



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio Interior

*Matias Ezequiel Cuello*  
**ES COPIA**  
**MATIAS EZEQUIEL CUELLO**  
Dirección de Despacho



53

30 MAR 2011

BUENOS AIRES,

VISTO el Expediente N° S01:0148059/2010 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

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

Que el día 27 de abril de 2010 la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recibió la notificación de una operación de concentración económica que consiste en la fusión entre una subsidiaria total y enteramente controlada en forma indirecta por la empresa QUAD/GRAPHICS INC., con la empresa WORLD COLOR PRESS INC., emitiendo la firma QUAD/GRAPHICS INC. acciones a favor de los actuales accionistas de la empresa WORLD COLOR PRESS INC. En consecuencia, la empresa QUAD/GRAPHICS INC. indirectamente controlará, en la REPÚBLICA ARGENTINA, las firmas ANSELMO L. MORVILLO S.A. en un OCHENTA Y CUATRO COMA NOVENTA Y CINCO POR CIENTO (84,

41

*[Firma manuscrita]*



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio Interior

*Matias Ezequiel Guello*  
**ES COPIA**  
MATIAS EZEQUEL GUELLO  
Dirección de Despacho

53



95 %), WORLD COLOR ARGENTINA S.A. en un CIEN POR CIENTO (100 %) y QUEBECOR WORLD BUENOS AIRES S.A. en un CIEN POR CIENTO (100 %).

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156 y su Decreto Reglamentario Nº 89 de fecha 25 de enero de 2001.

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

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) establecido en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, y 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 no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, toda vez que de los elementos reunidos y de las constancias de autos no se desprende que los mismos tengan entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia, ocasionando un perjuicio para el interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior autorizar la operación notificada, consistente en la fusión entre una subsidiaria total y enteramente controlada en forma indirecta por la empresa QUAD/GRAPHICS INC. con la empresa WORLD COLOR PRESS INC., emitiendo la firma QUAD/GRAPHICS

11



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio Interior

*Matias Ezequiel Cuello*  
**ES COPIA**  
**MATIAS EZEQUIEL CUELLO**  
Dirección de Despacho

**53**



INC. acciones a favor de los actuales accionistas de la empresa WORLD COLOR PRESS INC.; todo ello de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 857 de fecha 10 de febrero de 2011 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.- Autorízase la operación notificada, consistente en la fusión entre una subsidiaria total y enteramente controlada en forma indirecta por la empresa QUAD/GRAPHICS INC., con la empresa WORLD COLOR PRESS INC., emitiendo la firma QUAD/GRAPHICS INC. acciones a favor de los actuales accionistas de la empresa WORLD COLOR PRESS INC.; todo ello de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución al Dictamen N° 857 de fecha 10 de febrero de 2011, emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio Interior

*Matias Ezequiel Cuello*  
**ES COPIA**  
**MATIAS EZEQUEL CUELLO**  
Dirección de Despacho



SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en VEINTICUATRO (24) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° **53**

*Mario Guillermo Moreno*  
Lic. MARIO GUILLERMO MORENO  
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR  
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL



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

*[Signature]*  
ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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

53

Expediente N° S01:0148059/2010 (CONC. 816) FP/MM-LD-DG-CF

DICTAMEN CONCENT. N° 857

BUENOS AIRES, 10 FEB 2011

**SEÑOR SECRETARIO:**

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0148059/2010 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado "WORLD COLOR PRESS, INC Y QUAD/GRAPHICS, INC S/NOTIFICACIÓN ART. 8 LEY 25156 (CONC. 816)".

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

**I.1. LA OPERACIÓN**

1. La operación que se notifica consiste en la fusión entre una subsidiaria total y enteramente controlada en forma indirecta por QUAD/GRAPHICS, INC. (en adelante, "QUAD") y WORLD COLOR PRESS, INC. (en adelante, "WCP") emitiendo QUAD a cambio acciones a favor de los actuales accionistas de WCP. Como consecuencia de lo expuesto, en Argentina tanto ANSELMO L. MORVILLO S.A. (en adelante, "AMSA"), WORLD COLOR ARGENTINA S.A. (en adelante, "WCA") y QUEBECOR WORLD BUENOS AIRES S.A. (en adelante, "QUEBECOR") serán indirectamente controladas por QUAD.
2. Tras la realización de la operación descrita precedentemente, QUAD indirectamente controlará el 100% de WCA y QUEBECOR mientras que mantendrá una participación del 84,95% en AMSA.

**I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES.**

*[Handwritten marks]*



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

ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL

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



ES COPIA  
 MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
 Dirección de Despacho

58

**LA EMPRESA FUSIONANTE**

3. QUAD: es una sociedad constituida en los Estados Unidos que se dedica a la impresión de libros, catálogos, material para marketing directo, guías telefónicas, revistas y material para puntos de venta minoristas. También presta servicios de diseño gráfico, redacción, fotografía, publicación de catálogos y folletos on-line y entrega de material impreso en el correo. Sus accionistas, cuotapartistas o titulares de capital social que poseen una participación mayor al CINCO POR CIENTO (5%) son los siguientes:

