



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

ES
ALAN COMAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

21



BUENOS AIRES, 11 MAR 2013

VISTO el Expediente N° S01:0458038/2010 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición por parte de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. del OCHENTA Y SIETE COMA CINCO POR CIENTO (87,5 %) del capital social de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., a razón de la transferencia accionaria que efectuaran los señores Don Manuel Alberto SCHNEIR (M.I. N° 8.280.899) y Don Diego Javier SCHNEIR (M.I. N° 24.292.579) a favor de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A.

3
Que en efecto, mediante la Carta Oferta enviada por los señores Don Manuel Alberto SCHNEIR y Don Diego Javier SCHNEIR a la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. con fecha 30 de noviembre de 2010 se instrumentó la compraventa de acciones de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A. por parte de la firma MANUFACTURA HOLDING



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

ALAN CONTRERAS SANTI-RELLI
Dirección de Despacho



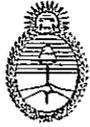
21

S.A., convirtiéndose en el controlante indirecto de la firma GANI S.A.

Que la operación notificada consiste en que: i) el señor Don Manuel Alberto SCHNEIR transfirió a la firma MANUFACTURA HOLDING S.A., CINCO MILLONES DOSCIENTAS CINCUENTA Y DOS MIL QUINIENTAS VEINTICINCO (5.252.525) acciones representativas del SETENTA Y SIETE COMA CINCO POR CIENTO (77,5 %) del capital de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A.; ii) el señor Don Diego Javier SCHNEIR transfirió a la firma MANUFACTURA HOLDING S.A., SEISCIENTAS SETENTA Y SIETE MIL SETECIENTAS CUARENTA Y CINCO (677.745) acciones representativas del DIEZ POR CIENTO (10 %) del capital social de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A.; iii) en conjunto dichas operaciones constituyen el OCHENTA Y SIETE COMA CINCO POR CIENTO (87,5 %) del paquete accionario de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., esto es CINCO MILLONES NOVECIENTAS TREINTA MIL DOSCIENTAS SETENTA (5.930.270) acciones, mediante lo cual la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. se convirtió en el controlante indirecto del SETENTA POR CIENTO (70 %) de las acciones de la firma GANI S.A.

Que asimismo, con fecha 30 de noviembre de 2011 el señor Don Manuel Alberto SCHNEIR transfirió a la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. CUATROCIENTAS VEINTITRÉS MIL QUINIENTAS NOVENTA (423.590) acciones representativas del SEIS COMA VEINTICINCO POR CIENTO (6,25 %) de la empresa INVERSORA SAUCE VIEJO S.A.

Que de esta manera, la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. se convierte en titular del NOVENTA Y TRES COMA SETENTA Y CINCO POR CIENTO (93,75 %) del



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

ES COPIA
ALAN G. GONZALEZ GONZALEZ
Dirección de Despacho

21



capital accionario de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., y en controlante indirecto del SETENTA Y CINCO POR CIENTO (75 %) de las acciones de la firma GANI S.A.

Que con fecha 30 de noviembre de 2013 el señor Don Manuel Alberto SCHNEIR transferirá a la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. CUATROCIENTAS VEINTITRÉS MIL QUINIENTAS NOVENTA (423.590) acciones representativas del SEIS COMA VEINTICINCO POR CIENTO (6,25 %) del capital social de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., momento en el cual la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. será titular del CIEN POR CIENTO (100 %) del capital accionario de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., y se convertirá a su vez en controlante indirecto del OCHENTA POR CIENTO (80 %) de las acciones de la firma GANI S.A.

Que las partes dejaron asentado que luego de la operación, el señor Don Manuel Alberto SCHNEIR continuará actuando como Presidente del Directorio de la firma GANI S.A.

Que las empresas involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por el Artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 8° de dicha norma y su Decreto Reglamentario N° 89 de fecha 25 de enero de 2001.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

ES COPIA
ALAN OSORIO S. DE BELLÍ
Director de Despacho

21



(\$ 200.000.000) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica tal y como ha sido presentada originalmente infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, teniendo por objeto restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior subordinar la operación de concentración económica, consistente en la adquisición por parte de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. del OCHENTA Y SIETE COMA CINCO POR CIENTO (87,5 %) del capital social de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., a razón de la transferencia accionaria que efectuaran los señores Don Manuel Alberto SCHNEIR y Don Diego Javier SCHNEIR a favor de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A., a la modificación de la cláusula de no competencia establecida en los términos y condiciones de compra y venta de acciones de la sociedad, debiendo establecerse un plazo de no competencia de DOS (2) años desde la firma de la Carta Oferta.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 981 de fecha 28 de febrero de 2013 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y forma parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

ES COPIA
ALAN COLLAO
AS SANJ. PELLI
Dirección de Despacho



Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Subordínase la operación de concentración económica, consistente en la adquisición por parte de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A. del OCHENTA Y SIETE COMA CINCO POR CIENTO (87,5 %) del capital social de la firma INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., a razón de la transferencia accionaria que efectuaran los señores Don Manuel Alberto SCHNEIR (M.I. N° 8.280.899) y Don Diego Javier SCHNEIR (M.I. N° 24.292.579) a favor de la firma MANUFACTURA HOLDING S.A., a la modificación de la cláusula de no competencia establecida en los términos y condiciones de compra y venta de acciones de la sociedad, debiendo establecerse un plazo de no competencia de DOS (2) años desde la firma de la Carta Oferta.

ARTÍCULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 981 de fecha 28 de febrero de 2013 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en CINCUENTA (50) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N°

21

Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
ES COPIA
ALAN CONTI DE LAS SANTARELLI
Director de Despacho

FOLIO
671

DEL MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Ref.: Expediente N° S01:0458038/2010 (CONC. 866) HG/EA-WB-YD-MC

DICTAMEN N° 981

BUENOS AIRES, 28 FEB 2013

21

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0458038/2010 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado: "MANUFACTURA HOLDING S.A., MANUEL ALBERTO SCHNEIR Y DIEGO JAVIER SCHNEIR S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. 866)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La operación

1. La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición por parte de MANUFACTURA HOLDING S.A. (en adelante "MANUFACTURA") del 87,5% del capital social de INVERSORA SAUCE VIEJO S.A. (en adelante "SAUCE VIEJO"), a razón de la transferencia accionaria que efectuaran los Sres. Manuel Alberto Schneir (en adelante "MSCHNEIR") y Diego Javier Schneir (en adelante "DSCHNEIR") a favor de aquella sociedad.
2. En efecto, mediante la Carta Oferta enviada por MSCHNEIR y DSCHNEIR a MANUFACTURA con fecha 30 de noviembre de 2010 se instrumentó la compraventa de acciones de SAUCE VIEJO por parte de la MANUFACTURA, convirtiéndose en el controlante indirecto de GANI S.A. (en adelante "GANI").
3. En concreto, la operación notificada consiste en lo siguiente: i) MSCHNEIR transfirió a MANUFACTURA 5.252.525 acciones representativas del 77,5% del capital de SAUCE VIEJO; ii) DSCHNEIR transfirió a MANUFACTURA 677.745 acciones representativas del 10% del capital social de SAUCE VIEJO; iii) en conjunto dichas participaciones constituyen el 87,5% del paquete accionario de SAUCE VIEJO, esto es 5.930.270 acciones, mediante lo cual MANUFACTURA se convirtió en el controlante indirecto del 70% de GANI.

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN...
DIRECCIÓN DE DESPACHO

672
21

4. Asimismo, con fecha 30 de noviembre de 2011 MSCHNEIR transferirá a MANUFACTURA 423.590 acciones representativas del 6,25% de SAUCE VIEJO, momento en el cual MANUFACTURA será titular del 93,75% del capital accionario de SAUCE VIEJO, y se convertirá a su vez en controlante indirecto del 75% de GANI.
5. Y finalmente, con fecha 30 de noviembre de 2013 MSCHNEIR transferirá a MANUFACTURA 423.590 acciones representativas del 6,25% del capital social de SAUCE VIEJO, momento en el cual MANUFACTURA será titular del 100% del capital accionario de SAUCE VIEJO, y se convertirá a su vez en controlante indirecto del 80% de GANI.
6. Las partes dejaron asentado que luego de la operación, MSCHNEIR continuará actuando como Presidente del directorio de GANI.
7. A tal efecto, las partes han celebrado un acuerdo de accionistas, entre SAUCE VIEJO, por un lado, y MSCHNEIR y DSCHEIR por el otro, ambas partes en su respectivo carácter de únicos accionistas de GANI. En dicho convenio se establece lo siguiente respecto del Directorio de GANI, entre otras cuestiones:
 - El Directorio estará compuesto por 3 a 6 miembros titulares, y dos suplentes. SAUCE VIEJO podrá designar a la mayoría de los miembros titulares (4 de 6, 3 de 5, 3 de 4, 2 de 3) y un suplente, y MSCHNEIR y DSCHEIR podrán designar a los miembros titulares restantes y a un suplente.
 - Por el período inicial de tres años MSCHNEIR y DSCHEIR comprometen su gestión como directores titulares, ejerciendo la Presidencia y Vicepresidencia de la Sociedad, pudiendo su mandato ser revocado en cualquier momento y sin invocación de causa por SAUCE VIEJO.
 - Para que el Directorio pueda válidamente deliberar se requerirá de la presencia de la mayoría absoluta de sus miembros.
 - El Directorio podrá decidir válidamente con la mayoría absoluta de sus miembros. En caso de empate, el Presidente tendrá doble voto.

La actividad de las partes

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALP... AS... RELLI
Dirección de Despacho

JULIANA VICTORIA...
SECRETARÍA...
DIRECCIÓN...
...



Los Vendedores:

8. MSCHNEIR, es una persona física de nacionalidad argentina, previo a la operación notificada controla el 90% del capital social de SAUCE VIEJO.
9. DSCHNEIR, es una persona física de nacionalidad argentina, quién previo a la operación controla el 10% restante del capital social de SAUCE VIEJO.
10. Adicionalmente, se destaca que MSCHNEIR participa con el 18% en GANI S.A. (en adelante "GANI"), al tiempo que DSCHNEIR participa con el 2% restante en dicha sociedad.

21

Empresa adquirida

11. SAUCE VIEJO, una sociedad holding constituida en la Argentina, que a vez controla el 80% de GANI, una sociedad constituida en la Argentina y dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas, espuma de poliuretano y bases de resortes.

Comprador:

12. MANUFACTURA es una compañía holding constituida en la Argentina que se encuentra controlada por Verónica Vara (persona física de nacionalidad argentina, y en adelante "VEV") con el 51% de su capital social. La Sra. Amelia Liliana Rodríguez de Vara (persona física de nacionalidad argentina, y en adelante "ALRV") posee el 49% del capital social restante de dicha sociedad.
13. VEV, por su parte, participa también en: (i) LIVESA S.A. (en adelante, "LIVESA") con el 7%, una compañía holding constituida en la Argentina; y (ii) GRUPO PIERO S.A. (en adelante, "GRUPO PIERO") con el 98%, también una compañía holding constituida en la Argentina.
14. ALRV, por otro lado, también participa: (i) con el 93% en LIVESA; y (ii) con el 2% en GRUPO PIERO.
15. Asimismo, ALRV y VEV controlan a la firma NUVEL CORP. S.A. sociedad constituida inicialmente en Uruguay, que tiene como actividad principal la fabricación de somniers y colchones.

