B. Las heladeras A y las computadoras personales B no son

Productos Involucrados porque respecto de ellos no hay Relaciones Horizontales ni Relaciones Verticales entre las empresas A y B.

Los Productos Sustitutos del ejemplo serán los autos C. Las heladeras C no son un Producto Sustituto porque las heladeras A no forman parte de los Productos Involucrados.

G. Operaciones de conglomerado

En las operaciones de conglomerado no existen, por definición, Relaciones Horizontales ni Relaciones Verticales entre las Empresas Involucradas. En consecuencia, quienes notifiquen ese tipo de operaciones no deberán suministrar información referida a los Productos Involucrados ni a los Productos Sustitutos.

Formulario F1 para la notificación de concentraciones económicas (Artículo 8º Ley Nº 25.156)

1. Información sobre las empresas notificantes

a) Indique razón, domicilio social y domicilio constituido en la Ciudad de Buenos Aires, teléfono, fax y dirección de correo electrónico de las empresas notificantes.

b) Para acreditar la personería del representante de las empresas notificantes acompañe poder otorgado por escritura pública o protocolizado, o copia autenticada del mismo, con facultades suficientes para notificar la concentración económica ante la Autoridad de Aplicación. En el caso de personas físicas o socios de sociedades de hecho, acompañe copia de la primera y segunda hoja del Documento Nacional de Identidad (pasaporte o documento de identidad equivalente). En el caso de los comerciantes, adjuntar también número de inscripción en el Registro Público de Comercio.

c) Indique los nombres de las personas responsables de la elaboración de las respuestas al presente formulario y/o que servirán de interlocutores con la Autoridad de Aplicación, informando dirección, teléfono, fax, dirección de correo electrónico y funciones que desempeñan en las empresas notificantes. Las personas referidas deben haber participado efectivamente en el procesamiento de la información remitida, puesto que las mismas serán consultadas por los funcionarios de la Autoridad de Aplicación.

d) Indique número de legajo en la autoridad local de contralor de las personas jurídicas o de inscripción en el Registro Público de Comercio cuando corresponda y número de C.U.I.T. de las empresas notificantes.

e) Acompañe una lista de todos los accionistas, cuotapartistas o titulares de capital social que posean una participación mayor al CINCO POR CIENTO (5%).

2. Información sobre las Empresas Involucradas y aspectos generales de la concentración económica

a) Acompañe copia del último balance con los informes del órgano de fiscalización social y memoria, cuando corresponda en función del tipo y contrato y/o estatuto social, de las Empresas Involucradas que ofrezcan Productos Involucrados. Cuando se presente la memoria, sólo será necesario adjuntar traducción de la información financiera de los estados contables.

b) Brinde un listado de todas las Empresas Involucradas, identificando para cada una de ellas tipo de control y tipo de actividad que desarrollan. Acompañe organigramas o diagramas de organización que resulten claros e ilustrativos.

c) Detalle las principales características de la concentración económica que se notifica, clasificando la misma de acuerdo a lo contemplado en el artículo 6º de la Ley Nº 25.156.

d) Explique la estructura de propiedad o de control resultante tras la realización de la operación.

e) Identifique las diferentes operaciones de concentración económica, en los términos del artículo 6º de la Ley Nº 25.156, en el mercado de Productos Involucrados y Sustitutos en las cuales han participado las Empresas Involucradas durante los últimos TRES (3) años.

f) Presente la versión definitiva o más reciente del documento en el cual se instrumentó o se instrumentará la operación notificada.

g) Acompañe los análisis, informes, estudios y encuestas a los que tengan acceso las empresas notificantes que puedan ser de utilidad para evaluar el impacto de la operación de concentración sobre las condiciones de competencia, los competidores (reales o potenciales) y la situación de mercado.

h) Indique si, en opinión de las empresas notificantes, la concentración es legal a la luz del artículo 7º de la Ley Nº 25.156 y por qué.

3. Mercado Relevante del Producto

Producto

a) Identifique todos los productos y/o servicios, discriminando por tipo y por marca, ofrecidos por las Empresas Involucradas en Argentina.

b) Identifique los Productos Involucrados. Para cada uno de ellos, presente una breve descripción de sus principales características, como por ejemplo su marca, sus particularidades físicas y usos.

c) Identifique las distintas etapas que atraviesan los Productos Involucrados hasta llegar al consumidor final.

Sustitución por el lado de la demanda

d) Identifique los Productos Sustitutos. Para cada uno de ellos, presente una breve descripción de sus principales características, como por ejemplo su marca, sus particularidades físicas y usos.

e) Identifique las distintas etapas que atraviesan los Productos Sustitutos hasta llegar al consumidor final.

Sustitución por el lado de la oferta

f) Explique las características que debería poseer una empresa para iniciar la producción y/o comercialización de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos:

i) en el corto plazo (hasta seis meses);

ii) en el mediano plazo (de SEIS (6) meses a UN (1) año);

iii) en el largo plazo (más de UN (1) año).

De ser posible, indique asimismo qué empresas poseen las características previamente descriptas.

4. Mercado Geográfico Relevante

a) Indique las zonas geográficas de Argentina en donde se ofrecen cada uno de los Productos Involucrados.

b) Indique las zonas geográficas de Argentina en donde se ofrecen cada uno de los Productos Sustitutos.

5. Información cuantitativa del mercado

a) Estime el volumen total y el valor total (neto de impuestos) de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos vendidos o comercializados en cada una de las zonas geográficas indicadas en los puntos 4 a) y 4 b) precedentes. Explique la metodología utilizada o las fuentes empleadas para las estimaciones y presente los documentos que sustenten estos cálculos.

b) Indique cuál es la participación de mercado de cada una de las empresas que produce o comercializa los Productos Involucrados y los Productos Sustitutos para cada uno de los últimos TRES (3) años y por tipo de producto. Explique la metodología utilizada o las fuentes empleadas para las estimaciones.

c) Indique si la compra de algún insumo, sea éste un bien o servicio, que se utiliza para la producción de los Productos Involucrados supera el VEINTICINCO POR CIENTO (25%) de las ventas del proveedor de ese insumo. En caso afirmativo, brinde detalles cuando sea posible.

6. Antecedentes

a) Indique si alguna de las Empresas Involucradas ha sido o está siendo investigada en Argentina o en cualquier otra jurisdicción por conductas violatorias de las leyes de defensa de la competencia o antidumping. Si así fuera, describa las investigaciones en cuestión y, si corresponde, el resultado.

b) Indique si la operación notificada ha sido presentada a consideración de la autoridad encargada del control previo de operaciones de concentración económica de algún otro país. De ser así, proporcione una lista de los países en los que ello ha ocurrido y su resultado (autorización, condicionamiento o prohibición) o estado procesal.