Nombre del Accionista	País	Porcentaje de Participación
Directores y funcionarios ejecutivos como grupo (20 personas)	Estados Unidos	10,77% Acciones Clase A
Marshall & Ilsley Trust Company como Custodio para el Plan de Enriquecimiento del Personal QUAD/Graphics	Estados Unidos	46,91% Acciones Clase A 100% Acciones Clase C
Fideicomiso con Derecho a Voto QUAD/Graphics	Estados Unidos	79,52% Acciones Clase B
Fideicomiso Harry V. QUADracci 1998	Estados Unidos	5,56% Acciones Clase A 11,01% Acciones Clase B
Anthony W. Bryant	Estados Unidos	5,73% Acciones Clase A

**LA EMPRESA FUSIONADA**

4. WCP: es una sociedad constituida en Canadá. Sus accionistas, cuotapartistas o titulares de capital social que poseen una participación mayor al CINCO POR CIENTO (5%) son los siguientes (tener en cuenta que WCP cotiza en una bolsa de valores y podrían tener lugar pequeñas variaciones):

Nombre del Accionista	País	Porcentaje de Participación
Catalyst Fund Limited Partnership II	Canadá	15,8%
Avenue Capital Management II, L.P.	Estados Unidos	14,0%
Centerbridge Credit Partners, L.P.	Estados Unidos	9,9%
Angelo Gordon & Co. LP/NY	Estados Unidos	9,4%
Deutsche Bank AG	Alemania	8,5%
Societe Generale (Canada)	Canadá	8,0%
ABN Amro Holding, N.V.	Países Bajos	6,7%
Bank of America	Estados Unidos	5,1%



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

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



ES COPIA  
MATIAS EZEQUEL CUELLO  
Dirección de Despacho

53

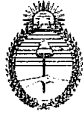
WPC dejó de operar como una empresa independiente luego del cierre de la transacción objeto de notificación a esta Comisión el pasado 2 de julio de 2010. WPC era una empresa industrial líder en la provisión de servicios de alta calidad de impresión global, digital y servicios relacionados a minoristas, editores y compañías de todo tipo en todo el mundo. Fundada en 1903, los productos de WPC incluían insertos comerciales y publicitarios y circulares, catálogos, revistas, libros, directorios, productos digitales, logística y tecnologías.

WPC proveía servicios de impresión a los minoristas y comerciantes que utilizaban insertos comerciales, catálogos y herramientas de marketing directo. La variedad de tecnología disponible daba la oportunidad a los clientes de obtener productos a medida y sofisticados. Los editores contrataban a WPC para la impresión de las revistas dominicales, libros, revistas y directorios. WPC era líder en aplicación de nuevas tecnologías como pre-media electrónica, información de redes sociales e impresión digital.

Al 30 de abril de 2010, WPC, junto con su oficina central con sede en Montreal, Quebec, Canadá, tenía 76 imprentas, oficinas y centros de distribución ubicados en América del Norte y América Latina. En los Estados Unidos, WPC era la segunda imprenta en importancia con 56 instalaciones en 26 estados.

### INVOLUCRADAS EN LA REPÚBLICA ARGENTINA

5. AMSA: siendo subsidiaria de QUAD/Argentina, Inc. (inscrita ante la Inspección General de Justicia bajo el N° 286, Libro 53, Tomo B de Estatutos Extranjeros) la cual posee el 84,95% del capital social de AMSA, es una sociedad anónima debidamente constituida bajo las leyes de la Republica Argentina. Desarrolla actividades como imprenta industrial; es uno de los proveedores más importantes de servicios de imprenta y otros relacionados. Los productos que imprime AMSA incluyen principalmente catálogos, revistas de consumo masivo, publicaciones destinadas a segmentos en particular del público, material de marketing directo e insertos para el comercio minorista. Posee una planta impresora ubicada en Avellaneda, Provincia de Buenos Aires.



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ V. L. M.  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



53

6. WCA: subsidiaria de WCP ya que, World Color Spain 1, S.L. (inscrita ante la Inspección General de Justicia bajo el N° 445 Libro 57 Tomo B de Estatutos Extranjeros) y World Color Spain 2, S.L. (inscrita ante la Inspección General de Justicia bajo el N° 447 Libro 57 Tomo B de Estatutos Extranjeros) tienen cada una de ellas una participación del 50% en el capital social de WCA, es una sociedad anónima debidamente constituida bajo las leyes de la Republica Argentina, también participa de la actividad impresora. Los productos que imprime WCA incluyen principalmente guías telefónicas, libros, revistas, material de marketing directo e insertos para el comercio minorista. Posee una planta impresora ubicada en Pilar, Provincia de Buenos Aires.
7. QUEBECOR: es subsidiaria de WCP ya que World Color Investments Limited (inscrita ante la Inspección General de Justicia bajo el N° 1640 Libro 54 Tomo B de Estatutos Extranjeros bajo el nombre QP Investments Ltd., posteriormente cambiado a Worldcolor Investments Ltd.) posee el 99,9% del capital social de QUEBECOR, es una sociedad anónima debidamente constituida bajo las leyes de la Republica Argentina. Actualmente no es una sociedad operativa y sólo tiene a su cargo la administración de juicios en curso. Con anterioridad al año 2002, conforme consta en los Estados Contables, la empresa brindaba un servicio de composición, armado, impresión, encuadernación de libros, revistas, folletos, etc. No obstante, a fines del año referido, la empresa discontinuó la actividad comercial debido a la interrupción de las actividades de revistas que realizaba para Editorial Perfil S.A., su principal cliente, y a la inestabilidad económica local. De acuerdo a lo manifestado por las Partes, la empresa cerró su planta y no existe posibilidades reales de reapertura.