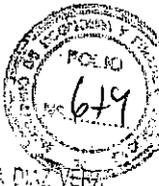
Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**
ES COPIA
ALAN COPPINERAS SANTARELLI
Dirección de Despacho

DEL D. AS. VICTORIA DIAZ VENTURA
SECRETARÍA DE TRABAJO
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



21

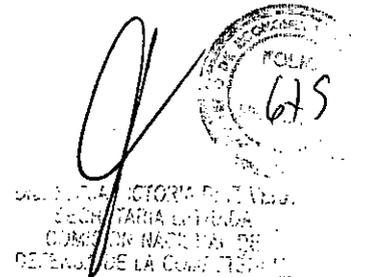
16. LIVESA, por su parte, controla el 90% en LIVEAIR S.A. (en adelante, "LIVEAIR"), una sociedad constituida en la Argentina que se dedica a la adquisición y localización de aeronaves y sus motores, sus equipos y accesorios instrumentos y partes, así como también a prestar servicios de transporte aéreo para terceros, dentro y fuera del país, estando el restante 10% en manos del Sr. Facundo Manuel Lana, de nacionalidad Argentina.
17. GRUPO PIERO controla el 99,88% de PETROQUÍMICA RIO TERCERO S.A. (en adelante, "PR III"), estando el remanente en manos de VEV (0,025%) y de ALRV (0,099%).
18. Adicionalmente, GRUPO PIERO también controla el 99,88% de SUAVESTAR S.A. (en adelante, "SUAVESTAR"), estando el remanente en manos de VEV (0,025%) y de ALRV (0,099%).
19. PR III es una sociedad constituida en la Argentina que constituye un complejo petroquímico integrado por varias plantas productivas encadenadas, destinadas a la fabricación de diversos productos químicos, entre los cuales se destacan los siguientes: Acido Clorhídrico (HCl), Soda Cáustica (NaOH), Hipoclorito de Sodio (NaClO), Policloruro de Aluminio (PAC), Disocianato de Tolueno (TDI), Dióxido de Carbono (CO2), Hidrógeno (H2) entre otros.
20. PR III controla el 99,99% de PETROQUÍMICA RIO TERCERO DO BRASIL LIMITADA (en adelante, "PR III DO BRASIL"), estando el remanente 0,000127% en manos de GRUPO PIERO.
21. PR III DO BRASIL es una sociedad constituida en Brasil dedicada a la comercialización en dicho país de diversos químicos, entre los que se destacan: Soda Cáustica (NaOH), Ácido Clorhídrico (HCl), Diisocianato de Tolueno (TDI), el Polioxipropilenglicol (POLIOL) -producción de terceros- y el Policloruro de Aluminio (PAC), entre otros.
22. SUAVESTAR es una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas y espuma de poliuretano.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALM. DE EMPRESAS SANTARELLI
Dirección de Despacho



23. Asimismo, SUAVESTAR controla el 99,89% de SPRING AIR S.A. (en adelante, "SPRING AIR"), estando el remanente en manos de VEV (0,021%) y ALRV (0,085%). Se destaca que SPRING AIR es una sociedad constituida en la Argentina que actualmente se encuentra inactiva desde abril de 2003.
24. Por otro lado, MANUFACTURA controla el 99,15% de PIERO S.A.I.C. (en adelante, "PIERO"), estando el remanente en manos de VEV (0,17%) y ALRV (0,68%).
25. PIERO es una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas, espuma de poliuretano y bases de resortes.
26. Adicionalmente, MANUFACTURA controla el 85% a F.P.V. S.A. (en adelante, "FPV"), estando el remanente en manos del Sr. Carlos Secreto (10%), de nacionalidad Argentina, VEV (0,99%) y ALRV (4%).
27. FPV es una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas y espuma de poliuretano.
28. Finalmente, MANUFACTURA también controla el 99% a LUPIER S.A. DE CHILE LIMITADA (en adelante, "LUPIER CHILE"), estando el remanente en manos de VEV (0,2%) y de ALRV (0,8%). LUPIER CHILE es una sociedad constituida en Chile que actualmente se encuentra inactiva¹.

II. ENCUADRE LEGAL

29. Las sociedades involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 8 de dicha norma y su Decreto Reglamentario N° 89/2001.
30. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.

¹ Por razones de simplicidad en la información las partes, en todos los casos, han redondeado las participaciones minoritarias en dos decimales.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALFONSO LAS SANTARELLI
 Dirección de Jeppicho

SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



21

31. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$200.000.000) establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. PROCEDIMIENTO

32. El día 7 de diciembre de 2010 los Drs. Gabriel Bouzat y Virginia del Águila, en su carácter invocado de apoderados de MANUFACTURA, MSCHNEIR y DSCHNEIR, realizaron una presentación conjunta del escrito de presentación y el correspondiente Formulario F1 ante esta Comisión Nacional, informando la operación de concentración económica.

33. Con fecha 16 de diciembre de 2010 esta Comisión Nacional ordenó desglosar la foja 104 y reservar en Secretaría Letrada de este organismo en razón de la confidencialidad solicitada por las partes en su escrito de presentación. En atención a lo establecido en el artículo 12 del Decreto 89/01, esta Comisión Nacional requirió a las partes que acompañen un resumen no confidencial de la documentación pertinente.

34. Asimismo, se hizo saber a las partes que deberían adecuar su presentación a lo dispuesto por la Resolución SDCyC N° 40/2001, advirtiéndose que hasta tanto no se diera cumplimiento a lo ordenado no comenzaría a correr el plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156.

35. El día 30 de diciembre de 2010 los apoderados de las partes notificantes efectuaron una presentación.

36. Con fecha 24 de enero de 2011 esta Comisión Nacional requirió a las partes notificantes que acompañen una ampliación del resumen no confidencial, e hizo saber a las partes que deberían adecuar su presentación a lo dispuesto por la Resolución SDCyC N° 40/2001, advirtiéndose que hasta tanto no se diera cumplimiento a lo ordenado no comenzaría a correr el plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156.

37. El día 8 de febrero de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación contestando el requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.

(Handwritten signatures and initials)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN... S. S. NIRELLI
Dirección de Despacho

ESTADO
JULIO
64
Dra. MARY VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

38. Con fecha 10 de febrero de 2011 esta Comisión Nacional otorgó provisoriamente la confidencialidad solicitada, y analizada la presentación efectuada por las partes notificantes, y conforme con lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia consideró que el Formulario F1 presentado por las partes se hallaba incompleto, por lo que se procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las partes notificantes que quedaba suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley 25.156, hasta tanto no se diera cumplimiento al requerimiento efectuado. Dichas observaciones se notificaron en el día.
39. Los días 10 y 11 de marzo de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
40. Con fecha 16 de marzo de 2011 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
41. El día 14 de marzo de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
42. El día 21 de marzo de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
43. Con fecha 30 de marzo de 2011 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
44. El día 14 de abril de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
45. El día 3 de mayo de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
46. Con fecha 31 de mayo de 2011 esta Comisión Nacional observó el Formulario F1 e hizo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156. Asimismo, en dicha oportunidad esta Comisión Nacional requirió a las partes notificantes que presenten el Formulario F2.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN GONZALEZ SANTARELLI
Dirección de Despacho

DEL RECTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

47. El día 30 de junio de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
48. Con fecha 8 de julio de 2011 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
49. El día 28 de julio de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
50. El día 8 de agosto de 2011 se ordenó agregar una presentación efectuada por las partes notificantes el día 4 de abril de 2011.
51. Con fecha 11 de agosto de 2011, atento al requerimiento efectuado solicitando la presentación del Formulario F2, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
52. El día 13 de septiembre de 2011 las partes notificantes acompañaron el Formulario F2 solicitado.
53. Con fecha 12 de octubre de 2011 esta Comisión Nacional efectuó observaciones al Formulario F1, haciendo saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
54. El día 1 de noviembre de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
55. Con fecha 3 de noviembre de 2011 esta Comisión Nacional tuvo por aprobado el Formulario F1. Asimismo, analizada la presentación efectuada por las partes notificantes, y conforme con lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia consideró que el Formulario F2 presentado por las partes se hallaba incompleto, por lo que se procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.

[Handwritten signatures]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN DE...RAS SANTIARELLI
 Dirección de Despacho

ALAN DE...RAS SANTIARELLI
 SECRETARÍA DE ESTADO
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



21

56. El día 2 de diciembre de 2011 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
57. Con fecha 18 de enero de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
58. El día 22 de febrero de 2012 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
59. Con fecha 12 de abril de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156. Asimismo, se efectuó un requerimiento de información adicional.
60. En el mismo día esta Comisión Nacional, en mérito de las facultades emergentes del artículo 24 de la Ley N° 25.156, citó a audiencia testimonial al gerente o responsable de las firmas TRADE FOAM S.A., SEALY ARGENTINA S.R.L. y LA CARDEUSE S.A.
61. El día 25 de abril de 2012 se llevó a cabo la audiencia testimonial al gerente general de la firma TRADE FOAM S.A.
62. El día 26 de abril de 2012 se llevó a cabo la audiencia testimonial al gerente de legales de la firma SEALY ARGENTINA S.R.L.
63. El día 3 de mayo de 2012 se llevo a cabo la audiencia testimonial al gerente comercial de LA CARDEUSE S.A.
64. El día 29 de mayo de 2012 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
65. Con fecha 30 de mayo de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN GONZALEZ SANJURELLI
Dirección de Despacho

680
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

- 66. El día fecha 28 de junio de 2012 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
- 67. Con fecha 8 de agosto de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
- 68. El día 18 de septiembre de 2012 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
- 69. Con fecha 12 de octubre de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
- 70. El día 22 de noviembre de 2012 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional.
- 71. Con fecha 21 de diciembre de 2012 esta Comisión Nacional procedió a realizar las observaciones pertinentes, haciéndose saber a las mismas que hasta tanto no se diera total cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.
- 72. Finalmente, el día 7 de febrero de 2013 las partes notificantes efectuaron una presentación en relación al requerimiento efectuado por esta Comisión Nacional, teniéndose por completado el Formulario F2, y reanudándose desde el día hábil posterior el cómputo del plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156.

IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA

IV.1. Naturaleza de la operación.

- 73. La presente operación de concentración económica consiste en la compra de acciones de SAUCE VIEJO por parte de MANUFACTURA, de forma tal que una vez concretada la operación, MANUFACTURA asumirá el control indirecto de GANI.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES S I A
 ALAN COP... SANTARELLI
 Director de Despacho

681
 SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

74. Como fue explicado en el punto I de este Dictamen, MANUFACTURA es una compañía holding constituida en la Argentina que se encuentra controlada en un 51% por VEV y en un 49% ALRV.
75. Asimismo, las accionistas de MANUFACTURA controlan a LIVESA una compañía holding constituida en la Argentina; y a GRUPO PIERO.
76. LIVESA, por su parte controla a LIVEAIR una sociedad constituida en la Argentina que se dedica a la adquisición y localización de aeronaves y sus motores, sus equipos y accesorios instrumentos y partes, así como también a prestar servicios de transporte aéreo para terceros, dentro y fuera del país.
77. GRUPO PIERO controla a PR III, sociedad constituida en la Argentina que constituye un complejo petroquímico integrado por varias plantas productivas encadenadas, destinadas a la fabricación de diversos productos químicos, entre los cuales se destacan los siguientes: Ácido Clorhídrico (HCl), Soda Cáustica (NaOH), Hipoclorito de Sodio (NaClO), Policloruro de Aluminio (PAC), Diisocianato de Tolueno (TDI), Dióxido de Carbono (CO2), Hidrógeno (H2) entre otros.
78. Adicionalmente, GRUPO PIERO cuenta con el control de SUAVESTAR, una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas y espuma de poliuretano.
79. Paralelamente, PR III controla a PR III DO BRASIL, firma dedicada a la comercialización en dicho país de diversos químicos, entre los que se destacan: Soda Cáustica (NaOH), Ácido Clorhídrico (HCl), Diisocianato de Tolueno (TDI), el Polioxipropilenglicol (POLIOL) -producción de terceros- y el Policloruro de Aluminio (PAC), entre otros.
80. Por otro lado, MANUFACTURA tiene el control de PIERO, una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas, espuma de poliuretano y bases de resortes.
81. Adicionalmente, MANUFACTURA controla a FPV, una sociedad constituida en la Argentina dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas y espuma de poliuretano.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN COPPOLERAS SANTARELLI
 Dirección de Delimitación

682
 Dra. MARÍA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

82. En relación al objeto de la operación SAUCE VIEJO, es una sociedad holding constituida en la Argentina, que controla a GANI, una sociedad constituida en la Argentina y dedicada a la fabricación y comercialización de colchones (espuma y resortes), somniers, almohadas, espuma de poliuretano y bases de resortes.
83. En función de lo anterior, se observa que la presente operación de concentración económica implica relaciones de naturaleza horizontal en la producción y comercialización de colchones, somniers, almohadas, espuma de poliuretano y bases de resortes. Adicionalmente, se presenta una relación de naturaleza vertical, en tanto que la compradora cuenta con una planta de producción de TDI, insumo utilizado para la fabricación de espuma de poliuretano, para luego utilizarla para la fabricación de colchones.

IV.2 Definición el mercado relevante

84. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas (en adelante "los Lineamientos"), aprobados por Resolución 164/2001 de la SECRETARÍA DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, 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.
85. El marco metodológico para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Referido al mercado del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio².
86. Referido al mercado geográfico, el test define como mercado relevante a 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:

² El aumento de precios considerado va del 5% al 10%.

