



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2021 - Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Dictamen firma conjunta

Número:

Referencia: CONC. 1773 - Dictamen - Subordina Art.14 b) Ley 27.442

INDICE

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES	- 2
II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO	- 3
III. PROCEDIMIENTO	- 3
IV. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA	6
IV.1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN	- 5
IV.2. INFORME DE OBJECCIÓN	- 8
IV.2.1. MERCADOS RELEVANTES QUE DESPIERTAN PREOCUPACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMPETENCIA	- 8
IV.2.2. EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA	- 9
IV.2.3. CONCLUSIONES PRELIMINARES SOBRE LOS POTENCIALES EFECTOS ECONÓMICOS DE LA OPERACIÓN	- 16
V. RESPUESTA DE LA PARTE NOTIFICANTE AL INFORME DE OBJECCIÓN	- 17
V.1. CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TELÉFONOS CELULARES - EL RÉGIMEN DE PROMOCIÓN Y LA SUBESTIMACIÓN DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS	- 17
V.2. CONSIDERACIONES SOBRE LA EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA. EFECTOS SOBRE EL NIVEL DE CONCENTRACIÓN	- 18
V.3. CONSIDERACIONES RESPECTO DE LAS CONCLUSIONES PRELIMINARES SOBRE LOS POTENCIALES EFECTOS ECONÓMICOS DE LA OPERACIÓN	- 21
V.4. CONSIDERACIONES SOBRE LA APLICACIÓN SUBSIDIARIA DE LA DEFENSA DE “EMPRESA EN DECADENCIA”	- 22
VI. ANÁLISIS SOBRE LAS CONSIDERACIONES REALIZADAS POR LA PARTE NOTIFICANTE AL INFORME DE OBJECCIÓN	- 25
VI.1 ACTUALIZACIÓN DEL RÉGIMEN DE PROMOCIÓN	- 25
VI.2. SUBESTIMACIÓN DE LA COMPETENCIA, AL EXCLUIR DEL ANÁLISIS A COMPETIDORES POTENCIALES INMEDIATOS Y MEDIATOS	- 26
VI. 3. EXISTENCIA DE BARRERAS DE ENTRADA	- 28
VI.4. CAPACIDAD DE LOS FABRICANTES DE CELULARES PARA INCIDIR EN EL PRECIO DE VENTA MAYORISTA Y MINORISTA, Y EL ROL DE LAS MARCAS	- 29
VI. 5. EL MERCADO DE DISTRIBUCIÓN MINORISTA DE EQUIPOS DE TELEFONÍA MÓVIL Y LA INTEGRACIÓN VERTICAL DE MIRGOR CON SU RED DE COMERCIALIZACIÓN MINORISTA	- 31
VI.6. LAS DIFICULTADES FINANCIERAS DE LA EMPRESA COMO POSIBLE ATENUANTE DEL ANÁLISIS DE LA	

PRESENTE OPERACIÓN - 35

VII. AUDIENCIA ESPECIAL DEL ARTÍCULO 14 DE LA LEY 27.442 - 37

VIII. MIRGOR PRESENTA POSIBLES MEDIDAS QUE MITIGUEN LOS EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA - 37

IX. ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS OFRECIDAS PARA MITIGAR LOS PROBLEMAS DE COMPETENCIA QUE LA OPERACIÓN GENERA - 38

X. CONDICIONAMIENTO RECOMENDADO POR CNDC - 40

XI. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES - 41

XII. MONITOREO Y REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL CONDICIONAMIENTO - 41

XIII. CONSIDERACIONES FINALES - 42

XIV. CONCLUSIÓN - 44

SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR:

Elevamos para su consideración el presente dictamen, referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el expediente EX-2020-73660395- -APN-DR#CNDC del registro del Ministerio de Desarrollo Productivo, caratulado: “MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. S/NOTIFICACION ART. 9 DE LA LEY N° 27.442 (CONC. 1773)”.

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I.1. La operación

1. El día 30 de octubre de 2020, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (en adelante, “CNDC”) recibió la notificación de una operación de concentración económica consistente en la adquisición del control exclusivo sobre BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. (en adelante, “BASA”) y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. (en adelante, “BFSA”) -ambas denominadas en conjunto, “BRIGHTSTAR”- por parte de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. (en adelante, “MIRGOR”).

2. La transacción fue implementada a través de la compra de la totalidad de las acciones representativas del capital social de BASA y BFSA a BRIGHTSTAR CORP. Producto de la operación notificada, MIRGOR es la tenedora exclusiva de los paquetes accionarios de BASA y BFSA. El cierre de la transacción tuvo lugar el 22 de octubre de 2020. La presentación que dio inicio al trámite se realizó dentro de las dos primeras horas del sexto día hábil posterior al perfeccionamiento de la operación, por lo que la notificación se considera practicada en tiempo y forma¹.

I.2. La actividad de las partes

I.2.1. Por la parte compradora

3. MIRGOR es la firma matriz de un grupo empresarial de capitales argentinos dedicado primordialmente a la fabricación y comercialización de sistemas de climatización para la industria automotriz. La firma es una sociedad abierta y sus acciones cotizan en el mercado de valores de la Ciudad de Buenos Aires².

4. En la República Argentina, MIRGOR es la controlante de numerosas sociedades, entre las que se destacan INTERCLIMA S.A (en adelante, “INTERCLIMA”), cuya principal actividad es prestar servicios de enllantado para la industria automotriz y servicios de logística; FAMAR FUEGUINA S.A.³ (en adelante, “FAMAR FUEGUINA”), una fabricante de módulos de control electrónicos para la industria automotriz, equipos de información y entretenimiento automotriz y módulos de fibra óptica para conexión wifi; y de ELECTRÓNICA FAMAR S.A.C.I.I.E. (en adelante, “ELECTRÓNICA FAMAR”), dedicada al desarrollo e investigación para la creación de hardware y software y servicios de post venta para equipos de información y entretenimiento automotriz fabricados por FAMAR FUEGUINA.

5. Asimismo, y en lo que resulta particularmente relevante para el análisis de la presente operación, MIRGOR es también controlante de IATEC S.A. (en adelante, “IATEC”), dedicada a la fabricación de productos electrónicos, tales como televisores,

teléfonos celulares y equipos de información y entretenimiento automotriz; y de GMRA S.A. (en adelante, “GMRA”), dedicada a la comercialización minorista de productos electrónicos.

I.2.2. Por el objeto

6. BASA es una empresa dedicada a la comercialización de diversos productos de electrónica de consumo y accesorios de diversas marcas, y la prestación de servicios técnicos vinculados al canje y reparación de teléfonos celulares, mientras que BFSA se dedica a la fabricación y comercialización de teléfonos celulares de las marcas Samsung y LG bajo el régimen de promoción industrial establecido por la Ley N.º 19.640.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

7. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración, conforme lo previsto en los artículos 9 y 84 de la Ley N.º 27.442, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por esta CNDC.

8. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 7, inc. (c), de la Ley N.º 27.442 de Defensa de la Competencia.

9. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera la suma correspondiente a cien millones (100.000.000) de unidades móviles —monto que, al momento del cierre de la operación, equivalía a PESOS CUATRO MIL SESENTA Y UN MILLONES (\$4.061.000.000)—, lo cual se encuentra por encima del umbral establecido en el artículo 9 de la Ley N.º 27.442, y la transacción no resulta alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.⁴

III. PROCEDIMIENTO

10. El día 30 de octubre de 2020, MIRGOR notificó la operación de concentración económica mediante la presentación del formulario F1 correspondiente⁵.

11. El día 26 de diciembre de 2020 —y tras analizar las presentaciones efectuadas—, esta CNDC consideró que la información presentada se hallaba incompleta, formulando observaciones y haciéndole saber a la parte notificante que el plazo previsto en el artículo 14 de la Ley N.º 27.442 no comenzaría a correr hasta tanto no dieran cumplimiento a lo solicitado. Este proveído fue notificado el día 30 de diciembre de 2020.

12. Con fecha 3 de febrero de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (f), de la Ley N.º 27.442 y del artículo 5 del Anexo I de la Resolución N.º 359/2018, esta CNDC requirió información a las firmas NEWSAN S.A, RADIO VICTORIA FUEGUINA S.A. y TECNOSUR S.A.

13. Con fecha 8 de febrero de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (f), de la Ley N.º 27.442 y del artículo 5 del Anexo I de la Resolución N.º 359/2018, esta CNDC requirió información a las firmas AMX ARGENTINA SA, TELECOM ARGENTINA SA, TELEFÓNICA MOVILES ARGENTINA SA, NECXUS NEGOCIOS INFORMÁTICOS S.A., SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A., CARSA S.A., FRÁVEGA S.A.C.I. e I., GARBARINO S.A.I.C.E.I, y CETROGAR S.A.

14. El día 1 de marzo de 2021, esta CNDC solicitó a las partes —a fin de profundizar el análisis de los efectos de la operación notificada—, que acompañen el formulario F2 previsto en la Resolución SDCyC N.º 40/2001.

15. SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. respondió, con fecha 18 de febrero de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

16. TELEFÓNICA MOVILES ARGENTINA SA respondió, con fecha 1 de marzo de 2021, el requerimiento de información que

le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

17. AMX ARGENTINA S.A. respondió, con fecha 2 de marzo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

18. CARSA S.A. respondió, con fecha 4 de marzo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

19. NEWSAN S.A. respondió, con fecha 4 de marzo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 3 de febrero de 2021.

20. Con fechas 5 y 15 de marzo de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (f), de la Ley N° 27.442 y del artículo 5 del Anexo I de la Resolución N.° 359/2018, esta CNDC requirió información a la SECRETARÍA DE INDUSTRIA, ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL EXTERNA del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO.

21. FRÁVEGA S.A.C.I. e I. respondió, con fecha 9 de marzo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

22. Con fecha 10 de marzo de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (f), de la Ley N.° 27.442 y del artículo 5 del Anexo I de la Resolución N.° 359/2018, esta CNDC requirió información a la COMISIÓN DEL ÁREA ADUANERA ESPECIAL (en adelante “CAAE”) en el marco de la Ley N.° 19.640.

23. Con fecha 16 de marzo de 2021, la SECRETARÍA DE INDUSTRIA, ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL EXTERNA del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO dio respuesta al requerimiento que le fuera efectuado el 5 de marzo de 2021.

24. TELECOM ARGENTINA S.A. respondió, con fecha 23 de marzo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

25. Con fecha 31 de marzo de 2021, la SECRETARÍA DE INDUSTRIA, ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL EXTERNA del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO dio respuesta al requerimiento que le fuera efectuado el 15 de marzo de 2021.

26. Con fecha 14 de abril de 2021, la parte notificante acompañó el formulario F2 previsto en la Resolución SDCyC N° 40/2001.

27. CETROGAR S.A. respondió, con fecha 14 de abril de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 8 de febrero de 2021.

28. Con fecha 21 de abril de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (f), de la Ley N.° 27.442 y del artículo 5 del Anexo I de la Resolución N.° 359/2018, esta CNDC requirió información a las firmas SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A., LG ELECTRONICS ARGENTINA S.A, HUAWEI TECH INVESTMENT CO. LTD., XIAOMI S.A.S. y NEWSAN S.A.

29. SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. respondió, con fecha 7 de mayo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 21 de abril de 2021.

30. NEWSAN S.A. respondió, con fecha 12 de mayo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 21 de abril de 2021.

31. LG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. —ahora denominada OPHIC S.A.— respondió, con fecha 20 de mayo de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 21 de abril de 2021.

32. Con fecha 15 de junio de 2021, esta CNDC emitió el informe de objeción previsto en el artículo 14 de la Ley N.º 27.442 (IF-2021-53738853-APN-CNDC#MDP), al concluir de manera preliminar que la operación de concentración económica notificada tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia —de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general— en los mercados de fabricación y comercialización de teléfonos celulares y venta de teléfonos celulares en la República Argentina.

33. Con fecha 28 de junio de 2021, la Secretaría de Comercio Interior (en adelante, “Autoridad de Aplicación”) emitió la Resolución SCI N.º 662/2021 (RS-2021-57678135-APN-SCI#MDP), en la que compartió e hizo propios los argumentos del dictamen de esta CNDC de fecha 15 de junio de 2021, formulándose así el informe de objeción en los términos del artículo 14 de la Ley N.º 27.442.

34. La Resolución SCI N.º 662/2021 y Dictamen CNDC IF-2021-53738853-APN-CNDC#MDP, que forma parte integrante de la primera, fueron notificados a MIRGOR el día 29 de junio de 2021.

35. SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. complementó, con fecha 22 de junio de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 21 de abril de 2021.

36. RADIO VICTORIA FUEGUINA S.A. respondió, con fecha 16 de septiembre de 2021, el requerimiento de información que le fuera efectuado mediante providencia del 3 de febrero de 2021.

37. Con fecha 2 de noviembre de 2021, la CAAE en el marco de la Ley N.º 19.640 dio respuesta al requerimiento que le fuera efectuado el 10 de marzo de 2021.

38. Los requerimientos de información efectuados a HUAWEI TECH INVESTMENT CO. LTD., XIAOMI S.A.S., TECNOSUR SA., NECXUS NEGOCIOS INFORMÁTICOS S.A y GARBARINO S.A.I.C.E.I fueron dejados sin efecto el día 8 de noviembre de 2021.

39. Con fecha 19 de noviembre de 2021, y en mérito de las facultades emergentes del artículo 28, inc. (r) y artículo 31, inc. (f) de la Ley N.º 27.442 y de lo dispuesto en la Resolución N° 359/2018 de la ex Secretaría de Comercio, esta CNDC fijó audiencia testimonial para que asistiera personal idóneo de la firma SOLNIK S.A., la cual se llevó a cabo el día 25 de noviembre de 2021.

40. Con fecha 2 de diciembre de 2021, la SECRETARÍA DE INDUSTRIA, ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN COMERCIAL EXTERNA del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO complementó el requerimiento oportunamente cursado.

41. Con fecha 25 de noviembre de 2021, la parte notificante dio respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el formulario F1 y F2 oportunamente acompañados.

42. Con fecha 29 de noviembre de 2021, la parte notificante fue convocada para la audiencia especial prevista en el artículo 14, segundo párrafo, de la Ley N.º 27.442. Esta se llevó a cabo el día 2 de diciembre de 2021.

43. Conforme todo lo expuesto, el plazo estipulado en el artículo 14 de la Ley N.º 27.442 comenzó a correr el día hábil posterior al 2 de diciembre de 2021.

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

IV.1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

44. Como fue expuesto anteriormente, la presente operación consiste en la adquisición del control exclusivo sobre BRIGHTSTAR por parte de la firma MIRGOR.

45. Dicha adquisición incluyó la transferencia total de las acciones de BASA y BFSA a MIRGOR, quien, como consecuencia de

la operación, pasó a ser el titular del 100% del capital accionario de ambas compañías.

46. Conforme se describió anteriormente, MIRGOR es una empresa nacional dedicada principalmente a la fabricación de equipos de climatización y otros dispositivos electrónicos para el sector automotriz y que además tiene participaciones de control en diversas sociedades comerciales.

47. Por su parte, BASA es una empresa cuya principal actividad es la comercialización de diversos productos de electrónica de consumo y accesorios de diversas marcas y la prestación de servicios técnicos vinculados al canje y reparación de teléfonos celulares. BFSA es una empresa cuya principal actividad es la fabricación y comercialización de teléfonos celulares de las marcas Samsung y LG bajo el régimen de la Ley N.º 19.640.

48. Por lo tanto, ambas compañías son grandes conglomerados que se encuentran presentes en las actividades de telecomunicaciones inalámbricas. A nivel nacional, tanto MIRGOR como BRIGHTSTAR están activas principalmente en el ensamblado y fabricación de teléfonos celulares, comercialización mayorista y servicio de post venta. A su vez que, MIRGOR cuenta con locales de comercialización minorista.

49. A continuación, la Tabla N.º 1 resume la actividad económica de las empresas afectadas en Argentina.

Tabla N.º 1 | Comparación de las actividades de las empresas afectadas (compradoras y objeto) en Argentina

Empresas afectadas		Actividad económica principal
EMPRESAS DEL GRUPO ADQUIRIENTE: MIRGOR	MIRGOR S.A.C.I.F.I.A.	Fabricación de equipos de climatización y otros dispositivos electrónicos para el sector automotriz
	INTERCLIMA S.A.	Servicios de enllantado para la industria automotriz y servicios de logística
	CAPDO S.A.	Servicios inmobiliarios
	IATEC	Fabricación de productos electrónicos: televisores y teléfonos celulares y equipos de información y entretenimiento automotriz.
	GMRA S.A.	Comercialización de productos electrónicos al por menor, incluyendo teléfonos celulares.
	HOLDCAR S.A.	Sociedad holding sin actividad económica industrial, comercial o de servicios propia

	FAMAR FUEGUINA S.A.	Fabricación de módulos de control electrónicos para la industria automotriz, equipos de información y entretenimiento automotriz y módulos de fibra óptica para conexión wifi. Durante 2019 también fabricó teléfonos celulares, siendo beneficiaria de una autorización para su fabricación bajo el régimen de la Ley N.º 19.640.
	ELECTRONICA FAMAR S.A.C.I.I.E.	Desarrollo e investigación para la creación de hardware y software y servicios de post venta para equipos de información y entretenimiento automotriz fabricados por Famar Fuegoína
	COMPAÑÍA INVERSORA ARGENTINA PARA LA EXPORTACIÓN S.A. (CIAPEXSA)	Sociedad inversora formada para la evaluación y eventual ejecución de proyectos productivos destinados a la exportación y/o sustitución de importaciones. Actualmente su actividad se encuentra vinculada únicamente al crédito contra la adquirente de Minera don Nicolás.
	COMPAÑÍA INVERSORA EN MINAS S.A.U. (CIMINAS)	Actualmente, su actividad se encuentra vinculada únicamente al crédito contra la adquirente de Minera Don Nicolás.
EMPRESAS OBJETO: BRIGHTSTAR	BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A.	Comercialización de diversos productos de electrónica de consumo y accesorios de diversas marcas, y prestación de servicios técnicos vinculados al canje y reparación de teléfonos celulares.
	BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A.	Fabricación y comercialización de teléfonos celulares de las marcas Samsung (a través de un contrato con vencimiento en junio de 2023) y LG (en virtud de un convenio con inminente vencimiento en 2021) bajo el régimen de la Ley N.º 19.640.

Fuente: CNDC a partir de información aportada por las partes en el presente expediente.

50. Tal como surge de la tabla anterior, BRIGHTSTAR y MIRGOR son competidores directos en el mercado de fabricación, comercialización mayorista y servicio de postventa (técnicos y de reparación) de teléfonos de marcas internacionales, verificándose, por lo tanto, relaciones horizontales.

51. Por otra parte, y dado que MIRGOR cuenta con locales de comercialización minorista donde se venden teléfonos celulares al consumidor final, la operación genera un reforzamiento en la integración vertical de la firma adquirente con respecto a la situación previa a la presente operación.

IV.2. INFORME DE OBJECCIÓN

52. Habiendo identificado esta CNDC aspectos de la operación que podrían tener potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar en perjuicio al interés económico general, con fecha 15 de junio de 2021 se emitió el Dictamen IF-2021-53738853-APN-CNDC#MDP, que constituye el Informe de Objeción que prevee el artículo 14 de la Ley N.º 27.442. Con fecha 28 de junio de 2021, la Secretaría de Comercio Interior hizo suyo los argumentos del citado dictamen y emitió la Resolución RESOL-2021-662-APN-SCI#MDP.

53. A continuación, se reproduce el análisis realizado en el Informe de Objeción según el estado procesal de las actuaciones y las condiciones de mercado existentes al momento de su emisión. Mas adelante se consignarán y analizarán los cambios que han experimentado los mercados relevantes y la información aportada por las partes con posterioridad a su dictado.

IV.2.1. Mercados relevantes que despiertan preocupación desde el punto de vista de la competencia

IV.2.1.1. Mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares

54. Según lo informado por las partes, el mercado relevante en la presente operación de concentración es la fabricación y comercialización mayorista de teléfonos celulares en Argentina.

55. En oportunidades anteriores⁶ esta CNDC analizó el mercado de venta de teléfonos celulares, y consideró que los distintos tipos de teléfonos celulares pueden ser agrupados bajo un mismo mercado relevante.

56. Asimismo, dado que las partes sostienen que no existen productos que sean propiamente sustitutos de los teléfonos celulares, se puede afirmar que el mercado de producto se circunscribe a todos los teléfonos celulares que se comercializan en la República Argentina.

57. En conclusión, el análisis de los efectos de la presente operación con los elementos reunidos en estos actuados hasta el momento se realiza considerando un mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares, con alcance geográfico nacional.

IV.2.1.2. Mercado de producción de teléfonos celulares en Argentina y el Régimen de Promoción Industrial en Tierra del Fuego

58. El mercado de producción de teléfonos celulares en Argentina se encuentra inmerso en el régimen especial fiscal y aduanero creado por Ley N.º 19.640 para el entonces Territorio Nacional y actual provincia de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sud (en adelante, “Régimen de Promoción”).

59. La totalidad de las empresas dedicadas a la fabricación de teléfonos celulares en el país están radicadas en dicha provincia. La concentración geográfica de las empresas en el territorio es resultado de los notorios beneficios fiscales y aduaneros⁷ que reciben las actividades desarrolladas dentro del Régimen de Promoción vigente.

60. Si bien el Régimen de Promoción exigía ciertos requisitos para la participación de las empresas, el ingreso de nuevas empresas⁸ se encuentra cerrado. Desde su establecimiento se produjeron algunas aperturas transitorias para el ingreso de nuevas firmas, que se realizaron en los años 2003 y entre 2010-2012. En síntesis, las únicas empresas que pueden producir teléfonos celulares con los beneficios del Régimen de Promoción son las que ya cuentan con autorización.

61. Existiría una excepción a lo descripto en el párrafo anterior. En efecto, una empresa que se encuentra dentro del Régimen de Promoción con autorización para fabricar un producto distinto al aquí analizado podría solicitar acogerse a los beneficios promocionales para la fabricación de teléfonos celulares, mediante el procedimiento de sustitución de producto establecido en el Decreto N.º 479/1995.

62. La evidencia muestra que la reconversión no sería del todo atractiva para las empresas, toda vez que en los últimos 5 años fue

solicitado una sola vez, conforme lo informado por la SECRETARIA DE INDUSTRIA, ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO Y GESTION COMERCIAL EXTERNA. Adicionalmente, considerando que los beneficios del Régimen de Promoción vencerían en el año 2023, el plazo de vigencia remanente parecería un período de tiempo muy acotado para decidir comenzar a fabricar y/o invertir en fabricar dichos productos.

63. De lo descripto hasta aquí se desprende que el mercado de producción de teléfonos celulares dentro del Régimen de Promoción está restringido a las empresas que actualmente cuentan con autorización y equipamiento para realizar este tipo de producción.

IV.2.1.3. Dinámica del mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares

64. Como se mencionó anteriormente, las partes se dedican al ensamblado y fabricación de los teléfonos móviles a partir de los kits o componentes provistos por la titular de la marca. En el caso de MIRGOR, el kit es provisto por Samsung, mientras que en el caso de BFSA son las marcas Samsung y LG.