Formulario F2 para la notificación de concentraciones económicas

(Artículo 8º Ley Nº 25.156)

1. Mercado Relevante del Producto

Sustitución por el lado de la demanda

a) Explique por qué considera que los productos que mencionó en el punto 2 d) del formulario F1 son Productos Sustitutos.

b) Ante un aumento no transitorio del CINCO POR CIENTO (5%) en el precio de los Productos Involucrados, estime qué porcentaje de la demanda de dichos productos se trasladará a los Productos Sustitutos, suponiendo que el precio de éstos se mantenga constante. Indique asimismo que ocurriría ante un aumento del DIEZ POR CIENTO (10%) en dicho precio.

c) Explique si los Productos Involucrados exigen a su consumidor algún tipo de aprendizaje o entrenamiento previo para su uso adecuado (por ejemplo, curso de capacitación para uso de software).

d) Mencione aquellos Productos Sustitutos cuyos cambios de precio o políticas de venta (descuentos, bonificaciones, etc.) provocaron cambios en los precios o políticas de venta de los Productos Involucrados en los últimos TRES (3) años. Para cada caso, especifique fecha y mercado geográfico e identifique a las empresas que provocaron tales cambios. Adjunte documentación respaldatoria.

e) Indique si las políticas de venta de los Productos Involucrados incluyen mecanismos que premian la lealtad del consumidor (por ejemplo, los programas de viajero frecuente).

f) Identifique a aquellas empresas que producen o comercializan los Productos Sustitutos. Adjunte domicilio y teléfono de cada una de ellas.

g) Identifique a las cámaras o asociaciones empresarias que aglutinan a las empresas mencionadas en el punto anterior. Suministre domicilio y teléfono de cada una de ellas.

Sustitución por el lado de la oferta

h) En relación con el punto 3 f) del formulario F1, explique qué inversiones debería realizar una empresa en publicidad, establecimiento de nuevas marcas, logística de distribución, instalaciones destinadas a la producción, etc., para comenzar a ofrecer los Productos Sustitutos.

i) Indique si en los últimos TRES (3) años han ingresado nuevos competidores o los competidores existentes han lanzado nuevos productos o han reposicionado los productos existentes en el mercado de los Productos Involucrados. En caso afirmativo, brinde detalles.

2. Mercado Geográfico Relevante

a) Adjunte planes, documentos estratégicos, informes de venta y/o comercialización o cualquier otro documento al que tengan acceso las empresas notificantes donde se analice si es posible que ingrese un competidor a las zonas geográficas detalladas en el punto 4(a) del formulario F1.

b) Adjunte planes, documentos estratégicos, informes de venta y/o comercialización o cualquier otro documento al que tengan acceso las empresas notificantes donde se analice cuál sería el probable escenario competitivo ante el ingreso de un competidor a las zonas geográficas detalladas en el punto 4 a) del formulario F1. Específicamente, detalle probables cambios en el nivel de precios, la calidad de los productos, las políticas de comercialización, el grado de innovación y desarrollo, etc.

c) Para cada una de las zonas geográficas citadas en el punto 4 a) del formulario F1, indique cómo son transportados y cuáles son los costos de transporte de los Productos Involucrados. Señale qué porcentaje representa el costo del transporte sobre el Precio en Puerta de Fábrica.

d) Indique cómo son transportados los Productos Sustitutos y brinde una estimación de los costos de transporte y del porcentaje que dichos costos representan sobre el Precio en Puerta de Fábrica.

Aclare qué metodología utilizó para realizar tal estimación.

e) Indique en relación con los Productos Involucrados:

i) cuál es la distancia máxima a la que pueden ser transportados de manera rentable;

ii) cuál es la distancia máxima a la que son transportados actualmente;

iii) cuál es la distancia promedio (ponderada por volumen vendido) a la que son transportados actualmente; y

iv) cuáles son las características distintas del costo de transporte que limitan la distancia máxima a la que pueden ser transportados de manera rentable, tales como restricciones legales, ambientales, de conservación, etc.

f) Indique en relación con los Productos Sustitutos:

i) cuál es la distancia máxima a la que puedan ser transportados de manera rentable;

ii) cuál es la distancia máxima a la que son transportados actualmente;

iii) cuál es la distancia promedio a la que son transportados actualmente; y

iv) cuáles son las características distintas del costo de transporte que limitan la distancia máxima a la que pueden ser transportados de manera rentable, tales como restricciones legales, ambientales, de conservación, etc.

En caso de realizar estimaciones, informe la metodología utilizada.

g) Indique el domicilio de cada una de las plantas productoras y/o centros de distribución o comercialización de los Productos Involucrados y Sustitutos. Asimismo, mencione la dimensión de la zona geográfica cubierta por cada planta o centro indicados anteriormente.

h) Indique si existen empresas que ofrezcan el servicio de transporte de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos de manera transitoria o permanente. En su caso, proporcione una lista de las mismas que incluya nombre, domicilio y teléfono.

3. Proceso productivo

a) Describa brevemente el proceso productivo de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos. Señale si las Empresas Involucradas producen Productos Involucrados para terceros o tercerizan todo o parte de su producción de Productos Involucrados.

b) Identifique las restricciones legales (ambientales, licencias, autorizaciones, patentes, permisos, etc.) cuyo cumplimiento sea necesario para la producción y/o comercialización de los Productos Involucrados y los Productos Sustitutos en Argentina.

c) Indique la capacidad máxima de producción de cada uno de los Productos Involucrados en cada uno de los TRES (3) últimos años. Aclare si existen proyectos en ejecución para incrementar dicha capacidad.

d) Señale el año en que se obtuvo el máximo de producción o comercialización de cada uno de los Productos Involucrados en los últimos DIEZ (10) años, indicando el volumen alcanzado. Indique qué modificaciones se introdujeron en el proceso de producción o comercialización de los Productos Involucrados en el año en que se obtuvo el nivel máximo (tales como subcontratación de terceros, alquiler de maquinarias, contratación de personal temporario, etc.).

e) En caso de haberse registrado variaciones en la capacidad de producción máxima durante los últimos DIEZ (10) años, indique sus causas en orden de importancia (por ejemplo, mejoras tecnológicas, capacitación de la mano de obra, reestructuración de la planta, etc.). Indique también cualquier otro tipo de reestructuración del sector productivo, incluyendo cambios en las calificaciones del personal de producción y en la gestión del circuito productivo.

f) Brinde un listado de los proveedores de aquellos insumos y materias primas que representen por lo menos el CINCO POR CIENTO (5%) del costo total de producción de los Productos Involucrados, indicando tipo de insumo o materia prima, domicilio y nombre de las empresas proveedoras.

4. Información cualitativa y cuantitativa del mercado

a) Explique cómo ha evolucionado el mercado de los Productos Involucrados y, en lo posible, de los Productos Sustitutos durante los últimos TRES (3) años (dimensión, precios, nuevos productos, nuevas tecnologías, etc.). Explique cómo evolucionarán, en opinión de las empresas notificantes, dichos mercados en los próximos años.

b) Indique si existe alguna empresa que ejerza una influencia significativa dentro del mercado de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos en términos de precios, innovación, etc. En su caso, indique cuál es esa empresa y explique cómo es llevada a cabo dicha influencia.

c) Informe el volumen de ventas de cada uno de los Productos Involucrados en el mercado interno, indicando la unidad de medida y la facturación para cada uno de los tres últimos años. Discrimine esta información por cada zona geográfica indicada en el punto 4(a) del formulario F1 y por cada planta o centro de distribución o comercialización. Asimismo, discrimine la producción que se realiza a pedido de terceros y aquella que se terceriza. Informe tanto valores brutos como netos de impuestos de cualquier tipo.

d) Informe las importaciones totales de cada uno de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos para cada uno de los tres (3) últimos años, indicando los valores FOB y CIF y el volumen

correspondiente. Brinde la información por posición arancelaria (número y descripción), por empresa y por destino y origen, según corresponda. Adjunte la documentación que corrobore las cifras que se informan (por ejemplo, las planillas del INDEC).

e) Si se importa alguno de los Productos Involucrados, indique los factores que inciden en la decisión de importar, las condiciones en las que se lo hace (por ejemplo, duración de los contratos) y cuáles son los gastos necesarios para introducir el producto al país. Indique además si se produjeron cambios en los mercados de origen durante los últimos tres años y, de haberse detectado, cuáles fueron los motivos de estos cambios.

f) Si se exporta alguno de los Productos Involucrados, informe volúmenes y valores FOB y CIF en los últimos TRES (3) años e indique los factores que inciden en la decisión de exportar, las condiciones en las que se lo hace (por ejemplo duración de los contratos, posibilidades de reimportación, etc.).