## II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

8. Las empresas involucradas notificaron la operación de concentración la cual se materializó el 2 de julio de 2010, conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
9. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6° inciso a) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.

*[Handwritten signatures and initials]*





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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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



53

10. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y los objeto de las operaciones, a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000.-) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

### III. EL PROCEDIMIENTO

11. El día 27 de abril de 2010 las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación en forma conjunta del Formulario F1.
12. Con fecha 4 de mayo de 2010, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que previo a todo proveer deberían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001 notificándoseles además que no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley N° 25.156 hasta tanto no dieran cumplimiento a lo ordenado.
13. Con fecha 7 de mayo de 2010, por intermedio de sus apoderados, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
14. Una vez analizada la presentación referida en el punto precedente, con fecha 12 de mayo de 2010, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que previo a todo proveer deberían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001 notificándoseles además que no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley N° 25.156 hasta tanto no dieran cumplimiento a lo ordenado.
15. Con fecha 21 de mayo de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
16. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 27 de mayo de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario presentado que fueron notificadas a las partes el 28 de mayo de 2010 y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas quedaría suspendido el plazo establecido por el

*[Handwritten signatures and initials]*



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

"2011 - Año del Trabajo Decente, la Salud y Seguridad de los Trabajadores"  
**ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL**



**ES COPIA**  
 MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
 Dirección de Despacho

**53**

Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

17. Con fechas 15 y 23 de junio de 2010, las partes realizaron sendas presentaciones a los efectos de dar cumplimiento parcial a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
18. El día 25 de junio de 2010 tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual y se les hizo saber a las partes (notificándose en la misma fecha) que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
19. Con fecha 15 de julio de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
20. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 4 de agosto de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario presentado que fueron notificadas a las partes el 4 de agosto de 2010 y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
21. Con fecha 14 de septiembre de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
22. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 17 de septiembre de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, y se les hizo saber a las partes (notificándoseles el 24 de septiembre de 2010 ) que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
23. Con fecha 30 de septiembre de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
24. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 14 de octubre de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario presentado que fueron notificadas a las partes el 15 de octubre de 2010 y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta

*[Handwritten signature]*



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

ES COPIA FIE  
DEL ORIGEN

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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



53

completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

- 25. Con fecha 12 de noviembre de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
- 26. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 7 de diciembre de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario presentado que fueron notificadas a las partes en la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156
- 27. Con fecha 20 de diciembre de 2010, las partes realizaron una presentación a los efectos de dar cumplimiento parcial a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
- 28. Con fecha 25 de enero de 2011, las partes realizaron una nueva presentación a los efectos de dar cumplimiento parcial a lo solicitado por esta Comisión Nacional.
- 29. Finalmente en fecha 26 de enero de 2011 las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado y reanudando el plazo establecido en el 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.

##### IV. 1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

30. Conforme se expuso, mediante la presente operación de concentración económica QUAD, controlante en Argentina de la imprenta industrial AMSA, toma indirectamente el control sobre las subsidiarias argentinas de la empresa absorbida WCP: QUEBECOR y WCA.

31. QUEBECOR actualmente no es una sociedad operativa y sólo tiene a su cargo la administración de juicios en curso. Con anterioridad al año 2002, conforme consta en los Estados Contables, la empresa brindaba un servicio de

*[Handwritten signatures and initials]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUEL CUELLO  
Dirección de Despacho

DR. MARIA VICTORIA RIAZ V.  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



53

composición, armado, impresión, encuadernación de libros, revistas, folletos, etc. No obstante, a fines del año referido, la empresa discontinuó la actividad comercial debido a la interrupción de las actividades de revistas que realizaba para Editorial Perfil S.A., su principal cliente, y a la inestabilidad económica local. De acuerdo a lo manifestado por las Partes, la empresa cerró su planta y no existe posibilidades reales de reapertura.

32. WCA, la otra subsidiaria argentina del objeto de la operación: WCP, es una empresa que participa en la actividad impresora, con una planta localizada en Pilar, Provincia de Buenos Aires. Entre los productos impresos por la empresa se incluyen principalmente: guías telefónicas, libros, revistas, material de marketing directo e insertos para el comercio minorista, servicio que brinda a sus clientes como: Falabella, Ediba, Yell, Televisa y Editorial Hachette.

33. Por su parte, la empresa adquirente QUAD, con asiento de negocios en Canadá, controla en Argentina a AMSA, una imprenta industrial localizada en Avellaneda, Provincia de Buenos Aires. Según lo señalaron las notificantes, la sociedad es uno de los proveedores más importantes de servicios de imprenta y otros relacionados, que están diseñados para proporcionar a los clientes con soluciones completas para comunicar sus mensajes a su público objetivo. Los productos que imprime incluyen principalmente: catálogos, revistas de consumo masivo, publicaciones destinadas a segmentos en particular del público, material de marketing directo e insertos para el comercio minorista.

34. AMSA mantiene relaciones con editores de revistas líderes, incluyendo Editorial Perfil y Revista La Nación, también para el diario La Nueva Provincia y produce insertos para incluir en los diarios para clientes minoristas como Wal-Mart. También imprime catálogos para empresas que comercializan productos cosméticos, tal el caso de Avon, Arca Distribuciones, etc.

