



Poder Judicial de la Nación
CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA I

**Causa 1277/16/CA1 -I- “QUICKFOOD SA Y OTROS s/ APEL
RESOL COMISIÓN NAC DEFENSA DE
LA COMPET”**

Buenos Aires, 20 de septiembre de 2016.

Y VISTOS:

El recurso directo de apelación interpuesto por QUICKFOOD SA, AVEX SA, MOLINOS RÍO DE LA PLATA y MOLINOS IP SA a fs. 337/351, en los términos del art. 52 de la ley 25.156 —y la contestación de traslado del Estado Nacional Ministerio de Economía de fs. 377/386—, contra la resolución de la Secretaría de Comercio n° 11/2016, del 5.2.2016, dictada en el marco del expte. administrativo n° S01:0298988/2015 (OPI N°262), obrante a fs. 320/323 de autos; y

CONSIDERANDO:

1.- Las empresas Quickfood SA y Avex SA vendieron a Molinos Río de la Plata SA y a Molinos IP SA las marcas Vienissima, Hammond, Tres Cruces, Good Mark, Wilson, Delicia y Manty. Dichas partes solicitaron a la autoridad administrativa CNDC que emita una opinión consultiva confirmando que esa adquisición de marcas no debía notificarse en los términos del art. 8 de la ley 25.156.

2.- La resolución de la Secretaría de Comercio SC n°11/2016 dispuso sujetar la operación de compra venta de marcas traída a consulta por las firmas Molinos Río de la Plata SA, Molinos IP SA, Quickfood SA y Avex SA a la “obligación de notificación” establecida en los arts. 6 y 8 de la ley 25.156.

Para decidir así, la autoridad administrativa ponderó que, en el caso bajo análisis, los activos transferidos tienen aptitud para constituir una actividad a la que puede atribuirse claramente un volumen de negocios y clientela, por lo que —en principio—, la operación bajo examen podría encuadrarse dentro de lo dispuesto en el art. 6, inciso d), de la ley n° 25.156.

3.- Las apelantes se agraviaron porque, afirman, la resolución administrativa apelada (n° 11/2016) no realizó un análisis sobre la “toma de control” de una empresa, que no sería el caso de autos. Explicaron que



la operación concretada entre las partes no es de las que se encuentra sujeta al control previsto en el art. 8° de la ley 25.156. Ello, por cuanto no se toma el control de una empresa, produciéndose una concentración económica, sino que sólo se transfiere la propiedad de algunas marcas de alimentos.

Enfatizó que la operación no constituye una fusión ni una transferencia de un fondo de comercio, como así tampoco la venta de acciones. En otras palabras, la adquisición de activos tiene que permitir tomar el control de la empresa, que no es el caso de autos, desde que se transfirieron marcas, que sólo tienen por función identificar a un producto.

4.- El Estado Nacional Ministerio de Economía contestó los agravios sosteniendo que, a través de la transferencia de las marcas, los vendedores estarían transfiriendo a los compradores, conjuntamente con las marcas, la clientela, siendo que los consumidores asociarían la marca a la calidad del producto. Agregó que, al desplazarse la clientela de un competidor a otro, se estaría produciendo una concentración económica en los términos del art. 6° de la ley 25.156.

También puso de relieve que se transfirieron ciertas órdenes de compra de insumos, como así también existencias de productos terminados y en proceso, nombre de dominio, know how y registros alimenticios, como así también servicios de asistencia técnica y celebración de acuerdos de no competencia; todo lo cual implica en la práctica que se transfiere una “empresa”. Afirmó que el Estado Nacional busca prevenir una posible situación perjudicial para la competencia, en cumplimiento de lo establecido por el art. 42 de la Constitución Nacional.

5.- De la manera en la cual han sido planteados los agravios se advierte que la cuestión a resolver consiste en determinar si la compra venta de las marcas conduce a la “*toma de control*” de la empresa vendedora (art. 6 de la LCD), para que se justifique la obligación de notificar la operación en los términos del art. 8 de la ley 25.156.

6.- En primer término, cabe destacar que de la prueba documental acompañada a la causa (cfr. fs. 37/248) surge que las partes acordaron la compra venta de ciertas marcas de alimentos y de algunos —muy precisos— diseños, insumos, envoltorios, maquinarias y “know how” que hacen a la utilización o explotación de las marcas.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA I

Ahora bien, el art. 6 de la ley 25.156 establece que “*se entiende por concentración económica la toma de control de una o varias empresas, a través de la realización de los siguientes actos:”.*

De esta manera, se advierte que los incisos del art. 6 de la ley 25.156 identifican y describen cuales son las adquisiciones que permiten a una empresa “*tomar el control de una o varias*” empresas.

En el caso particular de autos, la venta de las marcas de alimentos Vienissima, Hammond, Tres Cruces, Good Mark, Wilson, Delicia y Manty, como así también de envasados, know how y ciertos insumos relacionados a esas marcas, no constituye la “*toma de control*” de una empresa, tal como lo describe el art. 6 de la ley 25.156. Ello así dado que además las partes no acordaron la transferencia de inmuebles, maquinarias de escala de producción de alimentos, empleados, contratos con proveedores, contratos de provisión, acciones o cuota partes de sociedades, entre otros; de manera tal que pudiera establecerse que una nueva persona jurídica tomo el control de la empresa que vende las marcas.

Es así que, del análisis de la prueba documental surge que las adquisiciones aquí ponderadas por la autoridad administrativa sólo pueden tener como fin complementar y perfeccionar la venta de las marcas de alimentos y no la toma de control de la empresa vendedora.

Por lo demás, la autoridad administrativa justificó la necesidad de notificar la operación de compra venta de las marcas en el “volumen de negocios” involucrado y en los efectos de la transferencia de “clientela”. En este punto, corresponde poner de relieve que ambos hechos no constituyen la ya referida “toma de control” de la empresa vendedora. En efecto, el volumen comercializado y la clientela involucrada en el seguimiento de las marcas no determina que la parte vendedora se haya desprendido del control de su empresa, o al menos de una de una unidad empresaria. La sola venta de activos, sin la “toma de control” de la empresa vendedora, no constituye el hecho jurídico previsto en la ley 25.156 que obliga a las contratantes a notificar la operación a la autoridad administrativa.

En otras palabras, la venta de activos tenida en cuenta por la CNDC debe ser de tales características que produzcan la “toma de control” de la empresa vendedora. En el caso de autos, se verificó únicamente la venta de marcas reconocidas en el mercado.



En función de lo expuesto, las ventas de las marcas antes mencionadas no deben ser informadas y notificadas a la autoridad administrativa en los términos del art. 8 de la ley 25.156.

Por ello, **SE RESUELVE:** revocar la resolución administrativa Secretaría de Comercio n° 11/2016, del 5.2.2016, dictada en el marco del expte. administrativo n° S01:0298988/2015 (OPI N°262), obrante a fs. 320/323 de autos. Las costas se distribuyen en el orden causado atendiendo a las particularidades que presentó la cuestión.

El Dr. Francisco de las Carreras no suscribe la presente por hallarse en uso de licencia (art. 109 del R.J.N.).

Regístrese, notifíquese y devuélvase mediante oficio de estilo a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

María Susana Najurieta

Ricardo Víctor Guarinoni