[Handwritten signatures]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CORTEZAS SARTARELLI
Dirección de Despacho

683

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Mercado Aguas Arriba: Producción y comercialización de TDI
Mercado relevante de producto

21

87. El TDI es producido por PR III en su planta industrial ubicada en la ciudad de Río Tercero, Provincia de Córdoba, la cual cuenta con una capacidad instalada de 27.500 Toneladas/Año.
88. Siendo uno de los plásticos más versátiles, los poliuretanos son utilizados en un amplio rango de aplicaciones, brindando excelentes propiedades de acolchado, aislamiento y adhesividad.
89. Los poliuretanos intermedios incluyen el grupo de isocianatos. Los diisocianatos y poliisocianatos más utilizados se emplean en la manufactura de colchones, muebles, sillones, calzado, textil y asientos de automóviles.
90. Existen dos tipos de TDI: i) el 80/20, es la mezcla de los isómeros 2,4 y 2,6 del Diisocianato de Tolueno en una relación 80% y 20% respectivamente, y se utiliza en la fabricación de espuma flexible de poliuretano, elastómeros de poliuretano y prepolímeros de isocianato; y ii) el 65/35, mezcla de los isómeros 2,4 y 2,6 del Diisocianato de Tolueno en una relación 65% y 35%, respectivamente, el cual se utiliza en la producción de espumas de poliuretano (especialmente las basadas sobre poliésteres hidroxilados), adhesivos poliuretánicos y revestimientos poliuretánicos.
91. El principal uso del TDI es la fabricación de espuma de poliuretano (92% del total producido es dedicado a la espuma flexible) mediante la mezcla de TDI con POLIOL, siendo luego utilizada para la fabricación de colchones, para la industria automotriz (espuma moldeada para asientos, apoyabrazos, apoyacabezas, etc., y espuma flexible laminada para la tela que tapiza), para la industria del mueble y sillones, para la industria textil y para la industria del calzado.
92. Por otra parte, el TDI es, a su vez, utilizado para la producción de espumas rígidas (5% del total producido), cuyo principal uso es para electrodomésticos.
93. Por último, el TDI también es utilizado en la producción de lacas, pinturas, adhesivos de poliuretanos y selladores para la construcción, fabricación de calzado y otras aplicaciones industriales (3% del total producido).

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
~~ES COPIA~~
ALAN CONTI DE SANTARELLI
Director de Despacho

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA
684

21

94. Según lo declarado por las partes notificantes, "en la Argentina, el único productor de TDI es PR III, una de las empresas involucradas. Sin perjuicio de lo anterior, cabe tener presente que en la Argentina varias empresas realizan importaciones de TDI, tales como DOW QUÍMICA ARGENTINA S.A."
95. El TDI se obtiene de la reacción entre Meta-Toluen-di-amina (MTD) y Fosgeno. Se trata de un proceso de producción continuo, y como sucede con este tipo de procesos, no debería ser interrumpido, a menos que se deba realizar una parada técnica. La interrupción del proceso tiene elevados costos económicos y financieros para la empresa ya que una vez detenido, debe esperarse varios días para reiniciar la producción.
96. Asimismo, PR III tiene integrada la producción de dichos insumos utilizados en la elaboración del TDI, MTD y Fosgeno. Esto le permite, a su vez, hacerse en el proceso de subproductos con valor en el mercado. Para ello, su complejo productivo posee tres plantas: una para producir Cloro, una para reformar el Gas Natural y una para producir Di-nitrotolueno (DNT).
97. La primera planta utiliza como insumos la Sal (que es recibida en camiones cisterna) y el Gas Natural (por cañería), para producir: Cloro, Hidrógeno (en su mayoría de uso interno), Hipoclorito de Sodio y Soda Cáustica. Estos dos últimos productos son también comercializados por PR III, el primero se utiliza para el tratamiento de aguas y la Soda Cáustica es un químico básico utilizado a nivel industrial (por ejemplo, en la fabricación de jabón).
98. La segunda planta, utiliza Gas Natural para obtener Hidrógeno, Monóxido de Carbono (CO) y Anhídrido Carbónico (o Dióxido de Carbono). Este último es un insumo utilizado por ejemplo en la industria de bebidas gaseosas.
99. La tercer planta tiene como insumos: Tolueno (recibido en camiones cisterna), Ácido Nítrico (por cañería) y Ácido Sulfúrico (por cañería); de la combinación de estos tres elementos se obtiene el DNT.
100. El Fosgeno es producto de la unión de Cloro, obtenido de la primera planta, y de Monóxido de Carbono (CO), resultado de la segunda planta. Mientras que el MTD es producto de la reacción entre el Hidrógeno y el DNT. Finalmente, como se expresó al principio, de la combinación de Fosgeno y MTD se obtiene el TDI. Este último proceso

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
ES COPIA
ALM. DE LOS SEÑ. S. N. L. R. ELLI
Dir. de Estudios Económicos

SECRETARÍA VICTORIA DIAS VERA
SECRETARÍA GENERAL
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

685

tiene al Ácido Clorhídrico como subproducto, el cual es aprovechado para producir Policloruro de Aluminio (PAC).

101. El TDI es almacenado en tanques (y tambores). PR III tiene 4 tanques de 1.000 toneladas. Los mismos están localizados: uno en la Planta en Río Tercero, dos en el puerto de Buenos Aires y uno en el puerto de Santos, Brasil.
102. El TDI llega a los clientes de PR III vía una flota de camiones cisterna o tambores de 250 Kg., siendo este último el tamaño mínimo de compra.

Mercado geográfico relevante

103. De acuerdo a lo señalado por las partes notificantes, la sustitución próxima para este producto son las importaciones. En efecto, y de acuerdo a lo previamente indicado, la planta industrial de PR III es la única instalada en Argentina.
104. En tal sentido, y en línea con lo informado por las partes, la mayor parte de las importaciones de TDI provienen de la planta propiedad de DOW CHEMICAL ubicada en Brasil, siendo DOW CHEMICAL uno de los 4 grandes productores de TDI a nivel internacional. Cabe tener presente que la planta de DOW CHEMICAL posee una capacidad instalada de producción de 57.000 Toneladas/Año, lo cual representa más del doble de la capacidad instalada de PR III, previamente referida.
105. El representante de SEALY ARGENTINA S.R.L (en adelante, "SEALY")³ explicó que en función la organización de procesos productivos, basada en el método Just in Time, el TDI se compra semanalmente, asimismo, su nivel de stock se ubica entre 13 o 14 días promedio. Para su almacenamiento se requiere de tanques que permitan mantener temperaturas específicas.
106. Al ser preguntado sobre los principales proveedores del insumo, dijo que "...en cuanto a TDI las mas importantes son PETROQUIMICA y DOW. En Argentina es PETROQUIMICA porque DOW la tiene en Brasil. BAYER tiene las fábricas en Europa del Este. Y SHELL no se donde las tiene. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si como productor demandante de TDI le resulta indistinto comprar dicho producto localmente o importarlo, explicando lo que toma en cuenta al momento de decidir esto. DIJO: Lo que tomamos en cuenta es el just in time. La decisión se toma

³ A fs. 563.

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CORREA SANTIBELLI
 Dirección de Despacho



SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

en la conveniencia en mi proceso. Me resulta más beneficioso comprar a nivel local por como esta encajado el proceso. Económicamente podría convenir comprar afuera, es un mercado que da esas posibilidades, pero para la planificación conviene trabajar con proveedores locales. Depende con el patrón que manejes la empresa. Algún dueño podría hacer negocio stockeando, aunque no es nuestro caso. No siempre es igual, depende la época del año y si existe alguna oportunidad en el precio...”

107. Por su parte, el gerente de LA CARDEUSE⁴ dijo: “...lo que tengo entendido es que conviene comprarlo al proveedor local tanto sea por la rapidez de obtenerlo y por los costos. Es más conveniente la adquisición en el mercado local que importarlo...”

108. Por último, el representante de TRADE FOAM S.A.⁵ expresó que “...Compro en PETROQUÍMICA RÍO TERCERO por tradición. En algún momento le he comprado a otros proveedores. Hace muchos años, creo que BAYER tenía TDI (mas de 15 años atrás). Importarlo siempre era más caro. Hoy en los últimos dos años ni se me ocurre importar, porque entiendo que es muy difícil importar todo...”

109. En otro orden de cosas, cabe mencionar que el TDI, tanto el producido por PR III como el importado, se comercializa en todo el territorio nacional.

110. En función de lo expuesto anteriormente, el análisis del mercado de comercialización de TDI a los fines del presente dictamen, será abordado desde una perspectiva nacional.

Mercado Aguas Abajo: Producción y comercialización de espuma de poliuretano
Mercado Relevante de Producto

111. La producción de espuma de poliuretano requiere del TDI, POLIOL, agua y catalizadores.

112. Los insumos recién mencionados se combinan mediante –por ejemplo- una espumadora continua, la cual actúa como un túnel que tiene al comienzo un cabezal donde se van inyectando los distintos insumos (relación TDI-POLIOL 40:60). De la reacción sale la espuma, la cual se va elevando y, al llegar a 20 metros de largo, se corta. Los moldes requieren otro método, el cual es considerado semiautomático.

⁴ A fs. 573
⁵ A fs. 559

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN COPPOLARAS SANTARELLI
Director de Denuncia

ALAN COPPOLARAS SANTARELLI
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



21

113. Una vez armado, el bloque se deja reposar un día y luego se corta de dos formas posibles: a) forma de colchón (de la plaza deseada), o b) forma de mantas o bobinas. Esta última forma, además de ser utilizada como insumo para el mateasseado, se vende a terceros, tales como -por ejemplo- la industria automotriz y la industria del calzado. De acuerdo a lo afirmado por las partes, a los efectos de la producción de espuma de poliuretano, es indispensable contar tanto con TDI como con POLIOL, determinando la falta de uno de dichos insumos la imposibilidad de producir la espuma. Esto significa que el TDI y el POLIOL son complementarios en la producción, por lo que la escasez de uno de ellos afecta negativamente las ventas del otro.
114. Cabe en este sentido tener presente nuevamente lo sostenido por las partes notificantes, en tanto que "el único productor de TDI es PR III", una de las empresas involucradas. Sin perjuicio de lo anterior, cabe tener presente que en la Argentina varias empresas realizan importaciones de TDI, tales como DOW QUÍMICA ARGENTINA S.A.
115. Como se mencionó, PR III DO BRASIL comercializa en Brasil POLIOL. En tal sentido las partes han informado que, el POLIOL que abastece el mercado argentino proviene de DOW QUÍMICA ARGENTINA S.A. -único productor nacional-, así como también de importaciones de empresas tales como ALKANOS, BASF y SHELL. Tanto el grupo comprador como el objeto de la operación se abastecen de DOW QUÍMICA ARGENTINA S.A.
116. De las distintas audiencias celebradas, surge que las firmas colchoneras producen la espuma de poliuretano para consumo propio, y de manera marginal, realizan ventas a terceros. En otros casos, las firmas compran los insumos para luego mandar a producir a fábricas que se especializan en la producción de espuma, bajo la modalidad fazón. Los principales competidores de las firmas involucradas en la producción de colchones, son asimismo clientes de PR III.
117. Por su parte, las firmas involucradas han informado que producen y comercializan espuma de poliuretano.
118. De todo ello es posible concluir, que la espuma de poliuretano representa un mercado a los fines del presente análisis.

[Handwritten signatures and initials]



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN COLOMBAS SANTIARELLI
Director de Despacho

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

Definición de Mercado Geográfico Relevante

119. La producción de la espuma de poliuretano se realiza en las fábricas de las firmas colchoneras localizadas a lo largo de país. Puesto que lo que se intenta es verificar los efectos de la operación en la provisión de TDI a los principales competidores de las firmas involucradas en el mercado de colchones de espuma, y tal como se verá más adelante, los mismos adoptan un carácter nacional, para el caso objeto de estudio, la dimensión geográfica de la producción de espuma de poliuretano destinada a la fabricación de colchones se analizará desde una perspectiva nacional.

Producción de base de resortes

Definición del mercado relevante de producto

120. El proceso productivo del colchón de resortes empieza con el ensamble de la estructura. La estructura tiene forma de colchón y está hecha de resortes, los cuales son fabricados con alambres de acero -de distintos espesores-, y pueden tomar distintas disposiciones. Los resortes son fijados mediante una varilla de acero en la parte inferior y otra en la parte superior.

121. Terminada la estructura, la misma pasa por un horno para distensionado (150° a 180°), para ser afirmada. Puede haber distintas líneas en la resortería, esto se debe a que las estructuras son armadas en base a las plazas: 1, 1,5 y 2, debiendo las máquinas ser programadas acorde a las distintas medidas.

122. Una vez firme, la estructura tiene dos posibles destinos: (i) la venta a terceros⁶; o (ii) la utilización propia. En este último caso, el procedimiento sigue con el engrampado.