Indique además si se produjeron cambios en los mercados de exportación durante los últimos tres años y, de haberse detectado, cuáles fueron los motivos de estos cambios.

g) Informe si las importaciones de los Productos Involucrados y de los Productos Sustitutos están afectadas por elevados costos de transporte, barreras arancelarias o no arancelarias, regulaciones ambientales o sanitarias, problemas de logística, etc. En caso afirmativo, brinde datos completos sobre cada uno de estos aspectos, adjuntando la documentación que lo certifique.

h) Indique cuál es la política de precios (precios diferenciados por clientes, listas de precios únicas, descuento por cantidad, etc.) para la comercialización de los Productos Involucrados y cuál fue la evolución de la misma en los últimos tres años. Adjunte las listas de precios correspondientes al período señalado.

i) Brinde un listado de los consumidores que representen más del CINCO POR CIENTO (5%) de la facturación total de cada uno de los Productos Involucrados, indicando los montos, el volumen, el nombre, el domicilio y el teléfono de cada uno de ellos.

j) Indique si alguna de las Empresas Involucradas mantiene vínculos contractuales o de hecho, tales como alianzas estratégicas, proyectos conjuntos de investigación y desarrollo, intercambio de tecnología, etc., con algún productor o comercializador de Productos Sustitutos.

5. Productos Diferenciados

a) Estime qué proporción de los consumidores de cada Producto Involucrado ofrecido por una Empresa Involucrada considera a los Productos Involucrados ofrecidos por cada una de las otras Empresas Involucradas como su segunda opción de consumo.

b) Ante un aumento no transitorio del CINCO POR CIENTO (5%) en el precio de cada uno de los Productos Involucrados, estime qué porcentaje de la demanda de dichos productos se trasladará a cada uno de los otros Productos Involucrados, suponiendo que el precio de éstos se mantenga constante.

Indique asimismo que ocurriría ante un aumento del DIEZ POR CIENTO (10%) en dicho precio.

6. Costos de producción

a) Con el objeto de informar la estructura de costo promedio unitario de los Productos Involucrados, complete el Cuadro N° 1 (que se adjunta como anexo), señalando en cada caso la participación porcentual de cada uno de los conceptos que componen el costo promedio unitario y distinguiendo especialmente entre costos fijos y variables (es decir, costos que, respectivamente, se mantienen constantes y que varían al modificar la cantidad producida).

b) Indique si el costo promedio unitario de los Productos Involucrados disminuye o aumenta a medida que se incrementa la utilización de la capacidad instalada de producción.

c) Explique qué importancia relativa tienen los costos de capital en los costos totales de los Productos Involucrados.

7. Ganancias de eficiencia

La existencia de ganancias de eficiencia que se transfieran a los consumidores en Argentina puede resultar decisiva para autorizar una operación, pero su ausencia no determinará la prohibición de una operación que no resulte problemática desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Es decir, su respuesta en este punto puede tener un impacto positivo o neutro, pero nunca negativo, sobre la evaluación de la operación.

a) Detalle las ganancias de eficiencia que espera obtener como consecuencia de la concentración, teniendo en cuenta lo siguiente:

- Sólo serán consideradas ganancias de eficiencia aquellas que surjan directamente de la concentración y que no puedan ser alcanzadas sin ella.
- No podrán invocarse como ganancias de eficiencia derivadas de la concentración aquellas disminuciones en los costos que impliquen una transferencia entre dos o más agentes. Tal es el caso de aquellas reducciones de costos que no representen un ahorro real de recursos y que deriven del mayor poder de negociación que posea la empresa concentrada como consecuencia de la operación.

Por ejemplo, si la empresa concentrada posee la capacidad de obtener descuentos de los proveedores o de negociar menores salarios con los trabajadores, dichas reducciones en sus costos no serán consideradas como ganancias de eficiencia productiva. El mismo razonamiento es aplicable a las disminuciones de costos que, por razones impositivas, surjan como consecuencia de la concentración.

Las ganancias de eficiencia podrán ser consideradas aceptables cuando, por ejemplo:

- La concentración permita mantener la cantidad, la calidad y la variedad de los productos ofrecidos mediante la utilización de una menor cantidad de recursos;
- La concentración permita aumentar la cantidad, la calidad o la variedad de los productos ofrecidos mediante la utilización de los mismos recursos.
- La concentración permita reducir los costos financieros y/o aumentar las posibilidades de acceso al mercado de capitales.
- Se deberá explicar en forma detallada el carácter de las ganancias de eficiencia esperadas, la magnitud y probabilidad de cada una de ellas, el modo y el momento en el cual se producirán, el modo en el que las mismas incentivarán a las empresas a competir y la razón por la cual las mismas no pueden ser alcanzadas sino a través de la concentración.
- Se deberá adjuntar toda aquella información y/o documentación que permita verificar la explicación mencionada anteriormente.
- Se deberán detallar todos los costos que surjan de la operación, indicando el carácter y la magnitud de los mismos y el momento y modo en el cual se producirán (por ejemplo, costos de reestructurar las empresas participantes en la transacción, costos de transición, etc.).
- En caso de que las ganancias de eficiencia invocadas requieran de determinadas inversiones o costos específicos para su materialización, se deberá detallar el carácter y la magnitud de los mismos y el momento y modo en el cual se producirán (por ejemplo, costos de adecuar una planta para especializar su producción, etc.).
- Toda la información referida a los costos que surjan de la operación, así como aquella referida a los costos o inversiones necesarios para materializar las ganancias de eficiencia invocadas, deberá ser presentada junto con la documentación o los informes respaldatorios que permitan verificarla;

b) Indique cómo serán transferidos a los consumidores que se encuentran en Argentina los ahorros resultantes de las eficiencias logradas gracias a la concentración en términos de precio, calidad y cantidad producida. Cuantifique tales transferencias, señalando las fuentes y la metodología utilizadas en las estimaciones realizadas.

RESOLUCIÓN 164/2001

Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas. Mercado relevante. Definición e identificación de las empresas que actúan en el mismo. Cálculo de la concentración y participaciones de mercado. Barreras a la entrada en el mercado relevante. Competencia proveniente de productos importados. Concentraciones verticales. Concentraciones de conglomerado. Esquema de análisis de una concentración económica.

Bs. As., 27/11/2001

VISTO el Expediente N° 064-017713/2001 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA, la Ley N° 25.156 y el Decreto N° 89 de fecha 25 de enero de 2001, y

CONSIDERANDO:

Que el Decreto 89 del 25 de enero de 2001 aprobó la Reglamentación de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, facultando a la ex SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del MINISTERIO DE ECONOMIA para dictar las normas relativas a los lineamientos para el control de las concentraciones económicas, a la presentación de información en el marco de la notificación de una concentración económica y al mecanismo de opinión consultiva, las que tendrán vigencia hasta tanto el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estime oportuno modificarlas o reemplazarlas.