35. Las Partes informaron que la parte adquirente no posee participación accionaria, más allá de AMSA, sobre alguna otra empresa que preste actividades en Argentina, ya sea de forma directa o indirecta o mediante exportaciones, así tampoco la parte adquirida.



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



ES COPIA  
MATIAS (EZEQUEL) CUELLO  
Dirección de Despacho

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

53

- 36. 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, 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"*.
- 37. En virtud de las actividades que desarrollan las empresas involucradas, se identifica en la presente operación de concentración, la presencia de una relación económica de naturaleza horizontal.
- 38. Dicha relación surge en virtud de que tanto la parte adquirente como el objeto de la operación, desarrollan y ofrecen el servicio de impresión en Argentina, es decir que son imprentas industriales.

**MERCADOS RELEVANTES**

- 39. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas, aprobados 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.
- 40. 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 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

*[Handwritten signatures and scribbles]*



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL



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

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

Dña. MARIA VICTORIA DIAZ VELAZQUEZ  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

53

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.

- 41. A continuación se definirán los mercados relevantes del producto y geográfico afectados por la operación notificada.

**MERCADO RELEVANTE DEL PRODUCTO**

- 42. De acuerdo a lo expuesto, las empresas involucradas operan en la industria gráfica, es decir son proveedores de servicios de imprenta, imprimiendo diversos productos entre los que se encuentran: libros, revistas, publicaciones varias, material de marketing directo, catálogos e insertos promocionales, entre los más importantes.

- 43. La industria gráfica argentina constituye un sector cuya actividad principal consiste en realizar servicios de impresión para terceros a cambio de un contrato. Esta industria produce una diversidad de bienes, desde revistas, libros y productos de papelería comercial hasta la fabricación de envases flexibles y etiquetas, respondiendo así a la demanda de distintos sectores de la economía: industriales (alimenticia, farmacéutica, de higiene y limpieza y editorial), de servicios (públicos y financieros) y consumidores finales (particulares y Estado).

- 44. Las Partes, aportaron un informe de Joaquín Ledesma & Asociados que proporciona un análisis de la industria gráfica en la Argentina, sintetiza y resume los resultados del estudio de campo realizado por el Centro de Estudios para la Producción (CEP) del Ministerio de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas en el año 2006. En dicho informe se da cuenta de la existencia de diferentes criterios de segmentación del sector gráfico: por producto, tecnología y clientes, siendo el que sigue la morfología del producto el más habitualmente utilizado porque resulta útil para caracterizar tipos de empresas y – consecuentemente- submercados o nichos dentro del rubro.

*[Handwritten signatures and scribbles]*



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL



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

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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

53

45. Tomando en consideración el criterio referido, las actividades del sector gráfico se clasifican de la siguiente manera:

- Confección de sobres: sobres de papel, sobres bolsa, sobres oficio.
- Envases flexibles: envases impresos sobre materiales blandos, generalmente plásticos (polietileno, polipropileno, entre otros). Ejemplos: envases de galletitas, envoltorios de jabones, de paquetes de yerba, sachets de leche.
- Estuches: cajas de papel o cartón corrugado impresas, cajas plegables impresas. Ejemplos: cajas de medicamentos, cajas de té.
- Etiquetas (planas y autoadhesivas): laminas de papel o plástico que pueden o no ser autoadhesivas, calcomanías. Ejemplos: etiquetas de cervezas, de vinos, para envases de shampoo, aceites comestibles.
- Formularios continuos: son formularios que pueden o no estar troquelados y que suelen tener varias bandas de papel superpuestas y agujeros de arrastre en los laterales. Formularios preimpresos para empresas de servicios públicos, financieras y comercios.
- Gigantografía: impresiones de gran formato, carteles para la vía pública.
- Ediciones gráficas: libros, revistas y publicaciones periódicas.
- Papelería comercial: incluye libros registro, libros de contabilidad, folletos, catálogos, cuadernos, tarjetas impresas o ilustradas.
- Valores e impresos de seguridad: sellos de correo, billetes de banco, timbres fiscales.

46. Asimismo una tipología más amplia que la anterior y que también suele utilizarse es la siguiente: ediciones gráficas (libros, revistas y publicaciones periódicas); productos de packaging (envases flexibles, estuches y etiquetas) e impresos comerciales (papelería comercial, valores e impresos de seguridad, sobres y gigantografías).

47. Por lo dicho, las Partes acuerdan que las empresas involucradas operan en la

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZSQUEL CUELLO  
Dirección de Despacho



MARIA VICTORIA DIAZ V.L.  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

53

industria gráfica y, particularmente, en el segmento que incluye la impresión de libros, revistas, guías telefónicas, impresos comerciales, catálogos e insertos promocionales, es decir el segmento que se refiere en el Informe referenciado como "Ediciones Gráficas".

48. Así explicaron que el servicio ofrecido tanto por WCA como por AMSA consiste en la impresión en papel por medio del proceso offset y encuadernación de contenidos provistos por el cliente. Es decir, el contenido producido por el cliente en archivos digitales, recibe un proceso de transformación y adecuación para su posterior impresión. El servicio entonces reside en la revisión y adecuación de los contenidos en formato digital (proceso conocido como pre-impresión), impresión en distintos tipos de papel (impresión offset en plana o rotativa) y acabado en distintos formatos (doblado, corte, encuadernación alambre, encuadernación lomo cuadrado, costura hilo). Por lo tanto, los principales productos impresos por las empresas involucradas y sus usos son los siguientes:

Revistas: publicaciones semanales o mensuales impresas en papel, con tapas y encuadernación alambre o lomo cuadrado. Su uso es generalmente la publicación de contenidos de distintos tipos de interés (interés general, noticias, decoración, arte y entretenimiento), para la venta al público.

