



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del
Consumidor

EL COSTA
OSCAR COSTA
SECRETARIO GENERAL DE ADMINISTRACION
DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

64

53

BUENOS AIRES.

12 MAY 2000

VISTO el Expediente N° 064-000690/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

Que el artículo 58 de la Ley N° 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de la Ley N° 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de las normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga en funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMÍA.

Que, en consecuencia, las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6° a 16 y 58 de la Ley N° 25.156.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición del SESENTA POR CIENTO (60%) del paquete accionario y en la toma de control de la firma RAINUZZO DDB S.A. por parte del grupo DM9 HOLDING, acto que encuadra en el artículo 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica con incidencia en el mercado nacional de servicios publicitarios, no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

M.E.
517

E.
W



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ES COPIA
OS... EMATINE
DIRECCIÓN DE EFACHO

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como ANEXO I y es parte integrante de la presente.

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

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la adquisición del SESENTA POR CIENTO (60%) del paquete accionario y en la toma de control de la firma RAINUZZO DDB S.A. por parte del grupo DM9 HOLDING., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 11 de mayo del año 2000, que en DIEZ (10) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 64

Dr. CARLOS WINOGRAD
Secretario de Defensa de la
Competencia y del Consumidor

M.E.
DESCRIPCIÓN
517

1-E.



Ministerio de Economía
Secretaría de Promoción de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Promoción de la Competencia

ES COPIA
COMISION NACIONAL DE PROMOCION DE LA COMPETENCIA
SECRETARÍA DE PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

ES COPIA
COMISION NACIONAL DE PROMOCION DE LA COMPETENCIA
64
Dr. Alejandro
Comisión Nacional de Promoción de la Competencia
Secretaría :

Expte. N° 064-000690/2000

DICTAMEN CONCENT. N° 53

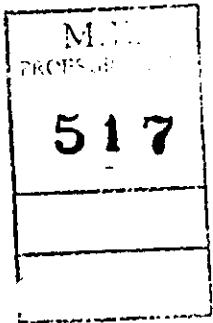
BUENOS AIRES, 11 MAY 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica por la cual el grupo DM9 HOLDING adquiere el 60% del paquete accionario y toma el control de la firma RAINUZZO DDB S.A., que tramita en el marco del Expediente N° 064-000690/00, cuya carátula es "RAINUZZO DDB S.A. Y DM9 HOLDING-S/ NOTIFICACION ART. 8 LEY N° 25.156".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

- La operación
 1. Como fuera expresado, la operación de concentración económica que se notifica consiste en la compra por parte del grupo DM9 HOLDING del 60% de las acciones emitidas, en circulación y votos de la firma RAINUZZO DDB S.A., tomando el control de esta última. Para ello, el día 5 de enero de 2000, las partes suscribieron un Contrato de Compraventa de Acciones.
 2. El grupo DM9 HOLDING antes de la operación notificada ya poseía el 40% de las acciones de la firma RAINUZZO DDB S.A. y como resultado de la compra y tras la adquisición del 60% del paquete accionario, DM9 HOLDING resultará titular de la totalidad de las acciones de la firma RAINUZZO DDB S.A.
 3. Por otro lado, como consecuencia de una reforma integral del Estatuto Social luego de la operación, la firma RAINUZZO DDB S.A cambió su denominación social por la de DDB ARGENTINA S.A.



S.P.
S.A.E.
[Handwritten signatures]



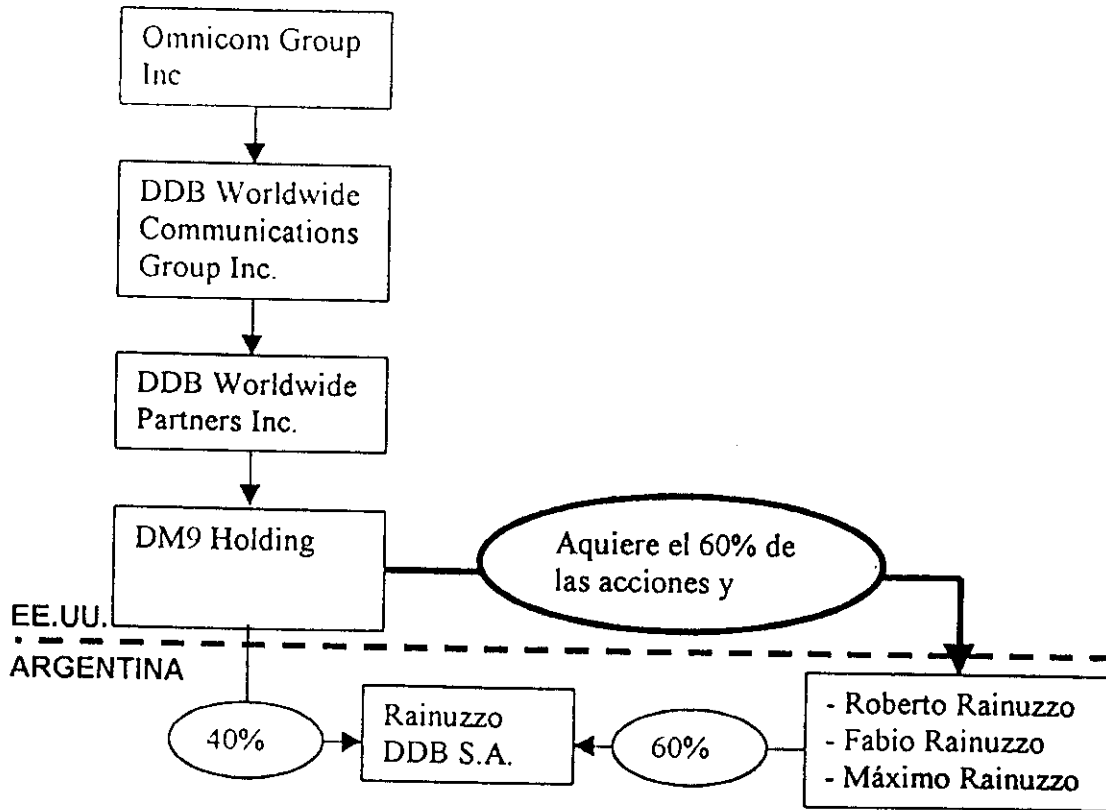
COPIA
DE
EMBAJADA
DE
MADRID

[Handwritten signature]

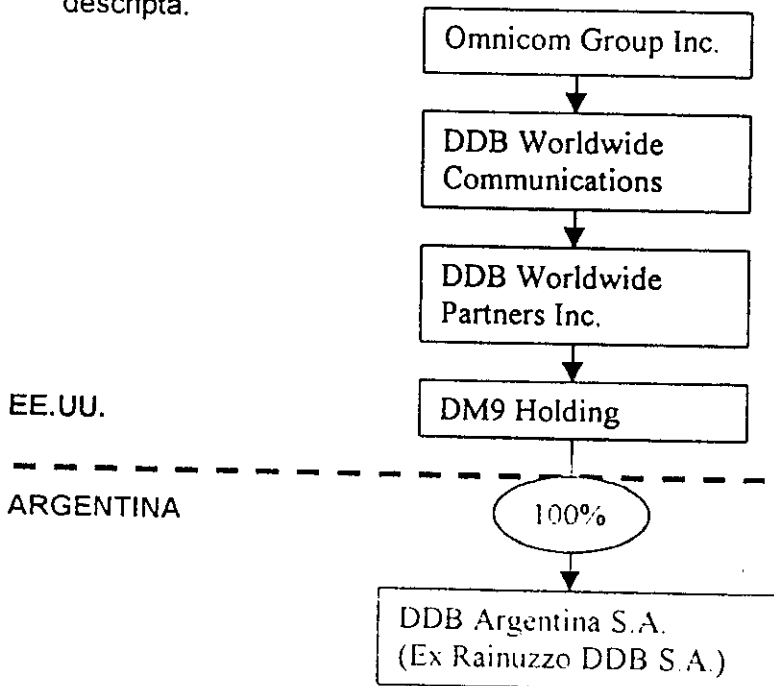
64

Dr. Alejandro A. Ancoi
Secretario

4. La compraventa realizada se describe gráficamente del siguiente modo:



5. El siguiente gráfico describe la participación accionaria con posterioridad a la operación descrita.



M.E.
PROCESADO
517

[Handwritten notes and signatures]



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
 OSCAR ... MATINE
 DIRECCIÓN DE DESPACHO

64
 Secretario de la Competencia

• Actividad de las partes

6. DM9 Holding es una sociedad debidamente constituida y válidamente existente en virtud de las leyes de las Islas Caimán. Tiene por objeto, conforme lo establece su Acta Constitutiva y Estatutos, desarrollar actividades como sociedad de inversión, operar como promotora e intermediaria y desarrollar actividades en carácter de financista, capitalista, concesionario, comerciante, corredor, negociante, negociador, agente, exportador e importador así como llevar a cabo operaciones de inversión, financieras, comerciales, mercantiles, de negociación y de otra naturaleza. En Argentina es titular del 40% de las acciones de RAINUZZO DDB S.A., no poseyendo ninguna otra actividad.
7. Su controlante es el grupo DDB WORLDWIDE PARTNERS INC., con sede en EE.UU., quien a su vez es controlada por el grupo DDB WORLDWIDE COMMUNICATIONS GROUP INC. y en cuya cabeza se encuentra el grupo OMNICOM GROUP INC., grupo constituido según las leyes de los Estados Unidos de América.
8. RAINUZZO DDB S.A. es sociedad debidamente constituida e inscripta en virtud de las leyes de la República Argentina. Tiene como objeto social, la explotación de toda clase de actividad relacionada con la publicidad artística y comercial; incluyendo los servicios de relaciones públicas, prensa, comercialización, investigación de mercados, análisis estadísticos de medios y otras actividades afines relacionadas con las artes gráficas, cromolitografías, trabajos de imprenta e impresión; producción de películas; redacción de textos publicitarios; representaciones artísticas, creación y producción de programas artísticos para televisión y edición de libros, folletos o publicaciones de cualquier clase.
9. Los vendedores, propietarios del 60% del capital social, son tres personas físicas de nacionalidad argentina a saber: Roberto Rainuzzo, Máximo Rainuzzo y Fabio Rainuzzo. RAINUZZO DDB S.A. no posee controladas.

II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

- 10 Las empresas involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, efectuados en uso de las atribuciones conferidas por los artículos 11º y 58º de la Ley N° 25.156, notificando la

PROYECTO N°
517

R.P.
 n.e.
 R.P.
 [Signature]



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
 OSQAR... MATINE
 DIRECTOR EJECUTIVO

FIEL DEL ORIGINAL
 64
 Secretario

operación de concentración de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 8° de la norma legal precitada el día 14 de enero de 2000.

- 11 La operación traída a notificación es una concentración en los términos del artículo 6°, inciso c) de la norma legal precitada, por cuanto se trata de una transferencia de acciones que importa una toma de control sobre la empresa cuyas acciones se adquieren.
12. La obligatoriedad de la notificación de la operación presentada está dada por el volumen de negocios total en el ámbito mundial del conjunto de empresas controlantes de DM9 HOLDING supera el umbral establecido en el artículo 8° de la ley precitada, de PESOS DOS MIL QUINIENTOS MILLONES (\$ 2.500.000.000), que al 31 de diciembre de 1999, ascendió a DOLARES ESTADONIDENSES CINCO MIL CIENTO TREINTA MILLONES QUINIENTOS CUARENTA Y CINCO MIL (\$5.130.545.000.-).

III. PROCEDIMIENTO

517

13. Las presentantes notificaron en tiempo y forma la operación antes mencionada de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 8°, en el marco de la Ley N° 25.156, el día 14 de enero de 2000.
14. Tras analizar la información suministrada por las empresas en cuestión, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, haciéndoselo saber a las partes involucradas el día 21 de enero.
15. El día 2 de febrero, las firmas RAINUZZO DDB S.A. y DM9 HOLDING completaron satisfactoriamente los requerimientos efectuados por la CNDC en relación al Formulario F1, dándose por cumplido el mismo y comenzando a correr, a partir de esa fecha, el plazo de los 45 días previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
16. Posteriormente, el día 29 de marzo de 2000, en virtud de la necesidad y conveniencia de profundizar el análisis y estudio de la operación notificada se requirió a las presentantes cumplimentar el Formulario F2.

Handwritten signatures and initials: P., D.E., P., and a large signature at the bottom left.



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
 ESCAR... MATINE
 DIRECCIÓN EJECUTIVA

FIEL DEL...
 64
 Dr. Miguel Ángel...
 Secretario

17. En consecuencia, las firmas respondieron satisfactoriamente al requerimiento anteriormente mencionado el día 9 de mayo, reanudándose el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley de Defensa de la Competencia, previamente suspendido con motivo del Formulario F2, venciendo dicho plazo el día 16 de mayo de 2000.

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

- La naturaleza de la operación

18. La presente operación notificada por las empresas RAINUZZO DDB S.A. y DM9 HOLDING, prestadoras de servicios publicitarios, es una concentración económica consistente en la toma de control de una empresa por parte de su socio minoritario que no realiza otras actividades que impliquen una relación horizontal, por lo que no se producen efectos en el grado de concentración del mercado analizado.

- El producto

19. En la concentración económica que se notifica, los servicios bajo análisis son los publicitarios. Esta actividad se compone, principalmente, de la elaboración de una estrategia de comunicación, la creación del mensaje, la planificación y contratación de los espacios publicitarios en los medios de comunicación y las promociones de venta. Esto es, todas aquellas actividades de promoción e imagen de los productos y/o servicios que se lanzan al mercado, destinados principalmente a los medios de comunicación masiva, como ser televisión, radio, medios gráficos y vía pública, entre otros.

20. Asimismo, se consideran servicios publicitarios a todas aquellas que impliquen el desarrollo de tareas específicas a los efectos de impulsar una venta. Como ejemplo pueden mencionarse, la realización de eventos o establecimiento de puestos de promoción en distintos puntos de venta como ser centros comerciales o supermercados, comunicación directa a través de la línea telefónica (telemarketing), desarrollo del comercio electrónico para la venta de productos a través de internet, etc.

PROCESO...
 517

D.P.
 S.N.E.
 D.P.
 [Handwritten signatures]



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

[Handwritten signature]
OSCAR [illegible] DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO

FIEL [illegible]
[Handwritten signature]
64
I. I. [illegible]
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
Secretario

21. El cambio en el control de la firma RAINUZZO DDB S.A., no produce ningún efecto sobre el grado de concentración en el mercado de los servicios publicitarios, dado que DM9 HOLDING, una holding perteneciente a un grupo económico que realiza las mismas actividades en otros mercados distintos del argentino, no opera por sí misma en el mercado local, sino que lo hace a través de la participación que posee en el capital accionario de RAINUZZO DDB S.A.

- El mercado geográfico

22. El mercado geográfico de los servicios publicitarios se extiende a todo el país, ya que los demandantes de estos servicios pueden contratar con agencias de publicidad localizadas en cualquier parte de la Argentina. Si bien existen empresas que brindan sus servicios publicitarios a firmas de dimensión nacional, por un lado, y otras que lo hacen a empresas cuya actividad es de orden local o regional, esta separación no es rígida, ya que es posible que alguna de las agencias "locales" realicen campañas publicitarias a escala nacional.

AAAP
PROFESIONALES
517
—

23. Cabe señalar que estos servicios son demandados en general por empresas medianas y grandes, que tienen la posibilidad de elegir entre un amplio espectro de proveedores. En el caso de RAINUZZO DDB S.A., los servicios que ofrece tienen alcance nacional.

- Las características del mercado

24. El mercado argentino de servicios publicitarios se encuentra altamente atomizado, ya que concurren a él un número importante de empresas. Las presentantes estiman que, sobre la base del número de empresas asociadas a la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP), existen más de 70 firmas que compiten en este mercado. Dado que no todas las agencias están inscriptas ya que su asociación es voluntaria, la cantidad de empresas oferentes de servicios publicitarios es aún mayor.

25. Según estimaciones realizadas por participantes en el mercado, las empresas de servicios publicitarios canalizan aproximadamente el 75% de la inversión publicitaria

[Handwritten notes and signatures]
D.P.
S.N.R.
D.P.
i n
h



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA
USCAR... DE MATINE
DIRECCION DESPACHO

COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Secretaría

total¹ (que en 1998 fue de 3 269,5 millones de pesos²), y el valor agregado de dichas firmas es del orden del 17,5% (una vez excluida la facturación realizada por cuenta y orden de terceros en concepto de provisión de espacios publicitarios en los medios de comunicación).

26. Por su parte, la AAAP confecciona un ranking anual de agencias a partir de la facturación de las mismas, éste se realiza con la información suministrada por las agencias que voluntariamente deciden ser incluidas en él. Este ranking abarca aproximadamente al 50% del mercado argentino de servicios publicitarios.

27. Considerando al total facturado por las empresas incluidas en este ranking, se puede observar que las primeras cuatro empresas concentraban aproximadamente el 30% en 1998. La primera en el ranking fue, McCann Erickson Argentina/Interpublic S.A. que participó con el 7,8%, le siguieron J. W. Thompson Argentina S.A. con el 7,6% y Young & Rubicam S.A., al igual que Ratto/BBDO S.A., con el 7,2%. Por su parte la empresa involucrada en esta operación de concentración, RAINUZZO DDB S.A, estuvo ubicada en el 15º lugar con una participación del 2,8%.

M. E.
PROFESIONAL Nº
517

28. Cabe mencionar, que de las operaciones de concentración notificadas a esta Comisión Nacional ocurridas a fines de 1999 y a principios del 2000, por las cuales Havas Advertising International S.A. compró el 100% del paquete accionario de Lautrec Publicidad S.A. y Young & Rubicam S.A. adquirió el control accionario de la firma Ricardo de Luca Publicidad S.A. respectivamente³, la ubicación en el ranking habría tenido ciertas modificaciones, ubicando a estas empresas en los primeros puestos del ranking.

S.N.E.

S.N.E.

S.N.E.

¹ Esto se debe a que algunas empresas cuentan con servicios publicitarios propios dentro de su organización, y existen otros rubros, como los avisos clasificados, que no necesitan de asesoramiento publicitario.

² Sobre la base de los datos de la ASOCIACIÓN ARGENTINA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (AAAP) brindados por las empresas intervinientes en la operación.

³ La SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR por Resolución Nº 8/2000 de fecha 8 de febrero de 2000 autorizó la operación por la cual Havas Advertising International S.A. compró el 100% del paquete accionario de Lautrec Publicidad S.A. A su vez, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, por Resolución de fecha 15 de marzo de 2000, determinó que la operación por la cual Young & Rubicam S.A. adquirió el control accionario de la firma Ricardo de Luca Publicidad S.A., no se encontraba sujeta a notificación previa.



Ministerio de Economía
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ESTADO
OSCAR ... DE ... DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

64

Dr. Alejandro K. Anguit

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
Secretario

29. En el Cuadro Nº 1 se presentan 18 de las 30 empresas del ranking de acuerdo a la posición y el porcentaje de facturación sobre el total de las 30 agencias consideradas por la AAAP. En él se puede observar que no hay una única empresa que tenga una posición importante en el mercado, que le permita desarrollar una conducta que pueda causar un perjuicio al interés económico general.

Cuadro Nº1: Participaciones de los principales competidores de acuerdo a la facturación estimada para los servicios publicitarios prestados a nivel nacional, para el año 1998.

EMPRESAS	PARTICIPACIÓN (%)
1. McCann Erickson Argentina/Interpublic S.A.	7,8
2. J. W. Thompson Argentina S.A.	7,6
3. Young & Rubicam S.A.	7,2
4. Ratto/BBDO S.A.	7,2
5. Bozell Vazquez	6,9
6. Pragma/FCB Publicidad S.A.	6,8
7. lautrec/Nazca Saatchi & Saatchi	6,6
8. Ogilvy & Mather Argentina	5,0
9. Grey Argentina	4,8
10. AguLLa & Baccetti S.A.	4,4
11. Leo Burnett Argentina	3,5
12. Graffiti/DMB & B S.A.	3,4
13. Savaggio TBWA & ASOC. S.A.	3,3
14. Ammirati Puris Lintas	2,9
15. Rainuzzo DDB S.A.	2,8
16. Vega Olmos Ponce S.A.	2,7
17. Verdino Bates	2,6
18. R. de Luca Publicidad S.A.	2,2

Fuente: Asociación Argentina de Agencias de Publicidad.

30. Por su parte, el ingreso a este mercado no presenta restricciones cuantitativas ni cualitativas, dado el tipo de actividad que se desarrolla, ya que el insumo fundamental es la creatividad. Por lo tanto, no es necesario montar una infraestructura onerosa, ni adquirir costosos bienes de capital o contar con gran cantidad de personal dependiente para montar una agencia de publicidad.

517

p.
e.
p.
w.
[Handwritten signature]



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COSTA RICA
 OSC: B
 DIRE: [illegible]
 REGISTRADO

64
 FIEL DEL ORIGINAL

Secretario

• Los efectos sobre la competencia en el mercado

- 31. Con la toma de control de RAINUZZO DDB S.A. por parte de DM9 HOLDING, cambió la denominación social de RAINUZZO DDB S.A. por la de DDB ARGENTINA S.A. Por lo tanto, en el mercado de servicios publicitarios, sólo ocurrió un cambio de titularidad y de denominación social de una empresa que ya operaba en el mismo. Por lo que, se trata de una transacción que no tiene ningún efecto sobre la competencia en este mercado, ya que no se excluye a un competidor o a un proveedor.
- 32. Por todo lo expuesto, se puede concluir que la operación de concentración que se notifica no generará restricciones o limitaciones a la competencia, ya que no se afecta el grado de concentración económica existente en el mercado de los servicios publicitarios.

V. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS

33. Este tipo de cláusulas, llamadas por la jurisprudencia comparada como "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración y, para que sean aceptadas en el marco del análisis de sus efectos sobre la competencia, las mismas deben estar estrechamente relacionadas con la operación, subordinadas en importancia a la misma y deben ser necesarias para su efectivización, debiendo asimismo resultar de un acuerdo entre partes que no afecte a terceros.

34. En este caso en particular, cabe mencionar conforme lo establecido en el acuerdo mencionado, que dos de las tres personas físicas vendedoras del 60% del paquete accionario están contratadas por la firma compradora y por el término de un año a partir de la firma del contrato mencionado; a fin de prestar sus servicios gerenciales tendientes a la implementación de las pasos necesarios y conducentes para una mejor transición de los negocios y manejo de clientes de la sociedad.

35. Por esta razón, la empresa adquirente acordó con ellos, que no podrán tener actividades con clientes actuales y potenciales, ni contratar a personal de la firma adquirida, por un plazo de dos años posteriores a su desvinculación con la compañía.

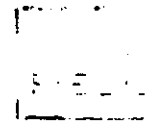
PROCESO N.º
517

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

OSUR
 DEMATINE
 DIRECTOR DE DESPACHO



64

Def

Dr. Alejandro T. Arcaut

- 36. Debe considerarse que el plazo de duración de las restricciones descritas es de dos años y que a los sujetos vendedores no se les inhibe la posibilidad de trabajar en el mismo rubro, limitándoseles solamente la vinculación con los clientes que operaban con la empresa adquirida y contratar personal de la misma.
- 37. En virtud de lo expuesto, en el caso de autos y dadas las características de las restricciones analizadas, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA considera que las mismas no tienen por objeto o efecto restringir o limitar la competencia de forma que se pueda afectar el interés económico general.

VI. CONCLUSIONES

517

- 38. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica no altera las condiciones de competencia en el mercado nacional de servicios publicitarios, y por lo tanto no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.
- 39. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al Señor SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición del 60% del paquete accionario de la firma RAINUZZO DDB S.A. por parte del grupo DM9 HOLDING, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13, inc. a), de la Ley N° 25.156.

S.P.
S.N.E.

iv

[Signature]
 EDUARDO MONTANARI
 VOCAL

[Signature]

[Signature]
 Lic. MAURICIO CUTERA
 VOCAL