65. Una vez realizada la fabricación de los teléfonos celulares en Tierra del Fuego, las empresas comercializan las unidades en los canales de venta minorista, compuesto por los carriers (empresas de telefonía móvil) y los retails (tiendas de venta de productos electrónicos, tiendas especializadas, etc.). Adicionalmente, MIRGOR cuenta con cadenas de comercialización minorista donde vende productos de la marca SAMSUNG.

IV.2.2. Evaluación de los efectos de la operación sobre la competencia

IV.2.2.1. Efectos sobre el nivel de concentración

66. La fabricación de teléfonos celulares en la Argentina está compuesta por once empresas productoras, donde tres de ellas concentran el 91% de la producción. Cabe destacar que la producción realizada en Tierra del Fuego representa el 100% de la producción nacional de teléfonos móviles y el 96% del consumo local, dada la baja incidencia de los teléfonos importados.

67. A continuación, se presentan las participaciones de mercado de las empresas involucradas y sus competidoras en el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares a nivel nacional, estimadas en base a las cantidades fabricadas por cada una.

Tabla N.º 2 | Participación de Mercado en volumen para la fabricación y comercialización de teléfonos celulares a nivel nacional (Año 2019).

Empresa Productora	Marca	Unidades vendidas	%
Mirgor	Samsung	2.820.722	40%
Newsan	Motorola	2.247.276	32%
Newsan	Noblex	49.140	0,70%
Newsan	Huawei	42.120	1%

Brightstar	Samsung	787.366	11%	
Brightstar	LG	416.745	6%	
Radio Victoria	Alcatel	210.600	3%	
Radio Victoria	TCL	56.160	0,80%	
Solnik	Nokia-Microsoft	49.140	1%	
Tecnosur (Garbarino)	Samsung	47.136	1%	
Philips	Philips	14.040	0,20%	
Otros	Otros	280.800	4%	
Total		7.021.245	100%	
Participación Conjunta				57%
IHH pre operación				3.052
IHH post operación				4.412
Δ IHH				1.360

Fuente: CNDC a partir de información aportada por las partes en el presente expediente.

68. De la Tabla N.º 2 surge que el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares en la Argentina tiene como principal fabricante a MIRGOR, quien durante 2019 vendió 2,8 millones de teléfonos celulares, lo que representa una participación de mercado del 40%. La sigue la empresa NEWSAN, con 2,3 millones de unidades vendidas y una participación del 34%. En tercer lugar, se encuentra BRIGHTSTAR (empresa objeto de la operación), con 1,2 millones de unidades comercializadas y una participación del 17%.

69. Como consecuencia de la presente operación, MIRGOR se consolidaría como proveedor del 57% de los teléfonos celulares vendidos en el mercado local y prácticamente el 100% de la provisión de los teléfonos celulares marcas Samsung en Argentina, siendo su principal competidor la marca Motorola, producida exclusivamente por NEWSAN.

70. A partir de los resultados que arroja el Índice de Herfindahl y Hirschman (IHH)⁹, se observa que el mercado se encontraba altamente concentrado de forma previa a la operación —con un valor de 3.052 puntos—. En consecuencia, dicha situación se agravaría en caso de producirse su aprobación, arrojando un valor post operación de 4.412 puntos¹⁰. Esta situación, junto a la participación que alcanzaría MIRGOR, constituyen indicios relevantes de que la nueva entidad económica adquiriría un fuerte poder de mercado como consecuencia de la presente operación.

71. Por otro parte, y en virtud de que las únicas empresas que producen teléfonos celulares en la Argentina son las que se encuentran dentro del Régimen de Promoción, el cual determina un cupo mínimo y máximo autorizado para producir, corresponde analizar y ponderar las participaciones de mercado medidas en términos de capacidad productiva.

72. La Tabla N.º 3 muestra la producción efectiva y la producción máxima autorizada para cada empresa activa en la producción de teléfonos celulares en nuestro país en los últimos dos años.

Tabla N.º 3 | Producción efectiva y máxima autorizada para cada una de las empresas fabricantes de teléfonos celulares en Argentina en los últimos dos años

Empresas fabricantes de teléfonos celulares	Producción en volumen- Año 2019	Producción en volumen- Año 2020	Máxima Producción autorizada	% sobre la capacidad total autorizada
MIRGOR - IATEC S.A.+Famar Fueguina S.A.	2.686.312	2.835.183	5.300.000	19%
NEWSAN + Electronic System S.A.	2.638.927	2.044.409	7.020.000	26%
Brightstar Fueguina S.A.	1.204.002	909.036	8.500.000	31%
Radio Victoria Fueguina S.A.	339.446	182.608	396.000	1%
Electrofueguina S.A.	112.812	128.660	525.000	2%
Sontec S.A.	92.360	96.758	180.000	1%
SOLNIK S.A.	93.172	88.958	144.000	1%

Industria Fueguina de Relojería Electrónica S.A.	10.035	67.520	1.632.200	6%
Leanval S.A.		14.090	1.640.760	6%
Tecnosur S.A.	3.590		792.000	3%
Telecomunicaciones Fueguinas S.A.	1.321		1.080.000	4%
Total general	7.181.977	6.367.249	27.209.960	100%

Fuente: CNDC a partir de información aportada por las partes en el presente expediente.

73. De acuerdo con la información contenida en la Tabla N.º 3, BFSa, MIRROR y NEWSAN son las empresas que tienen un mayor cupo máximo de producción de teléfonos celulares autorizados por el gobierno nacional. Como consecuencia de la presente operación de concentración, la empresa fusionada acumularía la mitad de la capacidad de producción autorizada entre los actuales fabricantes de teléfonos celulares en nuestro país.

74. Finalmente, si se observa la participación de mercado de las principales marcas comercializadas en Argentina para el año 2019, se advierte que la empresa fusionada alcanzaría el 58% del mercado a partir de las marcas SAMSUNG y LG, seguido por el 32% del mercado correspondiente a la marca MOTOROLA (fabricado por NEWSAN), medido en unidades vendidas; guarismo que asciende al 63% si el cálculo se realiza según facturación.

Tabla N.º 4 | Ventas de teléfonos celulares por marca en volumen y en valor
(en miles usd) en argentina (año 2019)

Marca	Unidades Totales	%	Valores Totales	%
Samsung	3.655.224	52%	960.409	59%
Motorola	2.247.276	32%	484.956	30%
LG	432.504	6%	70.383	4%
Otros	684.996	10%	104.530	6%

TOTAL	7.020.000	100%	1.620.278	100%
-------	-----------	------	-----------	------

Fuente: CNDC a partir de información aportada por las partes en el presente expediente.

75. De esta manera, analizando la situación del mercado desde la fabricación, la capacidad de producción autorizada bajo el Régimen de Promoción, y la comercialización por marca de telefonía móvil, se observa una situación de muy elevada concentración sensiblemente agravada por la operación bajo análisis.

76. En este escenario, corresponde considerar los potenciales efectos de la operación. En particular, es importante estimar si, por efecto de la concentración analizada, se generaría una empresa con capacidad de establecer de manera autónoma un incremento en los precios de comercialización mayorista de teléfonos celulares.

77. Así también, producto de la operación, el número de competidores en el mercado pasaría de tres a dos, condición que podría reducir los incentivos del segundo competidor a rivalizar, lo que agravaría el posible efecto unilateral.

78. Por otra parte, y considerando que MIRGOR cuenta con un canal de distribución minorista, resulta relevante estimar si la operación tiene la potencialidad de generar efectos verticales de tipo exclusorio en el mercado de comercialización minorista de teléfonos celulares.

79. Es por ello que en los próximos considerandos se analizarán las posibilidades de sustitución desde la oferta, el papel de las marcas en la fijación de los precios de comercialización mayorista/minorista y otras barreras a la entrada existentes en el mercado.

IV.2.2.2. Posibilidades de sustitución desde la oferta

80. De lo analizado hasta aquí, y particularmente considerando el Régimen de Promoción vigente para el mercado (ver IV.2.1.2), se desprende que el mercado de producción de teléfonos celulares se encuentra restringido a las empresas que actualmente cuentan con autorización y equipamiento para realizar este tipo de producción. Como se analizó previamente, dentro de las empresas con licencia y producción efectiva de teléfonos celulares, las partes involucradas acumularían la mitad de la capacidad de producción autorizada entre los actuales fabricantes de teléfonos celulares en nuestro país.

81. Por su parte, es relevante señalar que dadas las amplias ventajas económicas que otorga el Régimen de Promoción, la producción nacional de teléfonos celulares fuera de Tierra del Fuego no resulta rentable.

82. A su vez, la importación de teléfonos celulares se encuentra bajo el Sistema Integral de Monitoreo de Importaciones y Licencia No Automática (Anexo XI, Res. SC N° 5/18). En tal sentido, según informaron las partes, se importa menos del 4% del consumo interno, y el otro 96% es fabricado en Tierra del Fuego. De esta manera, se observa que la oferta internacional vía importaciones de productos terminados no afecta en términos de precios y diversidad a la oferta local de teléfonos celulares.

83. Las características descriptas —restricciones a las importaciones de teléfonos celulares y la existencia del Régimen de Promoción a nivel local— explican el desacople que existe en la participación de mercado de las empresas en Argentina en comparación con el resto del mundo.

84. En la Tabla N.º 5, que a continuación se presenta, se detalla la participación de mercado de las marcas de teléfonos celulares a nivel global.

Tabla N.º 5 | Participación de mercado de las principales marcas de teléfonos celulares comercializadas a nivel mundial (Año 2019)

Marca	% Global (2019)
Samsung	31,6%
Apple	22,7%
Huawei	9,1%
Xiaomi	7,8%
Oppo	4,4%
Mobicel	3,1%
LG	2,7%
Motorola	2,6%
Lenovo	1,3%
Nokia	1,1%
Alcatel	0,3%
Otros	13,7%

Fuente: elaboración propia sobre la base a estadísticas de <https://gs.statcounter.com/>

85. De acuerdo con la Tabla N.º 5, a nivel internacional SAMSUNG se ubica como líder en la producción y venta de teléfonos celulares, al igual que en la Argentina (aunque con una participación que se reduce a casi la mitad de la que se observa en nuestro país). Por el contrario, MOTOROLA se encuentra en la octava posición, con una participación de mercado inferior al 3%.

86. Este importante diferencial adquiere particular relevancia, toda vez que el único competidor con capacidad de disciplinar los

precios resultantes de SAMSUNG en Argentina es una empresa que a nivel mundial no resulta un competidor vigoroso.

87. A modo de conclusión del presente apartado cabe señalar que: (a) la regulación de la Secretaría de Industria se encuentra orientada a administrar el mercado en términos de cantidades a partir de cupos de producción otorgados. En este contexto, y dado el alto nivel de concentración, el volumen de producción no resultaría un elemento suficiente para disciplinar los precios de mercado; (b) si bien hay capacidad ociosa de producción en empresas que cuentan con cupo asignado (Tabla N.º 3), no cuentan con la licencia para producir SAMSUNG; y (c) el único competidor con capacidad de disciplinar los precios resultantes de SAMSUNG en la Argentina es una empresa que a nivel mundial no resulta un competidor vigoroso.

IV.2.2.3. El papel de las marcas en la fijación de los precios de comercialización mayorista y minorista

88. De acuerdo con el análisis efectuado previamente, el modelo de producción y comercialización de teléfonos celulares en la Argentina establece la radicación de empresas de fabricación de teléfonos en Tierra del Fuego, amparadas en el Régimen de Promoción descripto.

89. Dichas empresas establecen acuerdos de producción y comercialización con marcas de relevancia a nivel internacional. A través de la firma de dichos contratos de producción y comercialización local, las empresas locales se garantizan el abastecimiento de los kits o componentes provistos por las propias marcas.

90. Esta CNDC ha solicitado a las partes intervinientes los contratos de producción y comercialización firmados con Samsung, a efectos de determinar las condiciones que se establecen en dichos instrumentos legales. Resulta de especial interés para esta CNDC, determinar con exactitud cómo se determinan las condiciones de producción y comercialización mayorista/minorista de los teléfonos marca Samsung.

91. Es importante resaltar en esta instancia que las partes no explicaron acabadamente y con precisión la incidencia de las citadas condiciones en la determinación de los precios mayoristas y/o minoristas de teléfonos celulares.

92. Adicionalmente, existe una clara inconsistencia entre lo declarado por las partes y por SAMSUNG. En efecto, las partes esgrimen no participar en las condiciones de venta de los productos terminados ni en las negociaciones vinculadas a estas, alegando que son las marcas internacionales quienes llevan a cabo dichas negociaciones. Sin embargo, SAMSUNG alega que no participa con ningún instrumento de venta en que se establezcan condiciones.

93. Por su parte, es cierto que ambas concuerdan en que las marcas internacionales sugieren un precio de referencia sobre el cual los fabricantes cargarían libremente distintos márgenes y costos para llegar al precio final de comercialización mayorista.

94. Esta CNDC en varias oportunidades ha solicitado a las partes y a otras marcas los contratos o documentos que demuestren dicha relación comercial para determinar de manera efectiva qué poder de negociación tienen en la comercialización mayorista los fabricantes y las marcas internacionales.

95. Por último, es importante señalar —conforme es de público conocimiento— que en abril del corriente año el gobierno nacional negoció el congelamiento de precios de los teléfonos celulares¹¹, en cuyo caso este acuerdo se estableció con los fabricantes de dichos productos y no con las empresas propietarias de las marcas.

96. Por lo tanto, en función de lo expresado por las partes y las evidencias expuestas se puede inferir que las empresas fabricantes tienen injerencia sustancial en la fijación de los precios de los teléfonos celulares.

IV.2.2.4. Barreras a la entrada

97. Tal como se describió en el punto IV.2.1.2, el mercado de producción de teléfonos celulares en la Argentina se encuentra bajo el Régimen de Promoción. En consecuencia, las posibilidades de fabricar teléfonos celulares en el país se encuentran acotadas a las empresas que cuentan con cupo de producción autorizado.

98. En función a las características del Régimen de Promoción, adicionalmente al cupo de producción, las empresas fabricantes deben realizar acuerdos contractuales con las marcas internacionales. En este sentido, la barrera comercial opera en tanto una empresa tiene que poseer un contrato con la marca internacional de teléfonos celulares para poder fabricar y comercializar estos productos en la Argentina.

IV.2.2.5. Otras barreras a la entrada

99. Adicionalmente al Régimen de Promoción, desde el punto de vista productivo, se necesita una gran inversión para montar una fábrica con la capacidad de producir teléfonos celulares. Según la información aportada por las partes, la producción de celulares implica la inversión en equipamiento específico y genérico, en virtud de que cada modelo distinto que se fabrica requiere una inversión específica.

100. En este sentido, en caso de que una empresa quisiera ingresar al mercado de fabricación de teléfonos celulares en la Argentina, debería hacer una inversión significativa para establecer una planta productiva en cuanto a montos y tiempos de realización.

101. Otra barrera a la entrada que se observa en el mercado bajo análisis, tiene vínculo directo con los acuerdos contractuales que realizan las empresas fabricantes de teléfonos celulares con las marcas internacionales. En este sentido, la barrera comercial opera en tanto una empresa tiene que poseer un contrato con la marca internacional de teléfonos celulares para poder fabricar y comercializar estos productos en la Argentina.

102. Por lo tanto, puede concluirse que actualmente el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares en la Argentina posee altas barreras a la entrada, toda vez que existen un conjunto de variables legales, técnico-operativas y comerciales que operan de distinta forma e influyen conjuntamente en el ingreso potencial de nuevos entrantes.

IV.2.3. Conclusiones preliminares sobre los potenciales efectos económicos de la operación

103. De aprobarse la operación de concentración notificada, MIRGOR se consolidaría como la fabricante líder con el 57% de la producción y comercialización de teléfonos celulares —acumulando la mitad de la capacidad de producción autorizada entre los actuales fabricantes de teléfonos celulares en nuestro país—, y como la empresa proveedora de prácticamente el 100% de los teléfonos celulares de marca Samsung en la Argentina. En consecuencia, se generaría una empresa con capacidad de establecer de manera autónoma un incremento en los precios de comercialización mayorista de teléfonos celulares.

104. Además, producto de la operación, se reducirían de tres a dos los jugadores importantes del mercado de producción y comercialización de celulares —alcanzando conjuntamente más del 90% del market share— y, tal como fue analizado en el Informe de Objeción, podrían reducirse los incentivos del segundo para rivalizar con el primero.

105. Por otra parte, tanto las empresas involucradas como su principal competidora verifican puntos de contacto y coordinación en distintos ámbitos de la producción que, dado el alto grado de concentración de mercado que se verifica en la actualidad, son un elemento de preocupación adicional para esta CNDC.

106. En efecto se verifica que: (a) hay interacción en asociaciones empresariales —Asociación de Fabricantes Eléctricos (AFARTE) y en la Unión Industrial Fuegoquina—; (b) tanto MIRGOR como NEWSAN S.A. tienen una participación conjunta en una tercera sociedad —CIPAEX S.A.— dedicada a fomentar y solventar proyecto productivos destinados a la exportación y/o a la sustitución de importaciones; (c) similar estructura de oferta; y (d) tanto MIRGOR, como NEWSAN S.A. y RADIO VICTORIA FUEGUINA S.A. manejan una cartera de productos electrónicos de consumo parecida, usualmente denominado contacto multimercado.

107. Asimismo, otro elemento de preocupación que genera esta operación, reside en la capacidad de realizar conductas verticales de tipo exclusorias, a partir de la integración entre la producción y la red de comercialización minorista de productos SAMSUNG que tiene MIRGOR a través de su empresa controlada GMRA SA, que cuenta con 55 puntos de venta.

108. En virtud de las características particulares del mercado de producción de celulares, la sustitución por oferta está limitada a la tabla de participación según autorización del régimen.

109. Por consiguiente, el desarrollo efectuado a lo largo del Informe de Objeción permitió concluir que la operación de concentración económica notificada tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, con relación a los mercados de fabricación y comercialización de teléfonos celulares y venta de teléfonos celulares en la Argentina.

V. RESPUESTA DE LA PARTE NOTIFICANTE AL INFORME DE OBJECCIÓN

110. Con fecha 10 de agosto de 2021 las partes realizaron una presentación dando respuesta al Informe de Objeción. A continuación, se presentarán los argumentos más relevantes que expusieron.

111. Las partes sostuvieron que la caracterización que efectuó la CNDC en el Informe de Objeción resultaba inapropiada porque se basaba en una apreciación incorrecta de las condiciones del mercado y de los efectos de la operación. Introdujeron su respuesta señalando, puntualmente, que el Informe de Objeción resultaba cuestionable en cuanto a que: (i) subestima la competencia, al excluir en su análisis a competidores potenciales inmediatos, así como también a competidores potenciales mediatos.; (ii) sostiene la existencia de barreras de entrada que no son tales, dado que: (a) la contratación con las marcas internacionales es esencialmente temporaria y no se encuentra limitada a MIRGOR; y (b) los cupos de producción son fácilmente ampliables, prueba de ello son las sucesivas ampliaciones otorgadas a BFSA; (iii) omite considerar que los niveles de concentración no resultan preocupantes en virtud de la escasa capacidad que poseen las fabricantes de celulares para incidir en el precio de venta de los celulares a los carriers y retailers (mayorista), y la menor capacidad aun que poseen para incidir en el precio al público (minorista); (iv) afirma, infundadamente, un hipotético e inexistente peligro para el interés económico general, que no se condice con las condiciones del mercado y que tampoco ha sido siquiera referido por los participantes del mismo; (v) la preocupación que señala sobre la interacción en asociaciones empresariales y la participación en CIAPEXSA de MIRGOR y NEWSAN S.A. carece de todo fundamento; (vi) señala una supuesta preocupación por la integración vertical de MIRGOR con su red de comercialización minorista, cuando lo cierto es que esta red tiene una participación de mercado menor en virtud de que los grandes compradores son las telefónicas y las compañías de electrodomésticos, y (vii) por último, las partes consideran que la operación involucra la adquisición de una “empresa en decadencia”.

112. Continuaron presentando con mayor detalle las consideraciones expuestas. En este sentido, hicieron, en primer lugar, un análisis del Régimen de Promoción en relación con la subestimación de las fuerzas competitivas, que sostienen hace esta CNDC, cuyos dichos se presentan seguidamente.

V.1. Consideraciones sobre el mercado de fabricación y comercialización de teléfonos celulares - El Régimen de promoción y la subestimación de las fuerzas competitivas

113. Las partes señalaron que “la CNDC concluye erróneamente que el mercado de producción de teléfonos celulares dentro del Régimen de promoción está restringido a las empresas que actualmente cuentan con autorización y equipamiento para realizar este tipo de producción”. Manifestaron que “si bien por un lado la CNDC reconoce que cualquier empresa que ya tenga autorización para fabricar otro producto bajo el Régimen de Promoción puede pedir la reconversión y comenzar a fabricar celulares, por lo cual deberían considerarse incluidos en el mercado como competidores potenciales inmediatos, el Informe limita el mercado a las empresas que ya se encuentran autorizadas a producir equipos de telefonía celular, restringiendo indebidamente los participantes en tal mercado”.

114. Seguidamente, indicaron que “la CNDC presume, además, que el Régimen de Promoción no será prorrogado y con tal base considera como ilusoria la entrada de competidores que el referido régimen permite, pero no advierte que su presunción, antes que restringir el número de participantes a los que en la actualidad producen celulares, opera en sentido contrario, ampliando y facilitando el ingreso de competidores al eliminar las ventajas económicas del Régimen de Promoción que confinaron el elenco de participantes en el mercado a quienes operaban con los beneficios del régimen promocional en cuestión”.

115. En cuanto al “equipamiento”, expresaron que “tampoco se puede considerar una barrera ya que el equipamiento específico es provisto por las Marcas Internacionales con la que la empresa contrataría llegado el caso. Sólo los equipos genéricos son provistos por los fabricantes”.

116. Por último, y a modo de resumen, concluyeron que “las consideraciones precedentes evidencian que la caracterización de los competidores del mercado que presenta el Informe resulta incorrecta, en cuanto restringe en forma indebida a los participantes a quienes corresponde tomar en consideración por la doble vía de: (i) no computar a quienes resultan potenciales entrantes bajo el Régimen de Promoción actual y que por ello constituyen competidores potenciales inmediatos; (ii) ignorar que la vaticinada extinción inminente del Régimen de Promoción que la CNDC presume, amplía -y no limita- las condiciones de acceso a la competencia en el mercado con el efecto de aumentar el rigor de la competencia con la incorporación de competidores potenciales mediatos”.

117. En una sección siguiente, las partes analizaron aspectos relativos a la evaluación que el Informe de Objeción incluye respecto de los efectos de la operación sobre la competencia.

V.2. Consideraciones sobre la evaluación de los efectos de la operación sobre la competencia. Efectos sobre el nivel de concentración

118. Al analizar el mercado de fabricación de teléfonos celulares, mencionaron que la CNDC afirma que está compuesto por once empresas productoras y que tres de ellas concentran el 91% de la producción, pero que, sin embargo, no considera en su análisis que estas participaciones están ligadas a vínculos contractuales esencialmente temporarios e incididos por razones coyunturales, por lo que pueden variar abruptamente en el muy corto plazo. Agregaron que “El mayor o menor grado de concentración se enmarca en dicho contexto en un escenario dinámico y cambiante, en el que las empresas concentradas carecen de capacidad suficiente para perpetuar su posición de mercado (...) En este sentido, resulta relevante la posibilidad que tienen las Marcas Internacionales de rescindir sin causa la relación contractual con los fabricantes, brindando tan solo un preaviso de entre 90 a 120 días de antelación según el contrato. Asimismo, es importante remarcar que ninguna de las fábricas tiene, al momento, exclusividad de fabricación con ninguna marca”.