Libros: obras literarias, científicas o educativas, de extensión suficiente para configurar un volumen. Los clientes de AMSA y WCA que contratan el servicio de impresión y encuadernación de libros, en general, lo utilizan para su venta al público.

Folleto: Un folleto es un impreso de varias hojas que sirve como instrumento divulgativo o publicitario. Su forma de distribución es variada: situándolo en el propio punto de venta, mediante envío por correo o buzoneo o incluyéndolo dentro de otra publicación. En su mayoría, los folletos impresos por AMSA y WCA son para supermercados que los utilizan para la divulgación de ofertas.

Catálogos de venta directa: Un catalogo es una impreso encuadernado cuyo contenido es una serie de objetos en determinado orden. En el caso de los

*[Handwritten signatures and scribbles]*





ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

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

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

Ing. MARIA VICTORIA DIAZ Y...  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



53

catálogos de venta directa, estos son utilizados para publicar productos que luego serán encargados por los clientes a la empresa que publica el catalogo. Las revendedoras de las empresas de venta directa utilizan al catalogo para ofrecer los productos de sus empresas.

Guías telefónicas: son publicaciones impresas de directorios telefónicos y avisos publicitarios comerciales de diferentes rubros.

Insertos: son impresos de tipo publicitario que se acompaña a una publicación (diario o revista) con tirada general.

49. En efecto, los productos impresos por las empresas involucradas incluyen revistas publicadas por Editorial Perfil, tal como Caras, Noticias, Week-end, Revista La Nación, otras revistas que se incluyen en las ediciones dominicales de diarios distribuidos a lo largo del país, revistas que se distribuyen entre los abonados a los servicios de televisión por cable, impresos comerciales para cadenas de supermercados, catálogos para tiendas departamentales como Falabella o empresas de productos cosméticos Avon que llevan a cabo una actividad de marketing directo. WCA además presta servicio de impresión de guías telefónicas.

50. Las empresas involucradas no comercializan en el mercado directamente los productos impresos. Dichos productos no tienen la marca comercial de las empresas sino que se imprimen con las marcas de los clientes.

51. Las Partes manifestaron que las empresas involucradas no brindan otro servicio además de los relacionados al segmento denominado "Ediciones Gráficas", es decir, no confeccionan sobres, envases flexibles, estuches, etiquetas, papelería comercial, etc.. Afirmaron así que el servicio brindado tanto por WCA como por AMSA es el mismo, a excepción de que WCA cuenta entre sus maquinarias con una máquina plana que se alimentan de papel común (o plano), son más eficientes para imprimir ediciones o publicaciones de tirajes cortos (hasta 10.000 o 20.000 ejemplares según la coyuntura) y admiten publicaciones de mayor calidad, en tanto AMSA solamente cuenta con máquinas rotativas que se alimentan de bobinas de papel, admitiendo sólo

*[Handwritten signatures and scribbles]*

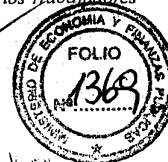


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio Interior  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUEL CUELLO  
Dirección de Despacho

OTONIA DIAZ VERA  
SECRETARIA METRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



papel cuyo gramaje es igual o inferior a 130 gramos.

53

52. Aclararon en este sentido que si bien las empresas imprimen catálogos y folletos, productos considerados bajo la categoría de "Papelería Comercial", estos folletos y catálogos de venta de productos de venta directa como el que imprime AMSA para la empresa Avon o los que se imprimen para cadenas de supermercados, se consideran bajo "Ediciones Gráficas" porque constituyen material de marketing directo en grandes volúmenes de impresión o de tirada, diferenciándose por tanto de los folletos y catálogos de "Papelería Comercial" que se imprimen en pequeños volúmenes (por ejemplo, lo que podría ser necesario para un profesional) especialmente debido a que quienes prestan esos servicios de impresión son las imprentas que imprimen este tipo de productos (sobres, facturas, etiquetas, tarjetas, etc.), no participando las empresas Involucradas en el segmento de "Papelería Comercial".

53. Adicionalmente las Partes argumentaron que las empresas involucradas deberían montar una planta productiva completa y formar una fuerza de comercialización específica para ingresar a cualquiera de los otros segmentos de la industria gráfica en los que actualmente no participan, por lo que actualmente sólo pueden proveer servicios de impresión de productos comprendidos bajo "Ediciones Gráficas".

54. Apuntaron así que en el proceso de fabricación de un producto gráfico se pueden diferenciar cuatro etapas: 1) diseño, 2) pre-prensa, 3) impresión y 4) post-prensa.

- a. El diseño de los productos suele estar definido por los propios clientes, las empresas gráficas participan (o pueden participar) evaluando la factibilidad del desarrollo de los mismos en lo que refiere a las propiedades físicas tales como la forma, el contorno y la textura.
- b. Pre-prensa es la etapa previa a la impresión que consiste en la preparación y transferencia del diseño a las placas de impresión. Entre las principales tareas que se realizan en esta parte del proceso están la filiación de películas y el copiado (o confección) de planchas; el ajuste y

*[Handwritten signatures and marks]*



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS  
FOLIO Nº 1370

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

*[Signature]*  
ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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

53

aplicación de fotocromos , las pruebas digitales y a partir de películas, entre otros.

- c. El proceso de impresión permite la reproducción de una imagen o un texto sobre un soporte físico (papel, plástico, etc.) por medio de tinta, una forma impresora y una máquina que efectúa el contacto o presión. Los sistemas de impresión más utilizados son: offset, flexografía, serigrafía, huecograbado y digital. El uso de los mismos depende fundamentalmente de tres factores: el producto que se fabrique, los insumos que se utilicen y la calidad de la impresión que se quiera obtener. Por ejemplo el offset permite imprimir grandes tiradas a bajo costo y suele usarse para imprimir libros, revistas, etiquetas secas, estuches, entre otros. Este tipo de impresión es el que realizan las empresas involucradas, ya sea en plana o rotativa.
- d. La etapa de post prensa abarca todos los procesos posteriores a la impresión y comprende el acabado, corte, troquelado, ensamble, pegado, empaque, etc. En el caso de las empresas involucradas, el servicio de acabado en distintos formatos comprende: doblado, corte, encuadernación alambre, encuadernación lomo cuadrado, costura hilo.

55. Por otro lado, las notificantes indicaron que las publicaciones impresas pueden ser sustituidas por Internet y publicaciones on-line, medios digitales (por ejemplo, CDs, DVDs, pen drives y tarjetas magnéticas) e imagen digital. Señalaron de esta manera que es muy común encontrar en la actualidad revistas cuyo contenido se publica on-line. Algunas de las revistas impresas por AMSA tienen sus propias versiones on-line: "Lugares" es [www.lugaresdeviaje.com.ar](http://www.lugaresdeviaje.com.ar), "Caras" es [www.caras.com.ar](http://www.caras.com.ar), a la "Revista La Nación" se accede a través de [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar), etc.

56. Asimismo un ejemplo del reemplazo de los catálogos de las tiendas departamentales puede encontrarse en [www.falabella.com.ar](http://www.falabella.com.ar) (Falabella es el principal cliente de WCA) y Avon (el principal cliente de AMSA) tiene una versión digital de su catálogo. La información de las guías telefónicas se encuentra en [www.paginasamarillas.com.ar](http://www.paginasamarillas.com.ar) y, finalmente, se está comenzando

*[Handwritten scribbles and signatures]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL  
ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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



53

a encontrar versiones electrónicas de los libros a través de distintos sitios.

- 57. Ciertos clientes también utilizan soportes digitales como CDs y DVDs para reemplazar material impreso; en efecto, las guías telefónicas también se encuentran en DVDs y bajo otros formatos.
- 58. En el caso de la impresión de panfletos publicitarios (tal como los que se reparten en los supermercados o se encuentran insertos en los diarios) la principal fuente de competencia que encuentran las empresas involucradas es la publicidad a través de la radio, televisión y diarios o revistas. En efecto, Falabella, el principal cliente de WCA, en lugar de imprimir panfletos publicitarios con sus ofertas promocionales tiene la posibilidad de publicitar las mismas ofertas en diarios, radio y televisión.
- 59. No obstante, en Argentina estos tipos de formatos digitales como alternativa al material impreso aún no tienen presencia importante, sin embargo se espera que esta modalidad continúe creciendo a lo largo del tiempo.
- 60. Conforme todo lo expuesto, desde un punto de vista estricto y dado que las empresas involucradas participan en la industria gráfica ofreciendo servicios de impresión de productos relacionados al segmento denominado como "Ediciones Gráficas", se definirá en el presente caso el mercado relevante del producto como el de "Ediciones Gráficas", en virtud de que si no surge preocupación tomando en consideración este mercado, aún se diluirían más si el mismo se ampliara considerando al conformado por toda la industria gráfica, incluyendo los servicios de impresión de envases, estuches, etiquetas, valores e impresos de seguridad, gigantografías, etc.

**MERCADO GEOGRÁFICO RELEVANTE**

61. Dado lo indicado, las empresas involucradas ofrecen el servicio de impresión de productos incluidos en el mercado de "Ediciones Gráficas" como: revistas, libros, publicaciones periódicas, folletos y catálogos de gran tirada. Los productos impresos son elaborados a pedido del cliente, impresos con su

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho

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

marca comercial y comercializados en todo el país.

58

- 62. La mayoría de los clientes de las empresas involucradas retira sus productos directamente de la planta, con transporte propio o contratados a empresas de transporte independientes.
- 63. Las Partes informaron que en el caso de las revistas, en su mayoría se entregan al cliente en la playa de distribución de revistas donde se reparten en función de los recorridos para su distribución en kioscos de revistas de todo el país.
- 64. En el caso de folletos o panfletos impresos se entregan al cliente en donde el mismo indique. Para grandes cadenas de supermercados, ellos en general son entregados en los centros de distribución de la cadena supermercadista en cuestión y éste a su vez los distribuye con diferentes medios, mayormente a través de la entrega en mano en sus sucursales (ejemplo, supermercados).
- 65. Los Libros en general son entregados al cliente en su depósito, quien a su vez los distribuye al público a través de librerías.
- 66. Los catálogos se entregan al cliente en su depósito. Este a su vez lo embala junto con otros productos y los envía por correo a sus re-vendedoras.
- 67. En el presente caso, se definirá el mercado geográfico relevante como de alcance nacional

**EFFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO NACIONAL DE EDICIONES GRÁFICAS**

68. El artículo 7º de la Ley de Defensa de la Competencia Nº 25.156 prohíbe aquellas "concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general".

69. Los Lineamientos para el control de las Concentraciones Económicas establecen que "una concentración puede perjudicar al interés económico



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho



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

53

general cuando ella genera o fortalece un poder de mercado suficiente para restringir la oferta y aumentar el precio del bien que se comercializa. (...). La concentración del mercado es una función del número de empresas que participan en él y de sus participaciones. La existencia de un elevado grado de concentración en el mercado relevante o de un incremento significativo en el mismo como consecuencia de la operación de concentración económica, es una condición necesaria pero no suficiente para que la operación sea objetada".

70. Para determinar en qué medida la presente Operación de Concentración podrá restringir o no la competencia en el mercado nacional definido de "Ediciones Gráficas" se analizarán las participaciones de las Empresas Involucradas y la variación en el grado de concentración que se generará como consecuencia de la operación notificada en el mencionado mercado.

71. En el Cuadro 1 se detalla el valor total nacional de los ingresos por ventas, en millones de \$ argentinos, de cada uno de los segmentos que conforman el mercado nacional de "Ediciones Gráficas", el mercado nacional de la Impresión y las ventas y participaciones en el mercado relevante de las empresas involucradas en la operación. En el Cuadro 2 se exponen los ingresos por ventas, en millones de \$ argentinos, y las participaciones en el mercado relevante de algunos de los principales competidores de las empresas involucradas.

**Cuadro 1:** Valores de ingresos por venta, en millones de pesos(\$) argentinos, del mercado nacional de impresión, mercado nacional de "Ediciones Gráficas". Participaciones de mercado pre y post operación, y valores de venta de las empresas involucradas. Años 2006-2009

Handwritten scribbles and signatures at the bottom of the page.



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

ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL

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

ES COPIA  
 MATIAS EZEQUEL CUELLO  
 Dirección de Despacho



	2006	2007	2008	2009
Ingresos Totales nacionales de Impresión	7.076,50	7.937,20	8.968,00	9.785,00

Ingresos de la Impresión de Libros	612,4	686,8	762,7	817,9
Ingresos derivados de la impresión de revistas	919,5	1.041,20	1.239,00	1.428,80
Folletos y panfletos (excepto publicaciones financieras)	253,8	290,4	347,5	401,3
Ingresos de la impresión de catálogos	298,7	337,2	382,5	419,6
Ingresos de la impresión de guías telefónicas	236,5	261,7	289,4	309
Ingresos derivados de la impresión de insertos	61,7	72,5	88,8	104,7
Ingresos Totales nacionales de "Ediciones Gráficas"	2.382,60	2.689,80	3.109,90	3.481,30

Ventas de AMSA		107,4	133,35	143
Participación de mercado		3,99%	4,29%	4,11%

Ventas de WCA		99,1	119,3	100
Participación de mercado		3,68%	3,84%	2,87%

Ventas AMSA + WCA		206,5	252,65	243
Participación post-operación		7,68%	8,12%	6,98%

Estimación Var HHI		29,3664	32,9472	23,5914
--------------------	--	---------	---------	---------

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por las Partes en el Formulario F1, de conformidad a la información extraída del informe de Joaquín Ledesma & Asociados para el año 2006 y de la información que pone a disposición la Print Industries Market Information and Research Organization (Organización de Información de Mercado e Investigación de la Industria Gráfica) ("PRIMIR").

**Cuadro 2:** Ventas en millones de \$ argentinos y participaciones de algunas empresas participantes en el mercado nacional de "Ediciones Gráficas", competidores de las empresas involucradas. Año 2009

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL

ES COPIA  
 MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
 Dirección de Despacho



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

**53**

Empresas	Ventas en millones de \$	Participación de mercado
Artes Gráficas Rioplatenses S.A	151,8	7,21%
RR Donnelly S.A.	136,2	6,47%
IPESA	91	4,33%
Arcángel Maggio S.A.	69	3,28%
AMSA	143	4,11%
WCA	100	2,87%
AMSA + WCA	243	6,98%

Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por las Partes en el Formulario F1, de conformidad a la información provista por PRIMIR y a estimaciones de la propia empresa AMSA.

Nota 1: Las Partes aclararon que salvo la información obtenida a través del informe brindado por PRIMIR, no se cuenta con información local fidedigna del mercado de empresas que se dedican a las "Ediciones Gráficas". En efecto, manifestaron que la única fuente de información que han podido ubicar es el Informe de Joaquín Ledesma & Asociados que se basa en información relevada por la Secretaría de Comercio, pero que data del año 2006.

72. La observación de los Cuadros expuestos permite apreciar que en el año 2009, los ingresos totales por venta del mercado nacional de "Ediciones Graficas" alcanzaron los \$3481,3 millones, en tanto las ventas de las empresas involucradas fueron de \$143 millones para el caso de AMSA y \$100 millones en el caso de WCA, valores que representaron el 4,11% y 2,87% , respectivamente, de participación de las empresas en el referido mercado.

73. Los datos exhibidos muestran que, de concretarse la operación bajo análisis, la parte adquirente alcanzará una participación del 6,98% en el mercado relevante analizado, incrementando el grado de concentración de mercado, reflejado por la variación del HHI, en sólo 23,6 puntos.