Que la ex SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, mediante la Resolución SDCyC N° 40 del 22 de febrero de 2001, aprobó la Guía para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica, que especifica la información que toda persona alcanzada por el artículo 8° de la Ley N° 25.156 debe presentar al notificar una operación de concentración económica ante la Autoridad de Aplicación de dicha norma.

Que asimismo la SECRETARIA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACION Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, ha elaborado los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas, que tienen por objeto describir los criterios generales que seguirá la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 25.156 para el análisis de las concentraciones económicas que le sean notificadas en virtud de lo dispuesto en dicha Ley y sus normas reglamentarias.

Que si bien los Lineamientos mencionados son normas generales que no resultan vinculantes para la Autoridad de Aplicación, a través de la aprobación de los mismos se contribuirá a que las decisiones que se adopten en el marco del análisis de las operaciones de concentración económica que le sean previamente notificadas, resulten predecibles para las empresas involucradas.

Que la DIRECCION GENERAL DE ASUNTOS JURIDICOS del MINISTERIO DE ECONOMIA ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en el artículo 2° del Decreto N° 89 del 25 de enero de 2001, reglamentario de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACION Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR
RESUELVE:

Artículo 1° — Apruébanse los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas que en ANEXO I con DIECISEIS (16) fojas, forman parte de la presente Resolución.

Art. 2° — La presente Resolución entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación.

Art. 3° — Comuníquese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y archívese. — Carlos Winograd.

ANEXO I

LINEAMIENTOS PARA EL CONTROL DE LAS CONCENTRACIONES ECONOMICAS

INDICE

I. Introducción

II. Medición de la concentración en el mercado relevante

1. Definición del mercado relevante

2. Identificación de las empresas que participan en el mercado relevante

3. Cálculo de las participaciones de mercado

4. Concentración y participaciones de mercado

III. Otras consideraciones sobre la concentración

IV. Barreras a la entrada en el mercado relevante

V. Competencia proveniente de productos importados

VI. Ganancias de eficiencia productiva generadas por la concentración

VII. Concentraciones verticales

VIII. Concentraciones de conglomerado

XI. Esquema de análisis de una concentración económica

I. INTRODUCCION

El objetivo del presente documento es describir los criterios generales que seguirá la autoridad de aplicación de la ley 25.156 (la "Autoridad de Aplicación") para el análisis de las concentraciones económicas que le sean notificadas en virtud de lo dispuesto en la mencionada ley y su reglamentación. Si bien estos lineamientos generales no son vinculantes para la Autoridad de Aplicación, ellos contribuirán a que sus decisiones resulten más predecibles para los particulares.

El artículo 7° de la Ley de Defensa de la Competencia N° 25.156 prohíbe aquellas "concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general."

Una concentración puede perjudicar al interés económico general cuando ella genera o fortalece un poder de mercado suficiente para restringir la oferta y aumentar el precio del bien que se comercializa.¹¹ Ello es así porque todas las unidades de un bien que se consumen en una economía competitiva de mercado generan un valor social neto positivo. La sociedad valora esas unidades consumidas más de lo que cuesta producirlas; de otro modo, los bienes no serían consumidos, puesto que el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por ellos (el cual refleja la valoración que los consumidores dan al bien) sería menor que el precio que exigirían los productores (el cual, en un entorno competitivo, refleja el costo de producir el bien). Por lo tanto, cuando la oferta de un bien se restringe mediante el ejercicio de poder de mercado, se dejan de consumir unidades que antes generaban un valor social neto positivo, con lo cual la sociedad en su conjunto se ve perjudicada.

Con el fin de determinar si el poder de mercado de las empresas involucradas en la concentración aumenta como consecuencia de ella, la evaluación estará principalmente orientada hacia la competencia que se desarrolla a través de los precios¹². Específicamente, se intentará determinar si los precios serán más altos como consecuencia de la concentración.

Se presentan a continuación dos hipótesis típicas en las que, como consecuencia de la concentración, se genera la posibilidad de ejercer poder de mercado en detrimento de los consumidores:

— Cuando, como consecuencia de la operación, se genera o fortalece el poder de mercado del que unilateralmente gozan las empresas involucradas en la concentración. En este caso, las empresas involucradas podrán influir sobre los precios y cantidades que se comercializan en el mercado. Dada esta situación, las empresas gozarán de la posibilidad de aumentar sus beneficios vía un aumento en los precios del producto relevante.

¹¹ No obstante, hay casos en los que la operación fortalece el poder de mercado de una firma, pero paralelamente genera ganancias de eficiencia tales que el precio termina siendo más bajo que antes de la operación. En esos casos se considera que la operación no afecta el interés económico general. Esta situación excepcional se analizará en el Capítulo VI, al tratar las ganancias de eficiencia.

¹² A los efectos de simplificar la exposición, estos lineamientos se referirán al impacto de la concentración sobre los precios de mercado. No obstante ello, cuando la operación se desarrolle en el marco de un mercado en el cual la competencia no se manifiesta principalmente a través de los precios (mercados en los cuales se compite por la variedad de productos, por la innovación por servicios relacionados con el producto o por calidad del producto, entre otras posibilidades), se evaluará el impacto de la concentración sobre las variables que resulten representativas de los beneficios derivados del proceso competitivo.

— Cuando, como consecuencia de la concentración, se generan condiciones propicias para que, de manera coordinada con las restantes empresas que participan en el mercado, las empresas involucradas en la operación gocen de la posibilidad de ejercer poder de mercado. La concentración no necesariamente permite a las empresas aumentar unilateralmente los precios en el mercado relevante. Sin embargo, al reducirse la cantidad de empresas competidoras se facilita la concertación de precios en el mercado relevante. La concertación (tácita o expresa) de precios depende de condiciones específicas de cada mercado. Por ello, se deben analizar para cada concentración las condiciones del mercado relevante que faciliten el diseño y la implementación exitosa de estrategias de concertación de precios¹³.

Cabe agregar que, a la hora de analizar el impacto de una concentración sobre el interés económico general, debe atenderse a las eventuales ganancias de eficiencia derivadas de la operación (tales como la concreción de economías de escala o alcance¹⁴) y a los beneficios que esas ganancias signifiquen para los consumidores argentinos de los productos en cuestión.

Las operaciones de concentración pueden ser horizontales, verticales o de conglomerado. Se considera que existe una relación horizontal entre empresas cuando ellas actúan en un mismo mercado como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos. En cambio, nos encontramos frente a una relación vertical entre empresas cuando éstas actúan en distintas etapas de la producción o prestación de un mismo bien o servicio. Nótese que no es necesario que exista una relación comercial efectiva entre ambas empresas (es decir, no es necesario que una sea realmente cliente de la otra) para que se considere que ellas están verticalmente relacionadas. Finalmente, una concentración de conglomerado comprende operaciones donde las partes no están relacionadas horizontal ni verticalmente¹⁵. En general, estos lineamientos se refieren a las concentraciones horizontales pero ellos son también aplicables a otros tipos de concentraciones. Se hacen consideraciones particulares al respecto en el capítulo VIII.

II. MEDICION DE LA CONCENTRACION EN EL MERCADO RELEVANTE

II.1. DEFINICION DEL MERCADO RELEVANTE

A los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.

El mercado relevante del producto.