119. Continuaron diciendo que: “si bien es cierto que las participaciones de mercado son altas, las mismas están ligadas a la alta demanda de celulares Samsung en el mercado argentino”. Las partes insistieron con que “... el único efecto que tuvo en concreto la Operación es la adición del volumen de fabricación que producía BFSA de la marca Samsung...” y que dicho volumen de producción era más que probable que hubiera sido igualmente trasladado a IATEC S.A. por tener la capacidad para producirlo de forma inmediata al ya tener una relación con Samsung.

120. Asimismo, reconocieron que es cierta la afirmación obrante en el Informe de Objeción, de que “... BFSA, MIRGOR y NEWSAN son las empresas que tienen un mayor cupo máximo de producción de teléfonos celulares autorizados por el gobierno nacional...”, pero indicaron que “... el Informe ignora la posibilidad que tiene cualquier empresa de pedir una ampliación del cupo en caso de que lo necesite y que cualquier empresa que acredite que realizará inversiones y/o contratará más personal puede solicitar una ampliación de cupo autorizado a la Secretaría de Industria.”

121. Respecto de las posibilidades de sustitución desde la oferta que se analizaron en el Informe de Objeción, las notificantes señalaron que esta CNDC volvió a restringir el mercado de producción de teléfonos celulares a las empresas que actualmente cuentan con autorización y equipamiento para realizar este tipo de producción, dejando de lado a las competidoras potenciales inmediatas (las que pueden fácilmente solicitar una reconversión) y mediatas en caso que se cumplan las propias predicciones de la CNDC en cuanto a la no renovación del Régimen de Promoción (cualquier empresa). Agregaron que también, en ese contexto, nuevamente se subestima la dinámica de oferta de los productos, al soslayar la posibilidad real y concreta de solicitar aumento del cupo de producción.

122. Paralelamente, expresaron que la CNDC, al analizar las participaciones de mercado de las marcas a nivel mundial y revelar su preocupación frente al hecho que Motorola se encontraba en la octava posición, estaba admitiendo de que eran las marcas, y

no los fabricantes las que tenían capacidad para disciplinar los precios del mercado en el marco de la competencia entre marcas que caracterizaba a este mercado. Del mismo modo, manifestaron que la circunstancia de que en la actualidad Motorola se encuentre en la octava posición a nivel mundial no le impide ser un competidor efectivo y vigoroso en el mercado argentino donde es, cómoda, la segunda marca, y que tampoco puede soslayarse la presencia actual y potencial de otras marcas, como Xiaomi, que habría tomado la decisión de tener mayor presencia en el mercado argentino, para lo cual habría firmado un acuerdo con la fabricante local SOLNIK S.A., quien contempla la alternativa de comenzar a fabricar en el país para ser más competitivos. Esta noticia demostraba que el ingreso de un nuevo competidor es posible, que tiene la opción de elegir un socio local entre numerosas empresas y que el cupo de producción no constituye un obstáculo real.

123. Por último, ante lo mencionado en el Informe de Objeción relativo a que si bien había capacidad ociosa de producción en empresas que cuentan con cupo asignado no contaban con la licencia para producir Samsung, destacaron que ello ignoraba que: “I) Samsung no es la única Marca de celulares que se producen en el país y que el mercado no se encuentra cerrado al ingreso de nuevas Marcas; II) la licencia para fabricar Samsung puede ser obtenida a través de un mecanismo competitivo; y, III) la licencia para fabricar Samsung no es otorgada en exclusividad”, siendo 4 las empresas que cuentan con licencia en la actualidad para producir —estas son IATEC, BRIGHTSTAR, ELECTROFUEGUINA (Frávega) y TECNOSUR (Garbarino).

124. Las partes cerraron el presente apartado concluyendo que “la oferta de teléfonos celulares conforma una variable abierta y cambiante, en la que el ingreso de nuevos productos y productores no sólo es factible sino también real, por lo que el impacto de la Operación sobre el mercado carece de envergadura para generar riesgos a la competencia y al interés económico general”.

125. En cuanto al papel de las marcas en la fijación de los precios de comercialización mayorista y minorista, comenzaron el análisis indicando que de la letra del contrato entre Samsung y BFSa surge que el fabricante (en su caso, IATEC y BFSa) tendría la capacidad de fijar libremente el precio de venta de sus productos a sus revendedores. Añadieron que los revendedores también tenían la potestad de fijar libremente el precio al cual ellos venden los productos a los usuarios finales, de modo que, si bien el fabricante de celulares tenía cierto grado de libertad para determinar su respectiva lista de precios, dicho grado se encontraba restringido y disciplinado por la competencia que se da en el mercado aguas abajo.

126. Advirtieron que, adicionalmente, en el caso de fabricación de teléfonos celulares la capacidad del fabricante de fijar los precios estaba más limitado y condicionado, a partir de que: (i) son las marcas internacionales las que venden los kits y fijan los precios que el fabricante debe pagar, (ii) es el fabricante quien le agrega sus costos y márgenes y luego vende los productos a los retailers/carriers, (iii) son los retailers/carriers quienes fijan libremente los precios al consumidor final.

127. Expresaron que la capacidad del fabricante para fijar sus precios de venta se encuentra muy limitada y que ellos responden a la estructura de costos de fabricación de los productos, la que incluye un margen de fabricación que varía entre 1 y 3,5%, porcentajes que, sostuvieron, están alineados con los márgenes de fabricación a nivel mundial que en 2020 fueron del 3,9% y en la Argentina del 3,3% promedio en toda la industria, de acuerdo con un estudio de la consultora Abeceb sobre la industria electrónica 2020. Agregaron que, asimismo, las marcas internacionales sugieren precios de referencia, que no tienen carácter vinculante pero que impactan en las estrategias comerciales de los carriers y retailers de acuerdo a los factores antes mencionados. En este sentido, aclararon que son las filiales internacionales y no Samsung Argentina quienes toman las decisiones en cuanto a los precios sugeridos, los que están relacionados directamente con la estrategia de marca y el cuidado, conservación y crecimiento del market share internacional.

128. De esta manera, concluyeron que el poder de mercado de MIRCOR para fijar los precios se ve limitado por tres causales: la fijación del precio de los kits por parte de las marcas, el poder de compra que detentan las telefónicas y los retailers y sus estrategias de comercialización, y los precios de referencia que las marcas sugieren, de modo que los fabricantes deben limitarse a fijar un precio que cubra sus costos y un mínimo margen.

129. En relación con la fijación de precios mayoristas en particular, manifestaron que los fabricantes tienen dos tipos de clientes con características diferenciadas: los carriers - (compañías de telefonía internacionales, tales como Telefónica, Telecom, Claro), y los retailers - resellers (tales como Frávega, Garbarino, Cetrogar, etc.), y que para todos ellos el precio se conforma

principalmente a partir de: (i) el valor del kit de los componentes (provisto por las marcas al que se le agregan los componentes de origen nacional, en ambos casos incluyendo transporte a Tierra del Fuego) más (ii) los costos de fabricación, (iii) los impuestos, (iv) el margen del fabricante (que es muy menor en relación con el precio final) y (v) el transporte desde la fábrica.

130. En cuanto a la fijación de precios minoristas, sostuvieron que los fabricantes tienen una incidencia menor en su formación ya que estos surgen de varios factores, entre otros, de los precios de internacionales y de referencia de las marcas basados en el posicionamiento global que le quieren dar a sus productos, pero que, sin embargo, la decisión final sobre tales precios de venta era determinada por las carriers y los retailers, que son las que tienen mayor información respecto de la demanda de sus productos, su posicionamiento, y de la mejor política de promoción y publicidad de los mismos. En este aspecto, agregaron que el precio que finalmente pagan los consumidores suele tener variaciones que obedecen a los planes de pago que terminan ofreciendo los revendedores, promociones en fechas especiales y a los manejos que dichos revendedores hacen de sus stocks de teléfonos celulares, y que dicha variación es, en general, mayor en los equipos vendidos por las empresas telefónicas y menor en el caso de los otros revendedores.

131. A mayor abundamiento, las partes presentaron gráficos en los que se puede ver como se compone el precio de venta que llega al consumidor final para tres modelos distintos de celulares (A125, de gama baja, A325, de gama media, y SM-G991 (S21), de gama alta, y sostienen que el precio de venta al público está formado por el valor de los kits, los costos de fabricación, marketing e impuestos, el margen de fabricación y los márgenes que le pueden cargar cada uno de los carriers o retailers¹².

132. Seguidamente, las partes realizaron un análisis del comportamiento de los precios en el mercado minorista sobre la base de una serie de gráficos, en los que expusieron la evolución de los precios minoristas de ciertos productos seleccionados de la marca Samsung durante el período junio-diciembre de 2020. Adjuntaron la información para tres modelos diferentes, desagregada por canal de ventas¹³ e indicaron que ello demuestra la disparidad con la que los productos llegan al consumidor final sin ninguna injerencia del fabricante.

133. Para el caso del modelo de gama alta, concluyeron que, en general, los precios de GMRA (a través de Samsung.com) son menores que los de los restantes vendedores, y que resultan también mucho menos fluctuantes que los de las compañías telefónicas y que los precios de los comercializadores incluidos en el Tier1 son más estables que los de las compañías telefónicas, aunque en promedio son un poco más altos que los de GMRA y que, al interior del segmento, no son homogéneos en dicho segmento.

134. Similares conclusiones obtuvieron de la serie de precios correspondientes al teléfono celular representativo de la gama media (Galaxy A51), observando que los precios de las compañías telefónicas son más fluctuantes que los de los otros comercializadores, y que los precios de GMRA tienden a ser menores en comparación con los demás vendedores.

135. Por último, respecto de los gráficos referidos al modelo de gama baja (Galaxy A01), indicaron que los precios de GMRA eran más bajos en toda la serie y que se destacaba el comportamiento más fluctuante y poco correlacionado de los precios de las compañías telefónicas, y el más estable de GMRA y de los vendedores del segmento Tier 1.

136. Al mismo tiempo, destacaron que las políticas de fijación de precios de los distintos actores no son uniformes para los diferentes modelos de teléfono celular, y que todo ello puede tomarse como indicativo de un mercado en el cual hay una considerable diversidad de estrategias de venta de los diferentes comercializadores y una fuerte competencia.

137. En base a lo expuesto, concluyeron, en primer lugar, que “la influencia de Mirgor en toda la cadena de comercialización es baja, pues se encuentra en medio de los costos de los Kits y las estrategias, stocks y promociones comerciales de los Carriers y/o Retailers. En particular, el precio de venta al Carrier no depende del fabricante ni de la cantidad de fabricantes que haya. Todos los fabricantes venden a los carriers cubriendo sus gastos y fijando un margen mínimo. Es decir, la influencia del fabricante es ínfima”.

138. Respecto de los retailers, destacaron que “Brightstar no vendía a los retails al momento de su adquisición, por lo que la Operación no tiene influencia alguna en la formación de precios de más del 50% del mercado (Retailers). Se puede observar que

la estructura de costos y los márgenes fijados por Brightstar a los Carriers se condice con la de los Retailers”.

139. Finalmente, manifestaron que, en general, “tanto para carriers como para retailers, se puede observar una gran variabilidad de precios de venta al público que está ligada, mayoritariamente, a las políticas de formación de precios de dichas compañías y en la cuales Mirgor no tiene ninguna influencia”.

140. En relación con las barreras a la entrada, indicaron que aquellas que esta CNDC consideró en el Informe de Objeción no son tales. En particular, hicieron referencia a la barrera asociada con el cupo de producción asignado bajo el Régimen de Promoción. Desde su punto de vista, sostuvieron que no era exacto considerar que únicamente las empresas que cuentan con cupo de producción autorizado pueden fabricar teléfonos celulares en el país, dado que existe un régimen de sustitución por el cual otras empresas pueden solicitar la reconversión. Por consiguiente, señalaron que “todas las empresas radicadas en Tierra del Fuego, o con un proyecto aprobado, pueden comenzar de forma relativamente rápida y sencilla la producción de teléfonos celulares. Por otro lado, cualquiera de las empresas que ya se encuentran manufacturando otras Marcas Internacionales tienen las características necesarias y están en condiciones de presentarse a las compulsas de precios realizadas por Samsung, adquirir las máquinas y comenzar a producir. La logística sería similar a la que ya tienen desarrollada para la Marca que se encontraran produciendo”.

141. En cuanto al contrato con una marca internacional, que indicaron que la CNDC como una barrera comercial que opera en tanto una empresa tiene que poseer un contrato con la marca internacional de teléfonos celulares para poder fabricar y comercializar estos productos en Argentina, mencionaron que “si bien es cierto que las fabricantes locales firman un contrato con una marca internacional, el proceso por el cual la marca selecciona a sus fabricantes es competitivo, y por un plazo determinado, luego del cual las marcas pueden (y a lo largo de la vigencia del Régimen lo han hecho) cambiar de fabricante”. Agregaron, además, que las marcas internacionales pueden firmar contratos con más de un fabricante.

142. Por último, manifestaron que, si bien la CNDC considera que se necesita una gran inversión para montar una fábrica con la capacidad de producir teléfonos celulares, el hecho de que se requiera de inversiones no lo convierte en una barrera a la entrada, en función del tamaño e importancia de las empresas que ya se encuentran radicadas. Expresaron que “la mejor evidencia de esto radica en que numerosas empresas la han sorteado, y en los últimos años han entrado y salido del mercado sin dificultades”. Prueba de ello, afirman, es el dinamismo que se ha registrado en la entrada y salida de empresas productoras a lo largo de los años.

V.3. Consideraciones respecto de las conclusiones preliminares sobre los potenciales efectos económicos de la operación

143. Las partes vertieron sus opiniones en lo relativo a las conclusiones preliminares que señaló esta CNDC en el Informe de Objeción.

144. En cuanto a que la CNDC expresó que “de aprobarse la operación de concentración notificada, la empresa MIRGOR se consolidaría como la fabricante líder con el 57% de la producción y comercialización de teléfonos celulares (...) y que en consecuencia, se generaría una empresa con capacidad de establecer de manera autónoma un incremento en los precios de comercialización mayorista de teléfonos celulares”, volvieron a decir que la participación de mercado de las empresas fabricantes están ligadas a la participación de mercado de las marcas para las cuales fabrican y que históricamente las marcas han elegido, con quien o quienes contratan la fabricación de sus productos. Sostuvieron que la adquisición de BRIGHTSTAR no fue determinante en el aumento de la producción de celulares por parte de MIRGOR ya que Samsung tenía la facultad de rescindir el contrato que la vinculaba con BRIGHTSTAR con motivo del cambio de control de la compañía y que, de haberlo hecho, la concentración en la fabricación podría haberse producido de todas maneras, sin necesidad de ninguna concentración económica.

145. En otro orden, expusieron que la reducción de tres a dos de los jugadores más importantes a la que se refirió la CNDC en el Informe de Objeción no es producto de la operación sino de la decisión de la controlante de BRIGHTSTAR —BRIGHTSTAR CORP.— de retirarse del mercado argentino, aclarando que “el grupo Mirgor no tenía planeado, ni necesitaba para su estrategia competitiva, adquirir Brightstar”.

146. Con respecto a la preocupación manifestada por esta CNDC en torno a la existencia de puntos de contacto de las empresas

involucradas y sus competidoras, y específicamente en cuanto a la participación societaria en CIAPEXSA, indicaron que se trata de una empresa constituida e integrada por casi la totalidad de los fabricantes de Tierra del Fuego, con el objeto de explorar proyectos dirigidos a la sustitución de importaciones, y que tanto el fideicomiso como la inversión realizada en aquellos años carecían desde hace tiempo de actividad económica.

147. En lo que se refiere a la capacidad de las partes de realizar conductas verticales de tipo exclusorias tras la operación, a partir de la integración entre la producción y la red de comercialización minorista de productos Samsung que tiene MIRGOR a través de su empresa controlada GMRA, señalaron que la integración vertical es preexistente, y que la venta directa a través de GMRA es muy menor, ya que representa menos del 7% del mercado de productos Samsung, lo cual equivale a menos del 4% del mercado total y remarcaron que los teléfonos celulares producidos por BRIGHTSTAR son vendidos en su totalidad a las carriers y no a retailers, con lo cual la integración vertical no aumenta con la operación.

148. Por último, las notificantes indicaron que la operación generaba algunas ganancias de eficiencia relacionadas con la obtención de economías de escala en la adquisición de insumos por mayor volumen de operación, y con el ahorro de costos de distribución de productos (como por ejemplo, costos de transporte), ganancias que implicaban ahorros de costos directos o variables y que podrían terminar teniendo un efecto de reducción de los precios a largo plazo y/o de incremento de la calidad de los servicios ofrecidos.

149. En la sección siguiente, tras reiterar que la operación no tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar un perjuicio al interés económico general, las partes recordaron lo manifestado en diversas presentaciones respecto de la situación de “empresa en crisis” que afectaba a BRIGHTSTAR al momento de la operación.

V.4. Consideraciones sobre la aplicación subsidiaria de la defensa de “empresa en decadencia”

150. Con el objeto de acreditar las circunstancias asociadas a la situación de “empresa en crisis”, las notificantes realizaron una breve reseña del deterioro patrimonial que, entienden “afectó a dichas sociedades hasta desembocar en el rescate configurado mediante el perfeccionamiento de la Operación”.

151. Mencionaron que BRIGHTSTAR se había radicado en Argentina en 2003, cuando se reabrió el régimen promocional de Tierra del Fuego y que en los siguientes años construyó en Río Grande una planta propia, que es donde actualmente BFSA continúa produciendo. Señalaron que comenzó teniendo una capacidad autorizada de producción de 1.140.000 unidades (Resolución N.º 146/2004), la que se fue incrementando mediante sucesivos pedidos de ampliación de cupo, hasta alcanzar las 8.500.000 unidades a finales del año 2013 (Resolución N.º 226/2013), acompañando el crecimiento de BFSA.

152. Indicaron que en determinado momento BFSA comenzó a perder volumen de producción de Samsung, a lo que se sumó la terminación de su relación contractual con Motorola (cuya fabricación se trasladó en forma total a NEWSAN S.A.), y la situación generada por las restricciones en materia de acceso al mercado de cambios. Agregaron que todos esos factores se fueron conjugando para ocasionar los primeros inconvenientes y el inicio de la decadencia de BRIGHTSTAR en la Argentina, a partir de 2014, situación que continuó agravándose durante los años siguientes hasta determinar en 2019 la decisión de BRIGHTSTAR CORP de desprenderse de sus filiales en la Argentina.

153. Manifestaron que la caída del empleo no siguió la tendencia de la caída en la producción, debido a las limitaciones de índole gremial en cuanto a la aceptación de desvinculación de personal versus la continuidad de la operación de la fábrica, lo que implicó que funcionara con niveles de costos operativos muy por encima de lo óptimo, generando en el período 2016 - 2020 pérdidas importantes de rentabilidad. Acompañaron gráficos con la evolución de la producción y del empleo de BFSA en el período 2010-2020 para acreditar sus dichos, resaltando que BFSA pasó de producir más de 8 millones de unidades en 2013 a menos de 1 millón en 2020.

154. Advirtieron que los problemas referidos tienen un correlato directo con la evolución negativa de la situación patrimonial de BFSA y BASA durante los períodos citados, que “... desembocó finalmente en la situación de crisis en que se encontraban cuando se realizó la operación objeto de este trámite”, y que de los balances acompañados en diferentes presentaciones surge

efectivamente que BFSA y BASA, venían padeciendo desde hacía varios años una grave situación patrimonial que ponía en riesgo su continuidad, y con ello, la preservación de alrededor de 500 puestos de trabajo.

155. Las partes señalaron que, a partir de 2015, con el objeto de compensar las constantes pérdidas de BFSA (y también por BASA), y a fin de evitar su disolución, BRIGHTSTAR CORP se vio obligada a realizar sucesivas capitalizaciones de créditos y reducciones obligatorias de capital, y que entre 2015 y 2020 alcanzaron cerca de 400 millones de dólares.

156. Agregaron que, en el caso de Argentina, en 2019 BRIGHTSTAR CORP. realizó intensas gestiones para intentar concretar su venta, siendo contactadas, entre otras, NEWSAN S.A. y SOLNIK S.A., empresas también radicadas en la isla de Tierra del Fuego, informando ambas que no tenían interés en revisar ni realizar ningún proceso de adquisición de BFSA y BASA.

157. Continuaron relatando que, en julio del 2020, BRIGHTSTAR informó al Gobierno de Tierra del Fuego su decisión de cerrar sus operaciones en la isla, producto de su salida de la Argentina y que el Gobierno de Tierra del Fuego, con el aval de las autoridades nacionales, acudió a MIRGOR a fin de que evaluara una posible asunción de la operación local de Brightstar, procurando evitar así la pérdida de 500 puestos de trabajo. Finalmente, en diciembre de 2020, la CAAE aprobó la complementación industrial entre MIRGOR y BRIGHTSTAR, en la que participan la Secretaría de Industria de Tierra del Fuego, la Secretaría de Industria de la Nación, los sindicatos y las empresas radicadas en la Isla entre otros.

158. Manifestaron que, en paralelo, MIRGOR realizó consultas formales a LG Electronics y Samsung Electronics —titulares de las respectivas marcas—, solicitando la confirmación de que los titulares de dichas marcas aceptarían a MIRGOR como nuevo controlante en BRIGHTSTAR, dado que era una condición propia de los contratos respectivos, y que tanto LG como Samsung, respondieron decidiendo renunciar al derecho de determinación por cambio de control para mantener vigentes dichos contratos, confirmando así que Mirgor reunía el expertise técnico y económico financiero para que las sedes centrales en Corea permitieran la continuidad de BFSA como fabricante bajo control de MIRGOR.

159. Destacaron que la operación, además, permitiría a MIRGOR sumar una nueva marca a su producción, en tanto BFSA tenía vigente en ese momento una relación contractual con LG Electronics de Corea para la fabricación de teléfonos marca LG, pero que LG Electronics decidió a comienzos de 2021 dejar de fabricar celulares en todo el mundo y salir definitivamente del mercado de telefonía celular, lo que en la Argentina implicó la terminación unilateral del contrato con BFSA.

160. En cuanto al otro contrato que tenía BFSA para la fabricación de celulares de la marca Samsung, las partes indicaron que no existía un interés concreto por parte de MIRGOR al respecto, ya que desde 2014 MIRGOR venía aumentando el volumen de fabricación con esta marca, a partir del su cumplimiento de estándares de calidad, tiempos de entrega, eficiencia operativa, y performance en general, sumados a la capacidad de producción ociosa y al cupo disponible en el ámbito de la CAAE.

161. Manifestaron que era esperable, por la dinámica propia del mercado, que si BRIGHTSTAR salía del mercado, MIRGOR ampliaría en forma natural su volumen de fabricación de la marca Samsung, sin mediar ningún cambio contractual, sumando gran parte del volumen de celulares de dicha marca fabricado por BFSA, considerando, además, que Mirgor tenía desde 2014 una sólida relación contractual con la firma coreana, contando con un volumen de fabricación de celulares de esa marca mucho más significativo que lo que podría sumar con la adquisición de BFSA.