74. De los valores e indicadores analizados, es posible argumentar por lo tanto que si se procediese a la presente operación de concentración las condiciones de

*[Handwritten signatures and marks]*





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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho



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

53

competencia en el mercado nacional de "Ediciones Gráficas", no sufrirán variaciones importantes. En efecto, la empresa que se conformaría de aprobarse la operación tal como fuera notificada, no tendría una elevada participación en el mercado nacional de "Ediciones Gráficas".

75. Asimismo las Partes manifestaron que el mercado relevante en donde compiten las empresas involucradas es altamente competitivo y atomizado. Como se muestra en el Cuadro 2, entre los mayores competidores de las Empresas Involucradas se encuentran: Artes Gráficas Rioplatenses S.A. (controlada por el "Grupo Clarín") con una participación de mercado de aproximadamente el 7,21%, RR Donnelly S.A. con una participación del 6,47%, IPESA con una participación de mercado de alrededor del 4,33% y Arcángel Maggio S.A. con una participación de mercado de aproximadamente el 3,28%.

76. Asimismo, las Partes informaron que entre otros competidores más chicos (sin información sobre ventas) se encuentran: ColorPress, Artes Gráficas del Litoral (Grupo Clarín), Balbi, Mariano Mass, Gráfica Patricios, Coctal, Rotograph (en la Provincia de Córdoba) y Cartoon (en la Provincia de Salta).

77. Adicionalmente explicaron que en los últimos cinco años no ingresaron nuevos competidores al mercado relevante (al menos de la envergadura de las empresas involucradas) por tratarse de una industria madura con capacidad excedente de impresión.

78. Por todo lo dicho, se concluye que la presente operación no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado nacional de "Ediciones Gráficas", por cuanto sus efectos no revisten entidad suficiente como para que puedan resultar en perjuicio del interés económico general.

**V. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS**

79. Dada la existencia de un Acuerdo Recíproco de Confidencialidad de fecha 19 de agosto de 2009 referido en la Cláusula 4.18, si bien el mismo no constituye

*[Handwritten signatures and marks]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL  
ES COPIA  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho



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

53

una "restricción", es una cláusula accesoria y como tal debe ser analizada por esta CNDC.

80. Este tipo de cláusulas, cuando no causan detrimentos a terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración.

81. Esto es así ya que las restricciones acordadas por las partes participantes en una operación de concentración, dadas en este caso por el Acuerdo Reciproco de Confidencialidad, limitan su propia libertad de acción en el mercado.

82. Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional<sup>1</sup>, esta Comisión Nacional estableció en numerosos precedentes los requisitos que estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración.

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

84. 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.

85. 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.

86. 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.

87. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional,

<sup>1</sup> Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations – (90/C 203/05)



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

*Matias Ezequiel Cuello*  
**ESCOPIA**  
MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
Dirección de Despacho



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

**53**

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.

88. 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" (clientela, activos intangibles) sólo es razonable un plazo de dos años.<sup>2</sup>

89. 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.

90. 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.

91. 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.

92. Habiendo analizado la documentación presentada por las partes en la concentración económica bajo examen y dada la existencia de Acuerdo Recíproco de Confidencialidad firmado en fecha 19 de agosto de 2009, cuya vigencia se extiende por un plazo de nueve (9) meses a partir de la fecha mencionada, esta Comisión Nacional entiende que la cláusula analizada se adecua a los requisitos establecidos en cuanto al alcance, a su vinculación con

<sup>2</sup> Entre otros ver Dictamen N° 334 recaído en el expediente N° S01:0296087/2002 (Conc. N° 392) y más

*Handwritten signatures and initials*



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

ES COPIA FIEL  
 2011 - Año del Trabajo Decente, la Salud y Seguridad de los Trabajadores  
 DEL ORIGINAL



*[Signature]*  
 ES COPIA  
 MATIAS EZEQUIEL CUELLO  
 Dirección de Despacho  
 Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA  
 SECRETARIA LETRADA  
 COMISION NACIONAL DE  
 DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 53

la operación, al ámbito geográfico, al contenido y al ámbito temporal de la misma ya que no excede los límites razonablemente permitidos para la transferencia de los activos.

**VI. CONCLUSIONES**

93. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que las operaciones de concentración económica notificadas no infringen el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

94. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR autorizar la operación notificada, consistente en la fusión entre una subsidiaria total y enteramente controlada en forma indirecta por QUAD/GRAPHICS, INC. y WORLD COLOR PRESS, INC. emitiendo QUAD/GRAPHICS, INC. a cambio acciones a favor de los actuales accionistas de WORLD COLOR PRESS, INC., consecuencia de lo cual, en Argentina las empresas ANSELMO L. MORVILLO S.A., WORLD COLOR ARGENTINA S.A. y QUEBECOR WORLD BUENOS AIRES S.A. serán indirectamente controladas por QUAD/GRAPHICS, INC., de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.

*[Signature]*  
 DIEGO PABLO POVOLO  
 VOCAL  
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA

*[Signature]*  
 Lic. FREDIAN J. PETTIGREW  
 VOCAL  
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA

*[Large Signature]*  
 Lic. RICARDO NAPOLITANI  
 PRESIDENTE  
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA

recientemente Dictamen N° 606 recaído en el expediente N° S01:0008372/2006 (Conc.594)