Se puede afirmar que el mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo. Si el bien producido por las empresas que se concentran es sustituible por otros bienes, entonces el poder de mercado de las mismas se verá limitado por la conducta de los consumidores. En efecto, dichas empresas no podrán aumentar unilateralmente el precio de su producto sin notar un traspaso significativo de sus consumidores hacia otros bienes alternativos. En definitiva, los bienes que son sustitutos entre sí compiten por captar la demanda del consumidor, con lo cual lo correcto es incluirlos dentro de un mismo mercado.

A los efectos de considerar la posible respuesta de los consumidores ante un aumento en el precio relativo del bien o servicio, se tomarán en cuenta, entre otros, los siguientes elementos:

- a) indicios de que los consumidores han trasladado o pueden trasladar su consumo hacia otros bienes como respuesta a un cambio en los precios relativos o en otras variables relevantes (por ejemplo, calidad),
- b) indicios de que los productores elaboran sus estrategias de negocios sobre el supuesto de que existe sustitución en las demandas de distintos productos ante cambios en los precios relativos o en otras variables relevantes;
- c) el tiempo y costo que le implica al consumidor el traslado de su demanda hacia otros bienes.

Mediante el relevamiento de la información precitada, el mercado relevante del producto se definirá como el menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, aunque significativo y no transitorio¹⁶.

De particular importancia para la determinación del mercado relevante del producto es el precio del bien en cuestión. En principio, en los análisis de concentraciones se debe considerar el precio de mercado

¹³ En cuanto a la información que será utilizada a los efectos de determinar si un mercado favorece o no la existencia de acciones concertadas, generalmente se efectuarán consideraciones referidas al grado de información que se encuentra disponible para los distintos competidores del mercado, las prácticas de determinación de precios y de comercialización comúnmente empleadas, la homogeneidad del bien comercializado en el mercado y las características de los compradores y vendedores que operan en el mismo.

¹⁴ Se observan economías de escala cuando el costo unitario de producción de un bien disminuye a medida que aumenta la cantidad producida del mismo bien. Por economías de alcance se entiende que el costo de producción de dos bienes en forma conjunta es menor a la suma de los costos de producir cada uno de los dos bienes de modo independiente. El último concepto es aplicable, por ejemplo, en los casos en que las firmas objeto de la operación de concentración tengan líneas de producción complementarias.

¹⁵ Por ejemplo una empresa siderúrgica que adquiere una empresa distribuidora de alimentos.

¹⁶ Si bien el concepto exacto de un aumento de precios "pequeño, aunque significativo y no transitorio" podrá variar según lo indiquen las particularidades del mercado analizado, cabe señalar que los organismos de los países con mayor experiencia en la materia interpretan que el mismo representa un aumento de precios en un rango del 5% al 10% que se mantenga durante un período no inferior al año.

vigente en el momento de la operación. Sin embargo, se debe tener en cuenta que si dicho precio es monopólico, es probable que el consumidor considere como sustituto del bien en cuestión un producto de utilidad inferior que se ofrece a un precio competitivo. Si el producto en cuestión también fuese ofrecido a un precio competitivo, entonces el producto de utilidad inferior no sería percibido por el consumidor como sustituto. En un caso así, la definición del mercado de producto no debería incluir a aquellos productos que son sustitutos del producto en cuestión sólo porque éste se ofrece a un precio supra-competitivo¹⁷.

A continuación se presenta un ejemplo del procedimiento a utilizarse para definir el mercado relevante del producto. Supongamos que dos empresas productoras de bebidas gaseosas deciden fusionarse. En este caso, se debe examinar si diferentes sabores de gaseosas pertenecen al mismo mercado. La pregunta práctica a realizar es si los consumidores del sabor A estarían dispuestos a consumir otro sabor ante un aumento permanente del 5% al 10% en el precio de ese sabor. Si una cantidad considerable de consumidores cambia su consumo a la gaseosa de sabor B, de tal modo que el incremento de precios de A no es beneficioso por la caída en las ventas, el mercado relevante del producto debe incluir, al menos, los sabores A y B. Este proceso debe continuar hasta que el incremento permanente de precios del conjunto de bienes (en este caso A y B) no provoca cambios importantes en la cantidad demandada y por lo tanto el aumento de precio es beneficioso.

El mercado geográfico relevante

Una vez definido el mercado relevante del producto, se deberá delimitar el mercado geográfico relevante. Este último se entenderá como la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.

Es particularmente importante para la definición del mercado geográfico relevante el análisis de la existencia de sustitución por el lado de la demanda. Si los consumidores del área en la cual operan las empresas participantes en la concentración pueden adquirir el bien en un área geográfica cercana, entonces resulta correcto considerar a ambas zonas como parte de un mismo mercado.

En cuanto a la información necesaria para definir el mercado geográfico relevante, se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes elementos:

- a) indicios de que los consumidores han trasladado o pueden trasladar su consumo hacia otras regiones geográficas como respuesta a un cambio en los precios relativos o en otras variables relevantes;
- b) indicios de que los productores elaboran sus estrategias de negocios sobre la base de que existe sustitución en las demandas de distintas regiones geográficas ante cambios en los precios relativos o en otras variables relevantes;
- c) el tiempo y costo que le implica al consumidor el traslado de su demanda hacia otras regiones geográficas.

Mediante el relevamiento de la información precitada, la definición del mercado geográfico relevante comenzará por considerar a las regiones en las que operan las empresas participantes en la concentración, para luego analizar la existencia de sustitución de la demanda entre los productos o servicios de éstas y los comercializados en otras localidades.

Debe tenerse en cuenta que la definición del mercado geográfico relevante se realizará en cada caso en particular y que, por lo tanto, no existe una regla genérica o un único procedimiento a utilizarse a tal fin.

II.2. IDENTIFICACION DE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN EL MERCADO RELEVANTE

Una vez definido el mercado relevante, se procederá a identificar a las empresas que participan en él. En primer lugar, se incluirán todas aquellas empresas que produzcan o vendan bienes de producción nacional o extranjera en el mercado relevante al momento de la concentración.

Adicionalmente, se identificarán otras empresas que no se encuentren produciendo el producto en cuestión al momento de la concentración, pero que podrían ingresar al mercado relevante con relativa facilidad si se dieran las condiciones favorables para ello (por ejemplo, ante un incremento de precios). Estas empresas serán denominadas competidores potenciales inmediatos, y servirán para definir el grado de sustitución por el lado de la oferta¹⁸.

Se entenderá que un ingreso puede efectuarse con relativa facilidad cuando no sea necesario incurrir en importantes costos hundidos de entrada¹⁹. No se considerará competidores potenciales inmediatos a

¹⁷ Este problema se conoce en la literatura especializada en concentraciones y defensa de la competencia como la "falacia del celofán".

¹⁸ Un ejemplo de sustitución por el lado de la oferta para definir el mercado relevante es el papel. Este producto se ofrece en distintas calidades, desde papel estándar para escritura a papel de alta calidad para imprimir libros de arte. Desde el punto de vista de la demanda el papel de una calidad en general no puede sustituir al papel de otra calidad, ya que cada calidad corresponde a un uso específico (un libro de arte no se puede imprimir utilizando papel de baja calidad). Sin embargo, las plantas productoras de papel pueden ajustar fácil y rápidamente la producción de calidades de papel. Si no existen problemas en la distribución de papel de distintas calidades. La definición de mercado relevante debería abarcar al papel en general y no a cada calidad de papel. De esta manera todas las calidades de papel deben ser incluidas en la definición de mercado relevante y sus ventas sumadas para estimar el tamaño del mercado y las participaciones en el mismo de cada empresa.