162. Respecto del encuadramiento de la situación de Brightstar en el concepto de “empresa en decadencia”, las partes sostienen que se está ante un claro caso de empresa en crisis y que sería posible afirmar que “... la realización de la Operación produce un menor deterioro que su no realización, pues si no hubiera sido por la Operación, BRIGHTSTAR se hubiera retirado del mercado argentino”. Para arribar a dicha conclusión, señalan que se verifican determinadas condiciones. En primer lugar, que “Brightstar estaba destinada, a causa de sus problemas económicos, a abandonar el mercado en un futuro inmediato” y que “la situación patrimonial de Brightstar era terminal, encontrándose incapacitada para honrar sus obligaciones financieras”.

163. En segundo término, sostuvieron que “No existía otra alternativa o proyecto factible que pudiera afectar menos a la competencia. Durante el año 2019 Brightstar Corp. intentó -sin éxito- vender sus filiales en la Argentina, encontrándose con la falta de interesados (...) los activos de Brightstar hubieran salido inevitablemente del mercado”. Agregaron que BRIGHTSTAR

CORP. "... decidió entregar la propiedad de sus filiales locales a Mirgor por un precio simbólico de 1 dólar debido a que la situación imperante no daba lugar a considerar que la misma tuviese valor alguno", lo cual sería evidencia de la situación de crisis y falta de interesados.

164. Por último, como tercera condición, expresaron que "...muy probablemente gran parte del volumen de producción de los teléfonos marca Samsung hubiera fluido 'naturalmente' hacia Mirgor, la cual, a través de IATEC, producía con incuestionable solvencia el mayor volumen de dicha marca", de modo que "de no producirse la Operación, el resultado para la competencia habría sido al menos el mismo (absorbiendo Mirgor la producción de los teléfonos Samsung anteriormente realizada por Brightstar), pero en ese caso el resultado social/económico (en cuanto a fuentes de empleo y pérdida de activos) habría sido considerablemente peor que el que resultará de la Operación."

165. Concluyeron que "aun si aceptáramos un presunto efecto negativo en la competencia -que insistimos no existe en este caso- está claro que en el análisis de la toma de control de Brightstar resulta más beneficiosa al interés económico general la aprobación de la Operación, que su prohibición o subordinación. Ello permitirá no sólo preservar fuentes de trabajo, sino además mantener sus activos y generar eficiencias, entre otros beneficios".

166. Respecto de la situación de crisis de BRIGHTSTAR específicamente, las empresas notificantes manifestaron que "la situación de Brightstar empezó a declinar, bajando su producción en forma constante, a la vez que aumentaban sus pérdidas y la necesidad de capital aportado por su accionista controlante". Agregaron que la situación de crisis era absoluta y para acreditar la inviabilidad de la empresa presentaron varios elementos para su análisis. En efecto, adjuntaron cuadros con la evolución de la rentabilidad y resultados operativos de la empresa (tanto de BASA como de BFSa) durante los años que acompañaron la caída de producción que derivó en la situación bajo análisis.

167. Explicaron que dichos resultados generaron la necesidad de que BRIGHTSTAR CORP tuviera que realizar —entre 2015 y 2020— sucesivas capitalizaciones por más de 400 millones de dólares a fin de solventar las pérdidas y evitar también, a través de sucesivas reducciones del capital social, la liquidación y disolución de las filiales locales, lo cual surge, según expresaron, de los balances de ambas sociedades adjuntados oportunamente para esos años. A su vez, transcribieron las notas volcadas en el balance 2020 de BFSa que reflejan en más detalle la referida necesidad de aportes de capital. Del mismo modo, acompañaron cuadros para mostrar la evolución de la situación patrimonial de BASA y BFSa desde 2014 en adelante, Y que la misma se sustenta únicamente por las capitalizaciones realizadas por BRIGHTSTAR CORP. cercanas a los 400 millones de dólares.

168. A partir de la información presentada, concluyeron que "la situación de Brightstar era inviable. La fuente de financiación exclusiva era su accionista del exterior. Ello se reflejaba no sólo en la incesante y voluminosa inyección de capital de trabajo, sino también en su condición de única fuente de financiación frente a los proveedores". Asimismo, indicaron que "cualquier tipo de reestructuración que hubiera permitido a dichas empresas continuar con su actividad era imposible dado que para llevarlas a cabo se requería financiación, y como ya ha sido explicado mientras las empresas no generaran ingresos operativos, sus fuentes de financiación se encontraban limitadas. La reestructuración no era entonces una opción viable, ya que el origen de la crisis de las empresas se encontraba en el desarrollo de su actividad principal, y no solamente en la estructura de financiación".

169. Por otra parte, explicaron que, si BRIGHTSTAR hubiera salido del mercado cerrando directamente su operación, el daño a la competencia, y sobre todo al interés económico general, hubiera sido evidentemente mayor. Debido a la adquisición bajo análisis, se logró la conservación de aproximadamente 500 puestos de trabajo, el mantenimiento y continuidad de la cadena de proveedores directos e indirectos que permanecerán trabajando, suministrando y cobrando por sus productos y servicios (manteniendo ellos mismos sus niveles de actividad y empleo), y la persistencia en el acompañamiento a marcas multinacionales que continúan apostando al país.

170. Resumiendo, las partes sostuvieron que "a causa de sus problemas financieros y económicos, Brightstar estaba por abandonar el mercado, y su adquisición por alguna empresa incumbente que estuviera dispuesta a hacer aportes de capital muy significativos y de forma permanente, era la única salida posible. Esto era así porque (i) se encontraba incapacitada en el corto y largo plazo de generar ingresos mediante el desarrollo de su actividad principal; y (ii) sus activos tangibles e intangibles saldrían

inevitablemente del mercado relevante si no eran adquiridos por algún incumbente o por un nuevo interesado dispuesto a hacer un gran aporte de capital”.

VI. ANÁLISIS SOBRE LAS CONSIDERACIONES REALIZADAS POR LA PARTE NOTIFICANTE AL INFORME DE OBJECCIÓN

171. Como fuera expuesto previamente, las partes realizaron una presentación dando respuesta al Informe de Objeción, en la que manifestaron que esta CNDC había efectuado su análisis a partir de apreciaciones incorrectas de las condiciones del mercado de fabricación y comercialización de teléfonos celulares y de los efectos de la Operación.

172. Por consiguiente, en respuesta a lo argumentado por las partes, esta CNDC procederá a ampliar las conclusiones a las que ha arribado oportunamente, sumando al análisis la actualización verificada por el Régimen de Promoción y nueva información provista por las partes.

VI.1 Actualización del Régimen de Promoción

173. Posteriormente a la emisión por parte de esta CNDC del Informe de Objeción reseñado en el punto IV.2 del presente, con fecha 22 de octubre 2021, se firmó el Decreto N.º 727/2021 mediante el cual se extendió el plazo de vigencia del Régimen de Promoción.

174. Los cambios relevantes, en lo que atañe al presente análisis, comprenden extender el Régimen de Promoción hasta el 31 de diciembre del 2038, limitar la autorización de nuevos proyectos y/o la readecuación de los existentes a bienes que no se fabriquen actualmente en Tierra del Fuego y que no afecten la producción realizada en el territorio nacional continental; y requerir un dictamen favorable por parte del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, del Instituto Nacional de Tecnología Industrial y de esta CNDC para los nuevos proyectos.

175. Así también, se presenta la actualización de la información vinculada a las empresas que poseen autorización vigente para producir teléfonos celulares en Tierra del Fuego bajo el Régimen de Promoción. El artículo 2 del Decreto N.º 727/2021 dispuso "el cese de los beneficios para aquellos proyectos que, aprobados, no hayan iniciado su actividad en la Provincia de TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR al momento de la entrada en vigencia del presente". En función de ello, y a partir de información adicional aportada por la Secretaría de Industria, Economía del Conocimiento y Gestión Comercial Externa, se sumaron las firmas BGH S.A. y Audivic S.A., que pese a no encontrarse produciendo en los años bajo análisis, continúan contando con la autorización.

Tabla N.º 6: Empresas con autorización vigente para producir teléfonos celulares bajo el Régimen de Promoción.

Empresas fabricantes de teléfonos celulares (*)	Máxima Producción autorizada	% sobre la capacidad total autorizada
MIRGOR (IATEC S.A. + Famar Fuegina S.A.) (1)	5.300.000	18,2%
NEWSAN + Electronic Systema S.A.	7.020.000	24,1%
Brightstar Fueguina S.A. (2)	8.500.000	29,2%

Radio Victoria Fueguina S.A.	396.000	1,4%
Electrofueguina S.A.	525.000	1,8%
Sontec S.A.	180.000	0,6%
SOLNIK S.A.	144.000	0,5%
Industria Fueguina de Relojería Electrónica S.A.	1.632.200	5,6%
Leanval S.A.	1.640.760	5,6%
Tecnosur S.A.	792.000	2,7%
B.G.H. S.A.	2.499.000	8,6%
Audivic S.A.	480.000	1,6%
Total general	29.108.960	100,0%
MIRGOR + Brightstar Fueguina S.A. (1) + (2)	13.800.000	47,4%

Fuente: elaboración propia a partir de datos provistos por las empresas notificantes y la Secretaría de Industria, Economía del Conocimiento y Gestión Comercial Externa.

VI.2. Subestimación de la competencia, al excluir del análisis a competidores potenciales inmediatos y mediatos

176. Uno de los argumentos presentado por las partes es que esta CNDC ha subestimado la competencia, al haber excluido de su análisis a competidores potenciales inmediatos, considerados en este caso como aquellos que pueden ingresar al mercado en breves plazos y sin enfrentar costos significativos, así como también a competidores potenciales mediatos, que son los que podrían acceder al mercado en caso de extinguirse el Régimen de Promoción fueguino.

177. En cuanto a los competidores potenciales inmediatos, para analizar con mayor rigurosidad la afirmación expuesta, resulta prudente recurrir a la referencia que se hace en los «Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas»¹⁴, respecto de las características que debe reunir un competidor para considerarlo potencial, a partir de que es improbable que una operación perjudique al interés económico general si no existen barreras que impidan o dificulten el ingreso de nuevos

competidores a dicho mercado. En este sentido, se sostiene que el ingreso de nuevos competidores debe efectuarse de manera rápida, probable y en escala suficiente.

178. Admitiendo sin mayor análisis que la condición de rapidez se verificaría, aceptando los considerandos de las notificantes de que el plazo máximo para que ingrese un nuevo fabricante en el mercado de producción de teléfonos celulares, alcanzaría a los 6 meses, y suponiendo que su ingreso se daría en escala suficiente, restaría analizar si su ingreso resultaría probable. En relación con ello, las partes han sostenido en reiteradas oportunidades, que la experiencia o expertise es y ha sido un activo clave para que SAMSUNG y LG avalaran la continuidad de BFSA como fabricante bajo control de MIRGOR y ello, ineludiblemente se obtiene a partir de haber tenido previamente un contrato con una marca internacional de renombre.

179. En línea con lo anterior, las partes enumeraron los requisitos que consideran relevantes para la obtención de una licencia de fabricación con una marca internacional: "... estándares de calidad, certificaciones de calidad, inversiones en infraestructura, además de, ciertos requisitos mínimos esenciales, como por ejemplo: contar con una fuerte solvencia económica, capacidad de proporcionar garantías de fiel cumplimiento de contratos, entre otros, todos necesarios para desarrollar un planta de producción y para el capital de trabajo, capacidad técnica para fabricación como para desarrollar herramientas de testeo, procesos de calidad, aprobaciones de auditoría de las marcas como así también certificaciones de terceros, eficiencia productiva y de costos".

180. En el mismo sentido, el Gerente General de SOLNIK S.A., en audiencia testimonial, al ser consultado sobre los requisitos que debe cumplir un fabricante local para lograr un contrato con una marca internacional advirtió que "...si bien es difícil ya que no somos una licenciataria de una marca internacional, demanda capacidad financiera, experiencia (industrial y comercial) y capacidad productiva". Agregando que "...las tres (empresas) que fabrican actualmente para marcas internacionales son MIRGOR, NEWSAN y RADIO VICTORIA, y también SOLNIK".

181. Adicionalmente, en una presentación traída por el notificante, el ex Director y CEO de la empresa objeto indicó que BASA y BFSA fueron previamente ofrecidas a tres compañías/grupos económicos argentinos de renombre, que a su entender contaban con la capacidad financiera, crediticia y conocimiento técnico necesarios para continuar con la fabricación de teléfonos celulares y a su vez en condiciones de ser aceptadas como cesionarios de los contratos con las marcas Samsung y LG. Así, pese a los esfuerzos realizados, la única compañía que estuvo dispuesta a adquirir las empresas fue MIRGOR.

182. Asimismo, las partes señalaron que el grupo MIRGOR aparecía como el único comprador con posibilidades ciertas de darle continuidad a la operación de BRIGHTSTAR en la Argentina, ante la decisión de salida de su accionista principal, producto de que: "i) ya tenía una larga relación contractual con Samsung por lo cual conocía en profundidad sus procedimientos y standards de producción; ii) dicha relación contractual está vigente hace años sin incumplimientos ni conflictos por parte de ninguna de las dos partes; iii) el desempeño de Mirgor se destacó siempre por sus altos standards de calidad reconocidos no solo por Samsung sino por terceros".

183. No quedan dudas de que una trayectoria con las características descritas anteriormente se construye en parte, gracias a haber contado con un contrato de fabricación otorgado por una marca internacional de renombre, lo que también explica la sólida relación contractual que las partes reconocen que mantenían con Samsung desde 2014, cumpliendo estándares de calidad, tiempos de entrega, eficiencia operativa y performance en general. Ello también explica que tanto LG y Samsung hayan aceptado a MIRGOR como nuevo fabricante en BRIGHTSTAR y no dar por terminado el contrato respectivo.

184. Resulta oportuno agregar el hecho de que, como manifestaron las partes, si bien para fabricar productos bajo la marca Samsung, la firma internacional no concede licencias en exclusividad, sí otorga sus licencias a empresas que considera resguardarán la calidad de sus productos.

185. De esta manera, esta CNDC entiende que contar con el permiso para producir celulares dentro del régimen es condición necesaria pero no suficiente para obtener un contrato de producción a escala para una marca internacional de renombre. Así, para que el ingreso de cualquier entrante sea probable, y de esta manera, sea considerado un competidor potencial, debe contar con el expertise técnico y comercial, el know how requerido, solvencia económica, entre otros, avalado por una sólida relación

contractual previa. Caso contrario, la cantidad de competidores potenciales inmediatos del mercado resulta limitado.

186. En cuanto al argumento de las partes acerca de que esta CNDC omitió considerar a los competidores potenciales mediatos, definidos por las partes como aquellos que podrían acceder al mercado en caso de extinguirse el Régimen de Promoción fueguino, cabe contestar que dicha argumentación ha quedado sin efecto a partir de la entrada en vigencia del Decreto N.º 727/2021.

VI. 3. Existencia de barreras de entrada

187. Un aspecto que es analizado como una barrera a la entrada se asocia al Régimen de Promoción industrial y a los cupos de producción que otorga. Según las notificantes, dichos cupos son fácilmente ampliables, citando como prueba de ello a las sucesivas ampliaciones otorgadas a BFSA. De todas maneras, cabe advertir que los cupos a los que se refiere están asociados directamente a empresas que ya se encuentran produciendo teléfonos celulares y que ello no implica una diversificación de la oferta.

188. Si bien puede señalarse que también debería considerarse la posibilidad de acceder a cupos de fabricación mediante el mecanismo de reconversión, esta CNDC ya expuso oportunamente que la evidencia recogida en torno a las solicitudes presentadas para acogerse a los beneficios promocionales para la fabricación de equipos celulares, mediante el procedimiento de sustitución de producto establecido en el Decreto N.º 479/1995, muestra que la reconversión no sería del todo atractiva, a partir de que en los últimos cinco años se solicitó solo una vez, conforme lo informado por la SECRETARIA DE INDUSTRIA, ECONOMIA DEL CONOCIMIENTO Y GESTION COMERCIAL EXTERNA. Esto torna poco probable la entrada, por lo cual no sería pertinente considerarlos como competidores potenciales.

189. Por último, la extensión del Régimen de Promoción fueguino limitó la autorización de nuevos proyectos y/o la readecuación de los existentes a bienes que no se fabriquen actualmente en Tierra del Fuego y que no afecten la producción realizada en el territorio nacional continental. De esta manera queda cerrada la posibilidad de ingreso de nuevos actores en la producción de celulares en la isla de Tierra del Fuego.

190. Adicionalmente al Régimen de Promoción, desde el punto de vista productivo, esta Comisión Nacional había señalado que se necesitaba una gran inversión para montar una fábrica con la capacidad de producir teléfonos celulares. Según la información provista por las partes, la producción de celulares implicaba la inversión en equipamiento específico y genérico, en virtud de que cada modelo distinto que se fabrica requiere una inversión específica.

191. Indicaron que, en general, el equipamiento específico que les vende Samsung a los fabricantes sirve para un solo modelo de teléfono celular de la marca y una familia de celulares, entendiéndose como familia a un modelo con distinta capacidad de memoria. Por otro lado, si bien es posible fabricar varios modelos en cada línea de producción, ello se define dependiendo de la compatibilidad en cuanto a la fabricación de cada modelo y de las funciones que tenga cada uno, de manera que la inversión requerida en equipamiento específico puede alcanzar montos considerables, teniendo en cuenta que, según señalaron las partes, el costo de las instalaciones de producción de un modelo específico puede alcanzar los 150.000 dólares.

192. Al mismo tiempo, es preciso tener en cuenta que no todos los modelos de Samsung son fabricados por todas las empresas que se encuentren produciendo teléfonos de la marca, y que es precisamente la marca la que decide, en base a su estrategia, a qué fabricante le asigna cada modelo, en función de los volúmenes requeridos, la capacidad de fabricación, los costos de fabricación, entre otros factores, según lo señalado por las partes.

193. A su vez, cabe agregar que para cada modelo es necesario obtener la autorización de la autoridad correspondiente, en este caso la CAAE, que también es la encargada de renovar dichas autorizaciones, que son otorgadas por un tiempo determinado.

194. Por otra parte, corresponde indicar que también son necesarias diversas inversiones en el caso en que se quiera reconvertir una empresa y comenzar a fabricar teléfonos celulares. Tal como manifestaron las propias empresas notificantes, no es posible fabricar otros productos electrónicos sin hacer alguna modificación a la línea de producción, y que las inversiones para adaptar

una línea de producción en la que se fabricaba otros productos electrónicos son muy variables (como, por ejemplo, tablets, notebooks) y dependen no solo del tipo de producto, sino de los procesos aprobados por la ley para cada uno, del nivel de integración con el que se fabrique, de los requisitos de calidad de cada marca, entre otros. En términos monetarios, las partes estimaron que la inversión necesaria podría llegar a ascender a los 700.000 dólares, insumiendo un período cercano a los 4 meses para la realización de las inversiones para comenzar a fabricar estos productos.

195. En el mismo sentido, el Gerente General de SOLNIK S.A. dijo en audiencia testimonial sobre la inversión en equipamiento y tiempo requerido para comenzar a fabricar celulares que “es extremadamente variable, desde mínimo herramental específico para fabricar un modelo puntual hasta muchos millones de dólares para ampliar la fábrica y equipamiento. Depende de múltiples factores”; añadiendo que “...Lleva mucho tiempo, no menos de 6 meses”. Además, indicó que “Cada modelo requiere una inversión específica que queda obsoleta con cada modelo. La inversión total se divide en inversión general y específica. Las líneas de producción son similares, pero cada modelo requiere un equipamiento específico.”

VI.4. Capacidad de los fabricantes de celulares para incidir en el precio de venta mayorista y minorista, y el rol de las marcas

196. De acuerdo con el análisis efectuado por esta CNDC en oportunidad de la emisión del Informe de Objeción, el modelo de producción y comercialización de teléfonos celulares en Tierra del Fuego, bajo el Régimen de Promoción descripto, conlleva el establecimiento de acuerdos de producción y comercialización con marcas de relevancia a nivel internacional. A través de la firma de dichos contratos de producción y comercialización local, las empresas locales se garantizan el abastecimiento de los kits o componentes provistos por las propias marcas.

197. Paralelamente, es importante reiterar que, del otro lado, los fabricantes tienen dos tipos de clientes con características diferenciadas: los carriers (compañías de telefonía internacionales, como Telefónica, Telecom, Claro), y los retailers- resellers (Frávega, Garbarino, Cetrogar, entre otros), y que para todos ellos, según informaron las partes, el precio se conforma a partir de: (i) el valor del kit de los componentes (provisto por las marcas al que se le agregan los componentes de origen nacional, en ambos casos incluyendo transporte a Tierra del Fuego) más (ii) los costos de fabricación, (iii) los impuestos, (iv) el margen del fabricante y (v) el transporte desde la fábrica. Luego, son los carriers y los retailers-resellers los que terminan comercializando a través del canal minorista los teléfonos celulares a los consumidores finales.

198. Teniendo en cuenta la diversidad de actores intervinientes, esta CNDC había expresado su particular interés para determinar con exactitud cómo se determinaban las condiciones de producción y comercialización mayorista/minorista de los teléfonos marca Samsung, y definir así la injerencia de las empresas fabricantes en la fijación de los precios de los teléfonos celulares.

199. Con respecto a la fijación del precio de venta mayorista en el mercado local, las partes indicaron que el precio de los teléfonos celulares toma en cuenta el valor de los kits, ya determinados por las marcas proveedoras de estos, los costos de producción y comercialización locales, determinados estos últimos con participación de las productoras locales, los impuestos y los márgenes de rentabilidad habituales de mercado, pero que va a depender del canal de comercialización en cuestión cómo se termine definiendo.

200. Del acuerdo de fabricación de productos celebrados entre BFSA y Samsung al que ha tenido acceso esta CNDC, se desprende que BFSA es quien determinará el precio en el que los productos serán vendidos a los clientes (el “Precio de la Factura”) a su propia discreción durante la vigencia de dicho acuerdo. En este sentido, y en virtud de que BFSA únicamente comercializa teléfonos celulares de la marca Samsung a los carriers, lo expresado en el contrato se encuentra en directa contradicción con lo señalado por las partes y por las propias carriers. En efecto, a lo largo del expediente las partes han afirmado que los precios de comercialización mayorista se fijan libremente. Las partes manifestaron que los precios de producción estarían disciplinados por la eventual posibilidad de que la marca cambie de fabricante ante un incremento en los costos de producción (incluido el margen de ganancia) que le genere un incremento en el precio final del producto por encima de un precio competitivo.

201. Por su parte, las empresas de telefonía móvil citadas en audiencia testimonial en el marco del presente expediente

manifestaron que la negociación es realizada esencialmente con las marcas. Estas suelen inclusive hacerse a nivel regional (por ejemplo, a nivel de los distintos países de América del Sur), con ciertas particularidades propias para cada uno de los países de la región. De los requerimientos de información efectuados a las empresas de telefonía celular, surge que, efectivamente, el precio de compra lo negociarían con la marca internacional, quien emite luego las órdenes de compra, para ser abastecido por el fabricante local.