123. Ahora bien, existen tres tipos de resortes: bicónicos (Bonell), continuos (Superlastic y Miracoil) y enfundados (Pocket). En este sentido, PIERO produce los tres tipos, GANI sólo los bicónicos, mientras que SUAVESTAR y FPV los adquieren de PIERO.

124. La principal diferencia entre estos resortes es su funcionamiento como estructura. Los resortes enfundados, al no estar entrelazados unos con otros, actúan

⁶ Actividad que desarrolla también PIERO. Por su parte, SUAVESTAR y FPV trabajan desde el engrampado en adelante.



~~ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL~~
ES COPIA
ALFONSO S. CITARELLI
Dirección de Despacho

689
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
21

en forma independiente evitando movimientos en una zona donde no haya desplazamiento. En general tienen mayor firmeza que las estructuras de resortes bicónicos y continuos.

125. Debido a su mayor costo de fabricación, mejor producto y posicionamiento dentro del mercado de colchones, los resortes enfundados se tienden a utilizar en colchones de gamas altas, mientras que los resortes bicónicos y los continuos son de uso extendido en todas las líneas.

126. El proceso de producción de las bases de resortes bicónicos comienza con la fabricación del resorte. Para la creación del mismo se utiliza alambre de acero al carbono de diámetro 2,16 mm. Esta conformación se logra forzando el avance del alambre a través de orificios calibrados, que con un sistema de levas y servomotores determinan la configuración geométrica final. Cada resorte individual es sometido a un tratamiento térmico por inducción eléctrica. Luego de fabricados los resortes, los mismos son ensamblados en distintas configuraciones según las medidas del producto terminado. Para este ensamble se utilizan espirales de alambre de acero al carbono ASTM 227.2 de diámetro 1,33 mm.

127. Una vez finalizado el ensamble se somete la estructura terminada a una temperatura de 180° C durante 10 minutos en un horno de proceso continuo alimentado con gas natural de red. Con este proceso se logra distensionar la estructura, logrando de esta manera que el alambre mejore sus características elásticas.

128. Si la estructura será destinada al consumo interno, continúa hacia el proceso de fabricación de colchones. Si en cambio la estructura será destinada a la venta a terceros, se procede a comprimirla en forma de rollos, con la utilización de tela no tejida de fibra de poliéster.

129. La producción de resortes enfundados comienza de forma similar a los resortes bicónicos, pero se diferencia en que en lugar de unirse los resortes entre sí con un espiral de acero, cada resorte es colocado dentro de una bolsa de tela no tejida, cerrada mediante ultrasonido. De esta forma se logran tiras de resortes embolsados. Luego las tiras son unidas entre sí mediante adhesivo, para conformar la estructura.

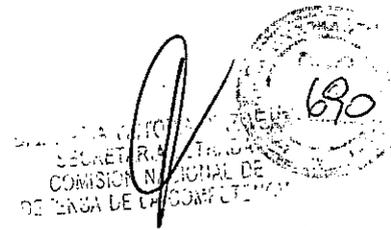
[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN DE LUZAS SANTIPELLI
Dirección de Despacho



21

terminada en la medida requerida. No se somete la estructura al proceso de distensionado térmico.

130. En relación a las bases de colchones con resortes continuos, existen dos tipos de resortes en la Argentina, Supelastick y Miracoil.
131. La fabricación de resortes continuos Superlastic se divide en 2 etapas. En conformación del resorte, se parte de bobinas de alambre de acero al carbono, de diámetros de alrededor de 1,74 mm. Mediante un sistema de levas y servomotores, el alambre obtiene la forma de resorte; y a la salida de este proceso se obtienen resortes enrollados que se utilizan en la siguiente etapa. En el ensamblado, se colocan los rollos de resortes y se ponen los que sean necesarios para obtener la medida de estructura terminada que se desee. La máquina ensambladora une los distintos rollos de resortes con espirales de alambre de acero al carbono de diámetro 1,33 mm.
132. Por otro lado, la fabricación de resortes Miracoil difiere del proceso anterior, básicamente en que la fabricación del resorte y el ensamblado de la estructura, se realiza en tándem. Para la conformación del resorte se aplica, además, un proceso de estampado, para lograr las partes rectas del mismo. Por lo general se utilizan diámetros de alambre mayores a los de las estructuras Superlastic (2,16 mm).
133. Ambos tipos de estructura requieren un distensionado térmico antes de ser sometidas al proceso de embalaje.
134. Para el caso de los resortes bicónicos y continuos, se resalta que éstos necesitan adicionalmente un distensionado térmico. Es por eso que las líneas de producción de dichos resortes se unifican antes de ingresar al horno.
135. En resumen, cada tipo de resorte se produce en una resortera y ensambladora específica, que son dos partes distintas de una misma máquina.
136. Los tres tipos de resortes, a pesar de comenzar el proceso de forma separada, terminan en una única línea de producción para el armado final de la base de resortes.

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL
~~ES COPIA~~
ALAN... S. ANT-RELLI
Dirección de Despacho

691
SECRETARÍA GENERAL
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

137. En lo referente al valor de las inversiones necesarias para el inicio de su producción, también difieren según se trate de resortes bicónicos, enfundados o continuos⁷.
138. Por último, tal como ya se mencionó, debido a su mayor costo de fabricación, mejor producto y posicionamiento dentro del mercado de colchones, los resortes enfundados se tienden a utilizar en colchones de gamas altas, mientras que los resortes bicónicos y los continuos son de uso extendido en todas las líneas.
139. Las partes sostienen que a un productor le es indiferente usar una base de resortes bicónicos o una base de resortes continuos. Esto se debe a que son resortes similares, donde los continuos en lugar de ser resortes independientes unidos mediante un espiral, están entrelazados entre sí formando una unidad estructural. Aun así, existen dos componentes por los cuales diferenciar una estructura bicónica de una continua: productividad, costos unitarios.
140. En materia de costos, y dependiendo de la tecnología usada para bicónicos y continuos, la diferencia es de aproximadamente 10%. Es decir, que en promedio la base de resortes continuos es un 10% más barata que la que utiliza resortes bicónicos. Esto se debe a que utiliza una menor cantidad de alambre, siendo tal ahorro la causa de la diferencia de costos.
141. Asimismo, una máquina que trabaja con resortes continuos produce una cantidad superior de estructuras que una que trabaja con resortes bicónicos, en la misma cantidad de tiempo.

⁷ En lo que respecta a la fabricación de resortes bicónicos y los LFK, para producir hasta 500.000 resortes/mes (el equivalente a la cantidad de resortes necesarios para fabricar 1.600 colchones de resortes/mes) es necesario contar con una máquina resortera trabajando 9 horas por día. La inversión en la resortera asciende a aproximadamente USD 35.000, empleando un operario. Por otro lado, para ensamblar 1.600 estructuras de resortes al mes es necesario contar con una ensambladora manual, cuya inversión asciende a aproximadamente USD 18.000. La superficie total necesaria para esta producción es de 100m² y en 6 meses es posible instalar una empresa de estas características. En cuanto a la fabricación de resortes enfundados, nuevamente para producir hasta 500.000 resortes/mes, se requiere de una máquina resortera cuyo costo asciende a aproximadamente USD 50.000. La máquina ensambladora tiene un costo aproximado de USD 25.000. La superficie total necesaria para una planta de estas características asciende a 100 m². En el término de 6 meses es posible instalar una planta de estas características. Para la creación de una estructura continua es necesaria una máquina resortera y una ensambladora que puede producir hasta 8.000 estructuras/mes. El precio de la misma asciende a aproximadamente USD 750.000. Existe básicamente un único proveedor de estos equipos, la empresa LEGGETT & PLATT (de origen norteamericano), que está integrada desde la tecnología, fabricación y comercialización de las máquinas resorteras, hasta la venta global a terceros de estructuras. La superficie total necesaria para una planta de estas características asciende a 100 m². En 6 meses es posible instalar una planta de estas características.

[Handwritten signatures and initials]

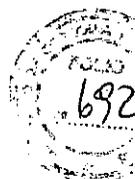


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALABRADO, MONTARELLI
 Dirección de Despacho

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



142. Asimismo, de la observación de los valores de cada una de las bases de colchones de resortes se concluye que mientras los costos y precios de los resortes bicónicos y continuos son cercanos, los de la base de resortes enfundados resultan significativamente mayores a estos.

143. A continuación se presenta un cuadro con los datos anteriormente mencionados.

Cuadro N° 1: Costos y Precios de las bases de colchones de resortes de las firmas involucradas.

Empresa	Tipo de resorte					
	Enfundado		Bicónico		Continuo	
	Precio	Costo	Precio	Costo	Precio	Costo
PIERO						
80x190	167.09	76.90	76.07	39.32	91.57	40.84
140x190	275.78	128.52	129.08	67.32	149.39	68.52
GANI						
80x190	-	-	103.55	43.45	-	-
140x190	-	-	173.16	70.52	-	-

Fuente: Información interna de las firmas involucradas.

144. De esta forma, desde el punto de vista de la oferta, específicamente de los procesos productivos, puede pensarse en una definición de mercado relevante que implique que cada una de las bases de colchones conforma un mercado en sí mismo en función del tipo de resorte que la compone. Ahora bien, en lo que se refiere tanto al valor de cada una de las bases como así también los destinos y oportunidades de consumo de las mismas (es decir si presentan sustitución desde un aspecto estrictamente relacionado con el precio o si serán utilizadas para un segmento de mercado específico) puede pensarse que los resortes enfundados determinan que la base de resortes en base a estos, conformen un mercado separado a las otras dos bases, que pueden pensarse como integrantes de un mismo mercado.

145. Cabe mencionar que las firmas presentan superposición en la producción de base de resortes bicónicos.

146. A los fines del presente análisis, y sin perjuicio de dejar abierta la definición de mercado respecto de las bases de colchones, esta Comisión Nacional evaluará los efectos horizontales bajo la consideración en los mercados de (i) producción de base de colchones de resortes enfundados y (ii) producción de base de colchones de

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN C. ...
Dirección de Despacho

693
DIRECCIÓN GENERAL DE VERA
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

resortes continuos y bicónicos, y en función de que ambas firmas producen base de resortes bicónicos, será el objeto de estudio del presente dictamen el último de los mercados definidos.

147. Por último, y tal como se verá al momento de analizar los efectos de la presente operación en el mercado en cuestión, el hecho de incluir los tres tipos de bases en un mercado, lejos de diluir la participación de PIERO, se corre el riesgo de sobreestimarla, puesto que es esta firma junto con una tercera no involucrada⁸ son las únicas productoras de bases de colchones de resortes continuos. De esta forma el análisis contempla el escenario más estricto desde el enfoque de la defensa de la competencia.
148. Por otro lado, en lo que respecta al tamaño de la base de colchón, representantes de distintas firmas colchoneras han manifestado que a partir de una misma resortera es posible producir bases de distintos tamaños.
149. El representante de SEALY manifestó que "...Técnicamente es posible a partir de una máquina hacer todas las medidas ajustándola⁹...".
150. Por su parte, el Gerente Comercial de LA CARDEUSE mencionó: "...El proceso productivo es el mismo. Con una máquina puedo hacer de todas las plazas. Para ambos tipos de resortes es lo mismo. ...".
151. En el caso de las firmas que adquieren la base de resortes de terceros para producir sus colchones, el Gerente General de TRADE FOAM dijo que: "... Una vez que se obtiene la base del colchón, se utiliza una máquina para confeccionar el colchón. Aclaro que cada máquina de cierre perimetral puede ser utilizada para la confección de los distintos tipos de colchones (una, dos plazas, de goma espuma, de resorte)...".
152. Por lo anterior esta Comisión Nacional considera que no es necesario separar el mercado según la plaza del colchón.

Definición del mercado geográfico relevante

⁸ VÁZQUEZ S.A.C.I.I.

⁹ Es decir, realizar regulaciones y cambiar las medidas, procedimiento que puede demorar un promedio de cuatro horas.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN DOMINGOS SANTARELLI
Dirección de Despacho

SECRETARÍA DE VERAS
DE LA CÁMARA REGISTRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



153. Las bases para colchones son comercializadas en todo el territorio nacional. 21
154. El costo del transporte sobre el precio en puerta de fábrica varía según se trate de PIERO o de GANI, siendo para la primera del 2,87% y para la segunda de aproximadamente el 12%.
155. PIERO cuenta con dos plantas de producción y un centro de distribución, conformando en total 3 puntos de despacho, ubicados en la provincia de Buenos Aires y Rosario, provincia de Santa Fe.
156. GANI cuenta con una planta de producción en Santa Fe, 5 centros de distribución en Rosario, Córdoba, Don Torcuato, Bahía Blanca y Mendoza y 2 locales de venta al público con depósito en Salta y en Tucumán y distribuye a todo el país desde estos puntos.