¹⁹ Serán considerados costos hundidos los derivados de la adquisición de activos tangibles e intangibles cuyo costo no pueda ser recuperado fuera del mercado relevante; es decir, activos cuyo valor residual sea prácticamente nulo fuera de dicho mercado.

aquellos productores que enfrenten dificultades significativas para distribuir el producto en el mercado relevante²⁰, o que deban incorporar nuevas instalaciones de producción o distribución para competir en el mismo.

Pueden existir también competidores potenciales que no puedan ingresar fácilmente al mercado relevante ya que deben incurrir en costos hundidos o necesitan más tiempo para hacerlo. Estos posibles entrantes serán considerados competidores potenciales inmediatos, su inclusión en el análisis será explicado en el Capítulo V, el cual se refiere a la existencia de barreras a la entrada en el mercado relevante.

II.3. CALCULO DE LAS PARTICIPACIONES DE MERCADO

Las participaciones de mercado de todas las empresas que participan actualmente en el mercado relevante y las de aquellas identificadas como competidores potenciales inmediatos se calcularán sobre la base de su nivel de ventas, de su producción o de la capacidad productiva que se destina o se podría destinar al mercado relevante.

Las participaciones de mercado podrán ser expresadas tanto en pesos, a través de la medición de las ventas, como en unidades físicas, mediante la medición de producción capacidad instalada o reservas (esto último en el caso de los recursos naturales). La elección de una u otra manera de calcular las participaciones dependerá del modo en que mejor se refleje la capacidad competitiva de las empresas dadas las características particulares del mercado bajo análisis.

El valor monetario de las ventas será generalmente utilizado en aquellos casos en los que las empresas se distinguen principalmente mediante la diferenciación de sus productos. Las unidades físicas vendidas o producidas serán generalmente utilizadas en aquellos casos en que el producto sea homogéneo y las empresas se distinguen principalmente en base a los compradores o grupos de compradores a los cuales abastecen. Por su parte, la capacidad instalada de producción será utilizada como un dato complementario en aquellos casos en los que exista capacidad ociosa, si dicho dato refleja de un modo más fidedigno las posiciones relativas de las empresas en el mercado relevante.

En cuanto a la temporalidad de los datos empleados, se utilizarán estadísticas mensuales, anuales o con la periodicidad que se estime necesaria a los efectos de reflejar adecuadamente las características del mercado relevante²¹. Generalmente, se utilizarán datos correspondientes a los años anteriores a la concentración, aunque ello variará según lo indique la naturaleza del mercado analizado.

II.4. CONCENTRACION Y PARTICIPACIONES DE MERCADO

La concentración del mercado es una función del número de empresas que participan en él y de sus participaciones. La existencia de un elevado grado de concentración en el mercado relevante, o de un incremento significativo en el mismo como consecuencia de la operación de concentración económica, es una condición necesaria, pero no suficiente, para que la operación sea objetada. Si la concentración en el mercado relevante no alcanza niveles demasiado elevados después de la operación, la competencia existente debería limitar el ejercicio de poder de mercado que las empresas intervinientes en la operación podrían adquirir como consecuencia de ella.

Como herramienta para la medición de la concentración del mercado, se utilizará principalmente el Índice de Herfindahl - Hirschmann (IHH). Este índice se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones en el mercado, y tiene la ventaja de otorgarle un mayor peso relativo a las participaciones de las empresas mayores. Los valores del IHH pueden oscilar entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopolístico).

Para determinar en qué medida la operación puede restringir la competencia en el mercado relevante, se analizarán los niveles de concentración antes y después de la operación. No obstante, se evaluará también la tendencia del nivel de concentración a lo largo del pasado reciente. En los casos en los que la medición del nivel de concentración pueda subestimar o sobrestimar el impacto potencial de la operación bajo análisis²², se complementarán las mediciones de concentración con los cambios que, de un modo razonablemente predecible, se esperen en el mercado relevante en un futuro cercano.

III. OTRAS CONSIDERACIONES SOBRE LA CONCENTRACION

Además de los cambios que se registren en los niveles de concentración, existen ciertos factores particulares que serán considerados a los efectos de ponderar el posible perjuicio que pueda surgir como consecuencia de la operación. Algunos de tales elementos son:

a) Características de los restantes competidores en el mercado relevante. Un aspecto a ser considerado es si, después de la concentración, la iniciativa individual de los restantes competidores en el mercado impondrá una restricción al ejercicio de poder de mercado de las empresas que intervienen en la operación. A tales efectos, se evaluarán las prácticas competitivas comúnmente empleadas en el mercado

²⁰ Por ejemplo si la inversión necesaria en publicidad para imponer una marca es significativa, se entenderá que no es posible introducir competencia en un período de tiempo lo suficientemente breve.

²¹ Por ejemplo, en aquellos mercados en los que las ventas se realicen de forma esporádica, puede resultar conveniente estimar las participaciones considerando períodos mayores de tiempo.

²² Por ejemplo, el IHH puede sobrestimar el impacto de una operación en mercados con una elevada tasa de introducción de nuevas tecnologías que impliquen la reducción de la vida útil de los bienes o servicios actualmente comercializados.

relevante, especialmente aquellas relacionadas con las políticas de precios y de descuentos, el grado de innovación existente en las técnicas de marketing y distribución y las prestaciones de servicios complementarios al producto relevante. En aquellos mercados en los que se verifique que la competencia en algunas de las variables mencionadas es significativa, y que la mayoría de los competidores hace uso de ellas, se considerará que ello puede atenuar el posible perjuicio que pueda resultar como consecuencia de la concentración. Por el contrario, en aquellos mercados en los cuales los competidores tienden a aceptar la estabilidad y a comportarse de un modo acorde con la estrategia impuesta por las empresas líderes, los posibles perjuicios que puedan derivar de la concentración se considerarán agravados.

b) Eliminación de un competidor vigoroso y efectivo. En aquellos casos en los que la concentración analizada signifique la eliminación de un competidor cuya conducta competitiva es probadamente vigorosa y efectiva en el mercado relevante, se considerarán agravados los posibles perjuicios al interés económico general. Cabe señalar que no hace falta que una empresa sea una de las más grandes del mercado para que se la considere un competidor vigoroso y efectivo; esa característica se relaciona principalmente con la influencia que la empresa ejerce sobre el grado de competencia existente en el mercado relevante. Para determinar si el competidor eliminado es vigoroso y efectivo, se analizará lo siguiente:

i) grado de innovación del competidor eliminado en relación con los productos ofrecidos, las técnicas de distribución y marketing, etc.,

ii) agresividad de las estrategias de fijación de precios y de aplicación de descuentos por parte del competidor eliminado;

iii) antecedentes del competidor eliminado en relación con el seguimiento de liderazgo de precios o la adhesión a determinados intentos de estabilizar el mercado;

iv) evaluación de la conducta del competidor eliminado para determinar si constituye una fuerza competitiva en un mercado proclive a la acción interdependiente;

v) evaluación del desempeño reciente del competidor eliminado, a los efectos de determinar si ha ganado un espacio significativo en el mercado o si su posición le permite hacerlo en un futuro cercano.

c) Flujo de información en el mercado relevante. Cuando el perjuicio que pueda derivar de la concentración se encuentre principalmente relacionado con la posibilidad de que existan acciones concertadas entre competidores, se evaluará el flujo de información existente en el mercado en cuestión. A los efectos de estos lineamientos por flujo de información se entenderá la cantidad de información referida a los competidores a la que cualquier participante del mercado puede acceder fácilmente (por ejemplo, información referida al nivel de precios y cantidades vendidas, al grado de innovación, a la calidad y características de los productos o servicios ofrecidos, etc.). La importancia de este aspecto radica en que, generalmente, un acuerdo entre competidores será más difícil de diseñar e implementar en aquellos mercados en los que el flujo de información sea bajo, debido a que ello dificultará la detección y el posterior "castigo" de las violaciones al acuerdo.

En general, el flujo de información de un mercado se ve incrementado por la existencia de los siguientes elementos: esquemas de fijación de precios con referencia a un punto geográfico fijo ("basing point pricing"), disponibilidad pública de precios, homogeneidad del producto relevante; e intercambios fluidos entre competidores de información referida a los niveles de precios, los niveles de producción, las innovaciones introducidas al producto, etc., a través de asociaciones del rubro o publicaciones especializadas.

d) Nivel de utilización de la capacidad instalada. Se denomina exceso de capacidad a la diferencia entre la capacidad de producción efectivamente utilizable en el mercado y la cantidad que se produce y vende en el mercado en un período de tiempo determinado. Un mercado que posee un significativo exceso de capacidad es menos proclive a facilitar la colusión tácita, particularmente si las empresas pequeñas son las que tienen gran parte del exceso de capacidad. Las empresas pequeñas tienen, en este caso, fuertes incentivos para incrementar la producción ante intentos de las empresas más grandes para restringir la oferta y aumentar así los precios en el mercado. No obstante, en determinadas circunstancias, el exceso de capacidad puede funcionar como un claro incentivo a respetar un acuerdo horizontal porque las consecuencias del eventual castigo serían más gravosas. Por ello, el nivel de utilización de la capacidad instalada debe analizarse en cada caso en particular.

e) Tamaño relativo de las firmas: el tamaño relativo de las firmas debe ser considerado al evaluar una concentración. Si en el mercado existe una empresa con elevada participación de mercado y varias empresas pequeñas, la empresa grande puede asumir el rol de líder que facilite la concertación de precios. Esta posibilidad se refuerza por la capacidad de "castigo" que puede ejercer la empresa líder en el mercado. Una concentración entre empresas pequeñas puede incrementar la competencia en el mercado porque reduce las asimetrías entre las empresas, reduce el liderazgo de una empresa y puede permitir de este modo el surgimiento de un competidor vigoroso. Por ello, se deben estudiar las condiciones específicas de cada mercado para determinar la probabilidad de que los efectos antes mencionados ocurran.

El presente capítulo ha tenido como objeto la identificación de determinados efectos de la operación analizada que, de manera conjunta con su impacto sobre el nivel de concentración del mercado relevante, serán evaluados a los efectos de determinar el potencial perjuicio al interés económico general. Una vez que se considere que la concentración analizada puede resultar perjudicial, se procederá a analizar si la

entrada de nuevos competidores al mercado relevante constituye un límite efectivo a la posible concreción de dicho perjuicio.

IV. BARRERAS A LA ENTRADA EN EL MERCADO RELEVANTE

Aun si una operación de concentración económica aumenta significativamente el nivel de concentración existente en el mercado relevante, es posible que ella no afecte negativamente al interés económico general si en ese mercado no existen barreras que impidan el ingreso de nuevos competidores. La amenaza del ingreso de nuevos competidores constituye un freno a la capacidad de las empresas existentes en el mercado de subir sus precios. Para ello es necesario que el ingreso de nuevos competidores al mercado puede realizarse en forma rápida, probable y significativa.

En principio, la identificación de los nuevos competidores comenzará con una evaluación de las empresas que parezcan tener una ventaja competitiva para ingresar al mercado relevante. Como ejemplo de ello se pueden mencionar:

- las empresas que comercializan el producto relevante en zonas geográficas aledañas al mercado analizado;
- las empresas que emplean tecnología similar a la necesaria para proveer el producto relevante;
- las que operan en mercados relacionados "aguas arriba" o "aguas abajo" del mercado relevante; y
- las empresas que emplean canales similares de distribución y comercialización o técnicas similares de promoción y marketing, a las que comúnmente se utilizan en el mercado relevante.

Una vez identificadas estas empresas, el análisis de la existencia de barreras a la entrada incluirá un relevamiento de todos los esfuerzos que una empresa debe realizar a los efectos de producir y/o comercializar el producto relevante, incluyendo aspectos referidos a la planificación y el diseño del lanzamiento del producto, la capacidad administrativa necesaria para ello la obtención de permisos legales, la construcción de instalaciones productivas o de comercialización, los gastos en promoción y comercialización y la satisfacción de los requerimientos de calidad exigidos por el marco normativo correspondiente. Las experiencias recientes referidas al ingreso de nuevos competidores al mercado relevante serán consideradas como puntos de referencia para tal análisis.

En particular, se evaluarán tres aspectos fundamentales referidos al posible ingreso de nuevos competidores al mercado relevante:

a) Tiempo requerido para ingresar al mercado

En primer lugar, se evaluará el tiempo que le demandaría a un competidor ingresar al mercado y ejercer una influencia significativa sobre los precios. Se considerará que el ingreso al mercado relevante es rápido si el tiempo transcurrido desde que se toma la decisión de ingresar hasta que el producto relevante es efectivamente comercializado no supera el plazo requerido por las empresas ya instaladas en el mercado para adaptar su comportamiento frente a la nueva competencia. La dimensión temporal estará relacionada, en cada caso, con la naturaleza del proceso de producción o comercialización.

b) Probabilidad del ingreso al mercado

En segundo lugar, se analizará si es probable que, en el escenario posterior a la concentración, los nuevos competidores obtengan ganancias suficientes como para que el ingreso resulte rentable. Para ello es preciso analizar cuál será el probable nivel de ventas de un nuevo competidor, lo cual dependerá de su capacidad para satisfacer a la demanda si los productores existentes disminuyen su nivel de producción. Tal capacidad se podrá ver limitada por: i) una tendencia decreciente en la demanda; ii) relaciones contractuales de mediano o largo plazo entre los demandantes y las empresas instaladas; y iii) las políticas de precios de las empresas instaladas en respuesta al ingreso de un nuevo competidor.

c) Importancia relativa del ingreso

Aun si la entrada es rápida y probable en los términos de lo expuesto anteriormente, es asimismo necesario que sea lo suficientemente significativa como para ejercer una influencia sobre los precios del mercado relevante. Adicionalmente, cuando el perjuicio potencial generado por la concentración no sea uniforme en todo el mercado relevante, el carácter y la variedad de los productos del competidor entrante deberán ser idóneos para contrarrestar las preocupaciones competitivas particulares generadas por la operación de concentración económica.

La presencia de los siguientes factores, entre otros, revelará la existencia de barreras que dificulten un ingreso rápido, probable y significativo de nuevos competidores

1. Restricciones legales o fácticas que: (a) limiten la posibilidad de proveer el producto relevante (por ejemplo, a cierto tipo de instituciones o personas), (b) impongan a los nuevos competidores costos adicionales a los que tienen que ser afrontados por las empresas que operan en el mercado desde hace tiempo; o (c) exijan licencias para la provisión del producto relevante.

2. Elevados costos hundidos para ingresar al mercado relevante, tales como: diseño y prueba del producto, instalación de equipos, contratación y entrenamiento del personal; desarrollo de canales de distribución; inversiones necesarias para sobreponerse a las ventajas derivadas de la diferenciación del producto con la que ya cuentan las empresas existentes (especialmente en el caso de aquellos bienes cuya calidad se comprueba con el uso y en los cuales, por lo tanto, la marca, el tiempo de presencia en el mercado y la reputación son importantes para el consumidor). El hecho de que las empresas existentes ya hayan incurrido en los costos hundidos implica que ellas no deberán tenerlos en cuenta a la hora de tomar decisiones sobre su nivel de precios. A su vez, esta situación asimétrica generalmente se traduce en un mayor riesgo, y un menor beneficio esperado, para los nuevos competidores en relación con las empresas que operan en el mercado. En general, el riesgo y la incertidumbre que deban enfrentar los

nuevos competidores aumentará, y la probabilidad de que éstos ingresen de manera significativa disminuirá, a medida que aumente la proporción de los costos de ingreso que constituyan costos hundidos.

Finalmente, cabe destacar que es posible que la concentración en sí misma cree barreras de acceso, si ella elimina una fuente significativa de recursos necesarios o un canal de distribución irremplazable o si, como consecuencia de la concentración, la escala mínima necesaria para una entrada efectiva aumenta significativamente²³.

V. COMPETENCIA PROVENIENTE DE PRODUCTOS IMPORTADOS

La competencia proveniente de productos extranjeros que pueden ser importados al país será considerada —según los procedimientos ya expuestos— en el análisis correspondiente a la identificación de los competidores potenciales.

Uno de los principales elementos que deben ser tenidos en cuenta a los efectos de considerar la influencia que la importación del producto relevante puede ejercer es el nivel de los aranceles. En los casos en que los aranceles sean lo suficientemente bajos como para permitir que los productos importados sean competitivos en el mercado relevante, la importancia que esta competencia puede revestir será analizada sobre la base de las consideraciones generales contenidas en los presentes lineamientos.

No se tomará en cuenta únicamente el valor de los aranceles al momento de la concentración, sino que también se tendrá en cuenta su evolución esperada. A tales efectos, tendrán especial relevancia las reducciones arancelarias pactadas en el marco de acuerdos internacionales de integración o cooperación, siempre y cuando los plazos establecidos no sean demasiado extensos.

Además de los aranceles aduaneros, los siguientes factores (entre otros) pueden limitar significativamente la incidencia de la competencia proveniente de productos importados:

- costos de transporte.
- regulaciones que impongan estándares o especificaciones de calidad o identificación del producto, o que impongan requerimientos de permisos o licencias especiales
- problemas logísticos que limiten la importación del producto relevante o su posterior distribución;
- dificultades relacionadas con la obtención de repuestos o servicios de posventa para los productos importados;
- políticas domésticas destinadas a fomentar el "compre nacional";
- incertidumbre respecto de las fluctuaciones esperadas en el tipo de cambio;
- acuerdos formales o informales de reparto del mercado mundial dentro de multinacionales que operen en el país o entre distintas multinacionales;
- licencias, franquicias o acuerdos de no competir entre empresas extranjeras y sus subsidiarias locales.

VI. GANANCIAS DE EFICIENCIA PRODUCTIVA GENERADAS POR LA CONCENTRACION

En la gran mayoría de los casos, una concentración que aumente la probabilidad de ejercicio de poder de mercado generará un aumento de precios y una restricción de la oferta, y por ende se la considerará contraria al interés económico general. No obstante, existen casos excepcionales en los que las ganancias de eficiencia derivadas de la operación son tales que, a pesar del aumento de poder de mercado, los precios terminan siendo más bajos que antes de la operación. Eso ocurrirá cuando, dada la baja en el costo marginal generada por la operación, el precio competitivo previo a ésta resulte más alto que el precio supra-competitivo posterior. En un caso así, si se prohibiera la operación se impediría que los consumidores se beneficien con precios menores a los vigentes, suponiendo que sea suficientemente probable que esa baja ocurra.

En consecuencia, la existencia de ganancias de eficiencia y el impacto que éstas tengan sobre los consumidores argentinos pueden determinar que una concentración no perjudique al interés económico general aunque aumente la probabilidad de ejercicio de poder de mercado.

El análisis de las ganancias de eficiencia seguirá las siguientes pautas:

- a) Sólo serán consideradas ganancias de eficiencia aquellas que surjan directamente de la concentración y que no puedan ser alcanzadas sin ella.
- b) No podrán invocarse como ganancias de eficiencia derivadas de la concentración aquellas disminuciones en los costos que impliquen una transferencia entre dos o más agentes. Tal es el caso de aquellas reducciones de costos que no representen un ahorro real de recursos y que deriven del mayor poder de negociación que posea la empresa concentrada como consecuencia de la operación. Por ejemplo, si la empresa concentrada posee la capacidad de obtener descuentos de los proveedores o de negociar menores salarios con los trabajadores, dichas reducciones en sus costos no serán consideradas como ganancias de eficiencia productiva. El mismo razonamiento es aplicable a las disminuciones de costos que, por razones impositivas, surjan como consecuencia de la concentración.
- c) Las ganancias de eficiencia podrán ser consideradas aceptables cuando, por ejemplo:
 - La concentración permita mantener la cantidad, la calidad y la variedad de los productos ofrecidos mediante la utilización de una menor cantidad de recursos.

²³ Esto ocurriría, por ejemplo, si como consecuencia de la concentración se genera una significativa capacidad ociosa que podría actuar como barrera a la entrada de potenciales competidores.

— La concentración permita aumentar la cantidad, la calidad o la variedad de los productos ofrecidos mediante la utilización de los mismos recursos.

— La concentración permita reducir los costos financieros y/o aumentar las posibilidades de acceso al mercado de capitales.

VII. CONCENTRACIONES VERTICALES

Las concentraciones verticales son aquellas en las cuales las empresas involucradas participan en mercados verticalmente relacionados. Las consideraciones generales contenidas en los presentes lineamientos son aplicables a las concentraciones verticales. No obstante, deberán tenerse en cuenta algunos factores en particular. Una concentración vertical podrá resultar perjudicial en aquellos casos en los que la eliminación de un proveedor independiente "aguas arriba" o de un distribuidor "aguas abajo" aumente significativamente las barreras a la entrada de nuevos competidores. Ello ocurrirá especialmente si un potencial competidor que desea entrar en cualquiera de las etapas involucradas se ve obligado a ingresar en ambas simultáneamente, con el consiguiente aumento de los costos hundidos que eso genera. No obstante lo antedicho, no se considerará que la condición precedente implica "per se" una violación al artículo 7° de la Ley, sino que cada caso deberá ser analizado de acuerdo a sus características particulares y al impacto que pueda provocar en el interés económico general.

VIII. CONCENTRACIONES DE CONGLOMERADO

Las concentraciones de conglomerado son aquellas en las cuales las empresas involucradas no operan en el mismo mercado relevante ni en mercados relevantes que se encuentran verticalmente vinculados. En principio, estas concentraciones no serán objetadas y sólo se considerará que son potencialmente perjudiciales en aquellos casos en los que se demuestre que, de no haber existido la concentración, una de las empresas involucradas habría ingresado como competidora al mercado relevante en el que operan las restantes empresas involucradas. En tales circunstancias, se evaluará la concentración sobre la base de las consideraciones generales contenidas en los presentes lineamientos.