202. De esta manera, para que la afirmación de las partes y las declaraciones testimoniales resulten ciertas y no contradictorias, se desprende que las marcas negocian directamente con los carriers considerando el precio de fabricación provisto por las partes. Esto resulta coincidente con las afirmaciones realizadas por las partes en referencia a la determinación de los precios mayoristas: “La negociación con las empresas que brindan el servicio de telefonía celular (Telefónica, Telecom, Claro) la realizan esencialmente las marcas. Las mismas suelen inclusive hacerse a nivel regional (por ejemplo, a nivel de los distintos países de América del Sur), con ciertas particularidades propias para cada uno de los países de la región. El precio negociado toma en cuenta primordialmente el valor de los ‘kits’ determinado unilateralmente por las marcas, y, entre otras cosas, los costos de producción y comercialización locales determinados estos últimos con participación de las productoras locales, los impuestos y los márgenes de rentabilidad habituales del mercado”.

203. Por otro lado, cabe señalar que se observa en el expediente una disparidad en los precios mayoristas que reciben los carriers y el segmento retailers, en detrimento de estos últimos. Esta disparidad podría explicarse por la capacidad de negociación que tienen los carriers, las cuales les permite negociar directamente con las marcas y a nivel regional.

204. En este sentido, las partes afirmaron que “por su parte, el precio en el mercado mayorista que corresponde a otros revendedores distintos de las empresas telefónicas (por ejemplo, cadenas de venta de electrodomésticos, cadenas de supermercados, comercios especializados) se toma como base no únicamente los costos de los kits, producción y comercialización, sino también los precios sugeridos de venta al público determinados por las marcas. Sobre dichos precios suelen calcularse los márgenes de ganancia de los revendedores, que resultan ser variables teniendo en cuenta los volúmenes, plazos de pago, la moneda pactada, y el desempeño de los revendedores”.

205. De lo previamente indicado se desprenden dos conclusiones: (a) que las partes contarían con una mayor flexibilidad para fijar los precios de venta mayorista en el canal retail; y (b) que el precio mayorista establecido por MIRGOR toma en consideración los precios minoristas sugeridos por Samsung.

206. Finalmente, y retomando los argumentos vertidos por las partes en referencia a su incapacidad para fijar unilateralmente los precios, explicada por la sustitución de fabricantes que realizan las marcas y por la sustitución de equipos que se verificaría de incrementarse sus costos, corresponde señalar que: (a) la sustitución en la oferta de fabricación no resulta eficiente por los motivos ya esgrimidos previamente por esta CNDC; y (b) la sustitución por el lado de la demanda de equipos esta limitada por la existencia de una sola competidora (en lo que refiere a volumen y calidad) a nivel nacional.

207. En cuanto a la fijación de los precios minoristas, las partes sostuvieron que “surge esencialmente de las decisiones de las marcas, a través de los ya mencionados precios de referencia”, los cuales podrían ser respetados o no por los carriers y retailers.

208. Por otra parte, las partes indicaron que “en la fijación de dichos precios, los fabricantes locales (por ejemplo, Mirgor y Brightstar) pueden tener alguna incidencia relacionada con su mayor conocimiento acerca de los costos locales que inciden en el valor de los productos. La decisión final sobre tales precios de referencia, sin embargo, es tomada por las Marcas, quienes son usualmente las que tienen más información respecto de la demanda de sus productos, el posicionamiento de estos, y la política de promoción y publicidad de los mismos”.

209. Es importante destacar que, si bien BFSa no comercializaba teléfonos en el segmento retail, la operación implica un reforzamiento de la relación vertical para el grupo MIRGOR a partir del control de GMRA, empresa dedicada a la comercialización de productos Samsung bajo dicha marca y en base a una serie de contratos comerciales celebrados entre las partes, las cuales serán mencionados en el apartado siguiente.

VI. 5. El mercado de distribución minorista de equipos de telefonía móvil y la integración vertical de MIRGOR con su red de comercialización minorista

210. A partir de nueva información presentada por las partes, esta CNDC puede realizar un análisis más preciso del mercado de distribución minorista de equipos de telefonía móvil y la integración vertical de MIRGOR con su red de comercialización.

211. Como se mencionó previamente, la distribución minorista de equipos de telefonía móvil se realiza a través de carriers o retailers. La participación de las ventas por canal para MIRGOR ha cambiado en los últimos años, mientras entre 2017 y 2019 los carriers lideraban las compras tanto en valor como en cantidad, en 2020 y 2021 se revirtió y los retailers alcanzaron el 58% de las cantidades y 63% del valor de las ventas de MIRGOR.

212. Como fuera mencionado en el Informe de Objeción, la operación trae aparejada un reforzamiento de la relación vertical preexistente, explicada por la existencia de la empresa GMRA, propiedad de MIRGOR, que distribuye telefonos de la marca Samsung en locales identificados con dicha marca.

213. En efecto, tal como informaron las notificantes, a partir de 2018, GMRA comenzó a vender de manera directa al consumidor final, inicialmente a través de la implementación de locales comerciales “Samsung Stores” (que actualmente ascienden a 58 tiendas físicas ubicadas en todo el país) y luego, en 2019, con la comercialización de productos marca Samsung a través de portales de venta online tales como Samsung.com y samshop.com. A ello hay que agregar que a partir del año 2020 MIRGOR lanzó su propia marca de retail a través de Diggit.com y su primera tienda física, DiggitStore, ubicada en la provincia de Buenos Aires, de la mano de GMRA, en donde se comercializan productos Samsung como así también de otras marcas.

214. Las Tablas Nros 7 y 8, muestran que desde su desembarco en 2018, GMRA viene ganando participación en el segmento retail. Se evidencia un pico en su representatividad dentro del segmento en 2020 asociado a una mayor tendencia a las ventas on line producto de las condiciones impuestas por la pandemia. Si consideramos 2021, identificamos que GMRA representa el 16% de las ventas en valor y el 10% de la cantidad destinadas al segmento retail.

215. El mayor incremento de la representatividad del valor vendido con relación al incremento del volúmen se explica por una tendencia de GMRA a posicionarse en el mercado con los celulares de alta gama. En efecto, mientras en 2018 GMRA representaba el 9% de las ventas de celulares gama alta, para 2021 alcanzó el 46%.

Tabla N.º 7| Ventas en facturación de celulares de MIRGOR, participación por segmento de venta.
Años 2017 a 2021

Segmentos de venta	2017	2018	2019	2020	2021*
Carriers	56%	60%	53%	36%	37%
Retailers	44%	40%	47%	64%	63%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

GMRA/Total MIRGOR	0%	4%	5%	14%	10%
GMRA/ Retailers	0%	11%	11%	22%	16%

*Enero a octubre.

Fuente: CNDC sobre la base de información aportada por las partes en el presente expediente.

Tabla N.º 8 | Ventas en volúmen de celulares de MIRGOR, participación por segmento de venta.
Años 2017 a 2021

Segmentos de venta	2017	2018	2019	2020	2021*
Carriers	59%	59%	54%	41%	43%
Retailers	41%	41%	46%	59%	57%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
GMRA/Total MIRGOR	0%	3%	3%	10%	6%
GMRA/ Retailers	0%	7%	6%	17%	10%

*Enero a octubre.

Fuente: CNDC sobre la base de información aportada por las partes en el presente expediente.

216. Esta integración vertical da lugar a que MIRGOR articule mecanismos para favorecer la rentabilidad y el afianzamiento de GMRA como retailer. En este sentido, puede observarse en la Tabla N.º 9 que a continuación se presenta como los precios cobrados a GMRA han disminuido en relación con aquellos cobrados a los retailers, pasando de ser en un principio un 4% más caros que los de la competencia, a ubicarse un 5% por debajo del cobrado al resto de los retailers.

Tabla N.º 9 | Comparación de precios cobrados por MIRGOR entre segmentos de ventas.

AÑO	GMRA/ Retail (financ. 60 días)	GMRA/ Retail contado)	GMRA / Carrier (contado)
2018	104,0	104,7	97,0
2019	99,1	99,7	100,5
2020	98,2	98,8	99,4
2021	95,3	96,0	99,3

Fuente: CNDC sobre la base de información aportada por las partes en el presente expediente.

217. Es importante indicar que esta caída de precios relativos no tiene un correlato directo con un descuento por cantidad producto de un aumento de compras de teléfonos celulares por parte de GMRA. En efecto, si bien se puede apreciar en la Tabla N.º 8 que entre 2017 y 2020 se incrementan las compras de GMRA, durante 2021 se observa una fuerte caída en términos nominales y relativos de sus compras. Sin embargo, el precio relativo de GMRA habría experimentado una disminución en relación con aquello cobrado el año anterior.

218. En cuanto al financiamiento que MIRGOR ofrece a los retailers para pago a 60 días, de la información aportada por las partes, surge que la tasa efectiva bimestral aplicada a GMRA se ubica en un 8%, mientras que para el mismo período esta tasa asciende al 8,7% en el caso del resto de los retailers.

219. Adicionalmente, vale destacar que esta relación vertical se refuerza con una serie de contratos celebrados oportunamente por GMRA S.A. y Samsung con el objeto de regular diversos aspectos comerciales. En efecto, tal como informaron las partes, existen dos contratos que fueron firmados para configurar la utilización, de forma no exclusiva, de ciertas páginas web/plataformas, como Shop.Samsung.com y Samshop.com, para la comercialización de productos de la marca Samsung. Al mismo tiempo, existe un contrato que define la instalación de locales físicos con la identidad visual Samsung Store, también para la venta de productos de la marca Samsung como así también para brindar servicios post venta. A los tres contratos aludidos, se suma un cuarto, celebrado con el propósito de alcanzar una cooperación de marketing para el desarrollo de actividades promocionales y publicitarias relacionadas con productos marca Samsung. Por último, cabe agregar que también existe un contrato que GMRA ha firmado con Samsung, con la finalidad de prestar servicios técnicos de reparación en garantía y fuera de garantía para productos de la marca.

220. Todos estos contratos contribuyen a afianzar la relación comercial entre Samsung y MIRGOR, que incluye el ámbito de la fabricación y se extiende, a través de GMRA, al canal minorista de comercialización a partir de una asociación directa con la marca internacional, utilizando la marca propiamente dicha para llegar al consumidor final.

221. A partir de la información presentada por las partes, se deduce que la participación de GMRA en la venta de equipos móviles en general y de SAMSUNG en particular, si bien no resulta preocupante en la actualidad, ha evidenciado un crecimiento

sustancial desde su reciente irrupción en el mercado de comercialización de teléfonos móviles.

222. Finalmente despierta preocupación la modalidad de fijación de precios mencionada por las partes en el segmento minorista. En efecto, las partes mencionan que los precios son fijados libremente y que, adicionalmente, existe una sugerencia de precios realizada por Samsung.

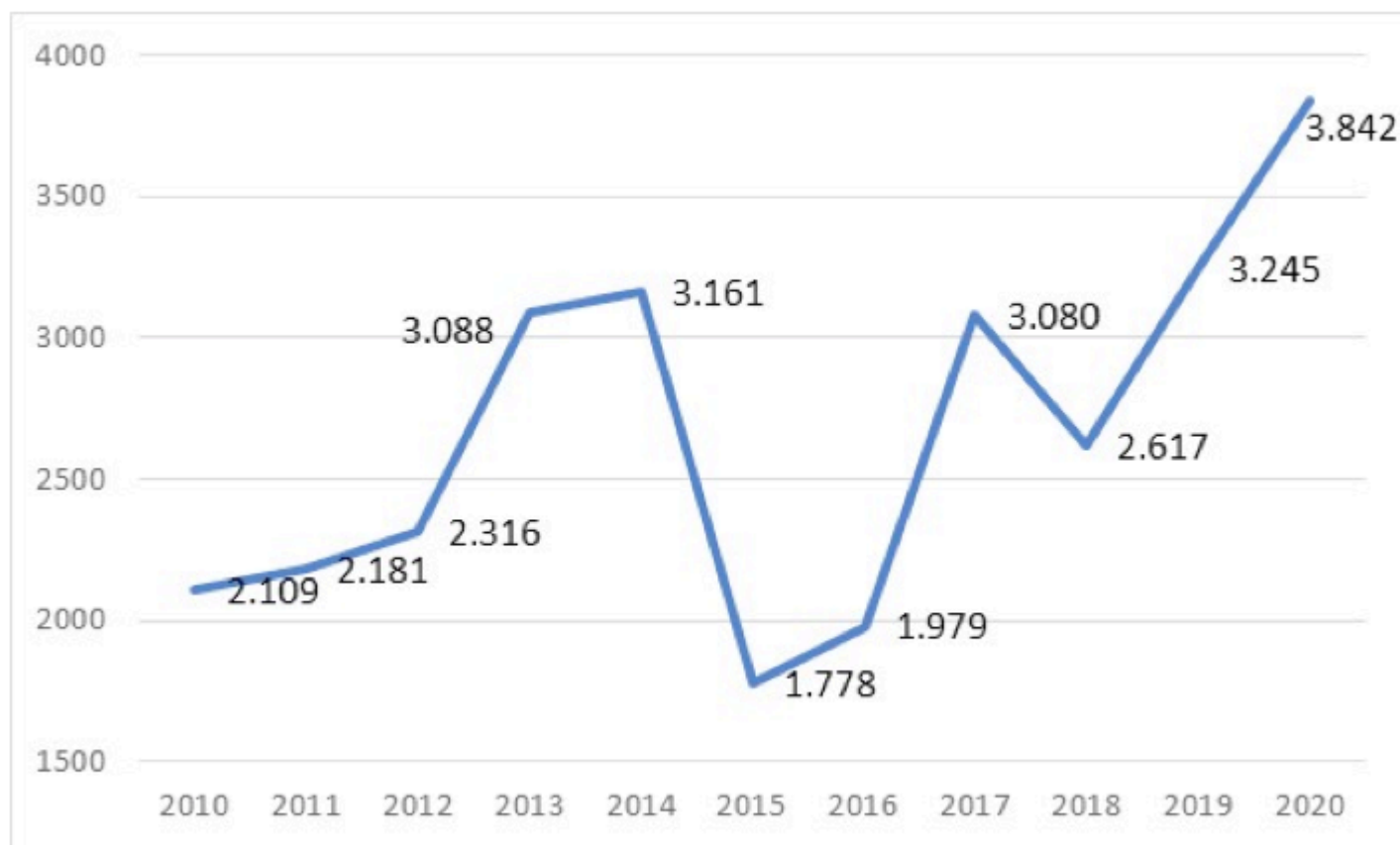
223. A su vez las partes han mencionado que el precio mayorista en el segmento retail se construye deduciendo del precio sugerido los márgenes del segmento de comercialización minorista y los costos de transporte entre ambas agentes de la cadena.

224. Es importante poner de resalto, tal y como fuera analizado previamente, que la relación entre Samsung y MIRGOR trasciende el vínculo de marca-fabricante e implica una serie de contratos de comercialización y representación de la marca en el ámbito minorista. De esta manera no es posible descartar la injerencia de MIRGOR en la determinación del precio minorista, ya sea por: (a) su incidencia en el costo a partir del precio mayorista; y (b) su participación en la cadena de comercialización a partir de su participación en GMRA y sus vínculos comerciales/contractuales con Samsung.

225. Por otra parte, no se observa la existencia de una gran cantidad de sustitutos efectivos a los teléfonos vendidos por Samsung en la Argentina, siendo Motorola el único competidor vigoroso existente actualmente¹⁵. Considerando el promedio de market share de las marcas vendidas en Argentina entre 2017 y 2020 se observa que Samsung representa el 52,5% del total, Motorola el 25,3% y el resto a 16 marcas con menos del 8% de mercado.

226. Una manera de observar la baja sustitución que existe en la actualidad desde la perspectiva de la demanda es realizar un cálculo del HHI de marcas. Así, en el Gráfico N.º 1 se muestra la evolución del nivel de concentración de las marcas comercializadas que sirve como indicador del bajo nivel de sustitución de demanda existente en la Argentina en el mercado de teléfonos móviles.

Gráfico N.º 1 | Índice de Herfindahl-Hirschman (HHI) de marcas de celulares.



Fuente: CNDC sobre la base de información aportada por las partes en el presente expediente.

227. Existiendo una baja diversidad de sustitutos y un mercado cerrado a la importación, producto del régimen de promoción y protección, se puede concluir que no existen fuerzas competitivas suficientes para disciplinar los precios finales de los equipos de telefonos móviles comercializados en la Argentina

228. Por otra parte, es importante señalar que esta situación es afectada parcialmente por el efecto de la operación analizada en el presente expediente, al generar una mayor concentración a nivel horizontal y vertical de la producción y comercialización de equipos Samsung en Argentina, pero no se explica exclusivamente por esta.

229. Por el contrario, resulta evidente afirmar que mayores niveles de competencia entre marcas en el segmento final limitaría la capacidad de fijar unilateralmente los precios por parte de Samsung y MIRGOR.

VI.6. Las dificultades financieras de la empresa como posible atenuante del análisis de la presente operación

230. Las partes invocaron la procedencia de la excepción de empresa en decadencia durante la instrucción de la presente operación en sus presentaciones del formulario F2, en su respuesta al Informe de Objeción y en el Informe Económico acompañado, alegando que se cumpliría con los requisitos previstos por los «Lineamientos para el Control de Concentraciones Económicas» de esta CNDC y considerando que el escenario alternativo necesariamente conlleva que el agente económico objeto de la operación abandonará el mercado, junto con los activos de la empresa.

231. Conforme los «Lineamientos para el Control de Concentraciones Económicas» de esta CNDC¹⁶, se denomina “empresa en decadencia” (failing firm) a aquella firma que, en virtud de su deterioro financiero y patrimonial, es sumamente probable que abandone los mercados en los cuales está actualmente operando. Una manera de llevar a cabo la salida de tales mercados es a través de una operación de concentración económica de tipo horizontal, por la cual la empresa en cuestión pasa a ser adquirida por un competidor.

232. Los citados lineamientos establecen que a fin de determinar la procedencia de esta excepción, se deberá analizar principalmente los siguientes elementos: (i) si las dificultades experimentadas por la firma en decadencia resultarán en una inminente salida del mercado, que implique también la desaparición de sus activos tangibles e intangibles; (ii) si existen otros potenciales compradores que generarían efectos menos perjudiciales para la competencia; (iii) si la salida de la firma del mercado generará mayores dificultades que su adquisición por parte de un competidor.

233. En esa línea, la referida excepción puede configurarse si las partes de una operación acreditan tres requisitos, los que son consistentes con aquellos que se encuentran asentados en la jurisprudencia comparada y con los lineamientos que las agencias de competencia extranjeras proveen de forma consistente¹⁷.

234. En este sentido, las partes notificantes de una operación de concentración pueden invocar la excepción de empresa en decadencia, estando a su cargo acreditar los requisitos previstos para su configuración. El hecho de que un agente económico sea calificado como empresa en decadencia afecta el análisis de riesgos de la operación que a tal fin haya efectuado la CNDC. Al respecto, cabe mencionar que esta CNDC, si bien todavía no cuenta con casos en los que haya aceptado el argumento de la empresa en decadencia¹⁸, sí ha analizado dicha figura en varios antecedentes ^{19 / 20}.

235. En virtud de lo argumentado por las partes y los requisitos establecidos por los Lineamientos de concentraciones, si bien podría haber prueba acerca de que las firmas BASA y BFSA presentaban profundas dificultades financieras, y que la preservación de los factores de producción generan efectos positivos sobre el Interés Económico General, no se acreditó que no existiera un comprador preferible desde el punto de vista competitivo. Además, las partes tampoco han probado que la salida de la empresa fuese más dañina que la compra por parte de MIRGOR.

236. En línea con lo reseñado en el párrafo anterior, resulta necesario remarcar que si bien la firma SOLNIK S.A. ha sido mencionada por la parte notificante como una de las empresas que fueron sondeadas para adquirir BRIGHTSTAR, el Gerente General de SOLNIK S.A. afirmó en audiencia testimonial que no le constaba que hubiesen existido tratativas para implementar la compra de los activos de BRIGHTSTAR.

237. Asimismo, y si bien la parte notificante acompañó posteriormente una declaración del entonces Gerente General de BRIGHTSTAR en la que afirma que se establecieron negociaciones con al menos tres grupos empresarios para explorar el interés de estos en una hipotética compra de los activos de BRIGHTSTAR, lo cierto es que no se identifican a dichos grupos ni se profundizó sobre las razones que provocaron que fracasaran esas supuestas negociaciones.

238. Por lo tanto, y en virtud de lo expuesto, si bien existen elementos ponderables, estos no son concluyentes de la excepción de “empresa en decadencia” presentado por las partes como defensa para convalidar los posibles efectos contrarios a la competencia de la presente operación de concentración.

239. No obstante lo anterior y sin perjuicio de que la acreditación de tal extremo corresponde a quien pretende invocarlo, resulta pertinente indicar que tanto a partir de la publicación del Informe de Objeción como en la oportunidad en la cual las distintas empresas han realizado presentaciones formales a lo largo del expediente (RADIO VICTORIA FUEGUINA S.A., NEWSAN S.A., SOLNIK S.A., entre otras), como en conversaciones mantenidas con los distintos actores del mercado a raíz de la publicación del informe de objeción, no han llegado a conocimiento de esta CNDC ni objeciones al progreso de esa operación ni la existencia de ofrecimientos concretos para hacerse cargo de la empresa objeto.

240. Finalmente, esta CNDC pondera como un atenuante que la operación bajo análisis se desarrolló en un contexto económico y social atravesado por el COVID 19 y que la posible salida del mercado BASA y BFSA hubiera ocasionado la pérdida de

alrededor de 500 puestos de trabajo, efecto indeseable per se y más aún en el contexto de debilidad que impuso la pandemia. Sumado a ello, la posible pérdida del capital humano y productivo acumulado en esta empresa resultaría contradictorio al interés del Estado Nacional que a través de las normas vigentes establecen un Régimen de Promoción con el objeto de fomentar la producción y el empleo provincial por razones sociodemográficas.

VII. AUDIENCIA ESPECIAL DEL ARTÍCULO 14 DE LA LEY 27.442

241. Con fecha 29 de noviembre de 2021, la empresa MIRGOR fue convocada para la celebración de la audiencia especial prevista en el artículo 14, segundo párrafo, de la Ley N.º 27.442., la que fue celebrada el día 2 de diciembre de 2021.

242. Durante el curso de dicha audiencia, el representante de MIRGOR manifestó la necesidad de una resolución expeditiva por parte de la Autoridad de Aplicación a los fines de implementar la operación notificada preservando las fuentes de trabajo. En efecto, el letrado patrocinante de MIRGOR advirtió enfáticamente que “hemos pedido la resolución urgente para darle certeza a esos trabajadores”.

243. Asimismo, y si bien el representante de MIRGOR ratificó la disposición del grupo empresarial de asumir los compromisos ofrecidos en su escrito de fecha 29 de noviembre de 2021 —los cuales se analizarán a continuación—, advirtió expresamente que estos quedarían “condicionados” a la autorización de la operación notificada por parte de la Autoridad de Aplicación en los términos del artículo 14, inc. (a), de la Ley N.º 27.442.

VIII. MIRGOR PRESENTA POSIBLES MEDIDAS QUE MITIGUEN LOS EFECTOS SOBRE LA COMPETENCIA

244. Con fecha 25 de octubre de 2021, la parte notificante presentó un escrito titulado «FORMULA COMPROMISO», mediante el cual MIRGOR ofreció implementar un conjunto de medidas dirigidas a despejar las preocupaciones planteadas por esta CNDC en su Informe de Objeción, pero remarcando que “...la formulación del presente compromiso bajo ningún concepto puede ser interpretada como un reconocimiento de que la operación plantea algún problema de defensa de la competencia. Su intención se limita a asegurar que MIRGOR no se aprovechará de su integración vertical para obtener ventajas competitivas en el mercado de distribución minorista de los teléfonos que fabrica.”.