Producción y comercialización de colchones
Definición del mercado relevante de producto

157. La oferta de colchones se encuentra integrada por colchones de resortes y de espuma de poliuretano.
158. Tal como se mencionara, las estructuras de resortes pueden ser de resortes bicónicos, continuos o enfundados.
159. En principio, y según coincidieron todos los testigos como así también las partes involucradas, los colchones de resortes enfundados tienen precios superiores al resto de los colchones, ya que su costo de producción resulta más elevado y los materiales utilizados para su confección son de mejor calidad, por lo que los mismos son destinados para un segmento premium o de alta gama.
160. Ahora bien, cabe analizar cuál es el comportamiento del resto de los colchones, es decir si la evolución entre los valores de los colchones de resortes bicónicos, continuos y colchones de espuma responden a un patrón determinado.
161. En relación a ello, la segmentación de un mercado implica necesariamente una comparación de atributos entre cada uno de los productos que lo conforman, a la vez que se espera que dicha distinción se refleje en el valor final de cada uno de los productos que integran los distintos niveles.

[Handwritten signature]

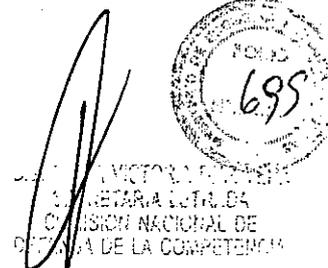
[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas,
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALFONSO S. MARINELLI
Dirección de Despacho



21

162. En este particular, si bien existe superposición de precios entre modelos de colchones de resortes y de espuma, no es posible afirmar que dicha superposición implique niveles similares de calidad.

163. En este sentido, los resultados de dicha confrontación son diversos, pues mientras hay casos en los que las firmas se especializan en producir colchones de mayor o menor calidad, siempre sobre una misma base de colchón (de esta forma la oferta se encontraría integrada por ejemplo con colchones de resortes de segmento económico, medio y alto), otras estructuran su producción vinculando la calidad al material específico (por ejemplo destinan los colchones de espuma a segmentos bajos mientras que a los de resortes a niveles superiores).

164. Se citan a continuación las manifestaciones originadas en las audiencias obrantes en el expediente.

165. Del representante de TRADE FOAM: "...PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA, si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes enfundados, continuos bicónicos. DIJO: si existen diferencias. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA en qué radican esas diferencias, DIJO: los enfundados son más caros que los de resortes biónicos. Son técnicamente diferentes. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si dentro de los colchones de espuma existen diferencias de precios, DIJO: dentro de estos colchones existen diferencias de precios. Depende de la densidad de la espuma, en la calidad de la tela y en la presentación. En un colchón de una plaza de espuma y otro, puede haber diferencias de 1 a 5 veces entre el colchón más económico y el más caro. Siempre hablando de mi propia marca. La densidad de la espuma determina entre otras cosas la durabilidad del colchón. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes (de cada tipo de resorte) y los de espuma. DIJO: A iguales calidades de producto, no hay grandes variaciones entre los colchones de espuma y resorte. Los de espuma son ligeramente más baratos en la mayoría de los casos..."

166. Del representante de SEALY "...PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA, si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes enfundados y los continuos bicónicos, DIJO: el costo es distinto, el enfundado lleva más material



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ALAN... ANTEPELLI
 Dirección de Despacho



21

que el otro y además lleva más tiempo. La incidencia de manos de obra del pocket es mayor. La diferencia de precios del producto final no refleja solo la diferencia del precio los costos de las bases, sino que los productos con estas bases llevan materiales de mayor valor. A calidades de materiales que acompañen iguales siempre será más caro el pocket. Por lo general el enfundado se destina a alta gama. Por lo general se opta por una política comercial donde al pocket se lo destina a la más alta gama. La dispersión de precios es muy amplia y esta ligada a la calidad de producto.

PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si dentro de los colchones de espuma existen diferencias de precios, DIJO: Si. En función de la densidad, que se miden en kilogramos sobre metro cúbico. A mayor densidad mayor precio. A uno de mayor densidad se le agregan productos también de mayor calidad para terminarlo.

PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes (de cada tipo de resorte) y los de espuma, DIJO: En general los colchones de resorte son más caros que los de espuma. En Argentina, el tope de línea de espuma es superior que el económico de resorte. Existe un solapamiento entre la línea más económica de resortes con los Premium de espuma. Podemos encontrar varias calidades de espuma que superan a varias calidades de resorte. Hay distintos grados de solapamiento. Depende donde estemos comparando. Depende de la línea de colchón, del lugar donde se va a vender el colchón, etc.....".

167. Del Gerente General de LA CARDEUSE: "... PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA, si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes enfundados, continuos bicónicos, DIJO: Si. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA en qué radican esas diferencias, DIJO: básicamente en la cantidad de resortes que lleva cada uno, traducido a la cantidad de acero que lleva cada uno. Los enfundados son más caros. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si dentro de los colchones de espuma existen diferencias de precios, DIJO: Si existen. Y no están radicadas en el tamaño ni en la altura. La diferencia de precio esta en la densidad. A mayor densidad mayor valor. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA si existen diferencias entre los precios de los colchones de resortes (de cada tipo de resorte) y los de espuma, DIJO: En realidad el colchón de espuma de mayor densidad esta casi al mismo valor que uno de los de resortes de rango más bajo (resortes bicónicos). No hay una diferencia radical, hay una secuencia en los precios

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN... S... ARELLI
Dir... de... cho

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

694

21

entre los colchones de espuma y resorte. Siempre hablando de los precios de los productos de LA CARDEUSE. PREGUNTADO EL TESTIGO PARA QUE DIGA en qué se fundamentan dichos precios. DIJO: Básicamente en los costos...".

168. De lo anterior se observa que no existe un consenso en las opiniones, mientras que algunos manifiestan que existe una continuidad en los valores de determinado tipo de colchón con los de otros tipos, otros plantean que no hay una continuidad en los valores sino superposición de precios de colchones de distintas calidades.
169. Ya sea que haya superposición o continuidad de precios, estamos en un escenario de mercado único, pues no existe evidencia que permita sostener definiciones de mercados separados.
170. Por otro lado, sí es posible mencionar los atributos que determinan el grado de calidad de un colchón dentro de determinada línea.
171. En lo que respecta a los colchones de espuma de poliuretano, la calidad se encuentra vinculada con la densidad, el espesor y la porosidad.
172. Específicamente, la densidad, medida en Kg. /m³, es la cantidad de material existente en un volumen. Mayor densidad significa mayor cantidad de materia prima. La densidad es importante ya que está relacionada a la durabilidad del colchón. La densidad -es decir, la cantidad de materia prima utilizada, varía desde 10Kg/m³ (línea económica) hasta 35Kg/m³ (línea superior)-. El espesor se traduce en calidad, en tanto mayor espesor mayor es la calidad del colchón. Por último, la porosidad permite que las celdas de goma espuma tengan flexibilidad y elasticidad.
173. En el caso de los resortes, lo que determina la calidad es la estructura propiamente dicha junto con los materiales (tela, matelaseado, borde de acero o de espuma) que conforman el colchón en cuestión.
174. En materia de precios, y según lo manifestado por las partes, se ha dado un achicamiento en la brecha de precios existente entre los colchones de espuma y los de resortes. El mismo se debe a que el precio de las materias primas se modificó y, entonces, el diferencial entre un tipo de colchón y otro se ha reducido, favoreciendo la oferta de colchones de resortes.

(Handwritten signatures and initials)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN GÓMEZ SANTIBARRI
Director de Despacho

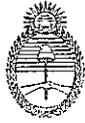
698
SECRETARÍA DE VENTA
SECRETARÍA DE RUDA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA
21

- 175. Asimismo, décadas atrás se requería una inversión y un know-how superior al actual para fabricar estructuras de resortes. Actualmente esta barrera a la entrada disminuyó notablemente.
- 176. En lo que respecta a la comercialización de estos productos, la misma se compone por distintos canales (i) minorista; (ii) distribuidores, (iii) cadena de tiendas; (iv) hipermercados; (v) exclusivo; y (vi) locales propios.
- 177. En síntesis, si bien el mercado de colchones presenta una diferenciación de los productos en términos de precios y calidades, no es posible considerar un criterio uniforme que permita agrupar los distintos productos en grupos homogéneos, aunque sí puede hablarse de segmentos de menor y mayor calidad y por ende de valores dispersos. Asimismo, de la información analizada se entiende que la dispersión de precios es tal que permite superponer distintos tipos de colchones dentro de un mismo intervalo, que conforman un continuo de valores.
- 178. Otro punto a destacar, es que los principales competidores de las firmas involucradas se dedican a la producción de colchones de resortes y de espuma, encontrándose integradas en los distintos niveles de producción (tales como la fabricación de los resortes y de la espuma de poliuretano).
- 179. De esta forma, a los fines de presente análisis se considera que el mercado de colchones es un mercado en sí mismo.

Definición del mercado geográfico relevante

- 180. Según informan las partes, el 97% del total comercializado es de origen nacional, mientras que cerca del 3% restante corresponde a las importaciones de colchones que provienen de países limítrofes.
- 181. Asimismo, las partes han informado que los colchones producidos por ellas son comercializados en todo el país, a través de los distintos canales de comercialización ya mencionados.

Producción y comercialización de Somniers
Definición del mercado relevante de producto.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN CORTEZAS SANTARELLI
Director de Comercio Electrónico

699
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

182. El sommier es un producto complementario de las líneas superiores de colchones, que consiste en una base de madera revestida en tela.
183. El proceso productivo de los somniers comienza con el armado -o la compra a terceros- de la base de madera. A dicha base se le agrega una capa de espuma en la parte superior, la cual sirve de aislante. Por último, se le agrega un matelaseado en la parte superior y en los costados, junto con una tela en la parte inferior.
184. Usualmente los somniers se venden en conjunto con los colchones. Esto es así porque para cada modelo de colchón hay un sommier recubierto con el mismo color o motivo del colchón. Esto no evita que se vendan somniers por separado, pero los mismos carecen de una marca definida. Esto sucede en el caso de las empresas involucradas.
185. Para la fabricación de somniers puede elaborarse el cotín, para ello se requiere una máquina matelaseadora de laterales, de aproximadamente 30 mil dólares y una máquina de costura recta con envivador, de aproximadamente 10 mil dólares; o puede comprarse dicho semi-elaborado a diversos fabricantes de matelaseado/cotín. Para el montaje del cotín en la base de madera es necesario contar con una engrapadora de 200 dólares. La superficie necesaria para montar una fábrica de somniers de estas características es 80 m². Con este equipo es posible producir hasta aproximadamente 2.000 unidades/mes con 3 operarios en 1 turno de trabajo.
186. En el término de 6 meses es posible instalar una planta de estas características y en 2 meses en caso de comprar a terceros el matelaseado.
187. Los somniers no son fabricados para ser utilizados con un tipo determinado de colchón. Es por eso que pueden ser utilizados con cualquier tipo de colchón (de colchón económico hasta los de alta gama). Por tal motivo, el colchón utilizado puede ser de resortes (enfundados, biconicos o continuos) o de espuma. En función de ello es que los somniers pueden comercializarse de forma conjunta con el colchón, o de manera individualizada.
188. Si bien desde la sustituibilidad del producto, es posible considerar a la cama (sea de cualquier tipo de material) como sustituto del sommier, se tomará una definición restringida considerando al sommier como un mercado en sí mismo.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALATOC... SANTARELLI
Dirección de Despacho

700
LUCY MACIÁ VICTORIA FISC. VER...
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Definición del mercado geográfico relevante

21

189. La producción de somniers es realizada en el país por las firmas involucradas y en algunos casos, son compradas a terceros independientes que se localizan en el territorio nacional.
190. Por otro lado, los mismos son comercializados a través de los distintos canales de distribución mencionados en el apartado referente a la definición del mercado geográfico de colchones, y no debe perderse de vista que el sommier es un producto complementario a estos, y por lo tanto es esperable que su comportamiento se encuentre vinculado al de los colchones.
191. Por todo lo anterior esta Comisión Nacional entiende que el presente mercado asume una dimensión nacional.

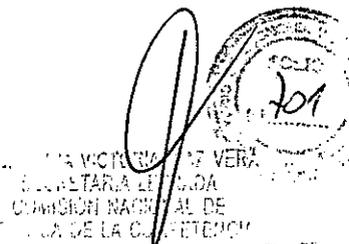
Producción y comercialización de almohadas Definición del mercado relevante de producto

192. Una almohada es una pieza que sirve para reclinar sobre ella la cabeza en la cama. Tiene como objetivo rellenar la concavidad del cuello para relajar y evitar tensiones en dicha zona.
193. El proceso de fabricación de almohadas se divide en dos: confección de la funda y llenado de la misma.
194. Para la fabricación de la funda, se parte de un rollo de tela de un ancho aproximado de 2,50 mts. que es fraccionado según el ancho de la funda a obtener. Luego se obtiene el corte individual de cada funda. Dicha funda es cosida y de esta forma queda lista para el proceso de llenado.
195. Seguidamente, el proceso productivo de las almohadas varía según el material empleado. En el caso de la fibra de poliéster, se sopla y se rellena la funda de tela, para luego cerrarla. En el caso de las hechas con espuma de poliuretano o espuma viscoelástica de poliuretano, el bloque de espuma se corta con pantógrafo, dándole la forma de almohada, lo cual luego se enfunda y se cose.
196. Para las almohadas de espuma de poliuretano convencional y viscoelástica, se comienza por la obtención del bloque de espuma, mediante la mezcla de

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



21

componentes químicos en estado líquido (principalmente diisocianato de tolueno -TDI-, agua y polioles). Se deja reposar por 24hs al bloque de espuma curándolo (para que la reacción finalice y se enfríe). Luego el bloque se corta en un pantógrafo bidimensional según la medida de la almohada a obtener. A la placa ya cortada se la coloca dentro de la funda de tela en forma manual. Cada almohada es embalada individualmente en una funda plástica, generalmente de polietileno y luego en una bolsa o caja de cartón, según la cantidad de bultos a comercializar.

197. Para obtener almohadas de poliéster se parte de fibra virgen de poliéster, que puede ser sometida tanto a un proceso de cardado como de soplado, según el tipo de almohada a obtener. Luego la fibra se coloca dentro de la funda de tela según el peso especificado para cada modelo y medida. Se sigue con el empaque individual de cada almohada. Por último, sigue el mismo proceso de embalaje previo a la comercialización que las almohadas de espuma.
198. Puede inferirse entonces que las almohadas pueden ser de fibra de poliéster, de espuma de poliuretano, de espuma viscoelástica de poliuretano y de plumas. Estas últimas no son fabricadas por las empresas involucradas pero sí comercializadas por PIERO.
199. Más en detalle con relación a la producción de almohadas por parte de las empresas involucradas, las mismas informan que PIERO comercializa almohadas de: (i) fibra poliéster; (ii) espuma de poliuretano; (iii) espuma viscoelástica de poliuretano; y iv) de plumas. Dichas almohadas son comercializadas bajo las marcas Piero y Suavegom.
200. Por su parte, SUAVESTAR comercializa almohadas (producidas por terceros) bajo la marca Suavestar. Las almohadas que comercializa SUAVESTAR son de fibra poliéster, de espuma de poliuretano y de espuma viscoelástica de poliuretano.
201. En lo que respecta a FPV, se destaca que esta empresa produce sólo las almohadas de espuma de poliuretano, mientras que adquiere de terceros las de fibra poliéster y cervicales (espuma de poliuretano con manta conformada). Asimismo, FPV comercializa las almohadas bajo la marca Cannon.
202. Por último, GANI produce sólo las almohadas de espuma de poliuretano y copos de espuma, mientras que adquiere de terceros las de fibra poliéster, espuma



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAS... RAS... RELLI
 Dirección de Despacho

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



21

viscoelástica y látex. Asimismo, GANI comercializa las almohadas bajo la marca Gani y Nuvens.

203. En el cuadro expuesto a continuación resume la información sobre los tipos de almohadas ofrecidos por las empresas involucradas.

Cuadro Nº 2. Tipos de almohadas comercializados por las empresas involucradas

Empresa	Tipos de almohadas			
	Fibra poliéster	Espuma de poliuretano	Espuma viscoelástica de poliuretano	Plumas
PIERO	X	X	X	X
SUAVESTAR	X	X	X	
FPV	X	X	X	
GANI	X	X	X	

Fuente: Información interna de las firmas involucradas.

204. El cuadro que se expone a continuación, detalla un resumen de las características de los distintos tipos de almohadas según su material.

Cuadro Nº 3. Descripción de almohadas de acuerdo al tipo de material

Tipo de Almohada	Descripción
Espuma de Poliuretano	Realizadas a partir de bloques de espuma perfilados. En general, son las almohadas más económicas y tienen una vida útil menor al resto. Según la densidad de la espuma, éstas son más o menos

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
ES COPIA
 ALAN DOMINGUEZ SANTARELLI
 Dirección de Despacho



ALICIA VIGNATI DAE VERA
 SECRETARIA AJRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

Tipo de Almohada	Descripción
	flexibles.
Fibra de Poliéster	Hechas de una tela de algodón y rellenas de fibra de poliéster. Suelen ser las más vendidas debido a su comodidad y a que son accesibles económicamente.
Espuma Viscolastica de Poliuretano	Conexionadas con espuma viscolastica -o "espuma con memoria"-, la cual se adapta al contorno de la cara y luego vuelve a su estado original. De estructura semirrígida.
Plumas	Hechas de tela de algodón y rellenas con pluma y/o duvet de ganso. Pueden venir con un tratamiento antialérgico. Se caracterizan por ser muy blandas.
Látex	Realizadas a partir de una placa de látex. Garantizan una alta elasticidad en toda la superficie de la almohada, la transpirabilidad y ventilación.

Fuente: Información interna de las firmas involucradas.

205. Las almohadas se pueden diferenciar por categoría, confort y precio de la siguiente manera (el orden descripto sería el que respeta confort y también precio para el consumidor de menor a mayor):

Cuadro N° 4. Almohadas agrupadas por segmentos de precios

PRECIO BAJO	<ul style="list-style-type: none"> - Rellenas: con retazos de tela o copos de espuma. - Placa: de espuma de poliuretano. - Fibra baja: existe una gran variedad de fibras y la dureza de la almohada responde a la cantidad de material que se le coloque como relleno. En general es la almohada más comercializada por todas las compañías.
--------------------	--

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
ES COPIA
 ALAN DOMINGUEZ SANCHEZ
 Dirección de Despacho

[Handwritten signature]
 VICTORIA ROSA VENTURA
 SECRETARIA LEGAL
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

PRECIO MEDIO	<ul style="list-style-type: none"> - Cervicales: de placa de espuma de poliuretano con manta conformada. Principalmente utilizadas por personas con problemas o dolores de cuello debido a su forma anatómica. - Fibra media: como ya se dijo existe una gran variedad de fibras, las de mejor calidad y más firmes se consideran de precio medio. - Fibra con núcleo de espuma: esta mezcla otorga mayor firmeza. - Fibras con semillas o fragancias: es una combinación poco habitual; pero elementos como semillas con aroma o lavanda son incorporados a las almohadas.
PRECIO ALTO	<ul style="list-style-type: none"> - Viscoelástica: es una placa de espuma viscoelástica de poliuretano. Es termo-sensible, ya que es un material que se adapta a la temperatura y presión ejercida. - Látex: es una placa de látex. Garantiza una alta elasticidad en toda la superficie de la almohada, la transpirabilidad y ventilación. - Pluma: se combinan plumas de ave (por ejemplo Ganso) con fibras. Con el tiempo han sido reemplazadas por las fibras sintéticas que otorgan igual sensación y confort.

Fuente: Empresas involucradas

206. El uso de las almohadas es independiente del tipo de almohadas. Se utilizan para apoyar la cabeza cuando uno está recostado en la cama. La elección del tipo de almohada depende de las preferencias del usuario.

207. En tal sentido, los distintos tipos de almohadas pueden sustituirse ya que todos se utilizan para el mismo fin: reposar la cabeza cuando uno está recostado en la cama. Como se dijo anteriormente, elegir entre una u otra almohada depende de las preferencias y la restricción presupuestaria del usuario.

208. Sin embargo, de la información obrante a fs. 431 del expediente, en relación a los precios de cada unas de las almohadas se observa que mientras que las almohadas incluidas en los segmentos "precio bajo" y "precio medio" presentan

[Handwritten signatures and marks]



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN CORREA DE BELLI
 Dirección de Despacho



SECRETARÍA DE VERIFICACIÓN DE LA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

continuidad en los valores, los correspondientes a las almohadas del segmento "precio alto" presentan un salto sustancial respecto de los anteriores¹⁰.

21

209. Por otro lado, la calidad de los materiales, y en función de ello, los costos de producción de cada uno de los tipos de almohadas, presentan diferencias sustanciales.

210. Es ante ello que esta Comisión Nacional considera las almohadas de los segmentos bajo y medio son un mercado y las incluidas en el segmento alto conforman un mercado separado.

Definición de Mercado Geográfico Relevante

211. En virtud de lo informado por las partes con relación a las distancias máximas rentables para la colocación de almohadas, puede inferirse que el alcance geográfico de los mercados de producto reviste carácter de nacional.

IV. 3. Evaluación de los efectos de la operación económica en los niveles de concentración.

Relación Vertical: Producción y Comercialización de TDI - Producción de Espuma de Poliuretano.

Mercado Aguas Arriba: Producción y Comercialización de TDI

212. Como ya se mencionó, mientras que la parte compradora es la única productora en el país de TDI, el objeto de la operación requiere de dicho insumo para elaborar la espuma de poliuretano que resulta insumo principal de los colchones.

213. En los cuadros expuestos a continuación, se puede apreciar la producción total a nivel nacional de TDI, como así también el consumo total de las empresas involucradas.

Cuadro N°5. Oferta Nacional de TDI: Producción Nacional más importaciones, en toneladas, Año 2010.

	Toneladas	%
Importado	5.778	21,51%
PRIII	21.084	78,49%
Total	26.862	100,00%

¹⁰ Mientras que los valores de los segmentos bajo y medio presentan valores que van desde aproximadamente 20 pesos hasta 150 pesos, intercalándose en dicho intervalo valores correspondientes a uno y otro segmento, el segmento alta gama parte de valores que rondan los 240 pesos.

(Handwritten signatures and marks)



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
 ESCOPIA
 ALAN OTTELI S. SANTARELLI
 Director de Despacho

706
 VICTOR M. LAZ VERA
 SECRETARÍA GENERAL
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Fuente: CNDC, en base a información presentada por las partes en el marco del expediente.

21

- 214. PR III destinó aproximadamente el 45% de su producción al mercado externo. De esta forma, el consumo interno representa un total de 17.374 toneladas.
- 215. Del cuadro precedente, puede observarse que la parte compradora cuenta con una posición significativa en el mercado de TDI, siendo la única productora local, aunque debe señalarse que es una situación previa la operación bajo estudio, sin producirse modificaciones como resultado de la misma.
- 216. A continuación se presenta un cuadro con la producción de PR III, junto con el consumo intra-grupo.

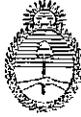
Cuadro N°6: Consumo de TDI de las firmas involucradas, en toneladas, Año 2010.

	Toneladas	% sobre producción PR III
Piero	2.416	11,46%
Suavestar	698	3,31%
FPV	751	3,56%
Total Consumo TDI firmas involucradas pre operación	3.865	18,33%
Gani	742	3,52%
Total Consumo TDI firmas involucradas pos operación	5.358	21,85%
Total Producido por PR III	24.084	

Fuente: CNDC, en base a información presentada por las partes en el marco del expediente.

- 217. Debe mencionarse que actualmente GANI se abastece de PETROQUÍMICA DOW. De esta forma el consumo de TDI por parte de GANI implica una reducción de la oferta del insumo ofrecido por PR III pero, por otro lado, la misma se traduce en un aumento de las toneladas disponibles de PETROQUIMICA DOW. Es decir, la disminución en la oferta que se da por un lado, podría compensarse por parte de otro oferente, observándose una redistribución de las cantidades disponibles.
- 218. Otro punto que debe señalarse es la escasa magnitud que representa el consumo de GANI en el total producido por PR III, por lo que de concretarse la operación no se espera que la misma tenga un efecto preocupante en relación a las condiciones de abastecimiento de TDI de las restantes colchoneras.
- 219. En síntesis, la porción que quedará fuera del mercado es baja relevancia, y el consumo intra firma está lejos de absorber la totalidad de la producción de PR III.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN... RAS SANTI RELLI
Dirección de Despacho



SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

220. Por todo lo anterior, no se observan elementos que generen alteraciones de forma tal que los competidores aguas abajo pudiesen encontrar restringida la oferta del insumo para su producción.

Mercado Aguas Abajo: Producción y comercialización de espuma de poliuretano

221. El cuadro que sigue ilustra las participaciones de las firmas en el mercado de espuma de poliuretano.

Cuadro N°7: Participación de las firmas involucradas en el mercado de espuma de poliuretano, en toneladas. Año 2010.

Firmas	Tns.	%
PIERO	1.798,50	5,02%
SUAVESTAR	390,50	1,09%
FPV	371,00	1,04%
GANI	236,40	0,66%
Otros	33.012,60	92,19%
Total	35.809,00	100,00%

Fuente: Estimación realizada por las firmas involucradas¹¹

222. La participación total de las firmas involucradas, es de 7,81% del mercado. Se observa así que tanto antes como después de la fusión económica bajo estudio, las partes carecen de una posición que permita perfeccionar prácticas contrarias a la ley de Defensa de la Competencia.

Producción y comercialización de bases de colchones

223. Como ya fuera adelantado, la compradora como así también GANI producen base para colchones de resortes bicónicos.

224. La base de colchón puede ser utilizada para consumo propio como así también para la venta a terceros colchoneros. De esta forma, resulta pertinente analizar cuanto del total producido es utilizado por las propias firmas, y cuanto es destinado a terceros.

225. Según lo informado por las firmas involucradas, de la producción de bases de resortes bicónicos de PIERO el 66% es destinado a terceros y el 34% restante a consumo interno. Ahora bien, del total destinado a otras firmas, el 70% es adquirido

¹¹ La estimación fue realizada a partir de datos de consumo aparente de TDI, utilizando el porcentaje destinado a la producción de espumas flexibles -según los datos del Instituto Petroquímico Argentino- de 92%, se obtuvieron las toneladas de TDI destinadas a la producción de espumas flexibles.

(Handwritten signatures and marks)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALAN GONZALEZ SANTO RELLI
 Dirección de Despacho



por firmas del grupo. Por su parte, del total fabricado por GANI, el 2,3% es destinado a terceros.

21

- 226. En lo que se refiere a base de resortes continuos PIERO produce un 30,29% para terceros y el resto para su propia producción. De lo destinado a otras firmas el 100% es para SUAVESTAR (firma intragrupo).
- 227. De esta forma el mercado de bases de colchones es un mercado marginal en el cual la participación de la compradora no presentará variaciones significativas en caso de concretarse la operación.
- 228. En función de lo anterior, no se espera que la misma adopte una posición tal para generar prácticas de índole anticompetitivas que se traduzcan en perjuicio al interés económico general.
- 229. De todas maneras a continuación se presenta un listado de las firmas que producen las bases de colchones de resortes bicónicos, y luego se presentará el calculo de la variación de la participación de la compradora como consecuencia de la operación aquí analizada.

Cuadro N° 8: Productores de bases de colchones de resortes bicónicos.

Empresa
Poli Catamarca
Espumas Pilar
Fabra Fons
La Cardeuse
Limansky
Pomezza
Roller
Sealy
Simmons
Vázquez
Esplacint
Zozzoli
Espuma litoral
Pimo
Gramiña
ex Viña

Fuente: información presentada por las partes.

Cuadro N° 9: Participaciones de las firmas en el mercado de bases de colchones de resortes, en unidades. Año 2010.

(Handwritten signatures and scribbles)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALM... (LLI)
 Dirección de Despecho

705
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

	Base de Colchones	%
PIERO	30.278	1,87%
GANI	1.380	0,09%
Otros	114.621	78,36%
TOTAL	146.279	100,00%

Fuente: Estimación realizada por las firmas en base a informe Claves 2007.

230. A lo largo de las presentaciones, las partes han informado que no les fue posible desagregar los totales de mercado por tipo de resorte, aunque sí han presentado información propia, con tal división. Por otro lado, el total de mercado que han estimado, incluye la totalidad de bases. A fines ilustrativos, y en función de lo anterior se estimará las participaciones de las firmas involucradas, considerando una dimensión más amplia que la utilizada al momento de definir el mercado de producto.
231. A consecuencia de la operación, la compradora pasará a contar con el 1,95% del mercado.
232. En virtud de todo lo mencionado se entiende que la presente operación de concentración económica no reviste entidad suficiente para ocasionar un perjuicio a las condiciones de competencia, en el mercado de base de colchones de resortes biónicos y enfundados.

Producción y comercialización de colchones.

233. A continuación se ilustran las participaciones de las firmas involucradas, en el mercado de colchones, a nivel nacional.

Cuadro N° 10: Participaciones de las firmas en el mercado colchones, en unidades. Año 2010

EMPRESA	UNIDADES	%
PIERO	456.458	10%
SUAVESTAR	250.483	5%
FPV	306.572	6%
GANI	179.195	4%
Otros	3.536.188	75%
TOTAL	4.728.896	100%

Fuente: Estimación realizada por las firmas en base a informe Claves 2007.

234. De concretarse la operación de concentración aquí analizada, la porción del mercado perteneciente al grupo comprador, sería aproximadamente, del 25%, incorporando un 4% del total, al adquirir a la firma GANI.

(Handwritten signatures and initials)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALMODOCAS APT PELLI
 Director de Despacho

710
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

235. Los principales competidores de las partes, se mencionan en el cuadro que sigue.

21

Cuadro N° 11: Competidores de las firmas en la comercialización de colchones

EMPRESA
LIMANSKY S.A.
SEALY ARGENTINA S.R.L.
SIMMONS ARGENTINA S.A.I.C.
VAZQUEZ S.A.C.I.I.
LA CARDEUSE S.A.
MENTVIL S.A.
ESPUMAS PÍLAR S.R.L.
FABRA FONS ESTEBAN S.A.I.C.
EDUARDO TORRES E HIJOS S.A.
LIBIO ZOZZOLI E HIJO S.A.
SCHNEIDER S.A.
CARSA S.A.
CASA NEUQUEN S.R.L.
INDUSTRIA ARG. DEL DESCANSO S.A.
TAPIGON S.R.L.
GAMA POL S.R.L.
POLIURETANOS CATAMARCA S.A.
TRADE FOAM S.A.

Fuente: Información suministrada por las partes en el marco del presente expediente.

236. Las marcas comercializadas por PIERO son "Piero", "Suavegom" y "Montblanc", los productos de SUAVESTAR son "Suavestar", "Select Edition" y "Rest Time", los de FPV son "Cannon", "Eurostar" y "Placer", y por último, los de "Gani", "Nuvens", "Moon Light" y "Suavin Sueño Feliz".

237. Por su parte, LIMANSKY explota las marcas "Inducol", "King Koil", "Natural Response" y "Poliflex". A su vez, los productos de LIMANSKY se dividen en líneas de diferentes calidades con el fin de abarcar todos los segmentos del mercado. Para comercializar estos productos, LIMANSKY cuenta con una red de sucursales y agencias en Argentina, Brasil y Uruguay.

238. LIMANSKY fabrica además los resortes y la espuma de poliuretano necesarios en el proceso de producción.

239. SEALY es una subsidiaria de SEALY INC. USA, que es una empresa reconocida mundialmente, y comercializa la línea de productos de cama (colchones, fundas,

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL
 ES COPIA
 ALFONSO S. BELLI
 Director de Inspección

711
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

almohadas, etc.) bajo las marcas "Sealy", "BedTime", "Meyer", "El Dormilón", "Compañía Colchonera", "Bassett", entre otras recientemente incorporadas.

21

240. SIMMONS es una empresa nacional licenciataria de la marca norteamericana "Simmons", a la cual se suma la tradicional marca "Belmo". SIMMONS comercializa una amplia gama de productos desde hace 125 años en todo el mundo, y más de 70 años en la Argentina. SIMMONS posee una larga relación operativa y comercial con SIMMONS COMPANY INTERNACIONAL, empresa para la que trabaja bajo licencia. Los acuerdos de licencias incluyen procesos y productos de Estados Unidos, adecuándolos a los avances que se dan allí.

241. LA CARDEUSE, de origen nacional, es una empresa de gran tradición en la industria del colchón y la marca está en el país desde 1873, teniendo como única marca "La Cardeuse". Es una de las pocas empresas nacionales que acompañó desde su origen, el ciclo evolutivo del colchón comercial. Inicialmente comercializó el clásico colchón de lana que lograban diferenciarse por su calidad superior. Hoy su fuerte son los colchones a resorte.

242. "Springwall" es la marca principal de la empresa VÁZQUEZ, actual. Desde 1997 fabrica con maquinaria suiza resortes embolsados, por lo que se ha convertido en el primer fabricante en confeccionar los tres sistemas de resortes. En el mercado de espuma, los colchones marca "Springwall" son de alta densidad. Asimismo, VÁZQUEZ cuenta con una segunda marca, "Soñador", conformando la línea económica.

243. Dada la baja magnitud en la variación de la participación del grupo comprador, a consecuencia de la operación de concentración, junto con la presencia de jugadores competitivos en el mercado, esta Comisión Nacional entiende que de llevarse a cabo la adquisición de GANI por parte del GRUPO PIERO, no surgirán elementos que permitan despertar preocupaciones en las condiciones actuales de competencia en el mercado de producción y comercialización de colchones.

Producción y comercialización de Somniers.

Cuadro N° 12: Participaciones de las firmas en el mercado somniers, en unidades. Año 2010

[Handwritten signatures and scribbles]



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALV S... S... PELLI
 Dirección de Comercio



EMPRESA	UNIDADES	%
PIERO	109.107	11%
SUAVESTAR	52.280	5%
FPV	63.210	7%
GANI	28.690	3%
Otros	703.841	74%
Total	957.128	100%

Fuente: Estimación realizada por las firmas en base a informe Claves 2007.

244. La participación de la compradora pos operación, se verá incrementada en un 3%, alcanzando el 26% del mercado de somniers, a nivel nacional.
245. Puesto que la estructura de la oferta en el mercado de somniers se verá escasamente afectada por la incorporación de GANI al grupo PIERO, se entiende que las condiciones de competencia no sufrirán alteraciones que generen un perjuicio al interés económico general.

Producción y comercialización de Almohadas del segmento bajo y medio

246. A continuación se presentan las participaciones de mercado de las firmas involucradas, en el mercado de almohadas.

Cuadro N° 13: Participaciones de las firmas involucradas en el mercado de almohadas de segmento bajo y medio, en unidades. Año 2010.

Empresa	Unidades	2010
PIERO	583.888	7,51%
SUAVESTAR	133.377	1,71%
FPV	105.879	1,36%
GANI	59.293	0,76%
Otros	6.896.596	88,66%
TOTAL	7.779.033	100,00%

Fuente: Estimación realizada por las firmas, en base a Informe Claves 2007.

247. El cuadro N° 13 permite observar que a consecuencia de la concentración, la participación de la compradora será del 11,34% del mercado. Asimismo, la variación de la misma es de 0,76% del total.
248. Dado el bajo incremento en la participación del GRUPO PIERO, resultante de la adquisición de GANI por parte de éste, como así también el reducido nivel de concentración que posee, esta Comisión Nacional entiende que la presente operación de concentración económica no tiene entidad suficiente para generar condiciones en el mercado de almohadas, que permitan a la firma resultante perfeccionar prácticas

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALA...
 Dirección de...
 Dirección de...

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
 713

adversas a la competencia, y por tanto generar un perjuicio a interés económico general.

21

Producción y comercialización de Almohadas Alta Gama

Cuadro N° 14: Participaciones de las firmas involucradas en el mercado de almohadas alta gama, en unidades. Año 2010.

Empresa	Unidades	2010
PIERO	15.037	3,03%
SUAVESTAR	15.827	3,19%
FPV	0	0,00%
GANI	14.837	2,99%
Otros	481.697	97,01%
TOTAL	496.534	100,00%

9,20%

Fuente: Estimación realizada por las firmas, en base a Informe Claves 2007.

249. Del cuadro que se encuentra a continuación se puede observar que a consecuencia de la concentración de las firmas involucradas, la participación conjunta será del 9,2% del mercado.

250. Asimismo, la incorporación de GANI en la cartera de productos de la compradora, se traduce en aproximadamente el 3% del total.

251. En función de los elementos señalados, se concluye que la presente operación no reviste carácter suficiente como para generar preocupaciones a las condiciones de competencia en el mercado de almohadas de alta gama.

Conclusiones.

252. En base a los distintos mercados analizados a lo largo del presente dictamen, esta Comisión Nacional entendió que la toma de control de GANI, por parte del GRUPO PIERO, no despierta preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

V. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS

253. Habiendo analizado la Carta Oferta enviada por los Sres. MSCHNEIR y DSCHNEIR a MANUFACTURA con fecha 30 de noviembre de 2010, por medio de la cual se instrumentó la compraventa de acciones de SAUCE VIEJO, se advierte que la misma contiene una cláusula con restricciones accesorias a la competencia.

Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALAN... PELLI
Dir... cho



SECRETARÍA LETRADA DE
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

254. Según el resumen no confidencial de la mencionada carta oferta, agregado a fs. 270/271, dicha cláusula dispone que: "(...) MSCHNEIR y DSCHNEIR se obligan a no llevar adelante, por sí o por interpósita persona, actividades en competencia con la desarrollada por GANI, salvo expresa y previa conformidad otorgada por escrito por MANUFACTURA, ello por el plazo de 5 años a contar desde la firma de la Carta Oferta."

21

255. Este tipo de cláusulas, llamadas por la jurisprudencia comparada como "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", cuando son cláusulas que no causan detrimentos a terceros deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración. Esto es así ya que las restricciones acordadas por las partes participantes en una operación de concentración limitan su propia libertad de acción en el mercado.

256. El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente una empresa semejante que compita con la recientemente vendida con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado. De allí que se imponga esta obligación de no competencia por determinado plazo para permitirle al comprador conocer el negocio y el mercado y no verse enfrentado a la competencia de aquel que había dirigido la empresa y que, en algunos casos, conoce a la misma y al mercado mejor que el reciente comprador.

257. Este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia deben ser analizadas a la luz de lo que en el derecho comparado se denomina como "restricciones accesorias" a una operación de concentración económica. La doctrina de las "restricciones accesorias" establece que las partes involucradas en una operación de concentración económica pueden, sujeto a ciertos requisitos, convenir entre ellas cláusulas por las cuales el vendedor se compromete a no competirle al comprador en la actividad económica de la empresa o negocio transferido.

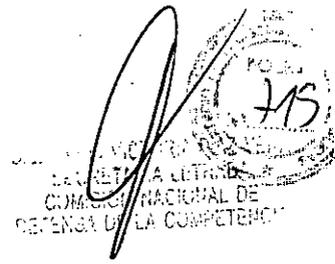
258. El fundamento que se invoca para permitir este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia es que las mismas sirven para que el comprador reciba la totalidad del



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ALICIA SANTI RELLI
Dirección de Despacho



valor de los activos cedidos, utilizándoselas como una verdadera "protección" a la inversión realizada.

21

259. Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional, esta Comisión Nacional ha establecido en numerosos precedentes los requisitos que estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración. Dichos requisitos están referidos a su alcance, a su vinculación con la operación, a su necesidad, ámbito geográfico, extensión temporal y al contenido de la misma.

260. En cuanto al alcance, las cláusulas no deben estar referidas a terceros sino sólo a los participantes en la operación de concentración, quienes limitan su propia libertad de acción en el mercado. Estas cláusulas deben tener vinculación directa con la operación principal: las restricciones deben ser subordinadas en importancia a la operación principal, esto es, no pueden ser restricciones totalmente diferentes en su sustancia de la operación principal, además deben ser necesarias. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones mucho más inciertas, con un costo sustancialmente mayor, durante un período de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.

261. En lo que respecta a la duración temporal permitida, esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales¹², ha considerado que un plazo razonable es aquel que permite al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión. Dicho plazo puede variar según las particularidades de cada operación, pero siguiendo los precedentes mencionados en reiteradas oportunidades se ha dispuesto que es aceptable una prohibición de competencia por el plazo de cinco años cuando mediante la operación se transfiere el "know how", mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el "goodwill" sólo es razonable un plazo de dos años.

262. Con referencia al ámbito geográfico se entiende que debe circunscribirse a la zona en donde hubiera el vendedor introducido sus productos o servicios antes del traspaso.

¹² Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations – (90/C 203/05)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALABONDI
DIRECCION DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

716
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

263. En cuanto al contenido, la restricción sólo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de empresa transferida, ya que no resulta razonable, desde el punto de vista de la competencia, extender la protección brindada por este tipo de cláusulas a productos o servicios que el vendedor no transfiere o no comercializa.
264. No obstante los lineamientos establecidos en los puntos precedentes, y tal como lo ha señalado reiteradamente esta Comisión Nacional, el análisis de este tipo de restricciones debe efectuarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado y sobre la base de un análisis caso por caso.
265. Como se ha mencionado, al analizarse la documentación presentada por las partes de la concentración económica bajo examen, esta Comisión Nacional ha detectado que la cláusula restrictiva de la competencia previamente transcrita.
266. En razón de que la mencionada cláusula establece un plazo de cinco (5) años al ser consultadas las partes por la extensión de la misma, estas han manifestado en sus distintas presentaciones, lo siguiente: "(...) la inclusión de la cláusula de no competencia en la Carta Oferta del 30 de noviembre de 2010 obedece a que los vendedores, a saber, los Sres. MSCHNEIR y DSCHNEIR, continuarán siendo accionistas de GANI una vez cumplidas todas las etapas de la operación notificada y, por lo tanto, constituye un genuino interés de los socios que los vendedores no se inmiscuyan en actividades que compitan con las llevadas a cabo por GANI. Asimismo, cabe recordar que, tal como se informara en el Formulario F1, luego de 30 de noviembre de 2010 el Sr. MSCHNEIR continuará actuando como Presidente del Directorio de GANI, por lo que la cláusula de no competencia se condice con las obligaciones que a todo Director le atañen conforme lo dispuesto por el Art. 273 de la Ley de Sociedades, el cual prohíbe que los Directores participen por cuenta propia o de terceros en actividades en competencia con la sociedad, ello salvo autorización expresa de la asamblea. Finalmente, cabe tener presente que con la operación se transfiere asimismo cierto know how en lo que respecta a la operación de la fábrica de colchones de GANI. (...) Tal como se informara oportunamente, el know how que se transfiere a MANUFACTURA como consecuencia de esta operación se relaciona con la operación de la fábrica de colchones de GANI. Paralelamente, corresponde reiterar que la transferencia de dicho know how no es el único fundamento de la cláusula de

d
a
31



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL
 ALA... BELLI
 Direc... de Comercio

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



no competencia inserta en el Acuerdo de Accionistas. En efecto, el principal fundamento de la cláusula de no competencia es la circunstancia de que luego de 30 de noviembre de 2010 el Sr. MSCHNEIR continuará actuando como Presidente del Directorio de GANI, por lo que dicha cláusula responde a las obligaciones que atañen a todo Director conforme lo dispuesto por el Art. 273 de la Ley de Sociedades, el cual prohíbe que los Directores participen por cuenta propia o de terceros en actividades en competencia con la sociedad, ello salvo autorización expresa de la asamblea.”

21

267. De las manifestaciones vertidas por las partes en el expediente surge que la transferencia objeto de la presente operación se refiere al negocio tanto de colchones como de almohadas, existiendo según estas en la operación cierta transferencia de los activos inmateriales, conocimientos y tecnologías desarrolladas por el vendedor, es decir, el “know how”. Además, en la operación también se efectúa la transferencia de los activos materiales de SAUCE VIEJO y GANI.

268. Como puede apreciarse de las manifestaciones de las partes, en la operación existiría tanto transferencia de “goodwill” como de “know how”.

269. En cuanto al know how transferido, como se ha visto previamente, las cláusulas accesorias restrictivas de la competencia son admitidas por un plazo de cinco (5) años cuando hay transferencia de know how, en tanto permiten al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión, en tanto ese know how verdaderamente es desconocido para el adquirente, siendo este un plazo razonable en que dicho sujeto podrá adaptar e incorporar a su estructura empresarial ese nuevo producto; servicio, proceso, etc., evitando durante ese lapso temporal la competencia de quién antes estaba en poder del mentado know how.

270. De esta forma, transcurrido ese tiempo razonable, al volver a tener competencia con quién ya estaba previamente en posesión de dicho know how, ambos grupos empresariales convergerán al mercado con cierta igualdad de condiciones, siendo este el objeto de este tipo de cláusulas restrictivas de la competencia desde el punto de vista del análisis anti trust.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

ES COPIA
 ALFONSO... PELLI
 Director de... Comercio

718
 DRA. MARIA VICTORIA...
 SECRETARÍA DE...
 COMISIÓN NACIONAL DE...
 DEFENSA DE LA...
 COMPETENCIA

21

271. En este caso, si bien es cierto que cuando hay implicada una transferencia de know how en principio estaría permitido este tipo de cláusula accesoria restrictiva de la competencia hasta un plazo máximo de cinco (5) años, en el caso que nos ocupa se debe observar que tanto el GRUPO PIERO como GANI se dedican a la fabricación de colchones, teniendo el comprador conocimientos en la fabricación de dicho producto, así como del mercado argentino, dada su presencia en él, como se ha visto en los Puntos I y IV del presente Dictamen, por lo que el "know how" transferido no sería verdaderamente desconocido para el adquirente.
272. Por tanto, más allá de las manifestaciones efectuadas por las partes de la operación, lo cierto es que de las constancias de las presentes actuaciones, surge que las diferencias en la producción de colchones no son notorias, utilizando todas las firmas de colchones similares procesos de producción, razón que no justificaría un plazo mayor a dos años.
273. Por otro lado, aducen las partes que la razón es la circunstancia de que luego del 30 de noviembre de 2010 el Sr. MSCHNEIR continuará actuando como Presidente del Directorio de GANI, por lo que dicha cláusula responde a las obligaciones que atañen a todo Director conforme lo dispuesto por el Art. 273 de la Ley de Sociedades, el cual prohíbe que los Directores participen por cuenta propia o de terceros en actividades en competencia con la sociedad, ello salvo autorización expresa de la asamblea.
274. Si bien es cierto que el artículo 273 de la Ley N° 19.550 es de plena aplicación para el caso del Sr. MSCHNEIR, no lo es para el Sr. DSCHNEIR, aunque como accionistas de GANI es lógico que los mismos no compitan con su propia empresa.
275. Asimismo, también es cierto que dichas obligaciones se terminarían en cuanto dejen de ser accionistas o directores de GANI, en su caso, aunque en el presente asunto dicha obligación seguiría existiendo en el tiempo aunque vendan su participación y/o dejen de tener el cargo de director antes de la ocurrencia de los cinco (5) años establecida en la carta oferta analizada. Es decir, que la calidad de accionistas de los Sres. MSCHNEIR y DSCHNEIR, o a la calidad de director del Sr. MSCHNEIR, no es una razón que justifique la inclusión de este tipo de cláusulas

(Handwritten signatures and initials)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ES COPIA
ALY...

DEL PAPEL VOTIVO...
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

719

restrictivas de la competencia, más aún cuando por la extensión de la cláusula el comprador en la operación, si llegara a ocurrir la desvinculación de los vendedores, ya ha recibido la totalidad del valor de los activos cedidos, viéndose cumplida la substancia de protección a la inversión realizada que tiene por finalidad este tipo de estipulaciones.

276. Así determinado el análisis, se debe dejar asentado que en la cláusula de la Carta Oferta que instrumentó la presente operación, el término fijado para la no competencia se ha efectuado por un período de cinco (5) años, plazo éste que excede del necesario para garantizar la transferencia total de los activos referidos.

277. En virtud del análisis realizado precedentemente, esta Comisión Nacional considera que la cláusula de restricción accesoria contenida la Carta Oferta que instrumentó la presente operación, tal como han sido convenida por las partes, tiene suficiente entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general (artículo 7 de la Ley N° 25.156), y en razón de ello, debe ser modificada en cuanto a la extensión temporal de la misma de conformidad con lo indicado en el presente título.

VI. CONCLUSIONES

278. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica tal y como ha sido presentada originalmente infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, teniendo por objeto restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

279. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PÚBLICAS, según lo establecido en el artículo 13 inciso b) de la Ley N° 25.156, subordinar la operación de concentración económica, consistente en la adquisición por parte de MANUFACTURA HOLDING S.A. del 87,5% del capital social de INVERSORA SAUCE VIEJO S.A., a razón de la transferencia accionaria que efectuaran los Sres. Manuel Alberto Schneir y Diego Javier Schneir a favor de aquella



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

ES COPIA
 ALM. S. I. G. S. G. R. E. L. L. I.
 D. N. O. S. J. E. P. C. O.



SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

21

sociedad, a la modificación de la cláusula de no competencia establecida los términos y condiciones de compra y venta de acciones de la sociedad, debiendo establecerse un plazo de no competencia de dos (2) años desde la firma de la Carta Oferta.

Cr. Santiago Fernandez
 Vocal
 Comisión Nacional de Defensa
 de la Competencia

LIC. FABIAN M. PETTIGREW
 VOCAL
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

Dr. RICARDO NAPOLITANI
 PRESIDENTE
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA