



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

297



BUENOS AIRES, 24 AGO 2010

VISTO el Expediente N° S01:0432404/2008 del Registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, y

CONSIDERANDO:

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

Que el día 20 de octubre de 2008, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recibió la notificación de una operación de concentración económica, celebrada el día 9 de octubre de 2008 en la REPÚBLICA ARGENTINA, la cual consiste en la adquisición por parte de la firma GERDAU GTL SPAIN S.L. del CIENTO POR CIENTO (100 %) de la cuotas sociales de la empresa CAÑOS CÓRDOBA S.R.L. (actualmente constituida en Sociedad Anónima), en poder del señor Don Roberto Horacio SARTORI (M.I. N° 7.988.022) y la señora Doña Norma Josefa ALLEMANDI (M.I. N° 5.422.804).

Que el señor Don Roberto Horacio SARTORI es una persona física, de nacionalidad argentina, mayor de edad, titular del CINCUENTA POR CIENTO (50 %) del capital social de la empresa CAÑOS CÓRDOBA S.A.

Que la señora Doña Norma Josefa ALLEMANDI es una persona física, de nacionalidad argentina, mayor de edad, titular del CINCUENTA POR CIENTO (50 %) del capital social de la empresa CAÑOS CÓRDOBA S.A.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

297



Que la firma GERDAU GTL SPAIN S.L. es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes del REINO DE ESPAÑA, dedicada a la adquisición, administración y gestión de valores. Esta empresa es controlada directamente con el CIENTO POR CIENTO (100 %) de las acciones por la empresa GERDAU INTERNACIONAL EMPREENDIMIENTOS LTDA., una sociedad holding constituida en la REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL.

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración económica de acuerdo a lo establecido en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6º, incisos c) de la Ley Nº 25.156.

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

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, ya que tiene por objeto o efecto restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior subordinar la autorización de la operación de concentración económica mediante la cual la empresa GERDAU GTL SPAIN S.L. adquiere el CIENTO POR CIENTO (100 %) de las cuotas sociales de la empresa CAÑOS CÓRDOBA S.A, en poder de la señora Doña Norma Josefa ALLEMANDI y del señor Don Roberto Horacio SARTORI, a la modificación de la Cláusula 13 del Contrato de Cesión de Cuotas Sociales celebrado



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

297



con fecha 9 de octubre de 2008, debiendo estipularse que: A) la Cláusula 13 debe limitarse únicamente en cuanto a su objeto a los negocios de distribución y venta de productos de acero o derivados del acero; B) el plazo contenido en la Cláusula 13 no debe exceder los DOS (2) años, contados a partir de la fecha de cierre de la operación, todo ello de conformidad con lo previsto en el Artículo 13, inciso b) de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 812 de fecha 19 de julio de 2010 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y forma parte integrante de la presente resolución.

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

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Subordínase la autorización de la operación de concentración económica notificada a la modificación de la Cláusula 13 del Contrato de Cesión de Cuotas Sociales celebrado con fecha 9 de octubre de 2008, teniendo en cuenta que: A) la Cláusula 13 debe limitarse únicamente en cuanto a su objeto a los negocios de distribución y venta de productos de acero o derivados del acero; B) el plazo contenido en la Cláusula 13 no debe exceder los DOS (2) años, contados a partir de la fecha del perfeccionamiento del contrato, todo ello de conformidad con lo previsto en el Artículo 13, inciso b) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 812 de fecha 19 de julio de 2010 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

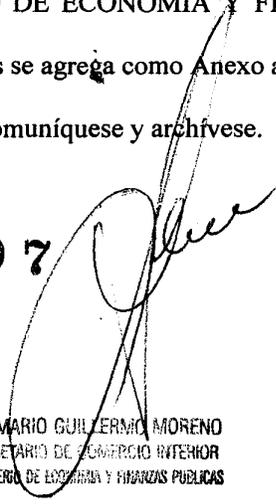


INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en SESENTA Y CINCO (65) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N°

297


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



ES COPIA FIEL

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

297

Dr. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



Expediente N° S01: 0432404/2008 (Conc. 728) RAN/AP-TM-DG-AM
DICTAMEN CONC.: N° 812
BUENOS AIRES, 19 JUL 2010

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0432404/2008 del Registro del EX MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, caratulado: "GERDAU GTL SPAIN S.L. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (Conc. 728)".

I.-DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

I.1. La operación.

1. El día 20 de octubre de 2008, esta Comisión Nacional recibió la notificación de una operación de concentración económica, celebrada el día 9 de octubre de 2008 en la República Argentina que consiste en la adquisición por parte de GERDAU GTL SPAIN S.L (en adelante "GERDAU SPAIN") del 100% de las cuotas sociales de CAÑOS CORDOBA S.A.¹ (en adelante "CAÑOS CÓRDOBA"), en poder del Señor Roberto H. Sartori y de la Señora Norma J. Allemandi.
2. Asimismo, las partes informaron que el día 9 de octubre de 2008 acaeció el cierre de la operación².
3. Con posterioridad, las partes informaron que el día 9 de enero de 2009 GERDAU SPAIN, transfirió 3000 cuotas sociales-ahora acciones en virtud de la transformación societaria operada de CAÑOS CÓRDOBA- al Señor Luis Daniel Pécora Nova, representativas del 0,0333% del capital social de esta firma.

[Handwritten signature]

¹ De acuerdo a lo informado por las partes en la presentación de fecha 15-01-2010, CAÑOS CÓRDOBA S.R.L operó la transformación societaria a sociedad anónima, siendo inscripta dicha transformación en el registro respectivo el día 30 de noviembre de 2009.
² Presentación de fecha 27-04-09.



ES COPIA FIEL



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

Dra. MARIA VICTORIA DE VERA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

297

4. Como consecuencia de la transacción antes descripta, GERDAU SPAIN adquiere el control directo de CAÑOS CÓRDOBA.

1.2. La actividad de las partes.

PARTE COMPRADORA

5. **GERDAU SPAIN** es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes del Reino de España dedicada a la tenencia, administración y gestión de valores. Esta empresa es controlada directamente con el 100% de las acciones por GERDAU INTERNACIONAL EMPREENDIMENTOS LTDA., una sociedad holding constituida en la República Federativa de Brasil.

PARTE VENDEDORA

6. **Roberto H. Sartori**, es una persona física, nacida en Gobernador Dupuy, Provincia de San Luis, con Documento Nacional de Identidad N° 7.988.022, titular del 50% del capital social de CAÑOS CÓRDOBA.

7. **Norma J. Allemandi**, es una persona física, nacida en la Ciudad de Córdoba, con Documento Nacional de Identidad N° 5.422.804, titular del 50% del capital social, de CAÑOS CORDOBA.

EMPRESAS INVOLUCRADAS DEL COMPRADOR

8. Las empresas integrantes del GRUPO GERDAU que poseen actividades en nuestro país son las siguientes:

9. **SIPAR ACEROS S.A.** (en adelante "SIPAR ACEROS"), es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina dedicada a la fabricación de productos metalúrgicos para la construcción civil, la industria metalúrgica y clavos. Esta empresa es controlada indirectamente por GERDAU SPAIN, a través de SIPAR GERDAU INVERSIONES S.A., una sociedad holding argentina que posee el 92,2% de las acciones de SIPAR ACEROS. Asimismo GERDAU SPAIN posee el restante 7,39% de las acciones de esta empresa.

10. **SIDERCO S.A.** (en adelante "SIDERCO"), es una empresa constituida conforme las leyes de la República Argentina que distribuye productos metalúrgicos y de hierro, controlada directamente por SIPAR ACEROS con el 99,91% de las



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

ES COPIA FIEL

297

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERON
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



acciones, estando el 0,08% restante en poder de SIPAR GERDAU INVERSIONES S.A. (en adelante "SIPAR GERDAU INVERSIONES").

11. GERDAU ACOS LONGOS S.A. (en adelante "GERDAU ACOS LONGOS"), es una sociedad constituida conforme las leyes de la República Federativa de Brasil, dedicada a la producción y comercialización de aceros largos (no planos), que exporta a la República Argentina alambres, barras, perfiles, clavos terminados, alambrones y palanquillas semi-terminados. Esta empresa es controlada directamente por GERDAU S.A. una empresa holding constituida de conformidad con las leyes de la República Federativa de Brasil con el 92,8% de las acciones³.
12. GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A., es una firma constituida de conformidad con las leyes de la República Federativa de Brasil, que es una unidad siderúrgica productora de aceros especiales, localizada en el Estado de Río Grande Do Soul. De acuerdo a lo informado por las partes exporta a la República Argentina barras terminadas, palanquillas y alambrones semiterminados. Esta empresa es controlada directamente por GERDAU S.A. con el 91,8% de las acciones⁴.
13. ACOS VILLARES S.A., es una empresa constituida conforme las leyes de la República Federativa de Brasil, cuya actividad consiste en la producción de aceros especiales para construcción mecánica, y además produce cilindros forjados y fundidos para laminación. Esta empresa es controlada directamente por CORPORACION SIDENOR S.A. con el 58,4% del capital social, mientras que la restante participación accionaria que asciende al 28,9% está en poder de METALÚRGICA GERDAU S.A. una empresa holding constituida de conformidad con las leyes de la República Federativa de Brasil⁵.
14. GERDAU LAISA S.A., es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Oriental del Uruguay, que se dedica a la producción de aceros laminados no planos. Esta firma exporta a nuestro país cilindros, barras, alambres terminados y palanquillas semi-terminadas. Esta firma es controlada directamente

³ La restante participación accionaria de esta empresa está en poder de varios accionistas minoritarios, de acuerdo a lo informado por las partes en la presentación de fecha 5-08-09.

⁴ La restante participación accionaria de esta empresa está en poder de varios accionistas minoritarios, de acuerdo a lo informado por las partes en la presentación de fecha 5-08-09.

⁵ La restante participación accionaria de esta empresa está en poder de varios accionistas minoritarios, de acuerdo a lo informado por las partes en la presentación de fecha 5-08-09.

[Handwritten signature]



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

COPIA FIEL
297

Dra. MARÍA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LEYTRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



por GERDAU INTERNACIONAL EMPREENDIMENTOS LTDA. quien detenta el 100% de las acciones. Esta empresa exporta a la República Argentina palanquilla semi-terminada.

15. GERDAU ACOMINAS S.A., es una sociedad constituida conforme las leyes de la República Federativa de Brasil, que es la mayor unidad siderúrgica del Grupo GERDAU, localizada en Ouro Branco, Minas Gerais. Esta empresa fabrica palanquillas, placas, bloques, perfiles estructurales laminados de alas paralelas, alambón, además de productos carboquímicos. Asimismo exporta a la República Argentina blocos, planchones y palanquillas semi-terminadas y perfiles terminados. Esta empresa es controlada directamente con el 93% de las acciones por GERDAU S.A.⁶

16. CORPORACION SIDENOR S.A. es una firma constituida conforme las leyes del Reino de España, cuya actividad consiste en la fabricación de aceros largos especiales y de grandes piezas forjadas y fundidas. Posee tres plantas siderúrgicas en España. De acuerdo a lo informado por las partes, excepcionalmente realiza exportaciones a la República Argentina, aunque en el año 2008 exportó catorce (14) toneladas de chapa aleada y cuarenta y dos (42) toneladas de barra estirada. La composición accionaria de esta empresa es la siguiente: i) GERDAU HUNGRIA HOLDINGS LLC, posee el 40% de las acciones; ii) CARPE DIEM SALUD, S.L. detenta el 40% de las acciones; iii) BOGEY HOLDINGS COMPANY SPAIN, SL. tiene el 20%.

EMPRESA ADQUIRIDA

17. CAÑOS CORDOBA S.A., es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de la República Argentina, dedicada a la compra venta de caños, hierros y perfiles. Esta empresa distribuye una serie de productos derivados del acero que incluyen principalmente caños estructurales, tubos de conducción, alambres, mallas, hierros, perfiles y chapas. De acuerdo a lo informado por las partes esta firma no controla ninguna empresa.

⁶ La restante participación accionaria de esta empresa está en poder de varios accionistas minoritarios, de acuerdo a lo informado por las partes en la presentación de fecha 5-08-09.



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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA DIAZ VEN. SECRETARIA LETRADA COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



297

II.- ENCUADRAMIENTO JURÍDICO.

- 18. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el artículo 8º de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
- 19. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6º, inciso c) de la Ley N° 25.156.
- 20. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral establecido en el artículo 8º de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III.- PROCEDIMIENTO:

- 21. Con fecha 20 de octubre de 2008 los apoderados de GERDAU SPAIN y del Señor Roberto H. Sartori y de la Señora Norma J. Allemandi efectuaron una presentación acompañando el Formulario F1 y determinada documentación.
- 22. El día 23 de octubre de 2008 esta Comisión Nacional consideró que la presentación efectuada se hallaba incompleta, por lo que se les requirió a las partes que acompañen determinada información en los términos de la Resolución SDCyC N° 40/2001. Asimismo, el día 24 de octubre de 2008 se les hizo saber a las partes que hasta tanto ello estuviera cumplido no comenzaría a correr el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 23. El día 13 de noviembre de 2008 las partes efectuaron una presentación acompañando determinada información y documentación. Tras analizarla, esta Comisión Nacional entendió el día 20 de noviembre de 2008 que la misma no cumplía plenamente con lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001, por lo que el día 21 de noviembre de 2008 se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.



297

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

COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERON
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 24. El día 22 de diciembre de 2008 la partes efectuaron una presentación que se hallaba incompleta, tras lo cual esta Comisión Nacional hizo saber a las notificantes el día 8 de enero de 2009 que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo requerido no comenzaría a correr el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 25. El día 7 de enero de 2009, las partes efectuaron una presentación dando respuesta parcial a lo solicitado, por lo que esta Comisión Nacional hizo saber a los notificantes el día 20 de enero de 2009 que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 26. El día 27 de enero de 2009 las partes efectuaron una presentación, dando respuesta parcial al requerimiento formulado, tras lo cual esta Comisión Nacional hizo saber a las partes el día 9 de febrero de 2009 que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 27. El día 11 de marzo de 2009 las partes efectuaron una presentación. Tras analizar la información y documentación aportada esta Comisión Nacional consideró que las partes habían cumplido la totalidad del requerimiento efectuado en el marco de lo dispuesto por la Resolución SDCyC N° 40/2001. No obstante ello, y teniendo en cuenta que el Formulario F1 se hallaba incompleto, se procedió a efectuar las primeras observaciones, las que fueron notificadas a todas las partes el día 12 de marzo de 2009. Asimismo, se les hizo saber a las notificantes que el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156 quedaba suspendido.
- 28. Los días 27 de abril de 2009 y 11 de mayo de 2009 las partes efectuaron sendas presentaciones, las cuales esta Comisión Nacional ordenó agregar, pasando las actuaciones a despacho con fecha 13 de mayo de 2009. Asimismo y atento a que las partes omitieron acompañar los soportes magnéticos correspondientes a la presentaciones efectuadas, esta Comisión Nacional consideró que hasta tanto las partes los aportaran continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.



297

ES COPIA FIEL



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

Dr. MARIA VICTORIA PEREZ VE
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 29. El día 15 de mayo de 2009 las partes efectuaron una presentación acompañando el soporte magnético correspondiente a las presentaciones del 27 de abril de 2009 y 11 de mayo de 2009. Asimismo acompañaron copia simple de una escritura de sustitución de poder otorgada por GERDAU SPAIN.
- 30. El día 21 de mayo de 2009 esta Comisión Nacional ordenó agregar la presentación efectuada, tuvo presente que las actuaciones seguían a despacho y solicitó a las partes que acompañen copia certificada por Escribano Público de la escritura de sustitución de poder aportada en la presentación de fecha 15 de mayo de 2009.
- 31. Asimismo, el día 8 de junio de 2009, esta Comisión Nacional consideró que las presentaciones efectuadas por las partes se hallaban incompletas por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1 de notificación. Asimismo, con fecha 9 de junio de 2009 se les hizo saber a los notificantes que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo solicitado continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 32. El día 20 de julio de 2009 las partes efectuaron una presentación, a través de la cual acompañaron copia certificada por Escribano Público de la escritura de sustitución de poder. Por ello el día 29 de julio de 2009, esta Comisión Nacional tuvo por cumplido el requerimiento efectuado el día 21 de mayo de 2009.
- 33. El día 5 de agosto de 2009, los notificantes efectuaron una presentación, la cual esta Comisión Nacional ordenó agregar el día 11 de agosto de 2009, pasando las actuaciones a despacho. Asimismo, se les solicitó a las partes que acompañen el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada y el día 14 de agosto de 2009 se les hizo saber que hasta tanto dieran cumplimiento a ello continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 34. El día 25 de agosto de 2009, las partes acompañaron el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada el día 5 de agosto de 2009, tras lo cual el día 3 de septiembre de 2009 esta Comisión Nacional ordenó agregar la presentación efectuada.



297

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

ES COPIA FIEL



Dña. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 35. El día 14 de septiembre de 2009 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, tras la cual se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo con fecha 17 de septiembre de 2009, se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo solicitado continuaría suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 36. El día 28 de octubre de 2009 las partes efectuaron una presentación, la cual esta Comisión Nacional ordenó agregar con fecha 30 de octubre de 2009 pasando las actuaciones a despacho.
- 37. El día 30 de noviembre de 2009 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo con fecha 1° de diciembre de 2009 esta Comisión Nacional comunicó a las partes que hasta tanto aporten la totalidad de la información y/o documentación requerida continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 38. Los días 15 y 20 de enero de 2010 las partes efectuaron sendas presentaciones, las cuales con fecha 2 de febrero de 2010, esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.
- 39. El día 15 de febrero de 2010, esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo, el día 16 de febrero de 2010 se les comunicó a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido, continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 40. El día 22 de febrero de 2010 las partes efectuaron una presentación en la cual desistieron de los pedidos de confidencialidad solicitados en el Formulario F1, que esta Comisión Nacional ordenó agregar el día 24 de febrero de 2010, teniendo presente el desistimiento de la confidencialidad efectuado.
- 41. El día 4 de marzo de 2010 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 10 de marzo de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.

[Handwritten signatures and marks]



297

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

COPIA FIEL



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 42. El día 23 de marzo de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo en la misma fecha, se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo solicitado continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 43. El día 20 de abril de 2010 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 22 de abril de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.
- 44. El día 5 de mayo de 2010, esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1, haciéndole saber a las partes en la misma fecha que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo requerido acompañando la información y/o documentación solicitada continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 45. El día 7 de junio de 2010 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 10 de junio de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.
- 46. El día 8 de junio de 2010, las partes efectuaron una nueva presentación ampliatoria de la efectuada en el punto anterior, la cual esta Comisión Nacional ordenó agregar con fecha 10 de junio de 2010. Tras analizar las mismas, el día 15 de junio de 2010, esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 16 de junio de 2010, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.
- 47. El día 18 de junio de 2010 las partes efectuaron una presentación. Tras analizar la misma, se tiene por aprobado en este acto el Formulario F1, continuando el cómputo de plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156, a partir del día hábil posterior al enunciado.

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

[Handwritten signatures and marks]



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LEYTRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

NATURALEZA ECONÓMICA DE LA OPERACIÓN. ▶

49. Por medio de la presente operación de concentración el Grupo GERDAU, presente en el país y en exterior en el mercado de producción, comercialización y distribución de productos de acero, incorporará a sus negocios a CAÑOS CÓRDOBA, una empresa argentina dedicada a la distribución de productos siderúrgicos, por lo cual, la operación bajo análisis posibilitará al Grupo adquirente fortalecer su integración vertical hacia delante.
50. En efecto, conforme lo informaron las partes, CAÑOS CÓRDOBA es un distribuidor minorista de productos siderúrgicos en general que comercializa, en las provincias de Córdoba, La Rioja y Misiones, una amplia y completa línea de productos finales (o terminados) de acero al carbono, entre los que se encuentran: aceros no planos o largos (laminados, perfiles, alambres, clavos, mallas, hierros, entre otros), aceros planos (chapas), caños estructurales, tubos de conducción y herrajes (cerraduras, bisagras, pasadores, mechas, roldanas, remaches, guantes, trabas).
51. La empresa adquiere los productos que distribuye de diversas empresas del sector que operan en el país, no importando productos del exterior.
52. Por su parte el Grupo adquirente GERDAU, de acuerdo a lo indicado, opera en Argentina por medio de empresas instaladas en el país, y a través de la exportación de productos hacia el país por parte de algunas empresas del Grupo radicadas en el exterior.
53. Específicamente las empresas operativas del Grupo instaladas en Argentina son: SIPAR GERDAU INVERSIONES, SIPAR ACEROS (productora de aceros al carbono largos y otros productos metalúrgicos) y SIDERCO (dedicada a la distribución de productos metalúrgicos y de hierro), en tanto las empresas del Grupo que exportan al país son: GERDAU ACOMINAS S.A. (Brasil), GERDAU ACOS LONGOS S.A. (Brasil), GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A. (Brasil), ACOS VILLARES S.A. (Brasil) y GERDAU LAISA S.A. (Uruguay). Estas empresas extranjeras comercializan en el país, en forma directa y a través de distribuidores, productos de acero al carbono y aleado, tanto largos como planos.



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

COPIA FIEL

297



MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

(en muy bajo porcentaje), semi-terminados y finales; también comercializan cilindros pero sólo como insumo para el proceso productivo de SIPAR ACEROS.

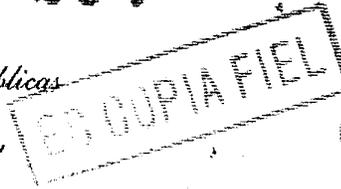
- 54. Las partes aclararon que los productos exportados se derivan tanto al proceso de producción de SIPAR ACEROS como al mercado en general (no obstante aproximadamente el 78% se destina a las empresas argentinas del Grupo), y se dirigen principalmente a las provincias de Buenos Aires y Santa Fé, donde se localizan SIPAR ACEROS y SIDERCO, aunque también a otras provincias como Córdoba, Entre Ríos, San Luis y Tucumán, pero en estas últimas en porcentajes más reducidos.
- 55. SIPAR GERDAU INVERSIONES es una sociedad holding, mientras que SIPAR ACEROS es una empresa siderúrgica localizada en la Provincia de Santa Fé, dedicada a la producción y comercialización de aceros laminados y trefilados no planos⁷. Básicamente la empresa fabrica productos de acero al carbono finales no planos o largos, entre los que se destacan: ADN24 (barras de acero), alambre recocido, laminados cuadrados, laminados redondos, acero liso de construcción, rectificadas, mallas, trefilados, clavos y perfiles (en poca cantidad). Asimismo la empresa adquiere productos del Grupo GERDAU como alambón, ATR 50N, crudo y perfiles, derivando los tres primeros productos mencionados como materia prima a su proceso de producción y también comercializándolos en el mercado como en el caso de los perfiles.
- 56. SIDERCO es una sociedad distribuidora minorista de productos metalúrgicos y de hierro, fundamentalmente productos de acero al carbono finales no planos, en su mayoría de los que fabrica SIPAR ACEROS (barras de acero, laminados cuadrados, laminados redondos, liso construcción, alambre recocido, mallas, trefilados, clavos y perfiles), comercializados bajo la marca SIPAR GERDAU o GERDAU⁸. También comercializa algunos productos (ATR 50N, alambres de púas, alambres galvanizados, alambres de alta resistencia, postes,

⁷ Las partes informaron que la empresa estaba proyectando para el 2008, la instalación de una nueva planta siderúrgica en la Ciudad de Pérez, pero que aún no se instaló planta alguna y el proyecto se encuentra postergado en forma indefinida.

⁸ Las partes aclaran que si bien en los años 2006 y 2007 SIDERCO importó algunos productos planos para su comercialización (chapa LC; chapa LF, Chapa antideslizante, chapa galvanizada lisa, bobina, chapa acanalada galvanizada, chapa cincalum, chapa fuera de estándar caliente, chapa fuera de estándar fría y chapa gruesa), la actividad de la empresa se concentra en la distribución de productos de aceros no planos.



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



DR. MARÍA VICTORIA DÍAZ VENTURA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

distanciados de hilos y electrodos) que exportan a la Argentina otras empresas del grupo GERDAU.

57. El Grupo Gerdau provee el 85% del total de productos distribuidos en el mercado por SIDERCO. Además la empresa realiza corte y doblado, comercializado bajo la marca SIDERCO GERDAU.

PRODUCTOS INVOLUCRADOS- RELACIONES ECONÓMICAS.

58. De acuerdo a lo indicado, es de notar que las empresas del Grupo GERDAU producen y/o comercializan una serie de productos de acero al carbono que son o pueden ser distribuidos por la empresa objeto de la operación. En efecto se informa que CAÑOS CÓRDOBA distribuye algunos productos que adquiere de la mencionadas empresas, comercializados bajo la marca GERDAU o SIPAR, compitiendo además en este mercado con SIDERCO, una de las empresas del Grupo adquirente que opera como distribuidora minorista de los referidos productos.

59. En los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas aprobados por la Resolución 164/2001 de la ex Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, se establece que: *"existe una relación horizontal entre empresas cuando ellas actúan en un mismo mercado como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos. En cambio, nos encontramos frente a una relación vertical entre empresas cuando éstas actúan en distintas etapas de la producción o prestación de un mismo bien o servicio"*.

60. En vista de las actividades productivas en las que se encuentran involucradas las partes notificantes, la operación bajo estudio da lugar a un solapamiento vertical y horizontal de dichas actividades, en virtud de que en el primero caso, el Grupo adquirente a través de SIPAR ACEROS y las empresas del Grupo GERDAU que exportan a la Argentina, están presente en el mercado de producción y comercialización al segmento mayorista de distribución de productos de acero al carbono, y la empresa adquirida CAÑOS CÓRDOBA centra su actividad en el mercado aguas abajo de la distribución de algunos de dichos productos. En tanto en el segundo caso, el solapamiento horizontal se verifica en este último mercado referido, de distribución al sector minorista de ciertos productos.



297

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

COPIA FIEL



Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERGARA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

metalúrgicos finales de aceros al carbono puesto que SIDERCO, una empresa argentina del grupo adquirente, se encuentra desarrollando actividades en este mercado al igual que, como recientemente se indicó, la empresa objeto de la operación.

- 61. En efecto, específicamente SIPAR ACEROS es productora, entre otros, de productos finales de acero al carbono largos, productos distribuidos por CAÑOS CÓRDOBA. Más precisamente actualmente esta última empresa comercializa productos de SIPAR ACEROS. Además cabe destacar que CAÑOS CÓRDOBA también distribuye algunos productos finales de acero planos similares a los que algunas empresas del Grupo GERDAU exportan a la Argentina.
- 62. No obstante se aclara que, conforme lo manifestaron las partes, CAÑOS CÓRDOBA no distribuye todos los productos que produce y/o comercializa el Grupo Gerdau en Argentina. Del mismo modo, la empresa distribuye algunos productos no producidos ni distribuidos por las empresas del Grupo adquirente, pero en todos los casos, las partes aclaran que la empresa comercializa productos finales.
- 63. En virtud de las relaciones económicas detectadas, se evaluarán en la presente operación, los efectos económicos que la misma generará en el mercado en el que participan SIPAR ACEROS y las empresas extranjeras del Grupo GERDAU que exportan a la Argentina, como en el mercado de distribución aguas abajo en el que desarrollan sus actividades SIDERCO y CAÑOS CÓRDOBA.
- 64. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas, aprobado por Resolución 164/2001 de la ex - Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una concentración limita o restringe la competencia con perjuicio para el interés económico general, es preciso delimitar el mercado relevante que se verá afectado por la operación, tanto en la dimensión producto como en la dimensión geográfica.
- 65. El marco conceptual de referencia para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión del producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Non transitory Increase in Price"). Respecto a

[Handwritten signatures and initials]



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

ES COPIA FIEL



D^{CA}. MARIA VICTORIA DIAZ VER.
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

la dimensión del producto, el test SSNIP define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio. Referido al mercado geográfico, el test se define de la misma forma que el mercado de producto, pero teniendo como objetivo la identificación de la menor región dentro de la cual el hipotético monopolista encontraría beneficiosa la acción descrita.

65. Seguidamente se analizarán los mercados relevantes afectados por la operación notificada.

MERCADO RELEVANTE DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA DE LOS PRODUCTOS DE ACERO NO PLANOS FINALES.

66. La industria siderúrgica es uno de los sectores más importantes de la economía de cualquier país dada la amplia utilización que el acero tiene en múltiples actividades productivas. De hecho, los productos derivados de la siderurgia no son productos finales que se venden al consumidor individual, sino que son insumos que se utilizan en otras industrias. Es una industria capital intensiva, con altos costos fijos dada la importancia del capital físico involucrado en el proceso de producción.

67. Los principales insumos en la producción de acero son: el hierro, tanto en mineral como en chatarra (dependiendo de cuán integrado esté el proceso), el carbón, el coque (en el caso de altos hornos), el gas y la electricidad (en el caso de horno eléctrico). En efecto, el acero es una aleación del hierro con otros elementos no metálicos (carbono, silicio, fósforo, azufre, etc.) y metálicos (manganeso, titanio, cromo, níquel, molibdeno, etc.), cuya composición química precisa permite la clasificación en diferentes tipos, aunque en todos los casos el principal componente (elemento que forma la aleación) es el hierro, al que se añade una pequeña cantidad de carbono.

68. En general se distinguen: aceros al carbono, aceros inoxidable y aceros aleados, los cuales además de su composición química, presentan diferencias significativas en cuanto a precios, campos de aplicación y configuración de las plantas de producción. Es así como los aceros al carbono contienen diversas

[Handwritten signatures and scribbles]



297

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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA DIAZ DE
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



cantidades de carbono, y en bajos porcentajes manganeso, silicio y cobre. Estos materiales les otorgan las propiedades necesarias para su posterior uso, como en la fabricación de maquinarias, automóviles y hierro para hormigón armado en estructuras de construcción.

- 70. Los aceros inoxidables se obtienen a partir de la incorporación de como mínimo un 10% de cromo, y algunos tipos contienen además otros elementos aleantes como el níquel y el molibdeno. Es un acero resistente a la corrosión del hierro (oxidación), con vastas aplicaciones, como ejemplos: baterías de cocina, hornos, paradas de autobús, fachadas de edificios, equipamiento para la fabricación de productos alimentarios y farmacéuticos, plantas para el tratamiento de aguas potables y residuales.
- 71. Los aceros aleados son los que poseen además de carbono, manganeso, fósforo, silicio y azufre, otros elementos como el niobio, cromo, níquel, molibdeno, cobalto, silicio, titanio, circonio, plomo, que le confieren propiedades particulares como resistencia mecánica y dureza, utilizado en la fabricación de piezas de gran espesor, con resistencias muy elevadas a altas temperaturas como en máquinas y motores.
- 72. El proceso de acería, donde se produce el acero crudo (arrabio), puede ser realizado mediante diferentes tecnologías, que con diferencias en el proceso de producción, condiciones técnicas y económicas, obtienen el mismo producto final. Las tecnologías más utilizadas son: alto horno y horno eléctrico.
- 73. La producción de acero a través del alto horno se divide en dos etapas: la etapa de reducción en la cual el mineral de hierro se mezcla con coque a elevadas temperaturas en el alto horno cambiando su estado para formar el arrabio líquido; y el convertidor, donde se mezcla con chatarra, carbón e insumos básicos para formar el acero líquido básico. En la última se va calibrando el contenido justo de carbono que se necesita para la formación posterior del acero. Luego de este proceso, el acero se termina de producir en el horno cuchara donde se le agregan las aleaciones necesarias según la calidad de acero que se quiera producir.



297

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

COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VER
SECRETARÍA LEYDADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 74. El horno cuchara es donde se define la composición final del acero. Al acero líquido se le pueden agregar aleantes tal como el niobio, cromo, níquel, molibdeno, tungsteno, vanadio, silicio, aluminio, etc., según las características del acero que se desee obtener. Las características del acero dependen a su vez de las funciones que el producto final deba cumplir.
- 75. El siguiente proceso, con el cual concluye la etapa de acería, es la Colada Continua y tiene por objetivo solidificar el acero finalmente producido. Luego de que se haya obtenido en el horno cuchara la calidad planificada va tomando forma a través de un proceso continuo a medida que es depositado en cintas transportadoras. En esta etapa se determinan el tamaño y la forma del acero, de acuerdo a los productos que se elaborarán a partir de éste.
- 76. Dependiendo de la forma dada al acero se lo denomina slab, palanquilla, planchón, llantones, etc. Estos productos son denominados generalmente semi-terminados, diferenciándolos de los productos terminados o finales, en virtud de que mientras estos últimos están disponibles para su uso en algún otro sector productivo de la economía, los semi-terminados requieren, previamente, de un proceso de laminación en caliente para la fabricación de los distintos productos finales.
- 77. Una vez obtenido el acero de la calidad requerida en la acería, este se transforma en el insumo fundamental en el tren de laminación en caliente, que utilizan la misma tecnología para la producción de los diferentes productos finales aunque difieren sustancialmente en la maquinaria necesaria para cada uno de los tipos de productos.
- 78. En síntesis, el proceso de laminación en caliente consiste en hacer pasar el material entre dos cilindros o rodillos, que giran a la misma velocidad y en sentido contrario, y con ello reducir la sección transversal del producto de acero dándole la forma definitiva. Así se obtienen una serie de productos acabados que se diferencian por su grosor, longitud y tratamiento, que se segmentan, a su vez, básicamente en tres categorías: productos planos, productos no planos o largos y tubos sin costura.