245. Con fecha 29 de noviembre de 2021, la parte notificante presentó un escrito titulado «AMPLIAN Y CONCRETAN COMPROMISO», mediante el cual MIRGOR adicionó nuevas medidas con el objetivo de despejar las preocupaciones planteadas por esta CNDC en su Informe de Objeción. También en este escrito MIRGOR realiza las mismas salvedades mencionadas anteriormente.

246. En su escrito del 29 de noviembre de 2021, la parte notificante ofreció a esta CNDC, los compromisos que se transcriben a continuación:

247. “1. “IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. se comprometen a continuar vendiendo a los Carriers (teléfonicas) y Retailers (distribuidores minoristas) los teléfonos móviles que fabrican en condiciones no discriminatorias de mercado con relación al precio y demás condiciones comerciales con que les venden los teléfonos a la comercializadora minorista GMRA S.A. o a cualquier otra que pueda sustituirla y que opere bajo el control, directo o indirecto, de MIRGOR S.A.”.

248. 2. “IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. se comprometen a no sujetar ni condicionar la venta de los teléfonos móviles y/o de sus accesorios que fabrican y/o comercializan a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas y/o por MIRGOR S.A.”

249. 3. “IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. se comprometen a no negarse injustificadamente a satisfacer pedidos concretos de compra de los teléfonos móviles que fabrican siempre y cuando los pedidos sean efectuados por compradores mayoristas, se realicen en condiciones vigentes y equitativas de mercado y cuenten con stock suficiente para satisfacerlos”.

250. En relación con lo anterior, MIRGOR señala que la propuesta, en caso de ser aceptada, “... entrará en vigor una vez que la

operación notificada sea autorizada por la Autoridad de Aplicación de la Ley 27.442, o la que la pudiera suceder, en los términos del Art. 14 inciso a) de la Ley 27.442 y tendrá un plazo de tres (3) años computado desde que el mismo sea autorizado por la Autoridad de Aplicación de la Ley 27.442 y será asumido por MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. y suscripto por IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. que son las sociedades que fabrican y venden los teléfonos tanto a carriers y retailers en el caso de la primera y a retailers en el caso de la segunda”.

251. Estas medidas fueron complementadas con un «Compromiso de Información y Publicidad», mediante el cual las partes “... se comprometen a informar en forma fehaciente a los carriers y retailers del compromiso asumido ante esa CNDC dentro de los 30 días siguientes a que el mismo sea aprobado y que la operación sea autorizada por la Autoridad de Aplicación de la Ley 27.442 en los términos del Art. 14 inciso a) de la Ley 27.442. Asimismo, en el mismo plazo, MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. se compromete a publicar el compromiso en el Boletín Oficial y en un diario de circulación nacional durante tres días corridos”.

252. A continuación, se analizará la idoneidad de las medidas propuestas en los escritos mencionados.

IX. ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS OFRECIDAS PARA MITIGAR LOS PROBLEMAS DE COMPETENCIA QUE LA OPERACIÓN GENERA

253. Previo a examinar la propuesta de compromiso, debe quedar claro que las medidas dirigidas a mitigar los problemas de competencia que la operación ocasiona, en caso de ser aceptadas, deberían ser asumidas por MIRGOR y alcanzar a todas las entidades jurídicas sobre las cuales esta tenga el control y/o una influencia sustancial durante el lapso temporal que duren las obligaciones en cuestión

254. Como se adelantó anteriormente, las partes ofrecieron con fecha 25 de octubre y 29 de noviembre de 2021, sendos compromisos que tienen por objeto implementar un conjunto de medidas dirigidas a despejar las preocupaciones planteadas por esta CNDC con respecto al reforzamiento de la integración vertical.

255. Las medidas ofrecidas por las partes pueden resumirse en cuatro puntos: (a) no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre GMRA y el resto de los actores del mercado; (b) no realización de ventas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios comercializados por las partes a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas; (c) no negativa de venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares; y (d) obligación de publicidad del compromiso asumido.

256. Antes de continuar con el análisis del compromiso, es preciso adelantar que este no contempla medidas que mitiguen los posibles abusos unilaterales de posición dominante que puedan surgir en la comercialización mayorista de teléfonos celulares, así como tampoco resuelven los incentivos a coordinar que se advierten en el Informe de Objeción.

257. La primera cláusula del compromiso bajo análisis, contempla la no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre GMRA y el resto de los actores del mercado. Como se expuso anteriormente, del análisis de los datos de precios suministrados a esta CNDC por las partes, GMRA habría sido beneficiado con un tratamiento en materia de precios y tasas para la financiación de sus compras que podrían haberla colocado en una situación más favorecida que el resto de sus competidores en el canal retail. En este sentido, esta CNDC advierte que esta cláusula podría ser beneficiosa para la competencia en las circunstancias en que se desarrolla el presente análisis resolviendo en parte los problemas que la operación causa.

258. En cuanto a la segunda cláusula del compromiso, como ya se desarrolló anteriormente, también sería favorable para la competencia que en vista de la concentración que se aprecia en el eslabón aguas arriba (fabricación y comercialización mayorista de teléfonos celulares), MIRGOR se comprometa a no realizar ventas atadas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios, subordinadas a la adquisición de otros productos diferentes, fabricados o comercializados por ellas, con el propósito de independizar las operaciones comerciales. De vuelta, se advierte que el ofrecimiento en este punto viene a matizar parcialmente las preocupaciones que fueron señaladas a lo largo de este Dictamen.

259. Esto tiene especial relevancia al considerar que es en el canal de retail donde los principales competidores de GMRA

desarrollan un modelo de negocio similar, ofreciendo al público un abanico extenso de productos de línea blanca, electrodomésticos y electrónicos, donde la marca Samsung, en colaboración con MIRGOR, ofrecen distintos productos a los anteriormente mencionados, y donde podría ocurrir que la conducta genere un cierre anticompetitivo del mercado.

260. Continuando con el análisis, la cláusula que incluye la no negativa a la venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares es imprescindible para evitar cierres de mercado aguas abajo y cualquier tipo de direccionamiento de ventas de productos con mayor margen o rentabilidad hacia GMRA. Cabe mencionar que si bien, en principio, las empresas tienen derecho a elegir libremente con quién y en qué condiciones comercializar sus productos y, por tanto, es posible que se niegue a venderle cierto bien o servicio a un cliente en particular, no configurando esta circunstancia una práctica que se considere una infracción a la Ley N.º 27.442, cuando dicha negativa de venta es llevada a cabo por una empresa que tiene una participación importante en un mercado, esto puede implicar que el cliente que desea adquirir el bien o servicio en cuestión no tenga la opción de comprarle a otro proveedor, y que ello implique su exclusión del mercado o una reducción significativa de su capacidad para competir, lo que podría generar un perjuicio al interés económico general. En este sentido, la cláusula propuesta viene a resolver, al menos en forma parcial, ese problema que podría observarse producto de la operación que se notifica.

261. Por último, las partes ofrecen un compromiso de información y publicidad, que consiste en informar en forma fehaciente a los carriers y retailers el compromiso asumido ante esa CNDC dentro de los 30 días siguientes a que este sea aprobado y que la operación sea autorizada por la Autoridad de Aplicación, como así también a efectuar su publicación en el Boletín Oficial y en un diario de circulación nacional durante tres días corridos.

262. Esta CNDC estima que el compromiso de información y publicidad está en línea con las prácticas tendientes a garantizar la transparencia y acceso a la información a los clientes al momento de negociar y establecer sus acuerdos de compra con las partes, como así también la igualdad de trato, a la vez que se busca que los propios clientes sean los agentes de monitoreo del cumplimiento de las partes respecto del condicionamiento ordenado. De este modo, los costos asociados al monitoreo del cumplimiento del compromiso asumido se ven sustancialmente reducidos. Así las cosas, también se considera apropiado para remediar parcialmente los efectos indicados en este dictamen sobre la competencia que la operación notificada ocasiona.

263. Sin embargo, como se adelantó más arriba, una posible conducta de restricciones verticales quedaría sin ser contemplada por el compromiso propuesto por las partes. Ésta es el estrujamiento de márgenes que las partes pueden realizar, aumentando de manera unilateral el precio mayorista de los teléfonos, considerando que es Samsung quien fija el precio sugerido de venta al público en el mercado aguas abajo, con quien MIRGOR se encuentra estrechamente relacionado a través de la fabricación de teléfonos celulares de la marca. En efecto, esta práctica se observa cuando la empresa verticalmente integrada, dominante en el mercado “aguas arriba”, fija un precio en dicho mercado (precio mayorista) y un precio en el mercado “aguas abajo” (precio minorista) que impiden a un competidor igualmente eficiente mantenerse de manera rentable en el mercado “aguas abajo”.

264. De este modo, el compromiso propuesto no resulta suficiente para despejar cabalmente las preocupaciones en términos del reforzamiento de la integración vertical, por cuanto no contemplaría la totalidad de las conductas exclusorias que podrían configurarse ante este escenario.

265. Adicionalmente, se debe advertir que las cláusulas propuestas en el compromiso ofrecido también resultan insuficientes en relación con los sujetos activos que se obligan a efectuarlas. Es que según fuera ofrecido solo implican a IATEC y BFSa, por ser estas empresas quienes actualmente dentro del grupo de empresas que controla MIRGOR en la Argentina se dedican hoy a la fabricación y venta de los teléfonos tanto a carriers y retailers en el caso de la primera y a retailers en el caso de la segunda. Sin embargo, deja afuera a la posibilidad que en el futuro exista una reorganización del grupo donde dichas actividades se transfieran a otras empresas. De esta manera, sería conveniente que además de las empresas que se nombran como obligadas a los condicionamientos de conductas, se incluyan a todas aquellas del grupo MIRGOR que en el futuro, y mientras dure el plazo del condicionamiento, realicen las actividades descriptas.

266. En resumen, el compromiso ofrecido por las partes ayuda a mitigar ciertos aspectos negativos del reforzamiento de la relación vertical entre MIRGOR y GMRA, como ser la negativa a la venta, la no discriminación de precios y condiciones de

venta entre GMRA y el resto de sus competidores y el compromiso a no realizar ventas atadas. También la obligación a dar publicidad al compromiso puede ser considerada beneficiosa para reducir los costos de monitoreo.

267. Sin embargo, el compromiso es insuficiente por tanto no incluye una obligación a abstenerse de realizar prácticas que deriven en un estrujamiento de márgenes. Tampoco, incluye condiciones que morigeren los posibles abusos unilaterales de posición dominante que puedan surgir en la comercialización mayorista de teléfonos celulares, ni mitiga los efectos coordinados que podrían manifestarse a raíz de la operación analizada, además de resultar limitado —en el sentido antes descripto— en cuanto a los sujetos activos que se obligan a través de este.

268. Por lo tanto, no es posible aceptar el compromiso en los términos en que fue ofrecido, sin perjuicio de lo cual, se recomendará al Señor Secretario de Comercio la adopción de un condicionamiento de conductas como requisito para subordinar la aprobación de la operación notificada, el cual incorporará —en parte— los compromisos ofrecidos por la parte notificante de: (a) no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre GMRA S.A. y el resto de los actores del mercado; (b) no realización de ventas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios comercializados por las partes a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas; (c) no negativa de venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares; y (d) la obligación de publicidad del compromiso asumido.

X. CONDICIONAMIENTO RECOMENDADO POR CNDC

269. Como fuera expuesto, esta CNDC considera que el compromiso formulado por las partes resulta insuficiente para remediar cabalmente las preocupaciones manifestadas, en torno a ciertas restricciones verticales en la fabricación y comercialización de teléfonos celulares. Del mismo modo, tampoco permite eliminar las preocupaciones sobre un posible abuso unilateral de una posición sólida en el mercado de comercialización mayorista de teléfonos celulares, como tampoco permite descartar las preocupaciones concernientes a los efectos coordinados.

270. En este punto es importante resaltar que esta CNDC no considera que un condicionamiento estructural en relación con los activos de BFSA sea el remedio idóneo para la presente operación, dadas las características particulares que ella presenta. Las prácticas recomendadas en la materia de medidas remediales de operaciones de concentraciones requieren que el remedio sea viable y efectivo. La efectividad y viabilidad de la desinversión depende en buena medida de que los activos desinvertidos mantengan su capacidad de competir, por lo cual las medidas remediales más efectivas suelen ser la desinversión de una unidad de negocio permanente e independiente, con la infraestructura y recursos necesarios para que el negocio desinvertido compita efectivamente y a largo plazo. Dada la situación compleja en la que se encontraba la empresa objeto —que fue extensamente descrita por la notificante-, así como la pérdida del contrato internacional que lo ligaba a la fabricación de los teléfonos LG, esta CNDC no puede asegurar que un remedio estructural que involucre la venta de los activos de BFSA sea viable hoy en el largo plazo.

271. Es por ello que el condicionamiento consiste en una propuesta que integra remedios de carácter conductual y de monitoreo de las condiciones de mercado, los que resultan más adecuados y eficientes en base a las características particulares que se observan en autos.

272. Aclarado lo anterior, vale decir que las cuatro primeras medidas conductuales incluidas en el condicionamiento ordenado, son aquellas propuestas por las partes y que fueron analizadas en la sección precedente, esto es: (a) no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre GMRA y el resto de los actores del mercado; (b) no realización de ventas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios comercializados por las partes a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas; (c) no negativa de venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares; y (d) compromiso de información y publicidad.

273. Las medidas conductuales detalladas en el punto anterior, podrán ser sustituidas por una desinversión de todos los activos que componen la unidad de venta retail que incluya teléfonos celulares de las empresas controladas directa o indirectamente por MIRGOR (Samsung Store, Digit y GMRA). Esta CNDC considera que de esta forma también se eliminaría la problemática

vertical descripta anteriormente.

274. Las medidas precedentes serán complementadas con un monitoreo de precios mayoristas y minoristas, cuyo objetivo es mantener la presencia de precios competitivos. En particular, el monitoreo de precios mayorista de los teléfonos vendidos por MIRGOR tiene como finalidad disuadir y advertir aumentos injustificados de precios producto de un abuso unilateral de poder de mercado, mientras que el monitoreo de precios minorista de los teléfonos celulares vendidos por GMRA tiene por objeto, junto al monitoreo anterior, advertir si se configura un estrechamiento de márgenes aguas abajo. Asimismo, al disuadir un aumento de precios por parte de MIRGOR y GMRA se reducen incentivos de coordinación, desactivando un señalamiento vía precios. El plazo para cumplir con dichas medidas será de CINCO años desde la fecha en que se dicte la Resolución respectiva o un plazo menor hasta que la notificante acredite debidamente que hayan cambiado las condiciones de mercado.

275. En complementariedad con los condicionamientos propuestos, MIRGOR y sus empresas controladas deberán, durante el plazo de CINCO años, o un plazo menor hasta que la notificante acredite debidamente que hayan cambiado las condiciones de mercado, exponer de manera accesible en la página principal de su sitio web un resumen ejecutivo de la operación notificada y de los condicionamientos establecidos por la autoridad de aplicación de la Ley N.º 27.442. También deberá indicar de manera sucinta las vías de denuncia ante esta CNDC con la remisión a la página web de este organismo.

276. Si bien el monitoreo de precios tiene como objetivo reducir los incentivos a posibles prácticas coordinadas, esta CNDC considera que no es suficiente para mitigar las preocupaciones al respecto. En este sentido, se le recomienda al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR que solicite a la empresa establecer un programa de integridad en materia de defensa de la competencia que deberá presentar en un plazo noventa días, que involucre a todo el personal directivo de MIRGOR, incluyendo a los directivos nombrados en otras empresas a su instancia.

277. Por otro lado, cabe advertir que, dado que las partes argumentan que la producción de teléfonos Samsung de BFSa hubiera sido absorbida naturalmente por MIRGOR, la compra de BFSa podría haber constituido una conducta exclusoria para evitar que los activos productivos hubieran sido adquiridos por un tercero, aumentando así las barreras a la entrada. Sumado a que la notificante manifestó su genuina preocupación por la preservación de las fuentes de trabajo, esta CNDC recomendará que el condicionamiento implique la obligación por parte de MIRGOR que en un plazo de noventa días, presente un programa de trabajo que atienda al mantenimiento de los elementos productivos, incluyendo al personal de la empresa objeto.

278. Esta CNDC valora positivamente y como atenuante de los efectos de la operación, el impacto que sobre el Interés Económico General tiene garantizar la continuidad de acervo productivo y el capital humano especializado. Por el contrario, al no garantizar el grupo vendedor la continuidad del objeto de la operación, el rechazo de la operación limitaría la oferta y generaría una pérdida patrimonial en el acervo productivo de la provincia de Tierra del Fuego, contraria a la voluntad establecida por el legislador al establecer el régimen de promoción en dicha región.

279. No obstante lo dicho previamente, esta CNDC elaborará un informe técnico en los términos del artículo 28 inc. (f), (h), e (i), destinado a las áreas técnicas encargadas de la administración del Régimen de Promoción de Tierra del Fuego, con el objeto de poner de relevancia la importancia de promover una mayor competencia en el mercado, tanto para los consumidores como para el Estado Nacional.

XI. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES

280. Habiendo analizado la documentación aportada en la presente operación, esta CNDC no advierte la presencia de cláusulas potencialmente restrictivas de la competencia²¹.

XII. MONITOREO Y REVISIÓN DEL CUMPLIMIENTO DEL CONDICIONAMIENTO

281. En virtud de lo expuesto, durante el plazo señalado, MIRGOR reportará a la CNDC cada seis meses, la siguiente información:

i) los precios promedio mensuales, netos de bonificaciones, así como también volúmen y facturación de venta de los distintos modelos que MIRGOR ofrece en la República Argentina. Asimismo, para cada uno de ellos deberá informar las condiciones de ventas aplicadas. La información detallada anteriormente deberá ser presentada identificando los distintos segmentos de demanda: carriers, retailers (sin GMRA) y GMRA.

ii) los precios promedio, netos de bonificaciones, así como también, volumen y facturación de venta mensuales para los distintos modelos que GMRA ofrece en la República Argentina. Asimismo, deberá acompañar un cálculo del desvío estándar respecto de los precios mensuales presentados.

282. MIRGOR deberá informar a esta CNDC la celebración, por derecho propio o a través de subsidiarias controladas, de todo instrumento contractual con el titular de una marca nacional o internacional para la fabricación de teléfonos celulares. La presentación deberá realizarse dentro de los 15 días hábiles de formalizada la relación contractual, identificando a la parte contratante.

283. MIRGOR deberá acreditar el cumplimiento integral de la obligación de exponer la información solicitada en su página web, en el Boletín Oficial y en un diario de circulación nacional a los 15 días de emitida la Resolución por parte de la Autoridad de Aplicación de la Ley N.º 27.442.

284. En el marco del monitoreo y con el objeto de profundizar sobre los dichos vertidos por los interesados, la CNDC podrá requerir información detallada a los clientes y a las empresas involucradas.

285. Asimismo, la CNDC podrá, a petición debidamente fundada de las partes, recomendar a la Autoridad de Aplicación: (a) conceder una ampliación de los plazos establecidos en el condicionamiento; (b) eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas, del cumplimiento de una o más obligaciones establecidas en el condicionamiento.

286. En tal sentido, esta CNDC recomendará al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR que delegue en esta CNDC la posibilidad de modificar, ampliar o reducir el contenido y frecuencia de la información y/o documentación a la cual las partes se comprometen a presentar para verificar el cumplimiento del condicionamiento a lo largo del tiempo.

XIII. CONSIDERACIONES FINALES

287. A continuación, cabe realizar algunas consideraciones finales respecto del condicionamiento recomendado por esta CNDC, a los efectos de evaluar su pertinencia y viabilidad.

288. En primer lugar, el condicionamiento está diseñado para ajustarse al perjuicio específico que cabe esperar de la operación notificada. Todas las cláusulas del condicionamiento recomendado están destinadas a paliar los daños que esta CNDC considera que la operación bajo análisis genera en los distintos eslabones del mercado analizado. De este modo, el principio de proporcionalidad que deben guardar las medidas que tienen como propósito mitigar los efectos negativos que la operación genera se respeta.

289. En segundo lugar, esta CNDC analizó la pertinencia de la aplicación de distintas medidas, concluyendo que existían otras alternativas que no respetaban el principio de viabilidad. En este sentido, al ser el condicionamiento una complementación de medidas que han sido propuestas por las partes, se asegura la viabilidad en su implementación.

290. En tercer lugar, es pertinente evaluar la efectividad del paquete de medidas que constituyen el condicionamiento recomendado, es decir, si logran el objetivo de preservar el interés económico general. Como se señaló en el punto anterior, las medidas recomendadas tienen por objeto disuadir la práctica de conductas abusivas, tanto las concernientes a relaciones verticales, como aquellas que se derivan del reforzamiento de la posición de MIRGOR en la producción y comercialización mayorista de teléfonos celulares. Asimismo, se contemplan una serie de medidas que tienen por objeto reducir los incentivos para coordinar que se generarían con la operación de marras. En este sentido, se puede concluir que el condicionamiento propuesto cumple con el objetivo de preservar el interés económico general.

291. Por último, cabría resaltar que el condicionamiento propuesto contempla los principales requisitos que debe cumplir para su diseño: duración definida, claridad en los términos y condiciones y un monitoreo que controle su correcta implementación.

292. Por lo tanto, en virtud de las explicaciones vertidas en los párrafos anteriores, esta CNDC considera que las medidas remediales, se ajustan al daño asociado a la operación notificada, al mismo tiempo que resulta viable su implementación.

293. En suma y sobre la base del análisis precedente, corresponde concluir que el condicionamiento propuesto por esta CNDC, razonablemente cumple con lo necesario para preservar la competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares y, por consiguiente, puede subordinarse la aprobación de la operación notificada a su efectiva implementación.

294. Cabe destacar que, conforme al análisis previamente realizado, queda claro que no resulta posible aceptar en forma lisa y llana el compromiso tal y como fuera ofrecido por la parte notificante. En ese sentido, no resulta tampoco factible hacer lugar a lo solicitado en ambos escritos por la parte notificante en cuanto peticiona la aprobación de la presente operación en los términos del artículo 14, inc. (a), de la Ley N° 27.442.

295. Debe advertirse que la Ley N.º 27.442 prevé tres alternativas frente a una operación de concentración: (i) autorizar la operación —artículo 14, inc. (a) de la norma—; (ii) subordinarla al cumplimiento de las condiciones que establezca —artículo 14, inc. (b)—; o (iii) denegar la autorización —artículo 14, inc. (c).

296. Al respecto, vale recordar que la jurisprudencia ha remarcado que admitir la posibilidad de que una autorización otorgada en los términos del artículo 14, inc. (a), de la Ley N.º 27.442 pueda incluir condiciones o compromisos haría que carezca de todo sentido el inciso siguiente de la norma —artículo 14, inc. (b)—, el cual prevé justamente la posibilidad de subordinar el acto al cumplimiento de condiciones. Se advierte que la admisión de un compromiso o condicionamiento, pero a la vez otorgar la autorización pura y simple en los términos del art. 14 (a) de la Ley N.º 27.442 implicaría imponer una obligación sin acción para exigir su cumplimiento, lo que equivaldría a una suerte de obligación "natural" en los términos del derogado Código Civil, o deber moral o de conciencia en los términos del art. 728 del Código Civil y Comercial de la Nación.

297. Por otra parte, las propuestas de mitigación de los efectos que una operación de concentración notificada puede traer a los mercados involucrados constituyen una posibilidad en el marco del análisis de estas y se encuentran expresamente previstas el artículo 14 de la Ley N.º 27.442, al decir que: “En los casos en que el Tribunal de Defensa de la Competencia considere que la operación notificada tiene la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general, previo a tomar una decisión comunicará a las partes sus objeciones mediante un informe fundado y las convocará a una audiencia especial para considerar posibles medidas que mitiguen el efecto negativo sobre la competencia”.

298. Adicionalmente, están mencionadas en el texto del Decreto PEN N.º 480/2018, cuando dice en el último párrafo del artículo 14 que: “Las partes podrán efectuar las consideraciones que consideren oportunas u ofrecer una solución a la situación planteada dentro del plazo que el TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA otorgue en el mencionado informe de objeción”.

299. En consecuencia, la Ley N.º 27.442 establece que las soluciones que las partes pudiesen plantear a los problemas de competencia que la operación en la que intervienen haya generado, y que en este caso ya fueran identificadas en el Informe de Objeción, deberán entenderse como medidas tendientes a mitigar el efecto negativo que sobre la competencia ocasione la operación notificada que habitualmente se conocen como “compromisos”.

300. Por su parte, la Autoridad de Aplicación no está sujeta a un plazo en los casos en que la operación se subordine. En efecto, el artículo 14 del Decreto Reglamentario N.º 480/2018 expresamente dispone que “Si el TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA subordinara los actos sometidos a control previo al cumplimiento de alguna condición, establecerá el plazo dentro del cual ésta deberá ser satisfecha”. Por lo tanto, toda medida ofrecida tendiente a resolver los problemas planteados en la operación deberá entenderse: (i) medidas dirigidas a mitigar los problemas de competencia que la operación genera; y (ii) en el caso de que la operación sea subordinada en los términos del artículo 14 (b) de la Ley N.º 27.442, el plazo por el cual se subordina la operación es facultativo de la autoridad conforme dispone el artículo 14 del Decreto PEN 480/2018.

301. Por todo lo expuesto, la recomendación que esta CNDC realizará a la Autoridad de Aplicación será efectuada en los términos del artículo 14, inc. (b), de la Ley N.º 27.442 subordinando la autorización de la operación notificada al cumplimiento de los condicionamientos que forman parte del Anexo I del presente Dictamen.

302. Ahora bien, lo reseñado en párrafos anteriores no obsta a la posibilidad que esta CNDC recomiende a la Autoridad de Aplicación dejar sin efecto la medida precautoria de no innovar dispuesta por el artículo 2º de la Resolución SCI N.º 662/2021 (RS-2021-57678135-APN-SCI#MDP) de fecha 28 de junio de 2021, atento que las circunstancias que originaron su dictado no son las mismas que las que imperan producto de la subordinación que aquí se recomienda.

303. Como se desprende del Informe de Objeción y del análisis posterior a éste, la presente operación tal y como fuera notificada tiene la potencialidad para restringir la competencia en el mercado de teléfonos celulares.

304. Este mercado se vería afectado, en tanto y en cuanto la operación de concentración bajo análisis eliminaría un competidor relevante en la fabricación en el territorio nacional de teléfonos celulares. El incremento de la concentración como resultado de la operación implicaría un aumento en el poder de mercado y de negociación de las empresas notificantes, que podría resultar en un aumento en el precio mayorista de los teléfonos celulares, en especial, en el segmento de retail.

305. Asimismo, en virtud de la reducción en el número de competidores relevantes del mercado, y a la participación de MIRGOR sobre CIAPEXSA, la operación tendría la potencialidad de facilitar prácticas coordinadas entre los principales actores.

306. Por último, debido a la preexistencia de relaciones verticales con el canal minorista a través de GMRA, la operación bajo análisis refuerza esta relación vertical y tiene la entidad de distorsionar la competencia aguas abajo.

307. En este contexto, la propuesta de remedios ofrecida por las partes resulta insuficiente para mitigar los potenciales efectos adversos a la competencia derivados de la presente operación, ya que no contemplarían la totalidad de las conductas verticales potenciales, ni los efectos unilaterales o coordinados en la venta mayorista de teléfonos celulares.

308. Por ello, los condicionamientos recomendados por esta CNDC resultan necesarios para disuadir los potenciales efectos unilaterales y coordinados que la operación puede generar a nivel nacional. En consecuencia, el objeto de este condicionamiento tiene como meta preservar las condiciones de competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares y mitigar los efectos coordinados asociados con la presente operación, de manera de restringir la posibilidad de ejercicio de prácticas anticompetitivas y el abuso de una potencial posición de dominio por parte de las empresas involucradas, hasta tanto pueda afianzarse la fabricación nacional de otros competidores.

XIV. CONCLUSIÓN

309. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica original y como fuera notificada infringe el artículo 8 de la Ley N.º 27.442, al disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

310. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR:

(a) Rechazar los compromisos de conducta ofrecidos por MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. con fecha 25 de octubre y 29 de noviembre de 2021, y subordinar la autorización de la operación notificada consistente en la adquisición del control exclusivo sobre BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. por parte de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. al cumplimiento de los condicionamientos que se detallan como Anexo I, todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 14, inc. (b), de la Ley N.º 27.442.

(b) Establecer que esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá, a petición debidamente fundada de la parte notificante, recomendar a la Autoridad de Aplicación: (i) Conceder una ampliación de los plazos establecidos

en los condicionamientos detallados en el Anexo I; (ii) Eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas o que acrediten el cambio de las condiciones de mercado, del cumplimiento de una o más obligaciones establecidas en el mismo condicionamiento.

(c) Delegar en la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA el monitoreo del cumplimiento del condicionamiento, así como la posibilidad de modificar, ampliar o reducir el contenido y periodicidad de la información y/o documentación que las partes deban presentar para verificar el cumplimiento de dicho condicionamiento a lo largo del tiempo.

(d) Dejar sin efecto la medida precautoria de no innovar dispuesta por el artículo 2 de la Resolución SCI N.º 662/2021 (RS-2021-57678135-APN-SCI#MDP) de fecha 28 de junio de 2021.

(e) Solicitar a esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la elaboración de un informe técnico en los términos del artículo 28 inc. (f), (h) e (i), orientado a las distintas áreas intervinientes en la administración del Regimen de Promoción Industrial de Tierra del Fuego, poniendo de relieve la importancia de incorporar una mayor competencia en el mercado de producción y comercialización de telefonos móviles.

311. Elévese el presente Dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR.

¹ Ver comunicado de fecha 22 de octubre de 2020, remitido por MIRGOR a la CNDC de Valores, Bolsas y Mercados Argentinos S.A. y a la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, el cual se encuentra disponible en <https://mirgor.com.ar/mirgor-wp20/wp-content/uploads/2020/10/20201022-HR-Adquisicion-Brightstar-Argentina-S.A.-y-Brightstar-Fueguina-S.A..pdf>.

² De acuerdo con lo informado por la parte notificante, los accionistas principales de MIRGOR son IL TEVERE S.A. y el FONDO DE GARANTÍA DE SUSTENTABILIDAD de ANSES.

³ La adquisición del control exclusivo sobre FAMAR FUEGUINA y ELECTRÓNICA FAMAR por parte de MIRGOR se produjo el 15 de agosto de 2019. El día 2 de julio de 2021, y a instancias de esta CNDC, la Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo ordenó iniciar una diligencia preliminar con el objeto de determinar si la transacción debió ser notificada para su autorización conforme lo normado por el Capítulo III de la Ley N.º 27.442. La diligencia preliminar tramita actualmente por expediente EX-2021-59314036- -APN-DGD#MDP del registro del MINISTERIO DE DESARROLLOPRODUCTIVO, caratulado: "MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. Y OTROS S/DILIGENCIA PRELIMINAR CUMPLIMIENTO ART. 10 DE LA LEY 27.442 (DP 121)".

⁴ Al respecto, conviene destacar que la Ley N.º 27.442 establece en su artículo 85 que "A los efectos de la presente ley defínase a la unidad móvil como unidad de cuenta. El valor inicial de la unidad móvil se establece en veinte (20) pesos, y será actualizado automáticamente cada un (1) año utilizando la variación del índice de precios al consumidor (IPC) que publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) o el indicador de inflación oficial que lo reemplace en el futuro. La actualización se realizará al último día hábil de cada año, entrando en vigencia desde el momento de su publicación. La Autoridad Nacional de la Competencia publicará el valor actualizado de la unidad móvil en su página web.". El 23 de enero de 2020, la Secretaria de Comercio Interior dictó la Resolución SCI N.º 13/2020, que en su artículo 1 establece "... para el año 2020 el valor de la unidad móvil definida en el Artículo 85 de la Ley N.º 27.442, en la suma de PESOS CUARENTA CON SESENTA Y UN CENTAVOS (\$ 40,61)."

⁵ Como ya fue reseñado en el apartado I del presente dictamen, la presentación inicial se realizó dentro de las dos primeras horas del sexto día hábil posterior al perfeccionamiento de la operación, por lo se la considera notificada en tiempo y forma.

⁶ Ver Dictamen CNDC N.º 1063 de fecha 26 de junio de 2014 correspondiente a la Resolución SC N.º 190/2014 del expediente caratulado: "GOOGLE INC. y MOTOROLA HOLDINGS INC S/ NOTIFICACIÓN ARTICULO 8º LEY N.º 25.156 (CONC. 1000)".

⁷ Principalmente exención de impuestos nacionales como IVA y Ganancias, derechos de importación, entre otros. Las empresas también obtienen una devolución del 100% del IVA para las ventas al continente y 70% si llegan al consumidor final. Tienen además, una reducción de los impuestos internos que se pagan en el continente (tributan el 38,53% del impuesto, lo que permite un diferencial entre 6,55% que tributa lo fabricado en TdF vs 17%).

⁸ Los principales requisitos son: (i) autorización de la Subsecretaría de Industria de la Nación para producir en Tierra del Fuego, con sus correspondientes cupos de unidades mínimas y máximas, y (ii) Acreditación del origen de su producción en el Área Aduanera Especial.

⁹ El término IHH refiere al Índice Herfindahl – Hirschman, una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado. Se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de las empresas que actúan en el mercado. Los valores de IHH oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopolístico). Por su parte, la variación del IHH se calcula multiplicando por dos el producto de las participaciones de mercado de las empresas que se fusionan.

¹⁰ De acuerdo con los "Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas", aprobados por Resolución N.º 208/2018 de la Secretaría de Comercio de la Nación, no deberían generarse preocupaciones si los índices de concentración IHH son menores a 2000 puntos. A su vez, las pautas estadounidenses para la evaluación de concentraciones horizontales (Horizontal Merger Guidelines, DOJ-FTC, agosto de 2010), puede considerarse que un mercado es desconcentrado cuando el IHH es inferior a 1500 puntos, moderadamente concentrado cuando este se encuentra entre los 1500 y los 2500 puntos, y altamente concentrado cuando el IHH supera los 2500 puntos.

¹¹ <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-firmo-un-acuerdo-con-fabricantes-de-electronica-para-mantener-estable-los-precios-hasta>.

¹² Los gráficos presentados describen la composición de precio mayorista y minorista para los modelos mencionados, vendidos por MIRGOR (IATEC) a una de las Carriers (Personal) y un retailer en particular (Musimundo). Aclararon que los precios de venta al público (PVP) fueron obtenidos directamente de la página de Personal Online y reflejan las políticas de Telecom a la fecha de este análisis, en el primer caso, y de la página de Musimundo online, en el segundo.

¹³ Tomaron como base información elaborada por las consultoras GfK y Retail Compass, que realizan relevamientos de precios y cantidades vendidas en el mercado argentino de teléfonos celulares para construir una serie de precios minoristas de tres modelos distintos de teléfonos celulares marca SAMSUNG (Galaxy A71, Galaxy A51 y Galaxy A01), que pueden considerarse representativos de productos de “gama alta”, “gama media” y “gama baja”. Dicha serie está a su vez subdividida por canal de venta de los teléfonos en cuestión, habiéndose relevado las ventas de las compañías telefónicas (Movistar, Personal y Claro), de los principales vendedores de electrodomésticos del denominado “Tier 1” (Cetrogar, Frávega, Garbarino y Musimundo) y las de la plataforma de e-commerce Samsung.com gestionada a través de la empresa GMRA S.A.

¹⁴ Aprobados mediante Resolución SC N.º 208/2018, de fecha 11 de abril de 2018.

¹⁵ A su vez, como fuera mencionado en el informe de objeción, si se observa la participación de Motorola en el mercado mundial la misma se encontraba en una posición alejada de los primeros puestos en términos de ventas.

¹⁶ https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/lineamientos_concentraciones_economicas_0.pdf

¹⁷ La Guía de Fusiones Horizontales de la DOJ y FTC (<https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-08192010>) señala: “es poco probable que una fusión cree o incremente poder de mercado, o facilite su ejercicio, si una pérdida inminente – según se definirá más abajo – de una de las entidades que se fusionan pueda causar que los activos de esa firma abandonen el mercado relevante. En esas circunstancias, la situación en el mercado relevante post fusión puede no ser peor que la situación en que la fusión hubiera sido bloqueada y los activos hubieran dejado el mercado”, p. 32. En un sentido similar, las Directrices sobre la Evaluación de las Concentraciones Horizontales de la Comisión Europea ([https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205\(02\)&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205(02)&from=ES)) señalan: “si una de las partes de la concentración es una empresa en crisis, la Comisión puede concluir que la concentración, a pesar de plantear problemas de competencia, es compatible con el mercado común. El requisito básico es que el deterioro de la estructura competitiva tras la concentración no se deba a ésta. Éste será el caso cuando la estructura competitiva del mercado también se hubiera deteriorado en una medida cuando menos equivalente de no producirse la concentración” párrafo 89.

¹⁸ En el año 2018 se incluyó el análisis en los nuevos Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas.

¹⁹ "ESMERALDA TELEVISION S.A., VENADO TUERTO TV S.A. Y TV INTERACTIVA S.A. C. 380 S/NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25.156" Dictamen N° 340, de 4 de marzo de 2003 ("Interactiva TV/Venado Tuerto TV"); "LAPA, FEXIS S.A., ELENOR S.A., EDUARDO EURNEKIAN Y OTROS (CONC. 335) S/NOTIFICACIÓN ART. 8° LEY N° 25.156" Dictamen N°323, del año 2002 ("AA2000/LAPA").

²⁰ En el Dictamen N° 226 de fecha 9 de marzo de 2001: C. 170, operación de concentración económica entre las empresas OCA y Correo Argentino ("OCA/Correo Argentino"), la CNDC rechazó la defensa por dos motivos: (i) ausencia de invocación de este argumento y prueba de la probable quiebra o salida de Correo Argentino S.A. del mercado; y (ii) la posibilidad de que ante una nueva licitación de la concesión del correo oficial "un competidor distinto del grupo controlante de OCA (sea que el mismo ya se encuentre en el mercado o ingrese ex novo) asuma la prestación de dicho servicio oficial.

²¹ Es oportuno poner de resalto que las partes intervinientes en la transacción han estipulado, específicamente en la «Cláusula 6.8 | Confidencialidad» de la «Carta Oferta de Compraventa de Acciones» del 19 de octubre de 2020, que las entidades vendedoras darán tratamiento confidencial la información relativa a negocios, productos, operaciones y asuntos de las sociedades objeto de la operación notificada. Se aprecia nítidamente que, tal y como se encuentra estipulada, una cláusula como la reseñada no tiene por objeto ni efecto limitar la capacidad competitiva futura de ninguna de las partes intervinientes en la operación notificada y, por lo tanto, no puede considerarse que configure una restricción accesoria a la transacción notificada.

ANEXO I

CONDICIONAMIENTO – Art. 14; inc. (b)

Sujetos alcanzados. Plazo.

1. De acuerdo con lo previsto en el artículo 14, inc. (b), de la Ley N° 27.442, MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. (en adelante, “MIRGOR”), IATEC S.A., BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A., GMRA S.A. y/o todas las empresas controladas directa o indirectamente por MIRGOR que actualmente o en el futuro participen en la fabricación y comercialización mayorista y/o minorista de teléfonos celulares en la República Argentina (en adelante y en conjunto, “Obligados”), deberán asumir el cumplimiento integral de las obligaciones que se estipulan en el presente anexo.

2. La ejecución del condicionamiento entrará en vigencia a partir de la notificación de la resolución dictada por el SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO (en adelante, “Autoridad de Aplicación”) mediante la cual se subordine la autorización de la operación notificada al cumplimiento integral de las obligaciones que se estipulan en el presente anexo (en adelante, “Resolución Condicional”).

3. Las distintas obligaciones que componen el presente condicionamiento se establecen por el término de CINCO (5) AÑOS a partir de la notificación de la Resolución Condicional o un plazo menor que el anterior hasta que la notificante acredite debidamente que hayan cambiado las condiciones de mercado (en adelante, “Período de Vigencia”).

Obligaciones de comportamiento

4. Los Obligados deberán asumir, durante todo el Período de Vigencia, los siguientes deberes de comportamiento:

4.1. Vender a carriers (empresas telefónicas) y retailers (distribuidores minoristas) los teléfonos móviles que fabrican en condiciones no discriminatorias de mercado con relación al precio y demás condiciones comerciales con que les venden los teléfonos a la comercializadora minorista GMRA S.A., o a cualquier otra que pueda sustituirla y que opere bajo el control, directo o indirecto, de MIRGOR.

4.2. No sujetar ni condicionar la venta de teléfonos móviles y/o de sus accesorios a la adquisición de otros productos diferentes.

4.3. No negarse injustificadamente a satisfacer pedidos concretos de compra de los teléfonos móviles que fabriquen, cuando los pedidos sean efectuados por compradores mayoristas, se realicen en condiciones vigentes y equitativas de mercado y cuenten con stock suficiente para satisfacerlos.

4.4. No realizar estrechamiento de márgenes en el segmento de comercialización minorista a partir del incremento unilateral de precios mayoristas.

4.5. En forma alternativa, MIRGOR podrá optar, o bien por cumplir los puntos 4.1, 4.2, 4.3 y 4.4, o bien sustituirlos por una desinversión de todos los activos que componen la unidad de venta retail que incluya teléfonos celulares de las empresas controladas directa o indirectamente por MIRGOR (Samsung Store, Digit y GMRA). En el caso que MIRGOR opté por la desinversión, deberá presentar en el plazo de TREINTA (30) días, luego de subordinada la operación, un plan de desinversión del negocio retail indicado, a hacerse efectivo en un plazo no mayor a los doce meses desde el momento antes indicado.

4.6. Garantizar el mantenimiento y el desarrollo de los recursos humanos y productivos incorporados por efecto de la operación. La empresa deberá presentar en un plazo de NOVENTA (90) días con posterioridad de la Resolución, un programa de trabajo que atienda al razonable mantenimiento de los elementos productivos, incluyendo al personal de BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A., en el marco de una coherente gestión empresarial.

Obligaciones de información y monitoreo

5. Durante el Período de Vigencia, MIRGOR reportará en forma semestral a esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (en adelante, "CNDC"), la siguiente información:

5.1. Los precios promedio, volumen y facturación de venta mensuales, netos de bonificaciones, de los distintos modelos que MIRGOR ofrece en la República Argentina. Para cada uno de ellos deberá informar las condiciones de ventas aplicadas. Los clientes sobre los cuales se deberá aportar la información son carriers, retailers y GMRA S.A.

5.2. Los precios promedio minoristas, volumen y facturación de venta mensuales, netos de bonificaciones para los distintos modelos que GMRA S.A. ofrece en la República Argentina. Se deberá acompañar un cálculo de desvío estándar respecto de los precios mensuales presentados.

5.3. La celebración, por derecho propio o a través de subsidiarias controladas, de todo instrumento contractual con el titular de una marca nacional o internacional para la fabricación de teléfonos celulares. La presentación deberá realizarse dentro de los quince (15) días hábiles de perfeccionada la relación contractual, identificando a la parte contratante.

Las obligaciones de publicidad

6. MIRGOR deberá cumplimentar con las siguientes obligaciones de publicidad con respecto al condicionamiento:

6.1. Informar en forma fehaciente a los carriers y retailers de las obligaciones que componen el presente condicionamiento dentro de los TREINTA (30) días siguientes a la emisión de la Resolución Condicional.

6.2. Publicar las obligaciones que componen el presente condicionamiento en el Boletín Oficial y en un diario de circulación nacional durante tres (3) días corridos.

6.3. Exponer de manera accesible en la página principal de su sitio web un resumen ejecutivo de la operación notificada y de las obligaciones que componen el presente condicionamiento, describiendo de manera sucinta las vías de denuncia ante la CNDC con la remisión a la página web del organismo.

7. MIRGOR deberá acreditar el cumplimiento de las obligaciones de publicidad dentro de los quince (15) días de su realización.

Programa de integridad en defensa de la competencia

8. MIRGOR deberá implementar, en un plazo de noventa (90) días a partir del dictado de la Resolución Condicional, un programa de integridad en materia de defensa de la competencia que deberá presentar en un plazo noventa días, que involucre a todo el personal directivo de MIRGOR, incluyendo a los directivos nombrados en otras empresas a su instancia.

9. MIRGOR deberá acreditar el cumplimiento de la obligación establecida en este apartado dentro de los quince (15) días de su realización.

Disposiciones varias

10. La CNDC podrá requerir información detallada a clientes y al resto de los actores del mercado con el objeto de monitorear el efectivo cumplimiento del presente condicionamiento y/o profundizar sobre la información provista por los Obligados.

11. La CNDC podrá, a petición debidamente fundada de los Obligados, recomendar a la Autoridad de Aplicación: (a) conceder una ampliación de los plazos estipulados en el condicionamiento; (b) eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas, del cumplimiento de una o más obligaciones del condicionamiento o que acrediten el cambio de las condiciones de mercado.

12. La CNDC podrá de oficio o a petición de parte modificar, ampliar o reducir el contenido y frecuencia de la información y/o documentación que los Obligados deben presentar para verificar el cumplimiento del condicionamiento durante el Período de Vigencia.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2021 - Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein

Resolución

Número:

Referencia: EX-2020-73660395- -APN-DR#CNDC - CONC. 1773

VISTO el Expediente N° EX-2020-73660395- -APN-DR#CNDC, 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 9° de la Ley N° 27.442, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 7° a 17 y 80 de dicha ley.

Que la Operación de Concentración Económica notificada con fecha 30 de octubre de 2020, consiste en la en la adquisición del control exclusivo sobre las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. por parte de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A.

Que la operación fue implementada a través de la compra de la totalidad de las acciones representativas del capital social de las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. a la firma BRIGHTSTAR CORP.

Que, como consecuencia de la operación notificada, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. es la tenedora exclusiva de los paquetes accionarios de las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A.

Que el cierre de la transacción tuvo lugar el día 22 de octubre de 2020.

Que las empresas involucradas notificaron la Operación de Concentración Económica, en tiempo y forma, conforme a lo previsto en los Artículos 9° y 84 de la Ley N° 27.442, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. es la firma matriz de un Grupo Empresarial de Capitales Argentinos dedicado primordialmente a la fabricación y comercialización de sistemas de climatización para la industria automotriz.

Que la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. controla a diversas sociedades entre las que se encuentra la firma IATEC S.A., dedicada a la fabricación de productos electrónicos, tales como televisores, teléfonos celulares y equipos de información y entretenimiento automotriz; y la firma GMRA S.A., dedicada a la comercialización minorista de productos electrónicos.

Que la firma BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. se encuentra dedicada a la comercialización de diversos productos electrónicos de consumo y accesorios de diversas marcas, y a la prestación de servicios técnicos vinculados al canje y reparación de teléfonos celulares, mientras que la firma BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. se dedica a la fabricación y comercialización de teléfonos celulares de las marcas SAMSUNG® y LG® bajo el régimen de promoción industrial establecido por la Ley N° 19.640.

Que la operación notificada constituye una Concentración Económica en los términos del inciso c) del Artículo 7° de la Ley N° 27.442.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera la suma correspondiente a CIEN MILLONES (100.000.000) de unidades móviles, monto que al momento del cierre de la operación equivalía a PESOS CUATRO MIL SESENTA Y UN MILLONES (\$ 4.061.000.000), lo cual se encontraba por encima del umbral establecido en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, y la transacción no resulta alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que, a nivel nacional, tanto la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. como las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. están activas principalmente en el ensamblado y fabricación de teléfonos celulares, comercialización mayorista y servicio de post venta.

Que las firmas BRIGHTSTAR CORP. y MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. son competidores directos en el mercado de fabricación, comercialización mayorista y servicio de postventa de teléfonos de marcas internacionales, verificándose, por lo tanto, relaciones de tipo horizontal.

Que, dado que la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. cuenta con locales de comercialización minorista donde se venden teléfonos celulares al consumidor final, la operación genera un reforzamiento en la integración vertical de la firma adquirente, con respecto a la situación previa a la presente operación.

Que la fabricación de teléfonos celulares en la REPÚBLICA ARGENTINA está compuesta por ONCE (11) empresas productoras, donde TRES (3) de ellas concentran el NOVENTA Y UNO POR CIENTO (91 %) de la producción.

Que, cabe destacar que la producción realizada en la Provincia de TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR, representa el CIEN POR CIENTO (100 %) de la producción nacional de teléfonos móviles y el NOVENTA Y SEIS POR CIENTO (96 %) del consumo local, dada la baja incidencia de los teléfonos importados.

Que, como consecuencia de la presente operación, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. se consolidaría como proveedor del CINCUENTA Y SIETE POR CIENTO (57 %) de los teléfonos celulares vendidos en el mercado local y prácticamente el CIEN POR CIENTO (100 %) de la provisión de los teléfonos celulares marcas SAMSUNG en la REPÚBLICA ARGENTINA, siendo su principal competidor la marca Motorola producida

exclusivamente por la firma NEWSAN S.A.

Que a partir de los resultados que arroja el Índice de Herfindahl y Hirschman (IHH), se observa que el mercado se encontraba altamente concentrado de forma previa a la operación, con un valor de 3.052 puntos.

Que, ello se agravaría en caso de producirse la aprobación de la Operación de Concentración Económica, arrojando un valor post operación de 4.412 puntos.

Que, esta situación, junto a la participación que alcanzaría la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., constituyen indicios relevantes de que la nueva entidad económica adquiriría un fuerte poder de mercado como consecuencia de la presente operación, acumulando dicha empresa la mitad de la capacidad de producción autorizada entre los actuales fabricantes de teléfonos celulares en nuestro país.

Que, analizando la situación del mercado desde el punto de vista de la fabricación, la capacidad de producción autorizada bajo el Régimen de Promoción y la Comercialización por marca de telefonía móvil, se observa una situación de muy elevada concentración, sensiblemente agravada por la operación bajo análisis.

Que producto de la operación, el número de competidores en el mercado pasaría de TRES (3) a DOS (2), condición que podría reducir los incentivos del segundo competidor a rivalizar lo que agravaría el posible efecto unilateral.

Que las partes no explicaron acabadamente y con precisión la incidencia de las citadas condiciones en la determinación de los precios mayoristas y/o minoristas de teléfonos celulares.

Que las partes esgrimen no participar en las condiciones de venta de los productos terminados ni en las negociaciones vinculadas a estas, alegando que son las marcas internacionales quienes llevan a cabo dichas negociaciones.

Que, sin embargo, la firma SAMSUNG alegó que no participó con ningún instrumento de venta en que se establezcan condiciones.

Que, en función de lo expresado por las partes y las evidencias expuestas se puede inferir, que las empresas fabricantes tienen injerencia sustancial en la fijación de los precios de los teléfonos celulares.

Que la barrera comercial opera en tanto una empresa tiene que poseer un contrato con la marca internacional de teléfonos celulares para poder fabricar y comercializar estos productos en la REPÚBLICA ARGENTINA.

Que, en caso de que una empresa quisiera ingresar al mercado de fabricación de teléfonos celulares en la REPÚBLICA ARGENTINA, debería hacer una inversión significativa para establecer una planta productiva en cuanto a montos y tiempos de realización.

Que, puede concluirse que actualmente el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares en la REPÚBLICA ARGENTINA, posee altas barreras a la entrada, toda vez que existen un conjunto de variables legales, técnico-operativas y comerciales que operan de distinta forma e influyen conjuntamente en el ingreso potencial de nuevos participantes.

Que, de aprobarse la operación de concentración notificada, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. se consolidaría como la fabricante líder con el CINCUENTA Y SIETE POR CIENTO (57 %) de la producción y comercialización de teléfonos celulares, acumulando la mitad de la capacidad de producción autorizada entre los

actuales fabricantes de teléfonos celulares en nuestro país, y como la empresa proveedora de prácticamente el CIENTO POR CIENTO (100 %) de los teléfonos celulares de marca SAMSUNG en la REPÚBLICA ARGENTINA.

Que, en consecuencia, se generaría una empresa con capacidad de establecer de manera autónoma un incremento en los precios de comercialización mayorista de teléfonos celulares.

Que, tanto las empresas involucradas como su principal competidora verifican puntos de contacto y coordinación en distintos ámbitos de la producción que, dado el alto grado de concentración de mercado que se verifica en la actualidad, son un elemento de preocupación adicional.

Que, asimismo, se visualizan interacciones de las firmas MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. y NEWSAN S.A. en asociaciones empresariales en la Asociación de Fabricantes Eléctricos (AFARTE), como en la Unión Industrial Faguina.

Que, tanto la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. como la firma NEWSAN S.A. tienen una participación conjunta en una tercera sociedad, la firma CIPAEX S.A., dedicada a fomentar y solventar proyectos productivos destinados a la exportación y/o a la sustitución de importaciones.

Que, tanto la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. como la firma NEWSAN S.A. poseen una similar estructura de oferta.

Que, al mismo tiempo, tanto la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., como la firma NEWSAN S.A. y GRUPO RADIO VICTORIA manejan una cartera de productos electrónicos de consumo parecida, usualmente denominado contacto multimercado.

Que, otro elemento de preocupación que genera esta operación, reside en la capacidad de realizar conductas verticales de tipo exclusorias, a partir de la integración entre la producción y la red de comercialización minorista de productos SAMSUNG que tiene la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. a través de su empresa controlada, la firma GMRA S.A., la cual cuenta con CINCUENTA Y CINCO (55) puntos de venta.

Que la Operación de Concentración Económica notificada tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, con relación a los mercados de fabricación, comercialización y venta de teléfonos celulares en Argentina.

Que, teniendo en cuenta lo antes expuesto, con fecha 15 de junio de 2021 la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA emitió el Informe de Objeción previsto en el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 obrante como IF-2021-53738853-APN-CNDC#MDP en el expediente de la referencia, concluyendo de manera preliminar que la Operación de Concentración Económica notificada tendría la potencialidad de restringir o distorsionar la competencia, de modo tal que puede resultar perjuicio para el interés económico general, en los mercados de fabricación, comercialización y venta de teléfonos celulares en la REPÚBLICA ARGENTINA.

Que el día 28 de junio de 2021, la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR emitió la Resolución N° 662, en la que compartió e hizo propios los argumentos del dictamen de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 15 de junio de 2021, formulándose así el informe de objeción en los términos del Artículo 14 de la Ley N° 27.442.

Que con fecha 10 de agosto de 2021 las partes realizaron una presentación dando respuesta al Informe de Objeción, en la cual efectuaron consideraciones respecto de las conclusiones preliminares sobre los potenciales

efectos económicos de la operación efectuadas en el mencionado Informe.

Que el día 25 de octubre de 2021, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. presentó un compromiso mediante el cual la empresa ofreció implementar un conjunto de medidas dirigidas a despejar las preocupaciones planteadas en el Informe de Objeción.

Que con fecha 29 de noviembre de 2021, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. presentó una ampliación del compromiso en cuestión.

Que el día 30 de noviembre de 2021, las firmas BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. e IATEC S.A. ratificaron el compromiso presentado por la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A.

Que entre las medidas remediales ofrecidas pueden citarse: a) no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre la firma GMRA S.A. y el resto de los actores del mercado; b) no realización de ventas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios comercializados por las partes a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas; c) no negativa de venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares y d) la obligación de publicidad del compromiso asumido.

Que este compromiso no contempla medidas que mitiguen los posibles abusos unilaterales de posición dominante que puedan surgir en la comercialización mayorista de teléfonos celulares, así como tampoco resuelven los incentivos a coordinar que se advierten en el Informe de Objeción.

Que, asimismo, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. ofreció un compromiso de información y publicidad, que consiste en informar en forma fehaciente a los carriers y retailers el compromiso asumido ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dentro de los TREINTA (30) días siguientes a que quede aprobado y que la operación sea autorizada por la Autoridad de Aplicación, como así también a efectuar su publicación en el BOLETÍN OFICIAL y en un diario de circulación nacional durante TRES (3) días corridos.

Que una posible conducta de restricciones verticales de estrujamiento de márgenes quedaría sin ser contemplada por el compromiso propuesto, dado que las partes pueden aumentar el precio mayorista de los teléfonos, considerando que es la firma SAMSUNG quien fija el precio sugerido de venta al público en el mercado aguas abajo, con quien la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. se encuentra estrechamente relacionado a través de su relación en la fabricación de teléfonos celulares de la marca.

Que, de este modo, el compromiso propuesto no resulta suficiente para despejar cabalmente las preocupaciones en términos del reforzamiento de la integración vertical, por cuanto no contemplaría la totalidad de las conductas exclusorias que podrían configurarse ante este escenario.

Que las cláusulas propuestas del condicionamiento ofrecido también resultan insuficientes en relación los sujetos activos que se obligan a efectuarla.

Que el compromiso ofrecido ayuda a mitigar ciertos aspectos negativos del reforzamiento de la relación vertical entre las firmas MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. y GMRA S.A., como ser la negativa de venta, la no discriminación de precios y condiciones de venta entre la firma GMRA S.A. y el resto de sus competidores y el compromiso a no realizar ventas atadas.

Que la obligación de dar publicidad al compromiso puede ser considerada beneficiosa para reducir los costos de monitoreo.

Que, sin embargo, el compromiso es insuficiente por tanto no incluye una obligación a abstenerse de realizar prácticas que deriven en un estrujamiento de precios.

Que tampoco, incluye condiciones que morigeren los posibles abusos unilaterales de posición dominante que puedan surgir en la comercialización mayorista de teléfonos celulares, ni mitiga los efectos coordinados que podrían manifestarse a raíz de la operación analizada, además de resultar limitado en cuanto a los sujetos activos que se obligan por el mismo.

Que por lo tanto no es posible aceptar el compromiso en los términos en que fue ofrecido, sin perjuicio de lo cual, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó al señor Secretario de Comercio Interior la adopción de un condicionamiento de conductas como requisito para subordinar la aprobación de la operación notificada, el cual incorporará en parte, los compromisos ofrecidos de: a) no discriminación de precios y demás condiciones de venta entre la firma GMRA S.A. y el resto de los actores del mercado; b) no realización de ventas de teléfonos móviles y/o de sus accesorios comercializados por las partes a la adquisición de otros productos diferentes fabricados o comercializados por ellas; c) no negativa de venta a compradores mayoristas de teléfonos celulares y d) la obligación de publicidad del compromiso asumido.

Que estas cláusulas serán complementadas con un monitoreo de precios mayoristas y minoristas, cuyo objetivo es mantener la competitividad y la presencia de precios competitivos.

Que, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. y sus empresas controladas deberán, durante el plazo de CINCO (5) años o un plazo menor hasta que la notificante acredite debidamente que hayan cambiado las condiciones de mercado, exponer de manera accesible en la página principal de su sitio web un resumen ejecutivo de la operación notificada y de los condicionamientos establecidos por el suscripto.

Que, asimismo, deberá indicar de manera sucinta las vías de denuncia ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con la remisión a la página web de dicho organismo.

Que si bien el monitoreo de precios tiene como objetivo reducir los incentivos a posibles prácticas coordinadas, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA consideró que no es suficiente para mitigar las preocupaciones al respecto, por lo que aconsejó que se solicite a la empresa notificante, establecer un programa de integridad en materia de Defensa de la Competencia, el cual deberá presentar en un plazo de NOVENTA (90) días, e involucrar a todo el personal directivo de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., incluyendo a los directivos nombrados en otras empresas a su instancia.

Que, por otra parte, dado que las partes argumentan que la producción de teléfonos SAMSUNG de la firma BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. hubiera sido absorbida naturalmente por la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., la compra de la firma BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. podría haber constituido una conducta exclusoria para evitar que los activos productivos hubieran sido adquiridos por un tercero, aumentando así las barreras a la entrada.

Que, por lo tanto, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó que el condicionamiento implique la obligación por parte de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. que en un plazo de NOVENTA (90) días presente un programa de trabajo, que atienda al mantenimiento de los elementos productivos, incluyendo al personal de la empresa objeto.

Que, durante el plazo señalado, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. reportará a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA cada SEIS (6) meses, los precios promedio mensuales, netos de

bonificaciones, así como también volumen y facturación de venta de los distintos modelos que la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. ofrece en la REPÚBLICA ARGENTINA, como también las condiciones de ventas aplicadas.

Que, la información detallada anteriormente deberá ser presentada identificando los distintos segmentos de demanda: carriers, retailers (sin GMRA S.A.) y la firma GMRA S.A.

Que, asimismo, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. deberá informar a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA los precios promedio, netos de bonificaciones, así como también, volumen y facturación de venta mensuales para los distintos modelos que la firma GMRA S.A. ofrece en la REPÚBLICA ARGENTINA, acompañando un cálculo del coeficiente de variación que cada mes se observa.

Que, en dicho contexto, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA estimó pertinente también, a los efectos de monitorear el cumplimiento del condicionamiento, establecer ciertos deberes de información en cabeza de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., la cual deberá informar a la citada Comisión Nacional dentro de los QUINCE (15) días hábiles de iniciada la relación contractual, identificando a la contraparte de la misma, la celebración, por derecho propio o a través de subsidiarias controladas, de todo instrumento contractual con el titular de una marca nacional y/o internacional para la fabricación de teléfonos celulares.

Que, la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., deberá acreditar el cumplimiento integral de exponer la información solicitada en su página web, en el boletín oficial y en un diario de circulación nacional a los QUINCE (15) días de emitida la resolución pertinente.

Que en el marco del monitoreo y con el objeto de profundizar sobre los dichos vertidos por los interesados, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá requerir información detallada a los clientes y a las empresas involucradas.

Qué, asimismo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá, a petición debidamente fundada de las partes, recomendar a la Autoridad de Aplicación: (a) conceder una ampliación de los plazos ofrecidos en el compromiso; y (b) eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas, del cumplimiento de una o más obligaciones asumidas en el compromiso.

Que corresponde concluir que el condicionamiento ordenado, razonablemente cumple con lo necesario para preservar la competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares y, por consiguiente, puede subordinarse la aprobación de la operación notificada a su efectiva implementación.

Que cabe destacar que, conforme al análisis previamente realizado, no resulta posible aceptar en forma lisa y llana el compromiso tal y como fuera ofrecido.

Que, debe recordar que la Ley N° 27.442 prevé tres alternativas frente a una operación de concentración: (i) autorizar la operación en razón del inciso a) del Artículo 14; (ii) subordinar la operación al cumplimiento de las condiciones que disponga, de acuerdo a lo establecido en el inciso b) del Artículo 14; o (iii) denegar la autorización, en base a lo dispuesto en el inciso c) del Artículo 14.

Que, por otra parte, las propuestas de mitigación de los efectos que una operación de concentración notificada puede traer a los mercados involucrados constituyen una posibilidad en el marco del análisis de éstas y están expresamente previstas el Artículo 14 de la Ley N° 27.442 y en el último párrafo del Artículo 14 del Decreto N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018.

Que, en consecuencia, la Ley N° 27.442 establece que las soluciones que las partes pudiesen plantear a los problemas de competencia que la operación en la que intervienen haya generado, y que en este caso ya fueran identificadas en el Informe de Objeción, deberán entenderse como medidas tendientes a mitigar el efecto negativo que sobre la competencia ocasione la operación notificada.

Que, sin perjuicio de lo expuesto, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, recomendó dejar sin efecto la medida precautoria de no innovar dispuesta por el Artículo 2° de la Resolución N° 662/21 de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR, atento que las circunstancias que originaron su dictado no son las mismas que las que imperan producto de la subordinación que fue recomendada.

Que como resulta del Informe de Objeción y del análisis posterior a este, la presente operación tal y como fuera notificada tiene la potencialidad para restringir la competencia en el mercado de teléfonos celulares.

Que este mercado se vería afectado, en tanto y en cuanto la operación de concentración bajo análisis eliminaría un competidor relevante en la fabricación en el Territorio Nacional de teléfonos celulares.

Que el incremento de la concentración como resultado de la operación implicaría un aumento en el poder de mercado y de negociación de las empresas notificantes, que podría resultar en un aumento en el precio mayorista de los teléfonos celulares, en especial, en el segmento de retail.

Que, asimismo, en virtud de la reducción en el número de competidores relevantes del mercado, y a la participación de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. sobre la firma CIAPEX S.A., la operación tendría la potestad de facilitar prácticas coordinadas entre los principales actores.

Que, debido a la preexistencia de relaciones verticales con el canal minorista a través de la firma GMRA S.A., la operación bajo análisis refuerza esta relación vertical y tiene la potestad de distorsionar la competencia aguas abajo.

Que, en este contexto, la propuesta de remedios ofrecida por las partes resulta insuficiente para mitigar los potenciales efectos adversos a la competencia derivados de la presente operación, ya que no contemplarían la totalidad de las potenciales conductas verticales, ni los efectos unilaterales o coordinados en la venta mayorista de teléfonos celulares.

Que, por ello, los condicionamientos resultan necesarios para disuadir los potenciales efectos unilaterales y coordinados que la operación puede generar a nivel nacional.

Que el objeto del condicionamiento tiene como meta preservar las condiciones de competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos celulares y mitigar los efectos coordinados asociados con la presente operación, de manera tal, de restringir la posibilidad de ejercicio de prácticas anticompetitivas y el abuso de una potencial posición de dominio por parte de las empresas involucradas, hasta tanto pueda afianzarse la fabricación nacional de otros competidores.

Que, en consecuencia, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, emitió el Dictamen de fecha 6 de diciembre de 2021, correspondiente a la “CONC. 1773”, en el cual recomendó al señor Secretario de Comercio Interior: Rechazar los compromisos de conducta ofrecidos por las firmas MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. con fecha 25 de octubre y 29 de noviembre de 2021, y subordinar la autorización de la operación notificada consistente en la adquisición del control exclusivo sobre las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. por parte de la firma MIRGOR

S.A.C.I.F.I.A. al cumplimiento de los condicionamientos que se detallan como Anexo I, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso b) del Artículo 14 de la Ley N° 27.442; establecer que esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA podrá, a petición debidamente fundada de la parte notificante, recomendar a la Autoridad de Aplicación: (i) Conceder una ampliación de los plazos establecidos en los condicionamientos detallados en el Anexo I; (ii) Eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas o que acrediten el cambio de las condiciones de mercado, del cumplimiento de una o más obligaciones establecidas en el mismo condicionamiento.

Que, asimismo, la mencionada Comisión Nacional recomendó: Delegar en la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA el monitoreo del cumplimiento del condicionamiento, así como la posibilidad de modificar, ampliar o reducir el contenido y periodicidad de la información y/o documentación que las partes deban presentar para verificar el cumplimiento de dicho condicionamiento a lo largo del tiempo; Dejar sin efecto la medida precautoria de no innovar dispuesta por el Artículo 2° de la Resolución N° 662/21 de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR y; Solicitar a esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la elaboración de un Informe Técnico en los términos de los incisos f), h) e i) del Artículo 28 de la Ley N° 27.442, orientado a las distintas áreas intervinientes en la administración del Régimen de Promoción Industrial de Tierra del Fuego, poniendo de relieve la importancia de incorporar una mayor competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos móviles.

Que el suscripto comparte los términos del mencionado Dictamen, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, considerándolo parte integrante de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO ha tomado la intervención que le compete.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en la Ley N° 27.442, el Artículo 5° del Decreto N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018 y el Decreto N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Recházase los compromisos de conducta ofrecidos por las firmas MIRGOR S.A.C.I.F.I.A., IATEC S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. con fecha 25 de octubre y 29 de noviembre de 2021, y subordínese la autorización de la operación notificada consistente en la adquisición del control exclusivo sobre las firmas BRIGHTSTAR ARGENTINA S.A. y BRIGHTSTAR FUEGUINA S.A. por parte de la firma MIRGOR S.A.C.I.F.I.A. al cumplimiento de los condicionamientos que se detallan como Anexo I, todo ello en virtud de lo establecido en el inciso b) del Artículo 14 de la Ley N.º 27.442.

ARTÍCULO 2°.- Establézcase que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO, podrá a petición debidamente fundada de la parte notificante, recomendar a la mencionada Secretaría: (i) Conceder una ampliación de los plazos establecidos en los condicionamientos detallados en el Anexo I del Dictamen de fecha 6 de diciembre de 2021, identificado como IF-2021-118453255-

APN-CNDC#MDP; (ii) Eximir, modificar o sustituir, en circunstancias excepcionales y debidamente justificadas o que acrediten el cambio de las condiciones de mercado, del cumplimiento de una o más obligaciones establecidas en el mismo condicionamiento.

ARTÍCULO 3°.- Deléguese a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, el monitoreo del cumplimiento del condicionamiento, así como la posibilidad de modificar, ampliar o reducir el contenido y periodicidad de la información y/o documentación que las partes deban presentar para verificar el cumplimiento de dicho condicionamiento a lo largo del tiempo.

ARTÍCULO 4°.- Déjase sin efecto la medida precautoria de no innovar dispuesta por el Artículo 2° de la Resolución N° 662 de fecha 28 de junio de 2021 de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE DESARROLLO PRODUCTIVO.

ARTÍCULO 5°.- Solicítase a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la elaboración de un informe técnico en los términos de los incisos f), h) e i) del Artículo 28 de la Ley N° 27.442, orientado a las distintas áreas intervinientes en la administración del Régimen de Promoción Industrial de Tierra del Fuego, poniendo de relieve la importancia de incorporar una mayor competencia en el mercado de producción y comercialización de teléfonos móviles.

ARTÍCULO 6°.- Considérase al Dictamen de fecha 6 de diciembre de 2021, emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, correspondiente a la “CONC. 1773” que, identificado como Anexo IF-2021-118453255-APN-CNDC#MDP, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 7°.- Notifíquese a las partes interesadas.

ARTÍCULO 8°.- Comuníquese y archívese.