297

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

COPIA FIEL



DR. MARÍA VICTORIA DE VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 79. Como se indicó, de acuerdo a la forma que adquieren los productos semi-terminados, se elaboran estos diferentes productos finales. Así, las palanquillas, desbastes cuadrados y desbastes rectangulares se emplean en la fabricación de productos no planos de acero, mientras que los slabs o planchones (según el derivado que se desea obtener) son utilizados en la fabricación de productos planos; en tanto los slabs se derivan a la producción de tubos sin costura o planchuelas. Por ello, es dable indicar que la técnica utilizada para estos diferentes tipos de productos finales difieren desde el comienzo del proceso productivo.
- 80. Un tren de laminación se compone de las siguientes partes: 1- Un Horno de calentamiento, que generalmente utiliza gas; 2- Un tren, que traslada la barra calentada en el Horno a 800 – 1000 grados centígrados hasta que obtiene la forma final; 3- Varias cajas laminadoras con rodillos, que van moldeando la barra a medida que es trasladada por el tren hasta obtener la forma deseada, 4- Un sistema de Refrigeración, que mantiene constante la temperatura del tren de laminación.
- 81. La principal diferencia que surge entre los trenes de laminación para los diferentes tipos de productos terminados se centra en la parte del tren transportador y en la caja de laminación. Los productos planos necesitan un tren de laminación acorde con el ancho de las chapas o productos finales (de la laminación en caliente.) Por otro lado los productos no planos tienen un tren bastante más angosto para que la palanquilla se traslade mientras se la deforma en busca del producto final.
- 82. Esta diferencia es importante a la hora de definir (desde el punto de vista económico y tecnológico) las posibilidades competitivas de una empresa que tiene un tren determinado, respecto de la entrada en otro mercado en el que esta no participa.
- 83. Por otro lado, un tren de laminación no se utiliza, en general, para hacer una sola clase de productos, sino que puede compartirse en la producción de diferentes clases dentro de estos, o de diferentes medidas dentro de cada clase. No obstante, para cada producto y para cada medida se utilizan rodillos distintos por



297

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

COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ V.
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

lo cual para producir varios productos la empresa debe contar con, al menos, un horno de calentamiento, un tren y todos los rodillos necesarios para cada uno de los productos finales que se quieran obtener.

83. Asimismo, cabe indicar que si bien algunos productos obtenidos en el proceso de laminación en caliente son productos terminados en cuanto a la industria siderúrgica, otros son sometidos a un proceso adicional mediante la laminación en frío, proceso que se realiza por trefila o por presión. De aquí surge una segmentación posterior de los productos: productos finales de acero al carbono laminados en caliente (en adelante "LAC") y productos finales de acero al carbono laminados en frío (en adelante "LAF").
84. Luego de esta etapa, para algunos productos, pueden requerirse una etapa posterior de galvanizado, revestido o pintado.
85. Es así, como por ejemplo, se identifica dentro de los productos planos a la chapa LAC (la misma se obtiene a partir de los planchones que son laminados en caliente y luego bobinados) y la chapa LAF (parte de la bobina de chapa laminada en caliente que luego es sometida al proceso de laminación en frío). En general, estos productos planos, incluyen chapas, hojalata, electrocincado o prepintado, galvanizado, flejes y planchuelas.
86. Asimismo dentro de los productos no planos, se realiza una distinción entre aquellos productos LAC y LAF. Dentro del primer grupo, se encuentran los perfiles (incluyendo perfiles estructurales), vigas, barras de acero lisas (redondas, cuadradas), barras para estructura de hormigón, alambón. Y dentro del segundo grupo a los alambres recocidos, galvanizados, crudos, de púas, para armadura en estructuras de hormigón, a las mallas, trefilados y clavos.
87. También en el caso de los tubos con costura, un producto no plano elaborado a partir de la palanquilla o también por medio de su laminación (según la posterior transformación) se pueden obtener diversos tipos: tubos estructurales LAF, tubos estructurales LAC, tubos para uso eléctrico, tubos para la conducción de fluidos, tubos para la conducción de gas domiciliario, tubos para gas y petróleo, etc



297

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

COPIA FIEL

DR. MARÍA VICENTINA FIZ VERA
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA



89. Finalmente, los tubos sin costura son productos no planos producidos a partir de barras que pasan por un proceso de perforado y sucesivas etapas de laminación. Estos son tubos particulares que se hacen en caliente.
90. Conforme se adelantó en apartados precedentes, SIPAR ACEROS es una siderúrgica dedicada a obtener diferentes productos finales no planos derivados del acero, tanto LAC como LAF, abocada al abastecimiento del mercado mayorista. La materia prima básica utilizada por la empresa en el proceso de producción es la palanquilla, insumo que adquiere principalmente de otras empresas del Grupo radicadas en Brasil.
91. Los productos elaborados y comercializados por las empresa, como ya se expuso, son: ADN42, laminados cuadrados, liso de construcción, rectificadas, mallas, trefilados, perfiles, clavos, laminados redondos y alambre recocido. Estos productos son derivados principalmente a la construcción civil, industria y la industria metalúrgica.
92. Asimismo la empresa adquiere productos de las empresas extranjeras del Grupo GERDAU, que deriva a su proceso productivo para obtener otros productos, y también los comercializa en el mercado. Dichos productos son: alambrones, ATR 50N, crudo y perfiles.
93. Cabe señalar que SIPAR ACEROS no está integrada verticalmente aguas arriba en el país aunque, como se señaló, se abastece de palanquilla principalmente desde las empresas del Grupo instaladas en Brasil, básicamente de la empresa GERDAU ACOMINAS, y en alguna proporción de ACINDAR INDUSTRIA ARGENTINA DE ACEROS S.A (en adelante "ACINDAR"). No obstante, la empresa se encuentra integrada verticalmente hacia la distribución de los productos a través de SIDERCO.
94. Por su parte, las empresas extranjeras del Grupo GERDAU son fabricantes de diversos productos de acero en sus respectivos países de asiento de negocio y exportan a la Argentina algunos de ellos, que se derivan tanto al proceso de producción de SIPAR ACEROS como a terceras empresas en el mercado mayorista. Como se indicó, las mencionadas empresas comercializan en Argentina a nivel mayorista productos de acero al carbono, en su mayoría



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

COPIA FIEL

297

DR. MARÍA VICTORIA DIAT VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



productos finales no planos, aunque también venden semi-terminados no planos, y finales y semi-terminados planos, pero en muy baja proporción. Ninguna empresa del grupo adquirente produce y/o comercializa tubos y/o caños en Argentina. No obstante, las empresas exportan cilindros, que se utilizan como insumo para la fabricación de aceros largos y aceros especiales⁹.

95. En efecto, la empresa GERDAU ACOMINAS S.A., es la mayor unidad siderúrgica del Grupo GERDAU localizada en Brasil, productora de aceros no planos. Exportó a la Argentina en los últimos años blocos, planchones y palanquilla, productos semi-terminados, utilizados para la laminación de perfiles estructurales, productos planos y productos largos. También exportó perfiles estructurales (en H, I), utilizados en la construcción metálica de edificios en fundaciones y contenciones.
96. GERDAU AÇOS LONGOS S.A, productora y comercializadora de aceros largos localizada en Brasil, exportó a SIPAR ACEROS y SIDERCO productos finales no planos como alambres (de púas, galvanizados, ovalados, de alta resistencia), perfiles (en ángulo T), barras de hormigón (ADN 42, ATR 50N) y barras cuadradas y lisas. También exportó a SIPAR ACEROS palanquillas y alambón, productos semi-terminados utilizados para la laminación de productos largos y trefilación.
97. GERDAU LAISA S.A., empresa siderúrgica uruguaya dedicada a la producción de aceros laminados no planos, exportó palanquilla a SIPAR ACEROS derivada a la laminación de productos largos.
98. CORPORACIÓN SIDENOR S.A (España), GERDAU AÇOS ESPECIAIS S.A. (Brasil) y ACOS VILLARES S.A. (Brasil) son productores de aceros especiales y de grandes piezas forjadas y fundidas (cilindros), productos con mayor valor agregado utilizados en la industria automotriz, petrolera y en máquinas y equipos.
99. Básicamente CORPORACIÓN SIDENOR S.A, es una empresa abocada al mercado europeo principalmente dentro de la industria de la automoción y,

⁹ Los aceros especiales son aquellos que requieren una elaboración mucho mayor y tienen mayor valor agregado. Se utilizan, entre otras cosas, para la industria automotriz, petrolera, de herramientas, de máquinas y equipos.



297

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

COPIA FIEL



DR. CARLA VICTORIA DE VERA
 SECRETARÍA GENERAL
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

conforme lo indican las Partes, salvo en casos excepcionales, la empresa no exporta a la Argentina aunque en el año 2008 comercializó productos finales largos y planos: 42tn de barra estirada y 14tn de chapa aleada.

100. GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A., siderúrgica brasilera productora de aceros especiales, por su parte exportó al país productos no planos finales (barras) y semi-terminados (palanquilla, alambón).
101. Finalmente, ACOS VILLARES S.A., principal productora de aceros especiales para construcción mecánica de América Latina y la tercera mayor productora mundial de cilindros forjados y fundidos para laminación, exportó: cilindros, largos terminados (barra y alambre) y largos semi-terminados (palanquilla).
102. En síntesis, el grupo GERDAU comercializa en Argentina productos derivados del acero. Estos productos son fabricados por empresas del Grupo instaladas en el país como SIPAR ACEROS (productora de aceros terminados largos y otros productos metalúrgicos) o exportados hacia Argentina por empresas del Grupo ubicadas en el exterior como GERDAU ACOMINAS S.A. (Brasil), GERDAU ACOS LONGOS S.A. (Brasil), GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A. (Brasil), ACOS VILLARES S.A. (Brasil) y GERDAU LAISA S.A. (Uruguay) y CORPORACIÓN SIDENOR S.A. Específicamente los productos derivados del acero que las empresas del grupo producen y/o comercializan a nivel mayorista en Argentina son: palanquillas, bloques, alambón, aceros especiales (barras y hojas de resorte), aceros largos (barras, hormigón, perfiles, alambres y clavos), cilindros forjados y cilindros fundidos.
103. Como se indicó, la técnica de producción utilizada para la elaboración de productos planos, no planos, cilindros y tubos sin costura defieren desde el comienzo del proceso productivo. Mientras que los productos no planos parten en general de la laminación de la palanquilla, los planos se constituyen a partir de planchones y los tubos sin costura a partir de barras.
104. En distintos precedentes, esta Comisión ha considerado que los productos largos y planos constituyen mercados separados pues son adquiridos



297

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

COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

con objetivos diferentes, se fabrican en trenes de laminación distintos y existen diferencias significativas en sus aplicaciones finales y precios¹⁰.

105. En efecto como se expuso, desde el punto de vista de la oferta, los procesos productivos entre estas clases de productos siderúrgicos se diferencian desde la etapa de acería, siendo los trenes de laminación específicos a la clase de producto de acero a elaborar por lo cual los productores de laminados planos deberían incurrir en importantes costos hundidos para comenzar a producir no planos.
106. Es así como las principales empresas siderúrgicas del mundo tienen las unidades productivas de cada tipo de acero separadas o se especializan en la elaboración de uno de los dos tipos de producto; registrándose también condiciones de competencia diferentes.
107. Asimismo la Unión Europea ha distinguido en sucesivos dictámenes los mercados de productos planos y no planos. La principal razón aducida es que la tecnología empleada para un tipo de producto no puede ser utilizada para la producción del otro, amén de las diferencias existentes tanto en torno a los precios como a los usos otorgados a estos productos.
108. Por otro lado, también en algunos casos, ha separado los mercados LAC y LAF, considerando que la técnica del laminado en frío se utiliza una vez el producto ya ha sido laminado en caliente y a los fines de reducir el grosor a niveles que la simple laminación en caliente no puede alcanzar. Jurisprudencia similar se encuentra en los documentos de la Comisión de Competencia Española.
109. Adicionalmente, cabe destacar que desde el punto de vista de la demanda al constituir los productos de aceros planos y los no planos insumos de uso difundido cuya utilización obedece a una amplia gama de productos finales diferentes, la sustitución entre los dos tipos de productos, tiene un carácter

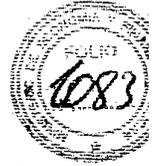
¹⁰ Para una explicación más detallada véase los Dictámenes de esta CNDC Nro 511 del 8/7/2005 (Investigación del mercado de Hierro Redondo) y Nro 516 del 4/11/2005 (Siderar-Acindar).



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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA GONZALEZ VERA
SECRETARIA GENERAL
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



acotado y puntual que se presenta para determinado segmento de la demanda¹¹, definido en torno a determinado tipo de actividad productiva.

110. En general, los productos elaborados por el sector siderúrgico son esencialmente insumos productivos de otras industrias, especialmente para los sectores relacionados a la elaboración de bienes de capital y la construcción. Su demanda, por lo tanto, resulta derivada de la demanda de estos últimos. Al tratarse de bienes intermedios que integran el proceso productivo de otros sectores industriales, el análisis de la sustitución por el lado de la demanda implica evaluar bajo qué condiciones las industrias demandantes de los bienes siderúrgicos pueden eventualmente alterar sus respectivos procesos productivos para incorporar materiales diferentes.

111. Por otra parte, si bien en las últimas décadas el consumo de acero ha sido sustituido en parte por otros materiales, entre los cuales se mencionan el aluminio y el plástico, con niveles de penetración importantes en términos relativos, tales relaciones de sustitución representan tendencias de mediano y largo plazo y su consideración en el análisis de fusiones y adquisiciones puede llevar a conclusiones erróneas, razón por la cual no se justifica incluir a todos estos productos en el mismo mercado relevante.

112. Por todo lo dicho, tanto desde el punto de vista de la oferta como desde el punto de vista de la demanda, se distinguen dos mercados diferentes para los productos de acero: el mercado de productos de acero planos y el mercado de productos de acero no planos o largos.

113. Adicionalmente cabe destacar que en virtud de que las empresas involucradas producen y/o comercializan productos de acero al carbono y en razón de que se explicó al inicio del apartado las diferencias en cuanto a composición química, campos de aplicación, configuración de las plantas de producción y precios de los diferentes tipos de acero, en el caso bajo análisis y desde un punto de vista restrictivo, sólo se considerarán para la evaluación de

¹¹ Véase Siderar – SIAT (Dictamen CNDC N° 516 del 4/11/2005) y Acindar – Bonelli (Dictamen CNDC N° 532 del 3/1/2006)



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

ES COPIA FIEL



DR. PATRICIA VICTORIA DÍAZ VERÓN
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

los efectos de la presente operación los productos elaborados a partir de este tipo de acero.

- 114. Asimismo conforme se indicó, se distinguen dos mercados de producto de acero al carbono, en función a la fase del proceso de producción en la cual es obtenido y a su destino de uso: productos semi-terminados y productos terminados. Dentro de cada uno de ellos sería posible realizar una segmentación adicional. Por ejemplo en el caso de los semi-terminados en función de los distintos productos finales que se obtienen a partir de ellos (palanquillas, desbastes cuadrados y rectangulares para productos largos, desbastes planos, slabs o planchones para productos de aceros planos) y respecto a los productos finales de acuerdo a sus propiedades físicas y técnicas, y a su aplicación (barras de acero, perfiles estructurales, productos trefilados).
- 115. No obstante lo dicho, esta Comisión no se expedirá respecto a una definición precisa de los mercados relevantes referidos, sino que en virtud de que la operación bajo análisis, como se verá más adelante, no presenta problemas de competencia en ninguno de los mercados que puedan considerarse, en este caso se dejará abierta la definición exacta de los mismos y se evaluará la presente operación aguas arriba, desde una órbita más restrictiva de acuerdo a los productos que elaboran y/o comercializan a nivel mayorista en Argentina el Grupo adquirente, y distribuye aguas abajo la empresa objeto de la operación, es decir se definirá un mercado relevante de productos finales no planos.
- 116. Si bien también se indicó que las empresas extranjeras del Grupo GERDAU exportan algunos productos planos a la Argentina que podrían ser comercializados por CAÑOS CÓRDOBA, como se aclaró, la exportación de los mismos es mínima y por lo tanto se estima que el efecto de la operación en este mercado no merece mayor análisis.
- 117. Respecto al mercado aguas abajo de distribución en el que participan la empresa objeto de la operación CAÑOS CÓRDOBA, y SIDERCO, subsidiaria de SIPAR ACEROS, cabe aquí realizar una serie de aclaraciones y explicar la razón por la cual se considerará que este mercado es un mercado distinto al de su producción y venta a nivel mayorista en el que participan SIPAR ACEROS y

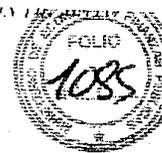
[Handwritten signatures and scribbles]



297

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

ES COPIA FIEL



Dr. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LEYDADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

las empresas extranjeras del Grupo GERDAU, tal como también lo refiere la jurisprudencia internacional.

118. En este sentido, las partes aclararon que los destinos de las ventas de SIDERCO y CAÑOS CORDOBA son diferentes a los de SIPAR ACEROS y las empresas extranjeras del Grupo GERDAU, especialmente por una cuestión de volumen y destino de venta y/o tipo de cliente abastecido, siendo que mientras las primeras abastecen al mercado minorista, las segundas están abocadas al mercado mayorista.

119. Básicamente estos mercados se diferencian en una serie de elementos, entre los cuales se mencionan: a) diversidad de clientes: habitualmente los clientes que adquieren productos siderúrgicos mediante los canales de distribución minorista son distintos y tienen necesidades distintas a los que adquieren del canal mayorista y de venta directa desde la planta; b) volumen de compra; c) capacidad de los distribuidores para responder con rapidez a las necesidades de los clientes: mientras que los plazos de entrega de las acerías involucran en general semanas o meses, los distribuidores almacenistas trabajan en horas o días; d) localización geográfica: en general los puntos de distribución tienen un carácter más local, instalados cerca de los clientes; e) gran número de empresas implicadas en las actividades de distribución: desde distribuidores integrados, propiedad de las empresas siderúrgicas, hasta pequeñas empresas independientes; f) menor especialización en los productos ofrecidos, pudiendo los distribuidores comercializar una gama más amplia de productos de acuerdo a las necesidades de sus clientes.

120. De hecho, conforme se indicara, tanto SIDERCO como CAÑOS CORDOBA se dedican a la reventa de productos, es decir que solo actúan como intermediarios en la comercialización de productos derivados del acero, proveyéndose de diferentes productores y/o grandes distribuidores de productos metalúrgicos. En tanto SIPAR ACEROS y las empresas del Grupo GERDAU comercializan en forma directa a los grandes clientes o por medio de otros distribuidores independientes o a través de SIDERCO, única empresa del grupo GERDAU que se dedica exclusivamente a la distribución.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

297



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

ES COPIA FIEL

DR. MARIA MONICA DIAZ VERA
SECRETARÍA LEYDADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



El proceso de distribución y comercialización a nivel mayorista.

121. Tal como se refirió, SIPAR ACEROS es una empresa siderúrgica que elabora productos de aceros al carbono finales laminados y trefilados no planos, en su planta localizada en la Provincia de Santa Fé y comercializa dichos productos a nivel mayorista en el mercado bajo las marcas: SIPAR GERDAU o GERDAU.
122. Las empresas extranjeras del Grupo GERDAU por su parte, según se señaló, son fabricantes de diversos productos de acero en sus respectivos países de asiento de negocio y exportan a la Argentina algunos de ellos, que comercializan tanto a SIPAR ACEROS como a terceras empresas en el mercado.
123. Las partes indican que los clientes a los cuales van dirigidas las ventas de SIPAR ACEROS y los clientes a los cuales se dirigen las exportaciones de las empresas extranjeras del Grupo, son similares. No obstante, aclaran que los productos que comercializan una u otras empresas son distintos. En efecto los productos derivados del acero que el Grupo exporta a la Argentina son básicamente: palanquilla, perfiles estructurales (H, I), barras laminadas, alambrón y cilindros; productos que SIPAR ACEROS no fabrica. Dichos productos, conforme se expuso, las empresas los exportan al país y los comercializan en forma de venta directa, por medio de distribuidores propios y por medio de distribuidores independientes. La mayor parte de sus exportaciones se realizan a las empresas del Grupo localizadas en la Argentina (aproximadamente un 78% del total exportado).
124. Así las partes informan que GERDAU ACOMINAS S.A comercializa en forma directa el 53% de los productos que exporta al país y el 47% a través de distribuidores; GERDAU AÇOS LONGOS S.A vende a través de SIPAR ACEROS y SIDERCO el 24,9% de lo que exporta, 47,8% en forma directa y 0,2% a través de otros distribuidores; GERDAU LAISA S.A. comercializa el 100% de los productos exportados en forma directa; CORPORACIÓN SIDENOR S.A realiza 100% venta directa; ACOS VILLARES S.A vende 90% en forma directa y 10% a través de distribuidores; en tanto GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A.



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

ES COPIA FIEL



Dr. MARÍA VICENTINA FRAZ VERA
SECRETARÍA LEYDADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

comercializa el 82% de los productos a través de distribuidores y 18% en forma directa.

125. Por su parte, conforme lo informaron las notificantes, SIPAR ACEROS posee una política comercial que distingue el destino de las ventas por tipo de cliente o canal y línea de producto (construcción civil, industria y perfiles), clasificando los mismos en: red de distribución propia, distribuidores independientes, constructoras y usuario industria. A su vez, también realiza una categorización de los clientes en base al volumen de compra, rentabilidad y conducta de pago, de forma de definir algunos otros aspectos comerciales: nivel de servicio, prioridad para el despacho y niveles de precios conforme línea de producto. No obstante las partes aclararon que los volúmenes mínimos de compra son los mismos para cualquier tipo de cliente, dentro de cada categoría.

126. De esta manera indicaron que los diferentes canales de venta de la empresa comercializan las tres líneas básicas de productos: construcción civil, industria y perfiles. Explicaron así, que el canal denominado "red de distribución propia", es aquel dedicado a la venta y distribución de productos metalúrgicos perteneciente al Grupo Gerdau, como es el caso de la empresa SIDERCO la cual atiende a clientes de menor tamaño y con menores volúmenes de compra que los de venta directa, poseyendo por tanto precios más altos y abocándose fundamentalmente a la reventa de productos, algunos fraccionados en paquetes de menor tamaño, sin valor agregado, salvo productos de corte y doblado. Comercializa tanto los productos para la construcción civil, industria y clavos, excepto alambrón y crudo.

127. Los denominados "distribuidores independientes" son aquellas empresas dedicadas a la venta y distribución de productos metalúrgicos, de capitales independientes al Grupo GERDAU, que comercializan productos tanto del Grupo como de otras empresas siderúrgicas; productos de la construcción civil, industria y clavos. Sus ventas se dirigen a usuarios finales y a otros distribuidores y/o corralones de menor tamaño. En algunos casos agregan valor a los productos mediante pequeños procesos (como por ejemplo el corte y doblado). Algunos distribuidores independientes son atendidos directamente desde SIPAR ACEROS (los de mayor tamaño, y mayor volumen de compra);

[Handwritten signatures and marks]



297

COPIA FIEL

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

Dr. PARA VICTORIA...
SECRETARÍA LETNADA...
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



otros, por los volúmenes que adquieren son atendidos, por la red de distribución propia de la empresa, es decir, a través de SIDERCO.

128. Las partes aclaran que las empresas involucradas no poseen distribuidores exclusivos ni existen canales de venta y/o comercios que vendan exclusivamente la marca de la empresa, no existiendo por tanto ninguna restricción puntual para seleccionar los distribuidores que adquieren los productos del Grupo y los revenden, solo a lo que atañe a su condición como cliente (poseer solvencia patrimonial y capacidad de compra que genere una relación duradera y seria con el Grupo).

129. Los llamados "corralones" son las empresas dedicadas a la venta y distribución de una gran diversidad de productos para la construcción (aberturas, ladrillos, vigas, bloques, hierros, cementos, áridos, cales, adhesivos, aislantes, revestimientos, tanques, refractarios, etc.) entre ellos los metalúrgicos, tanto del Grupo como de otras empresas.

130. Los revendedores, entre los que se encuentran las ferreterías, corralones y comercios del rubro, son comercios dedicados a la venta minorista de productos metalúrgicos y afines, que en algunos casos agregan valor a los productos mediante pequeños procesos.

131. El grupo denominado como "metalúrgicas", abarca desde pequeños herreros cuentapropistas hasta empresas metalúrgicas medianas y grandes, incluyendo carpinterías metálicas, autopartistas, galponeros, etc. Los volúmenes de compra son variables según el tamaño del cliente.

132. Las "constructoras", refieren a las empresas dedicadas a la construcción civil que adquieren todos los elementos necesarios para llevar a cabo sus obras, derivados exclusivamente a consumo propio, no dedicándose a la reventa de los mismos.

133. Los designados "usuarios industria" son las empresas industriales que se dedican a la fabricación de productos específicos utilizando como parte de sus materias primas los productos metalúrgicos, no revendiendo los mismos en el mercado.



297

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

ES COPIA FIEL



DR. FERNANDA DEL VEIRO
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- 134. Los rotulados bajo el grupo "Usuarios" engloba a cualquier consumidor directo que adquiere productos metalúrgicos a través de las redes de distribución propia de la empresa (ya sean usuarios rurales, y/o industriales).
- 135. Por último el "consumidor final" es cualquier persona que compra los productos al por menor.
- 136. Las partes informaron que el canal de venta más importante de la empresa, que comercializa aproximadamente el 75% de la producción, lo constituyen los distribuidores independientes y corralones, localizados en su mayoría en la provincia de Buenos Aires, Rosario(Santa Fe), Córdoba y San Luis. Las constructoras e industrias representan el 20% del total comercializado, en tanto a través de SIDERCO se comercializa sólo el 5% del total.
- 137. Más específicamente, observando la composición de la demanda de la empresa en el año 2008, es decir distinguiendo por tipo de canal y/o cliente que adquiere los productos, se advierte que el 61% de la producción de SIPAR ACEROS fue adquirida por distribuidores, el 22,3% por corralones, el 9% por industrias y el 7,7% por constructoras y usuarios. Lo dicho también se observa realizando una clasificación mayor por familia de productos (construcción civil, industria, clavos, rurales, etc) donde se evidencia que SIPAR ACEROS está abocada principalmente a la provisión de productos finales de acero largos a distribuidores y corralones, los cuales demandan: el 88,7% de los productos dirigidos a la construcción civil, el 71% de los productos adquiridos a la industria y el 68,1% de los productos clavos.
- 138. Las partes señalaron además que estos canales comercializan la totalidad de los productos fabricados por SIPAR ACEROS, excepto las constructoras e industrias que compran diversos productos finales de acero largos aunque diferentes de acuerdo a la actividad específica que llevan a cabo (las constructoras compran: ADN24, ATR 50N, laminados cuadrados, lisos de construcción, clavos, alambres recocidos y mallas, mientras que las industrias adquieren: alambrones, alambres crudos, rectificadas, trefilados, perfiles y laminados redondos). Explicaron asimismo que los clientes pueden adquirir los productos y realizarles o no un proceso posterior (cortarlos en función de



297

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

ES COPIA FIEL

DR. ANITA VICTORIA DE VERA
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



requisitos de clientes, doblarlos en el caso del hierro) y/o pueden fraccionarlos en paquetes de menor peso.

138. Los productos son enviados por SIPAR ACEROS a sus clientes desde el centro de almacenamiento de la empresa, a través de transporte contratado a terceros; siendo muy bajo el porcentaje de clientes que retira el material en planta. La empresa también comercializa productos adquiridos a las empresas del Grupo radicadas en el exterior. La capacidad de almacenaje de la misma es de 51.521 tn.

MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA, DE PRODUCTOS DE ACERO FINALES NO PLANOS.

139. A los efectos de definir el ámbito geográfico donde evaluar los efectos de la operación, debe considerarse la menor área geográfica sobre la cual un hipotético monopolista del producto definido encontraría rentable incrementar el precio en forma significativa y no transitoria.
140. Conforme se expuso, tanto SIPAR ACEROS como las empresas extranjeras del Grupo GERDAU comercializan los productos, tanto en forma directa como a través de distribuidores, localizados en diversos puntos del país.
141. Así las partes informan que la distancia máxima recorrida por SIPAR ACEROS para comercializar sus productos son aproximadamente 2800 km. En tanto, como se indicó, las empresas extranjeras del Grupo GERDAU comercializan algunos de sus productos en el país tanto a SIPAR ACEROS y a SIDERCO como a terceras empresas, fundamentalmente en forma de venta directa, y en las provincias de Buenos Aires, Santa Fé, Córdoba.
142. Más precisamente, GERDAU ACOMINAS S.A. comercializó en el año 2008, en forma directa y a través de distribuidores, el 64,4% del volumen exportado en la Provincia de Buenos Aires y el resto en la Provincia de Santa Fe. GERDAU AÇOS LONGOS S.A derivó el 98,8% de sus ventas a esta última provincia, en forma de venta directa y a través de SIDERCO y SIPAR ACEROS. Destino similar tuvieron las ventas de GERDAU LAISA S.A., que se encausaron en su totalidad a la provincia de Santa Fe en forma de venta directa. CORPORACIÓN SIDENOR S.A, por su parte también vendió el 100% de lo



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

ES COPIA FIEL



DEL MARQUEADO DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

exportado de manera directa, pero el 75% de las ventas se dirigieron a la Provincia de Córdoba y el resto a la de Buenos Aires. Las ventas de GERDAU ACOS ESPECIAIS S.A., realizadas en su mayoría a través de distribuidores, se destinaron fundamentalmente a las Provincias de Buenos Aires y Santa Fe, pero también hubo ventas en las Provincias de Entre Ríos, Córdoba y San Luis. Por último ACOS VILLARES S.A por el contrario vendió principalmente en forma directa, y sus ventas se encauzaron en su mayoría a la Provincia de Santa Fe. No obstante también comercializó en las Provincias de Córdoba, Buenos Aires y Tucumán.

144. Por otro lado, los principales clientes de SIPAR ACEROS fueron, en el último año, distribuidores localizados principalmente en las provincias de: Buenos Aires y Capital Federal, donde se derivó el 52% del volumen comercializado; Santa Fe donde se comercializó el 12% del total; Córdoba, con un 11,8%, y el resto distribuido entre las demás provincias del país.
145. En síntesis, las empresas involucradas comercializan los productos derivados del acero en varios puntos del país, ya sea en forma directa como a través de distribuidores, al igual que sus empresas competidoras que operan y ofrecen sus productos a nivel nacional, como es el caso de ACINDAR.
146. Por lo dicho y más allá de las importaciones que se verifican de algunos de los productos involucrados, desde un punto de vista de análisis restringido se considerará que el ámbito geográfico relevante para evaluar la operación bajo análisis en el mercado relevante definido de producción y comercialización a nivel mayorista de productos finales de acero largos, es de carácter nacional.
147. Además, es dable indicar que si bien los productos de la industria del acero se caracterizan, en general, por poseer alta transabilidad a nivel internacional, en el caso de los productos ofrecidos por las empresas involucradas: productos de acero al carbono no planos, en nuestro país el grado de transabilidad reflejado por el grado de apertura del comercio exterior no es significativo. La razón de ello se encontraría ligada a los requerimientos de capital y la escala mínima necesaria para la producción de tales bienes, por lo que en general la mayoría de los países poseen laminadores o productores de



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DE VERA
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

laminados no planos y por ende el comercio entre ellos, para estos productos, es menor, orientada a productos específicos y/o especiales, como es el caso de los productos que las empresas del Grupo GERDAU exportan a la Argentina.

PARTICIPACIONES DE MERCADO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS FINALES DE ACERO NO PLANOS.

147. Conforme se detalló en los apartados precedentes, en estos mercados participan las empresas de la parte adquirente: SIPAR ACEROS y las sociedades extranjeras del Grupo GERDAU que exportan a la Argentina. Dichas empresas ofrecen al segmento mayorista de distribución productos de acero, que son o pueden ser adquiridos, y luego distribuidos al segmento minorista, por la empresa objeto de la operación: CAÑOS CÓRDOBA.

148. Más precisamente, SIPAR ACEROS produce y comercializa productos de acero al carbono finales no planos; en tanto adquiere algunos otros productos de las empresas del Grupo que deriva a su proceso productivo y algunos comercializa al mercado. Como se indicó, SIPAR ACEROS no está integrada verticalmente aguas arriba en el país aunque, como se señaló, se abastece de palanquilla y otros productos principalmente desde las empresas del Grupo instaladas en Brasil.

149. Específicamente, según se informó, estas empresas exportan al país productos de acero, fundamentalmente largos, finales y semi-terminados, aunque comercializaron también planos pero en muy bajo porcentaje (sólo planchón y chapa aleada). Los productos largos semi-terminados (bloco, alambrón y palanquilla), que representan una parte importante del volumen exportado, no son productos involucrados en la presente operación, al igual que los cilindros que se derivan en su totalidad al proceso de producción de SIPAR ACEROS. En este sentido, cabe reiterare que aproximadamente el 78% de las ventas de las referidas empresas se realizan a las empresas del Grupo, y en su mayoría son productos no planos semi-terminados derivados al proceso de producción de SIPAR ACEROS.



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

150. En efecto, las partes manifestaron que la participación en el mercado argentino de las empresas extranjeras del Grupo GERDAU es mínima. Habiendo exportado, en el año 2008, 364.933 toneladas de productos: 276.355 tn fueron para SIPAR ACEROS S.A, para ser transformados en productos finales, y 9.432 tn a SIDERCO, para su reventa en el mercado minorista.

151. En el Cuadro 1 expuesto a continuación se observa lo indicado.

Cuadro 1: volumen (tn) y valor (en dólares americanos) de las exportaciones realizadas por las empresas del Grupo GERDAU a la Argentina. Año 2008

Empresa Exportadora	Volumen 2008 (t)	Valor 2008 (US\$)
Gerdau Açominas S.A	22.033	22.307.602
Gerdau Aços Longos S.A	267.342	222.263.100
Gerdau Aços Especiais S.A	13.820	15.990.034
Aços Villares S.A	48.506	58.700.000
Gerdau Laisa S.A	13.175	8.581.535
Corporación Sidenor S.A	56	82.662
	364.933	327.924.933

Total Exportaciones de las Empresas del Grupo (Tn)	364.933
Exportaciones a SIPAR	276.355
Exportaciones a SIDERCO	9.432
Total Exportaciones de las Empresas del Grupo al Mercado	79.146

Fuente: Elaboración propia en base a la información proporcionada por las Partes en el Formulario F1.

152. Considerando los datos aportados y sobre un total estimado por las partes, de mercado de productos de acero no planos de 1.824.096 tn en el año 2008, las ventas al mercado argentino por parte de las empresas del Grupo GERDAU (excluyendo las ventas intra-grupo) representarían en su conjunto una participación de mercado de alrededor del 4,3%. Más aún se aclara que dentro del total de ventas se consideraron algunas ventas de productos planos (planchón 4.919 tn y chapa aleada 14 tn) por lo que eliminando dichas ventas, esta participación se reduciría al 4,1%. Asimismo se aclara que en las ventas referidas también se incluyeron los productos largos semi-terminados, por lo cual la participación de mercado mencionada sería aún menor.



297



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

ES COPIA FIEL

Dr. PABLO VICENTINA DIAZ VER.
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

153. Adicionalmente, se informa que considerando la participación de las ventas de productos planos de las referidas empresas en el total del mercado nacional de estos productos, esta sería menor al 1%.

154. Por lo expuesto, las empresas extranjeras del Grupo GERDAU que exportan a la Argentina no poseen una posición de relevancia en los mercados analizados a nivel nacional.

155. En este sentido, las partes explicaron que de calcularse la participación de mercado por canal de venta a través de los cuales comercializan a nivel mayorista las empresas del Grupo (venta directa, distribuidores propios, distribuidores independientes) esta también sería mínima, aunque manifiestan no poseer información sobre el tamaño de los mercados por canal de venta.

156. También manifestaron que algunos de los productos exportados por las empresas son muy diferentes a los que adquiere a nivel mayorista y distribuye en el segmento minorista CAÑOS CÓRDOBA, como es el caso de los perfiles estructurales (H, I) y aceros especiales y grandes piezas forjadas y fundidas (cilindros).

157. En el caso de SIPAR ACEROS, como se observa del Cuadro 2 expuesto abajo, produjo en el año 2008, 238.443 tn, de aceros largos en sus diversas líneas de productos, lo que represento alrededor del 12,9% del total de producción nacional e implicó una facturación bruta de PESOS SEISCIENTOS NOVENTA Y SEIS MILLONES CUARENTA Y OCHO MIL NOVECIENTOS TREINTA (\$ 696.048.930).

158. Cabe destacar, como se expone en el cuadro, que la participación de mercado de esta empresa fue disminuyendo a lo largo de los últimos años, en favor de sus principales empresas competidoras-productores nacionales, como son: ACINDAR, ACERBRAG y ACEROS ZAPLA; siendo ACINDAR la empresa más importante del mercado, con fuerte presencia en la elaboración de todas las familias de productos fabricados por SIPAR ACEROS y en los diferentes canales de venta, tal como se expone en el Cuadro 2 referido.

[Handwritten signatures and scribbles]



297

ES COPIA FIEL



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

Dra. MARIA VICTORIA RINAZ VERG.
 SECRETARIA RETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

CUADRO 2: Participación de mercado de los principales productores nacionales de productos de acero largos.

	2006	2007	2008
SIPAR	16,3%	16,4%	12,9%
ACINDAR	64,7%	62,2%	65,9%
ACERBRAG	12,1%	13,6%	14,6%
ZAPLA	1,7%	1,9%	1,8%
OTROS + IMPORTACIONES	5,2%	5,9%	4,8%

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1.

CUADRO 3: Participaciones de SIPAR ACEROS y sus Competidores, en el mercado de productos de aceros largos, por tipo de Cliente (Canal de Venta). Año 2008

Construcción Civil 750.000 tn por año aproximadamente

	SIPAR		ACINDAR		ACERBRAG		OTROS	
	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado		Part. Mercado
Distribuidores Propios	3,7%	0,9%	20%	10,50%	0%	0%		
Distribuidores/Corralones	88,7%	20,6%	54,7%	28,70%	82%	19,1%		
Construtoras/Usuarios	7,6%	1,8%	25,3%	13,30%	18%	4,2%		
	100%	23,3%	100%	52,5%	100%	23,3%		1%

Industria 690.000 tn por años, aproximadamente

	SIPAR		ACINDAR		ACERBRAG		ACEROS ZAPLA	
	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado
Distribuidores Propios	0,7%	0,1%	18%	15,00%	80%	2%		
Distribuidores/Corralones	71,3%	6,7%	39%	32,50%	0%	0,0%	3%	0,1%
Construtoras/Usuarios	28%	2,7%	43%	35,80%	20%	0,4%	97%	2,6%
	100%	9,5%	100%	83,3%	100%	1,9%	100%	2,7%

Clavos 19.700 tn por año, aproximadamente.

	SIPAR		ACINDAR		OTROS	
	Empresa	Part. Mercado	Empresa	Part. Mercado		Part. Mercado
Distribuidores Propios	6,7%	2,6%	12%	7,1%		
Distribuidores/Corralones	68,1%	26,2%	80%	47,1%		
Construtoras/Usuarios	25,2%	9,8%	8%	4,7%		
	100%	38,6%	100%	58,9%		2,6%

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1, en base a estimaciones de SIPAR ACEROS.

159. Como se evidencia del CUADRO 3, la participación de SIPAR ACEROS en el rubro construcción civil es del 23,3% (0,9% dirigidos a distribuidores propios, 20,6% a distribuidores y corralones y 1,8% a constructoras y usuarios), en tanto la participación de ACINDAR en este rubro es del 52,5%



297

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

ES COPIA FIEL



Dra. DAFNE VICTORIA RÍAZ VENTURA
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

distribuidores propios, 28,7% a distribuidores y corralones y 13,3% a constructoras y usuarios) y la de ACERBRAG similar a SIPAR ACEROS: del 23,3%, sólo que la empresa no cuenta con distribuidores propios.

160. En los productos de industria, SIPAR ACEROS tiene menor importancia, representando la misma solo un 9,5% del total de ventas en este segmento (0,1% distribuidores propios, 6,7% a distribuidores y corralones y 2,7% a constructoras y usuarios); siendo ACINDAR la empresa que concentra el 83,3% de las ventas del segmento (15% distribuidores propios, 32% a distribuidores y corralones y 35,8% a constructoras y usuarios); en tanto ACERBRAG y ACEROS ZAPLA conservan participaciones pequeñas: del 1,9% y 2,7% respectivamente.

161. No obstante, la familia de productos denominados clavos es la de mayor relevancia para SIPAR ACEROS, alcanzando en el año 2008 una participación de mercado del 38,6% (2,6% distribuidores propios, 26,2% a distribuidores y corralones y 9,8% a constructoras y usuarios). Sin embargo ACINDAR sigue siendo el competidor de mayor peso, detentando una participación del 58,9% del mercado (7,1% distribuidores propios, 47,7% a distribuidores y corralones y 4,7% a constructoras y usuarios).

162. En virtud de lo indicado, se destaca que en todos los casos la presencia de ACINDAR es la de mayor importancia, detentando el 83,3% en el rubro industria, 58,9% en clavos y el 52,5% de participación en la construcción civil; con mayor importancia en general de las ventas realizadas a través de distribuidores y corralones, como en el caso de SIPAR.

**MERCADO RELEVANTE DE DISTRIBUCIÓN A COMERCIALIZADORES
MINORISTAS DE PRODUCTOS DE ACERO FINALES NO PLANOS.**

163. Como se indicó, tanto la parte adquirente, a través de SIDERCO, como el objeto de la operación CAÑOS CÓRDOBA se dedican a la venta y distribución al nivel minorista de productos derivados del acero; SIDERCO como una agencia de venta del Grupo GERDAU (la única del Grupo que se dedica exclusivamente a la distribución), en tanto CAÑOS CÓRDOBA como distribuidor siderúrgico independiente (no integrado).

[Handwritten signatures and initials]

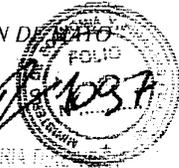


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL

297

DR. FERNANDO GARCÍA
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



164. En detalle la actividad de SIDERCO, según lo manifestaron las partes, está concentrada en la distribución de productos de acero al carbono finales no planos, tanto de las empresas del Grupo como de competidores.¹² La empresa distribuye aproximadamente en un 85% los productos que adquiere SIPAR ACEROS y las empresas del Grupo Gerdau que exportan a la Argentina¹³. También adquiere productos de ACINDAR.

165. Más precisamente distribuye: barras de acero (utilizadas principalmente para la construcción), barras mecánicas (utilizadas para confeccionar rejas, protones, maquinaria agrícola, etc), mallas electro soldadas (utilizada para la construcción de hormigón armado), barras trefiladas (utilizados para los repuestos de maquinas, ejes, y otros implementos agrícolas), perfiles (utilizados en la fabricación de torres de transmisión y en la industria mecánica en general), clavos (para la industria del mueble), laminados (para realizar rejas, portones, maquinarias), alambres para el agro, postes para alambrado, distanciador de hilos para alambrado, productos comercializados en su mayoría bajo la marca de SIPAR GERDAU o GERDAU. También la empresa realiza corte y doblado de algunos productos, los que comercializa bajo la marca SIDERCO GERDAU.

166. CAÑOS CÓRDOBA es un distribuidor minorista de productos siderúrgicos que comercializan una amplia y completa línea de productos, entre ellos: productos de acero no planos, planos, caños estructurales, tubos de conducción y herrajes. La empresa se abastece de productos no planos (alambres, mallas, clavos, hierros, perfiles) principalmente de ACINDAR, aunque también adquirió para distribuir en el año 2007 algunos productos de SIPAR ACEROS (ciertos tipos de alambres y clavos, pequeñas cantidades que ACINDAR no podía proveer); de productos de acero planos (básicamente chapas) de SIDERAR y SIDERSA; de tubos y caños de TUBOS ARGENTINOS, SIAT S.A, SIDERSA y SIDERAR y además comercializa herrajes variados

¹² En los años 2006 y 2007 SIDERCO también importó algunos productos planos para su comercialización (chapa LC; chapa LF, Chapa antideslizante, chapa galvanizada lisa, bobina, chapa acanalada galvanizada, chapa cincalum, chapa fuera de estándar caliente, chapa fuera de estándar fría y chapa gruesa), no obstante las Partes informan que fue en bajo volumen y no significativo para la actividad de la empresa.

¹³ Básicamente la empresa importó del Grupo: alambre galvanizado, ovalado y para soldadura, chapa acanalada y gruesa, electrodos, planchuelas, mallas electrosoldadas, piel ángulo, rollo púas, entre otros.



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

297

ES COPIA FIEL



SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
SECRETARÍA GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

(cerraduras, bisagras, pasadores, mechas, roldanas, remaches, guantes y trabas) de diferentes proveedores. La empresa no realizó importaciones ni exportaciones en los últimos años, adquiriendo sólo productos en el mercado interno.

167. Básicamente, la empresa distribuye: a) productos no planos como: alambres (para la construcción civil, cercos), caño cuadrado y redondo (para estructura y carpintería metálica), hierro ángulo, cuadrado y redondo, laminados (para las estructuras metálicas y herrería), mallas soldadas (para contrapisos construcción cercos), perfiles (para estructuras metálicas, vigas, soportes), clavos (para encofrados, machimbres y carpintería en general), hierro redondo (para construcción civil, estructuras metálicas), alambre (para cercos), caño (para estructuras y carpintería metálica); tornillo (para sujeción de chapas y metales en general); hierro de construcción (para la construcción civil), hierro trafilado (para ejes, chavetas, parrillas); productos planos: chapa rayada laminada, cinalum, lizas, galvanizadas, gruesas (utilizadas para carpinterías metálica, escaleras, carrocería, galpones), planchuela (para estructuras metálicas y herrería) y metal desplegado.

168. En síntesis, como se expuso tanto SIDERCO como CAÑOS CÓRDOBA se dedican exclusivamente a la venta y distribución de productos de acero a clientes de pequeño tamaño, revendiendo productos algunos fraccionados en paquetes de menor tamaño, sin valor agregado, salvo productos de corte y doblado. Las empresas se proveen de diferentes productores y/o grandes distribuidores de productos metalúrgicos, conservan los mismo en sus respectivos centros de almacenamiento y envían los pedidos a sus clientes a través del transporte de terceros.

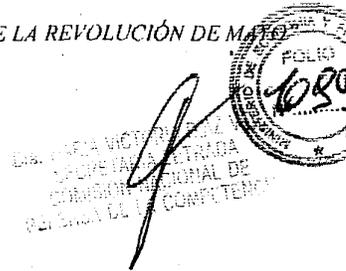
169. Las partes informaron que la capacidad de almacenaje de las empresas es prácticamente la misma. SIDERCO posee una capacidad de almacenaje de 3.700 tn entre los productos de construcción, perfiles y alambres rurales, y CAÑOS CÓRDOBA posee una capacidad de 3.900 tn entre los productos de construcción, perfiles, caños y chapas. Aclararon asimismo que ninguna empresa del Grupo adquirente tiene contrato de exclusividad con ningún cliente.



297

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

COPIA FIEL



170. De manera similar y en conformidad con su controlante y principal proveedora: SIPAR ACEROS, la política comercial de SIDERCO también distingue las ventas por tipo de cliente o canal de venta, esto es: distribuidores independientes, corralones, constructoras y usuarios; y en base al volumen de compra y conducta de pago clasifica a todos los clientes para definir el nivel de servicio, precio, etc. que se le brindará¹⁴.

171. El 60% de las ventas de la empresa van dirigidas a pequeños distribuidores y pequeños corralones que adquieren y comercializan, en general, todos los productos de SIDERCO excepto el llamado corte y doblado. Y en el caso de los corralones se adicionan a la excepción los laminados cuadrados, trefilados, perfiles, laminados redondos y electrodos.

172. El 40% restante, SIDERCO lo comercializa en forma directa a: constructoras, industrias, usuarios finales (rurales) y usuarios finales (pequeños talleres, etc). Las constructoras adquieren y revenden: ADN24, ATR 50N, laminados cuadrados, lisos de construcción, clavos, alambres recocidos, mallas, corte y doblado de ADN 42; las industrias: alambrones, alambres crudos, rectificadas, trefilados, perfiles, laminados redondos y electrodos; los usuarios finales (rurales): alambres, alambres de cerca eléctrica, alambres de púas, alambres de alta resistencia, postes, distanciadores de hilos, electrodos; y los usuarios finales (pequeños talleres, herreros): perfilarias, clavos, alambres recocidos, laminados redondos y electrodos.

173. Las partes explican que en SIDERCO no existe ninguna diferencia en el manejo, administración y/o relación comercial en función a los productos y diferentes canales de venta. No obstante indican que en el caso de las empresas constructoras existe fuerza de ventas dedicada a estos clientes. En efecto señalan que en la provincia de Santa Fé, la empresa posee una división por canal de venta.

174. En el caso de CAÑOS CÓRDOBA, la distribución de los productos la realiza a través de: revendedores, metalúrgicas, constructoras, usuarios industria y consumidores finales. Estos últimos adquieren todos los productos de la

¹⁴ Las Partes precisan que los volúmenes mínimos de compra son los mismos para cualquier tipo de cliente y varían según la línea de producto (construcción civil, industria, etc).



297



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

ES COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA DEZ VELO
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

empresa, en tanto los anteriores canales algún tipo específico de producto no comercializan. En este sentido, las Partes señalan que de acuerdo al tipo de empresa, tiene más preponderancia determinadas líneas de productos, como es el caso por ejemplo de las empresas constructoras que consumen más "construcción civil", en tanto las metalúrgicas adquieren los productos denominados "industria y planos".

175. El 20% de las ventas de CAÑOS CÓRDOBA se dirigen a pequeños distribuidores, que en general adquieren y revenden la totalidad de los productos de la empresa.

176. El otro 20% se comercializa a constructoras e industrias pequeñas. Las constructoras compran: ADN24, ATR 50N, laminados cuadrados, lisos de construcción, clavos, alambres recocidos, mallas; las industrias: caños, chapas, alambrones, alambres crudos, rectificados, trefilados, perfiles, planchuelas, laminados redondos y electrodos.

177. El 40% se destina a empresas metalúrgicas, las cuales adquieren principalmente: caños, chapas, perfilarias, planchuelas, clavos, alambres recocidos, laminados redondo, electrodos, tornillos y varillas roscadas.

178. El restante 20% de las ventas de CAÑOS CÓRDOBA es adquirida por usuarios finales (herrereros y otros), que compran: perfilería, planchuelas, caños redondos, cuadrados, ángulos, arcos de sierra, bisagras, candados, cerraduras, cintas métricas, cerrojos, discos, guantes, mechas, máscaras, clavos, tornillos, pasadores, varillas roscadas, volantes para cortinas.

179. Las partes aclaran que las diferencias entre los distintos canales de la empresa se dan básicamente por el volumen de compras que realizan; a las de mayor volumen se les da una atención más personalizada a través de viajantes y de personal de atención al cliente de la empresa. No habiendo diferencias respecto a la administración como a la relación comercial ni precios. En efecto indican que los precios varían solamente en relación con el volumen de compra, y se realiza diferenciación entre clientes al contado y los de cuenta corriente, pero no por tipo de canal de venta.

Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

180. Conforme a lo expuesto, la distribución al nivel minorista debería considerarse como servicio relevante a los efectos de este análisis, dado que es en este mercado de ciertos productos metalúrgicos en los que participan tanto la empresa objeto de la operación: CAÑOS CÓRDOBA como SIDERCO, una de las empresas del grupo adquirente.

181. Es dable notar, que dicha relación horizontal se verifica en algunos tipos de productos finales derivados del acero ya que si bien CAÑOS CÓRDOBA distribuye en el mercado productos finales no planos, productos planos, tubos, caños y herrajes; SIDERCO, según lo manifestaron las Partes, sólo distribuye productos finales no planos.

182. Como ya se explicó, el servicio de distribución a nivel minorista es distinto al de su producción y venta a nivel mayorista, extendiéndose la actividad a casi toda la gama de productos siderúrgicos, y pudiendo los distribuidores prestar un servicio que los anteriores no pueden ofrecer (plazos de entrega menores, más orientado a las necesidades específicas de los clientes, oferta de diversos productos siderúrgicos, entre otros). De hecho algunos distribuidores almacenistas, como es el caso de SIDERCO, desarrollan sus propias instalaciones internas de transformación con objeto de añadir valor a los productos y mejorar el servicio que prestan a sus clientes, como el servicio de corte a la medida deseada y doblado, entre otros.

183. En aras de definir el mercado de servicio referido, cabe inicialmente proceder a una diferenciación entre la distribución de productos de acero al carbono y la de productos de acero inoxidable y de otros tipos, tal como se lo ha realizado en el mercado aguas arriba analizado. Las actividades de las Partes únicamente se solapan en lo que respecta a los primeros, es decir que tanto SIDERCO como CAÑOS CÓRDOBA, conforme lo informaron las Partes, distribuyen productos de acero al carbono.

184. Asimismo, a efectos de la evaluación se distingue las dos categorías principales de productos de acero al carbono: productos planos y productos no planos. En este sentido, según se indicó precedentemente, la relación horizontal entre las empresas involucradas se verificaría respecto a la distribución de



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VEGA,
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

productos finales de acero al carbono no planos, ya que SIDERCO sólo se dedica principalmente a la venta de estos productos; en tanto la cartera de productos ofrecidos por CAÑOS CORDOBA incluye también algunos productos planos, caños, tubos y herrajes.

185. Las partes aclaran que los diferentes tipos de productos comercializados por las empresas involucradas son almacenados en el mismo lugar, ordenados según tipo de producto y son transportados conjuntamente. Explican que las cargas se arman en función a las rutas de distribución y no se hacen distinciones de carga por canal o por tipo de producto. Asimismo señalan que ni el almacenamiento ni el transporte requieren condiciones especiales y que en el caso de distribuir productos nuevos, como planos en el caso de SIDERCO se podría realizar la distribución a través del mismo sistema que utiliza en la actualidad, no habiendo necesidad de hacer inversiones especiales ya que es perfectamente posible recurrir a la tercerización del almacenaje en caso de no contar con el espacio adecuado y del transporte.

186. En este sentido apuntan que la mayoría de los clientes adquieren todos los productos en forma conjunta. No obstante aclaran que algunos compran sólo cierto tipo de productos. Como ejemplo en el caso de SIDERCO los usuarios finales/productores rurales, y también respecto a CAÑOS CORDOBA indican que de acuerdo al tipo de empresa cliente, adquieren mayor importancia determinadas líneas de productos, como en el caso de las constructoras que consumen productos de la construcción civil, es decir productos no planos; en tanto las metalúrgicas que adquieren productos denominados "industria" y productos planos.

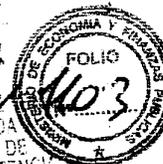
187. Si bien muchos distribuidores, como es el caso también de CAÑOS CORDOBA, operan tanto en el mercado de los productos planos como en el de los productos no planos de acero al carbono y no existen, conforme lo informaron las Partes, barreras que impidan a un distribuidor almacenista que trabaje con productos planos suministrar productos largos, y viceversa, evidenciándose sustituibilidad desde la óptica de la oferta. En la delimitación de los mercados de productos de referencia, también han de tomarse en consideración las diferentes

[Handwritten signatures and scribbles]



297

COPIA FIEL



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

DR. VICTORIA...
SECRETARIA...
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

características de la demanda de cada tipo de producto y las diferencias entre sus precios medios.

188. Según se expuso, los usuarios finales de los productos de aceros al carbono planos no son los mismos que los de los productos no planos y además, conforme también lo manifestaron las partes, algunos canales de distribución adquieren cierto tipo de productos, como ejemplo las constructoras que adquieren productos no planos o centros siderúrgicos enfocados a proveer a grandes empresas de automóviles que adquieren productos planos.

189. Adicionalmente se destaca que la Agencia de Competencia Española, ha considerado en diversos casos que la distribución de acero puede segmentarse en función de dos criterios: la red de distribución y el tipo de producto distribuido. Más precisamente en el caso CHEQUERS/IMS (N-04058) advirtió que las redes de distribución utilizadas pueden ser las siguientes: a) centros de servicios: compran el producto en crudo directamente de los productores y cortan y procesan el material para adaptarlo a los requerimientos del cliente, por lo que suministran a clientes de todo tipo de tamaño, incluidos los centros de almacenamiento; b) Centros de almacenamiento: compran el producto en bruto de los productores y lo revenden en cantidades más pequeñas a clientes cuyas necesidades no son lo suficientemente grandes como para comprar directamente a los productores de acero o centros de servicio y c) Centros de oxicorte: son instalaciones de distribución especializada, en concreto, de determinados grosores de planchas.

190. En relación con el tipo de producto distribuido, y en línea con lo señalado en el asunto COMP/ECSC-1268 USINOR/COCKERILL SAMBRE, declaró que el mercado de la distribución de productos de acero al carbono podría segmentarse en productos no planos y planos.

191. En virtud de lo indicado, y dado que las actividades de las empresas involucradas en la presente operación sólo se solapan en la distribución al sector minorista de productos de aceros al carbono finales no planos, en este caso se analizarán los efectos de la operación en este mercado, dejando abierta la definición precisa del mismo.



297

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

COPIA FIEL



DR. MARÍA VICENTINA TORRES
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE DE DISTRIBUCIÓN A COMERCIALIZADORES MINORISTAS DE PRODUCTOS DE ACERO FINALES NO PLANOS.

192. Como se indicó tanto SIDERCO como CAÑOS CÓRDOBA se dedican a la distribución al sector minorista de productos de acero, a través de diversos canales de venta y en distintas regiones del país; organizando de esta manera sus ventas bajo un criterio geográfico. No obstante, las partes aclaran que las empresas poseen la misma modalidad de distribución en las distintas regiones del país, para cada uno de los productos y canales de venta que poseen.

193. SIDERCO posee centros de distribución en las ciudades de Rosario y Buenos Aires, y distribuye los productos en las principales provincias del país, con mayor importancia en las provincias de: Santa Fe, Buenos Aires y Córdoba. La distancia máxima recorrida por la empresa es de aproximadamente: 1500 km llegando en la actualidad a los siguientes destinos (aunque conforme lo aclararon las Partes, podrían ampliar su alcance fácilmente): Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Provincia de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Entre Ríos, Corrientes, Santiago del Estero, Chaco, Salta, Tucumán, La Pampa, Jujuy, San Luis, San Juan, Misiones, Río Negro, Catamarca y Formosa.

194. Más precisamente, en el año 2008, la empresa comercializó: en la provincia de Santa Fe el 33,55% del total de sus ventas; en la provincia de Buenos Aires el 15,27%, principalmente a usuarios con actividad de construcción en estancias agrícolas; en Capital Federal el 11,58%; en Córdoba el 10,24% y Entre Ríos el 5,26%. Aunque también vendió sus productos, principalmente a pequeños distribuidores, en las provincias de Santiago del Estero, Salta y Jujuy. Particularmente a las provincias de Misiones y La Rioja la empresa deriva baja proporción de sus ventas, en todos los casos menores al 1%.

195. CAÑOS CÓRDOBA por su parte, posee locales de venta y centros de distribución en las ciudades de: Córdoba, La Rioja y Posadas. La zona que cubre la empresa para colocar sus productos abarca un radio de aproximadamente 300 km desde Córdoba Capital; estando sus principales clientes, en el año 2008, localizados en dicha provincia. En efecto, las partes resaltaron que la empresa distribuye únicamente en los lugares donde tiene

[Handwritten signatures and marks]



297

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

ES COPIA FIEL



puntos de venta. Es así como el 82% del total comercializado por la empresa se dirigió a la provincia de Córdoba, el 10% a Misiones y el restante 8% a La Rioja.

196. Asimismo las partes manifestaron que en la prestación del servicio de distribución existen un número importante de distribuidores que tienen un alcance muy amplio, como es el caso de SIDERCO, y otros con alcance más local, abarcando sólo algunas regiones geográficas del país, como es el caso de CAÑOS CÓRDOBA.

197. En este sentido debe advertirse que, a diferencia del mercado de producción de productos de acero y comercialización a nivel mayorista, para los distribuidores abocados al sector minorista la proximidad a los clientes finales es importante dado que muchas veces éstos necesitan el aprovisionamiento de servicios accesorios, un servicio más específico y puntual, y asimismo los distribuidores deben tener la posibilidad de poder responder rápidamente a solicitudes de aprovisionamiento imprevistas. Además, cabe indicar que hay casos en los cuales los volúmenes de compra por parte de los clientes finales y la frecuencia de pedidos individuales no justifican los costes de transporte y logística asociados a envíos de muy largas distancia.

198. Por lo dicho, la delimitación del mercado geográfico del servicio de distribución de productos de acero dependerá de una serie de factores: el valor material de que se trate, el valor añadido por el servicio, la localización de los competidores y su alcance, el plazo de entrega y los costos de transporte, entre otros.

199. En general, el valor añadido por las actividades de distribución es escaso (a excepción de las actividades de corte y doblado), de tal modo que los costos de transporte respecto a este factor, suponen una restricción a la capacidad de las distribuidoras para competir en amplias áreas geográficas.

200. Los plazos de entregan y costos de flete también constituyen en esta actividad un elemento muy importante, que incidirá de mayor o menor medida dependiendo: la dimensión de la empresa, el acceso a las diferentes regiones del país, la distancia a los centros de distribución, los medios de transporte utilizados, entre otros.



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

201. En el caso bajo análisis, las partes informaron que para el año 2007, los plazos de entrega de los productos por parte de SIDERCO, variaron dependiendo las provincias abastecidas, de un mínimo promedio de 2 días en el caso de Capital Federal, 3 días Santa Fé, 5 días Córdoba, 7 días Entre Ríos, Jujuy, Mendoza, Salta, Santiago del Estero y Tucumán; 10 días a la Provincia de Buenos Aires, Chaco y Corrientes y 14 días a La Pampa. Con un costo promedio de envío, en función de la distancia y el medio de transporte, que rondó: entre los \$/tn31 y \$/tn55 para la ciudad de Rosario, Gran Rosario y sus alrededores; \$/tn90 para la ciudad de Santa Fe y alrededores; \$/tn99 Córdoba (norte, centro y sur); \$/tn132 Mendoza, San Rafael y San Juan; \$/tn154 Tucumán con Norte de Santa Fé y las provincias del Noroeste Argentino; \$/tn193,5 en el caso de Entre Ríos (norte y sur) y Corrientes; hasta los \$/tn209 en el caso de Formosa y Chaco.

202. Respecto a CAÑOS CÓRDOBA, como se indicó, la empresa tiene un alcance más local, circunscripto sólo a las provincias en las que posee centros de distribución y puntos de venta como es el caso de Córdoba, Misiones y La Rioja. Las Partes informaron que para el año 2007, el tiempo que conllevaba a la empresa proveer a sus clientes localizados en la primera provincia referida era de entre 48hs y 72hs con un costo promedio del flete de \$/tn40,32; en el caso de Misiones el tiempo de entrega era de 24hs con un costo promedio de \$/tn 45,75, y en el caso de La Rioja, con un plazo de 24hs y un costo de \$/tn18,85.

203. En síntesis, se destaca que mientras el objeto de la operación: CAÑOS CÓRDOBA tiene un alcance más local, atendiendo sólo a los clientes cercanos a los centros de distribución en las provincias de Córdoba, Misiones y La Rioja; en el caso de SIDERCO, su alcance es nacional, con sólo centros de distribución en la Provincia de Buenos Aires y en Santa Fe, distribuye los productos en casi todas las provincias del país, con mayor presencia en las de: Santa Fe, Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires, luego Córdoba y Entre Ríos, pero con baja proporción de ventas en Misiones y La Rioja, provincias en las que desarrolla también su actividad CAÑOS CÓRDOBA.

204. En función de todo lo expuesto se considerará que la definición geográfica que mejor refleja la realidad económica de esta operación en el

[Handwritten signatures and initials]



297

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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA RUIZ VE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



mercado de distribución al sector minorista de productos finales de acero al carbono no planos, es de alcance nacional. Sin perjuicio de ello y dado que en algunos casos como el presente, el componente provincial y regional puede determinar condiciones de competencia particulares, también se harán consideraciones específicas sobre los efectos horizontales en estos niveles.

PARTICIPACIONES DE MERCADO Y GRADO DE CONCENTRACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE DE DISTRIBUCIÓN A COMERCIALIZADORES MINORISTAS DE PRODUCTOS DE ACERO NO PLANOS FINALES.

205. Conforme el análisis realizado, en el mercado de distribución al sector minorista de productos finales de acero al carbono largos, se verifica una relación horizontal entre las siguientes empresas involucradas: SIDERCO por parte de la empresa adquirente, y CAÑOS CÓRDOBA: el objeto de la operación.

206. SIDERCO, conforme lo informaron las partes distribuyó a lo largo del país, en el año 2008, 16.117 tn de productos de acero, excluyendo algunas importaciones puntuales de productos planos realizadas ese año de 39 tn, el total de productos no planos ascendió a 16.078 tn, lo que significó una facturación de alrededor de \$62 millones y representó el 0,9% del mercado de distribución nacional de productos de aceros largos, tal como se evidencia en el Cuadro 4 expuesto abajo.

207. CAÑOS CÓRDOBA, como también se observa del Cuadro 4, comercializó en ese mismo año en las provincias de Córdoba, La Rioja y Misiones, un total de 18.802 tn de productos metalúrgicos, por un valor de aproximadamente \$82 millones, de los cuales 10.043 tn fueron productos largos, alcanzando una participación en el mercado de estos últimos productos, a nivel nacional, del 0,6%.



297

ES COPIA FIEL



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

DR. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cuadro 4: Volumen (tn) y Participaciones (MS) de las empresas involucradas en los mercados definidos. Año 2008.

			SIDERCO	CANOS CORDOBA
			Vol/MS	Total
Volumen venta de SIDERCO en el Mercado Nacional	Largos	Vol.	16.078	10.043
		MS	0,9%	0,6%
	Planos / Caños	Vol.	39	8.759
		MS s	0,00%	0,3%
Total	Vol.	16.117	18.802	
	MS	0,35%	0,4%	
TOTAL MERCADO NACIONAL	Largos	Vol.	1.824.096	1.824.096
	Planos / Caños	Vol.	2.808.215	2.808.215
	TOTAL	Vol.	4.632.311	4.632.311

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1.

208. Observando la participación de mercado por provincia, las partes proveen información considerando el mercado conformado por productos finales de acero planos y largos, donde se evidencia, como se expone en el Cuadro 5, que la participación de SIDERCO, en el mercado del producto ampliado, en las provincias en las que participa es menor al 1%, en todos los casos. Específicamente contemplando los datos en las provincias en las que se solapan las actividades de las empresas: Córdoba, Misiones y La Rioja, se verifica que SIDERCO comercializó en la primera mencionada, 1.631 tn de productos en el año 2007, lo que significó una participación del 0,4% en el mercado ampliado; en la Provincia de Misiones comercializó 59 tn, con una participación muy baja cercana al 0%, en tanto en la provincia de La Rioja la comercialización de la empresa fue nula.



297

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

ES COPIA FIEL



Dra. MARÍA VICTORIA DE VÉLIZ
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cuadro 5: Volumen total (tn) y valor (en pesos argentinos) de las ventas realizadas por SIDERCO en cada una de las provincias.

Provincia	Total Ventas		% participación mercado
	\$ (pesos)	tn (toneladas)	
Buenos Aires	7.425.827	2.378	0,2
Capital Federal	6.383.214	2.380	0,25
Catamarca	123.878	29	0
Chaco	1.493.009	460	1
Chubut	2.120	0	0
Corrientes	2.197.831	807	1
Córdoba	5.434.636	1.631	0,4
Entre Ríos	2.520.413	942	0,6
Formosa	66.316	25	0
Jujuy	1.096.112	398	0,47
La Pampa	1.345.854	431	0,47
La Rioja	0	0	0
Mendoza	3.877.435	1232	0,55
Misiones	195.375	59	0
Neuquén	92.676	27	0
Río Negro	75.192	46	0
Salta	1.673.045	460	0,5
San Juan	220.144	68	0
San Luis	278.164	75	0
Santa Cruz	0	0	0
Santa Fe	16.380.034	6.343	2
Santiago del Estero	2.100.310	673	0,7
Tucumán	1.522.477	439	0,6
Total País año 2007	54.504.062	18.903	

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1.

209. En tanto, CAÑOS CÓRDOBA, conforme lo informaron las partes y se expone en los Cuadros 6 y 7, posee en la provincia de Córdoba una participación cercana al 6,9% en el mercado de productos metalúrgicos, comercializando 8.323 tn de productos largos y 7.200 tn de productos planos; en la provincia de La Rioja 34,1% vendiendo 939 tn de productos largos y 776 de planos y en Posadas un 17,1%, distribuyendo 781 tn de productos largos y 783 tn de planos. No obstante cabe reiterar que las partes indicaron que en estas dos últimas zonas, la empresa no operaba con anterioridad a la operación notificada y que el número de competidores que enfrenta la empresa en todos los casos, es



297

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

ES COPIA FIEL



DR. NADIA VIGORZA DE LA VERGARA
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

significativo, resultando la participación de la empresa en todos los mercados poco importante.

Cuadro 6: Participación de mercado de CAÑOS CÓRDOBA en las zonas geográficas en las que desarrolla su actividad.

Provincia de Cordoba

Cordoba	Participación
Caños Cordoba	6,90%
Donadio	9,90%
Lamfer	3,70%
Serin	9,90%
Hierros	3,40%
Hierros.cons	4,00%
Multiacero	2,00%
Marco Aurelio Sosa	2,00%
Manrique	0,80%
Acerco	2,00%
Caños y Perfiles	0,90%
Metal V	1,90%
Constructor	0,40%
Zarate	0,70%
Ferrocons	0,70%
Contigiani	0,40%
Otros Cordoba	10,90%
Rio Cuarto	
Valsechi	1,50%
Donzelli	4,30%
Solaro	4,60%
Otros	2,50%
Villa Maria	
Cormetal	8,60%
Otros	3,10%
San Francisco	
Racca	2,20%
Gudiño	0,90%
Otros	1,90%
Otros resto Provincia	9,90%
	100,00%

Provincia de La Rioja

La Rioja	Participación
Caños Cordoba	34,10%
Lam Fer Garro	22,00%
Donadio	17,10%
Serin	7,30%
Hierronort Tuc.	7,30%
Construya	7,30%
Otros	4,90%
	100,00%

Provincia de Misiones

Posadas	Participación
Caños Cordoba	17,10%
Navarro	24,40%
Garro	13,70%
Pomaco	13,70%
Surcan	7,80%
Wasiuk	13,70%
Otros	9,80%
	100,00%



297

ES COPIA FIEL

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



Dr. MARIA VICTORIA VERA
 SECRETARÍA INTERNA
 COMISION NACIONAL DE
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1.

Cuadro 7: Volumen (tn) y valor (en \$ argentinos) de las ventas efectuadas por CAÑOS CÓRDOBA, en Córdoba, La Rioja y Posadas. Año 2008.

2008		
	Volumen tn	valor
total 2008	18.802	\$ 87.880.520,00
total Córdoba	15.523	\$ 71.755.744,00
total La Rioja	1.715	\$ 8.667.759,00
total Posadas	1.564	\$ 7.457.017,00
total prod. Planos CORDOBA	7.200	\$ 34.105.505,12
total prod. No Planos CORDOBA	8.323	\$ 35.497.566,56
final CORDOBA		\$ 2.152.672,32
total prod. Planos LA RIOJA	776	\$ 6.422.809,42
total prod. No Planos LA RIOJA	939	\$ 1.811.561,63
final LA RIOJA		\$ 433.387,95
total prod. Planos POSADAS	783	\$ 5.950.699,57
total prod. No Planos POSADAS	781	\$ 1.133.466,58
final POSADAS		\$ 372.850,85

Fuente: información aportada por las Partes en el Formulario F1.

210. No obstante lo señalado, cabe destacar que en la presente operación, el mercado relevante fue definido de manera más estrecha, es decir, considerando un mercado relevante en la distribución de productos finales de acero largos. En este sentido, las Partes manifestaron que no poseen información respecto al volumen total comercializado en los mercados provinciales ni regionales de estos productos y por tanto no les es posible estimar la participación de mercado de las empresas involucradas ni de sus competidores en dichos mercados. Pero manifiestan que en el mercado de distribución minorista del que son parte SIDERCO y CAÑOS CÓRDOBA el número de competidores es significativo y las participaciones de mercado de CAÑOS CÓRDOBA son pequeñas. En este sentido se señala, que los datos aportados por las empresas evidencian que en estos mercados participan empresas de alta importancia y trayectoria como ACINDAR, con su red de distribución propia (con una participación a nivel nacional en el mercado ampliado de entre el 2% y 3%) y con distribuidores



297

COPIA FIEL



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

DR. MARIA VICTORIA FLOREZ VEN. S.
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

exclusivos que forman parte de su red como: Aceros Coco, Acima y Rogiro (con participaciones a nivel nacional que rondan el 1% y 2%), además de otras empresas como Orlando, Antuña, Comeco y Cormetal. Específicamente en Córdoba, provincia en la que posee mayor presencia el objeto de la operación, las Partes denotaron que los distribuidores Guiñafer, Serin, Cormetal, Donadio, Donzelli, Waigel, Royo, Comeco, Aceros Coco (red ACINDAR), entre otros, poseen una participación activa en la distribución de productos metalúrgicos en dicha provincia, constituyendo fuertes competidores de SIDERCO Y CAÑOS CÓRDOBA.

211. Asimismo si ampliamos el mercado geográfico a nivel región, y nos abocamos específicamente a la región geográfica denominada como "centro" que abarca las provincias de: Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Santa Fé, Córdoba y La Pampa, en la cual posee mayor presencia el grupo adquirente e incrementaría su participación post operación de concentración a través, fundamentalmente, de la presencia de CAÑOS CÓRDOBA en la provincia del mismo nombre, si bien las Partes manifestaron que tampoco aquí poseen datos de participación ni volúmenes de venta, informaron que la presencia de ACINDAR en esta región, con su red propia y distribuidores exclusivos (Aceros Coco, Acima, Rogiro), es significativa, instituyéndose como la empresa más importante de este mercado, en el que también participan otros distribuidores con apreciable influencia como Antuña, Comeco, Marby, Royo (capital) y Rabe, entre tantos otros.
212. Como se indicó, en las otras provincias solapadas: Misiones y La Rioja, si bien CAÑOS CÓRDOBA posee presencia importante, como se observa de los cuadros expuestos arriba, la participación en los mismos de la empresa adquirente es exigua en ambos casos. En efecto, las Partes manifestaron que desde una perspectiva geográfica regional, la operación no importaría cambio alguno en dos de las provincias en que el objeto de la operación opera (La Rioja y Misiones), vislumbrándose básicamente, sólo un cambio de un jugador por otro. En tanto en relación a la provincia de Córdoba. Resaltaron además que desde una perspectiva geográfica nacional las participaciones de mercado que



297

ES COPIA FIEL



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

DR. MARIA VICTORIA FLORES VENTURA
SECRETARIA LEYTRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

adquiriría el grupo Gerdau con la operación notificada también son insignificantes.

213. En virtud de la información expuesta en este apartado, y tal como lo alegaron las Partes, es dable señalar que post operación de concentración, la participación de mercado que obtendría el grupo adquirente en el mercado de distribución definido, tanto a nivel nacional como regional, no es de importancia; existiendo un número importante de competidores tanto pequeños como grandes, independientes, exclusivos, como integrados a empresas productoras. En este último caso, las Partes mencionaron el caso de ACINDAR, empresa que posee un esquema de distribución minorista que abarca distribuidores propios y distribuidores exclusivos ubicados en todo el país. Además de empresas distribuidoras como: Orlandi, Antuña, Comeco, Cormetal y Donadio, con presencia en las principales provincias del país.

214. Además explicaron que el servicio de distribución que actualmente prestan los distribuidores de los productos involucrados podría ser prestado por distribuidores de otros productos, que no necesitarían ni un conocimiento especial para hacerlo, ni hacer una conversión (ni una inversión a tales efectos) de actividades, ni autorizaciones de ninguna clase. No existiendo costos hundidos sustanciales ni requiriendo inversiones significativas en activos tangibles o intangibles. Además de que los distintos estadios que conforman un servicio de distribución de mercaderías (por ejemplo transporte, carga o depósito) pueden ser tercerizados con facilidad. Por lo cual, ante un eventual aumento de precios en el servicio de distribución por parte de un oferente monopolista nuevos competidores podrían entrar a este mercado en el corto plazo y con relativa facilidad.

215. En síntesis, se destaca que la oferta del mercado de distribución de productos largos de acero al carbono está altamente atomizada en el país, no habiendo ninguna empresa con una cuota superior al 10% y existiendo una importante presencia en el mercado de pequeños distribuidores independientes, algunos menos distribuidores exclusivos, y otros integrados a productores como es el caso de la red propia de ACINDAR, que constituyen una competencia efectiva para las empresas involucradas.

[Handwritten signatures and initials]



297

ES COPIA FIEL

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



216. Asimismo, como se señaló, los clientes de este tipo de distribuidores son mayoritariamente empresas del sector de la construcción, distribuidores pequeños y corralones, por lo que existe también una demanda muy atomizada. Tal demanda requiere una atención personalizada, con respuesta rápida del servicio de entrega y buen precio; no incidiendo en sus decisiones la calidad del producto ni la marca, puesto que todos los distribuidores poseen un producto de calidad homogénea y características análogas. Los propios distribuidores compran a unos u otros productores en función del precio que les ofrece, ya que el producto en sí es de características muy similares. Por lo cual, en general el mercado opera a pedido, sin contratos estables y en busca de mejores precios y atención.

217. Por lo tanto se estima que la situación competitiva que caracteriza al mercado de distribución al sector minorista de productos finales de aceros al carbono largos, no se verá sustancialmente modificada a raíz de la operación bajo análisis.

218. Asimismo conforme lo manifestado en los apartados precedentes, se reitera que es posible concluir validamente que no existiría en este caso posibilidad de extensión de poder de mercado ni de prácticas de exclusión por parte del Grupo GERDAU, ya que este no constituye una fuente importante de producción y abastecimiento al segmento mayorista de productos de aceros largos, constituyendo ACINDAR la empresa más importante de este mercado, con fuerte presencia en todos los canales de comercialización y en todo el país, tanto en el mercado de producción y distribución a nivel mayorista, aguas arriba, como en el distribución al nivel minorista, aguas abajo.

CONCLUSIONES FINALES SOBRE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN EN LOS MERCADOS RELEVANTES DEFINIDOS.

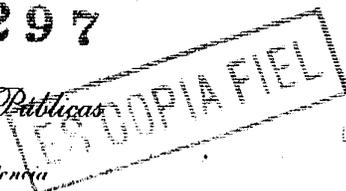
219. De acuerdo a todo lo hasta aquí expuesto, la presente operación tiene efectos horizontales en el mercado nacional de distribución a comercializadores minoristas de acero no planos finales. Los mismos no son preocupantes habida cuenta que los volúmenes comercializados por las firmas notificantes son poco marginales.

[Handwritten signatures and marks]



297

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



DR. MARIA VICTORIA VIZ VERU
SECRETARÍA LEONADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

220. Por otro lado se verifican efectos verticales entre la etapa de distribución al sector minorista (mercado aguas abajo) y la producción y comercialización a nivel mayorista (mercado aguas arriba) de productos finales de acero al carbono no planos. En este último caso, las ofertas de SIPAR ACEROS y GERDAU son preexistentes a la presente operación y representan el 17,3% de dicho mercado.

221. Como consecuencia de lo indicado, al no tener las notificantes ni antes ni después de la presente operación una posición dominante en ninguno de los mercados verticalmente relacionados, no se verifica ninguna de las posibles hipótesis de cierre de los mismo como consecuencia de la operación.

222. Esto es, un eventual entrante al mercado de producción de bienes siderúrgicos no planos, tendría múltiples canales de distribución para colocar sus productos independientemente de SIDERCO y CAÑOS CÓRDOBA.

223. Por su parte, un eventual entrante al sector de distribución al nivel minorista de productos siderúrgicos no planos, tendría proveedores (productores) de los mismos distintos de SIPAR ACEROS-GERDAU. Estos proveedores no alcanzados por la presente operación explican no menos del 80% de la oferta nacional.

224. Por idénticas razones a las expuestas, la presente operación no genera efectos verticales que pueden comprometer la permanencia de competidores actuales ni en el mercado aguas arriba (producción y comercialización a nivel mayorista de no planos) ni en el mercado aguas abajo (distribución al sector minorista de no planos).

V.- CLAUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS.

225. Resta analizar un aspecto importante que se refiere a la cláusula de no competencia contenida en la cláusula 13° del "CONTRATO DE CESIÓN DE CUOTAS" suministrado por las partes a los efectos de esta operación. Si bien las partes solicitaron la confidencialidad de dicho instrumento, la misma fue concedida con fecha 12 de marzo de 2009, con excepción de la cláusula 13° (no competencia) y del anexo 3.17 (propiedad intelectual).



297

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

COPIA FIEL

MARIA VICTORIA...
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



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

227. El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente una empresa semejante que compita con la recientemente vendida con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado.

228. De allí que se imponga esta obligación de no competencia por determinado plazo para permitirle al comprador conocer el negocio y el mercado y no verse enfrentado a la competencia de aquel que había dirigido la empresa y que, en algunos casos, conoce a la misma y al mercado mejor que el reciente comprador.

229. Este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia deben ser analizadas a la luz de lo que en el derecho comparado se denomina como "restricciones accesorias" a una operación de concentración económica.

230. La doctrina de las "restricciones accesorias" establece que las partes involucradas en una operación de concentración económica pueden, sujeto a ciertos requisitos, convenir entre ellas cláusulas por las cuales el vendedor se compromete a no competirle al comprador en la actividad económica de la empresa o negocio transferido.

231. El fundamento que se invoca para permitir este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia es que las mismas sirven para que el comprador reciba la totalidad del valor de los activos cedidos, utilizándose las como una verdadera "protección" a la inversión realizada.

232. Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional, esta Comisión Nacional ha establecido en numerosos precedentes los requisitos que estas



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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA DIAZ VE
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración.

233. Dichos requisitos están referidos a su alcance, a su vinculación con la operación, a su necesidad, ámbito geográfico, extensión temporal y al contenido de la misma.

234. En cuanto al alcance, las cláusulas no deben estar referidas a terceros sino sólo a los participantes en la operación de concentración, quienes limitan su propia libertad de acción en el mercado.

235. Estas cláusulas deben tener vinculación directa con la operación principal: las restricciones deben ser subordinadas en importancia a la operación principal, esto es, no pueden ser restricciones totalmente diferentes en su sustancia de la operación principal, además deben ser necesarias. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones mucho más inciertas, con un coste sustancialmente mayor, durante un período de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.

236. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales, ha considerado que un plazo razonable es aquel que permite al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión.

237. Dicho plazo puede variar según las particularidades de cada operación, pero siguiendo los precedentes mencionados en reiteradas oportunidades se ha dispuesto que es aceptable una prohibición de competencia por el plazo de cinco años cuando mediante la operación se transfiere el "Know how", mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el "goodwill" sólo es razonable un plazo de dos años.

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

[Handwritten signatures and initials]



297

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

ES COPIA FIEL



DR. MARIA VICTORIA ANAZ VEINTI
SECRETARÍA DE TRABAJO
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

239. En cuanto al contenido, la restricción sólo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de empresa transferida, ya que no resulta razonable, desde el punto de vista de la competencia, extender la protección brindada por este tipo de cláusulas a productos o servicios que el vendedor no transfiere o no comercializa.

240. No obstante los lineamientos establecidos en los puntos precedentes, y tal como lo ha señalado reiteradamente esta Comisión Nacional, el análisis de este tipo de restricciones debe efectuarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado y sobre la base de un análisis caso por caso.

241. Habiendo analizado la documentación presentada por las partes en la concentración económica bajo examen, esta Comisión Nacional ha detectado que en la cláusula 13° del Contrato de Cesión de Cuotas Sociales, se acordó que: *“Los vendedores se comprometen a abstenerse de ejercer actividades, ya sea en forma directa o indirecta a través de terceros o de cualquiera de sus descendientes o parientes por consanguinidad o afinidad hasta el cuarto grado, en el rubro de la distribución o venta de productos de acero o derivados del acero o en la producción del acero o cualquier tipo de actividades en competencia con Caños Córdoba, por el plazo de 5 (cinco) años contados desde la fecha de cierre¹⁵, salvo que dichas actividades hubieran sido autorizadas por el comprador, en forma previa y por escrito.”*

Análisis del objeto de la cláusula.

242. Se impone como primer recaudo, analizar el objeto de la cláusula antes referida, a fin de establecer si la misma se adecua y guarda correlación con las actividades que desarrolla CAÑOS CÓRDOBA, recordándose en esta oportunidad que la restricción no puede contemplar servicios y actividades que no sean las propias del objeto de la operación, esto es CAÑOS CÓRDOBA.

243. Cabe mencionar que la mencionada empresa tiene como actividad la compra venta de caños, hierros y perfiles, como así también la distribución de una serie

¹⁵ De acuerdo a lo informado por las partes en la presentación del día 27 de abril de 2009 la fecha de cierre de la operación fue el día 9 de octubre de 2008.



297

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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA RIZ VELO
SECRETARÍA GENERAL
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



de productos derivados del acero. Por ende cualquier restricción a la competencia pactada por las partes, únicamente debe limitarse a las actividades desarrolladas por CAÑOS CÓRDOBA, y no debe abarcar otros negocios más allá de los que dicha empresa desempeña.

244. Desde dicho punto de vista la restricción para los vendedores de ejercer actividades vinculadas a la producción de acero excede el objeto de la operación, desde que ha quedado más que claro a lo largo del presente que CAÑOS CÓRDOBA no se dedica a la producción de de acero, ni tampoco a sus derivados.

245. Esto significa que la cláusula de no competencia válidamente puede contener una restricción vinculada a los negocios de distribución y venta de productos derivados del acero, actividades propias de CAÑOS CÓRDOBA.

246. En este sentido, esta Comisión Nacional requirió a las partes que fundamenten la restricción contenida en la cláusula de no competencia referida a la producción de acero, teniendo en cuenta que la actividad de CAÑOS CÓRDOBA comprende los servicios de distribución, venta e intermediación comercial. Las partes manifestaron en la presentación del 20 de enero de 2010 que: *"Teniendo en cuenta la posición de CAÑOS CÓRDOBA en el mercado, la restricción pactada no afecta el interés económico general en tanto no afecta ni pone en riesgo el funcionamiento del mercado. En consecuencia no existen razones para objetarla. Adicionalmente, y en virtud de lo señalado, no existen razones por las cuales deba justificarse una cláusula contractual- incluyendo una cláusula de no competencia. En la medida en que ella no afecte el funcionamiento del mercado (único caso en que la restricción a la libertad contractual establecida en la Ley N° 25.156 está justificada). La carga de probar que la cláusula afecta el funcionamiento del mercado, por último está en cabeza de quien pretenda imponer la restricción."*

247. Puede observarse que la respuesta brindada por las partes no resulta suficiente como para que esta Comisión Nacional permita que la cláusula de no competencia, abarque, sin fundamento, ni justificación alguna, actividades que no son las desarrolladas por la empresa transferida. Nótese además que las



297

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

COPIA FIEL

DR. MARIA VICTORIA SUAREZ VERGARA
SECRETARIA EJECUTIVA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



notificantes no proporcionan ninguna justificación concreta que sea lo suficientemente apta como para validar la restricción asumida, pese al requerimiento efectuado por el Organismo.

248. A esto, puede agregarse que las propias partes manifestaron en el Formulario F1 que: *"Tanto CAÑOS CORDOBA como SIDERCO se dedican exclusivamente a la distribución de productos de acero, por lo que la distribución debería considerarse como servicio relevante a los efectos de este análisis. En otras palabras, ninguna de estas empresas produce derivados del acero, sino que actúan como intermediarios en su comercialización"*, manifestación que refuerza aún más el argumento de que la cláusula de no competencia excede claramente el objeto de la operación¹⁶.

249. Finalmente, en cuanto a este punto, no posee justificación válida la prohibición dirigida a los vendedores de realizar actividades que no son las propias de la empresa adquirida, pues el pactar una restricción para éstos en relación a una actividad que la empresa adquirida no desarrolla, podría eventualmente importar un pacto de no competencia prohibido por el artículo 1° de la Ley N° 25.156.

250. En este sentido esta Comisión Nacional ha sostenido en reiteradas oportunidades que el contenido de la cláusula inhibitoria de la competencia debe limitarse a los productos y servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de la empresa transferida¹⁷.

251. Por las consideraciones vertidas, esta Comisión Nacional considera que la cláusula 13° del Contrato de Cesión de Cuotas Sociales merece objeciones en cuanto al objeto que comprende, desde que se extralimita y abarca actividades que no son las propias de las desarrollada por la empresa adquirida.

Análisis del Aspecto Temporal de la Cláusula.

¹⁶ Ver punto 3.b) del Formulario F1.

¹⁷ Ver Dictámenes CNDC N° 264, 282 Y 285, entre otros. Asimismo recientemente en el Expediente N° S01: 0225212/2008, caratulado: "VULCABRAS S.A. Y ADIDAS INTERNATIONAL B.V S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (Conc.708), Dictamen CNDC N° 794 del 23 de abril de 2010 y Resolución del Señor Secretario de Comercio Interior N° 169/10 de fecha 18 de mayo de 2010.



297

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

ES COPIA FIEL



DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

252. Sentado ello, corresponde analizar el aspecto temporal de la cláusula 13°. La misma contiene una restricción para los vendedores que abarca un periodo de cinco (5) años a partir de la fecha de cierre de la operación.

253. Teniendo en cuenta los antecedentes jurisprudenciales de esta Comisión Nacional en cuanto a que se permiten las cláusulas que tengan ese lapso temporal, siempre y cuando exista transferencia de know how en la operación, se les preguntó a las partes a fin de que manifesten si en la presente operación existía transferencia de know how, y en caso de corresponder que describieran en que consistía el mismo.

254. Las partes respondieron en la presentación de fecha 11 de mayo de 2009 que: **"la operación bajo análisis no involucra la transferencia de know how"** (La negrita nos pertenece), tratándose esta de una manifestación contundente sobre la cuestión.

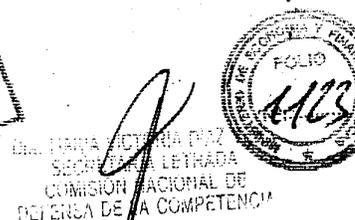
255. Asimismo, preguntadas que fueran las notificantes a fin de que expliquen y fundamenten porqué se acordó una restricción accesoria por el término de cinco (5) años, teniendo en cuenta la manifestación efectuada, en el sentido de que la transacción no involucra transferencia de know how, las partes manifestaron en la presentación del 28 de octubre de 2009 que: **"El plazo pactado para la cláusula de no competencia es el que las partes, que conocen las características del negocio adquirido, consideran necesario a los efectos de que se proteja la inversión del comprador. En un contexto como el que rodea a esta operación, en que las participaciones de mercado de las partes son poco relevantes, las cláusulas de no competencia no tienen ningún impacto en el funcionamiento del mercado (en los términos de la ley de defensa de la competencia, no genera perjuicio alguno al interés económico general). En consecuencia no existen razones para limitar la voluntad contractual de las partes, en especial cuando reducir sin razón en uno o dos años ese plazo (como parece sugerir la pregunta de esta Comisión) no importa diferencia alguna y tampoco protege ningún interés"**.



297

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

ES COPIA FIEL



particularidad, ni tampoco la innovación que puede transferir CAÑOS CÓRDOBA al GRUPO GERDAU.

260. Puede agregarse que las propias partes de la operación, manifestaron en el punto 3.f) del Formulario F1 que : "... el servicio de distribución que actualmente prestan los distribuidores de los productos involucrados podría ser prestado por distribuidores de otros productos, que no necesitarían ni un conocimiento especial para hacerlo, ni hacer una conversión (ni una inversión a tales efectos) de actividades ni autorizaciones de ninguna clase", lo cual demuestra que las propias partes reconocen que no se requiere un conocimiento específico ni particular para efectuar la distribución y venta de productos derivados del acero, razón más que suficiente para considerar que la restricción temporal de cinco años inserta en la cláusula de no competencia resulta excesiva.
261. Siendo ello así, y teniendo en cuenta la propia manifestación de las partes, de conformidad con los criterios adoptados y la jurisprudencia pacífica de esta Comisión Nacional, en la presente operación únicamente media transferencia de "goodwill". Por ende el plazo estipulado para la no competencia no debería superar los dos años, desde la fecha de la efectiva transferencia¹⁹.
262. En este sentido, esta Comisión Nacional ya ha recomendado en diversos expedientes la reducción de temporal de la cláusulas de no competencia en caso de que no existiera transferencia de know how a través de la operación celebrada²⁰.
263. Vale recordar en esta oportunidad que en el expediente caratulado: "GRUPO ROYAL Y RECREATIVOS FRANCO S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156, el ex Secretario de Coordinación Técnica subordinó la operación

¹⁹ Se recuerda que la fecha de efectiva transferencia fue el día 9 de octubre de 2008.

²⁰ Esta Comisión Nacional ha recomendado la subordinación de la autorización de operaciones de concentración económica por no existir transferencia de know how y ser excesiva desde lo temporal la cláusula de no competencia en los siguientes expedientes: 1) Expediente N° S01:0145939/06, caratulado: "CVC CAPITAL PARTNERS GROUP S.A.R.L., DE WIDE BLINK NV Y BOCCHI HOLDING BV S/ NOTIFICACION ART. 8 LEY 25.156 (Conc. 567)"; 2) Expediente N° S01:0107777/2005, caratulado: "GRUPO ROYAL Y RECREATIVOS FRANCO S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 0501)" Resolución SCT N° 157/05.3) Expediente N° S01: S01:0360775/2008, caratulado: "SECURITAS SEGURIDAD HOLDING SL, EL GUARDIAN S.A. y OTRA / NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (CONC. 719)"-Resolución N° 23/10 Secretaría de Comercio Interior;



297

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

ES COPIA FIEL

SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



notificada a la modificación de la cláusula de no competencia a un lapso de dos años, contados a partir de la fecha de cierre del contrato.

264. Dicha decisión fue confirmada por la Sala I de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, en cuya sentencia del día 8 de octubre de 2009 los jueces dispusieron que: *"...Ahora bien, la validez y extensión del plazo de no competencia acordado por las partes debe ser analizado en el contexto que ofrece la ley de defensa de la competencia n° 25.156. La resolución 157/05 emitida el 21.9.05 consideró que la restricción pactada tenía suficiente entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general (art.7 de la ley 25.156), toda vez que el plazo pactado excedía lo necesario y razonable para asegurar la protección de la inversión comprometida..."*. *"...Como se advierte se encuentran involucrados intereses económicos económicos generales, partiendo del supuesto de que con mayor cantidad de oferentes, se obtendrán mejores y más competitivas-condiciones en toda la actividad comercial que desarrollan las empresas involucradas. En todo caso las autoridades administrativas ponderaron que el plazo de cinco (5) años constituía un obstáculo para permitir el reingreso del vendedor al mercado. Pero fijó un plazo de dos años de no competencia, -el que a su vez-garantiza por ese período su exclusividad en el desarrollo de las actividades comerciales en las zonas involucradas. En efecto la reducción del plazo no niega ni extingue el derecho del comprador de asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión, pero evita, en cambio excluir a otro eventual y futuro competidor (el vendedor) por un plazo considerable (cinco años), lapso que podría importar su exclusión en el dinámico mercado contemporáneo."*

265. En virtud de las propias manifestaciones de las partes, como así también de los fundamentos vertidos, esta Comisión Nacional considera que el plazo de cinco (5) años contenido en la cláusula de no competencia excede el lapso de tiempo necesario para garantizar la transferencia total de los activos referidos, no resultando razonable.

266. En virtud del análisis realizado precedentemente, esta Comisión Nacional considera que la "Cláusula de No competencia" parte integrante del "Contrato de



297

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

ES COPIA FIEL



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

Cesión de Cuotas Sociales" tal como han sido convenida por las partes, tiene suficiente entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general (Artículo 7 de la Ley N° 25.156), y en razón de ello, debe ser modificada en cuanto a su objeto y a la extensión temporal que contempla de conformidad con lo indicado en el presente título.

VI. CONCLUSIONES

267. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, ya que tiene por objeto o efecto restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

268. En consecuencia, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS en la operación de concentración económica por medio de la cual GERDAU GTL SPAIN S.L. adquiere el 100% de las cuotas sociales de CAÑOS CÓRDOBA S.R.L. (actualmente constituida en un Sociedad Anónima), en poder de la Señora Norma J. Allemandi y del Señor Roberto H. Sartori, subordinar su autorización de conformidad con lo previsto por el artículo 13 inciso b) de la Ley N° 25.156, a la modificación de la cláusula 13° del Contrato de Cesión de Cuotas Sociales celebrado con fecha 9 de octubre de 2008, debiendo estipularse que: A) la cláusula 13° (no competencia) debe limitarse únicamente en cuanto a su objeto a los negocios de distribución y venta de productos de acero o derivados del acero; B) el plazo contenido en la cláusula 13° (no competencia) no debe exceder los dos (2) años, contados a partir de la fecha de cierre de la operación.

COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
PRESIDENTE

JUAN PABLO BOVULO
SECRETARIO LEY
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA