



BUENOS AIRES, 14 AGO 2000

VISTO el Expediente N° 064-007225/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

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

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

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, por la cual MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. tomará el control de LIBROSONLINE.COM ARGENTINA S.A., como consecuencia del acuerdo celebrado entre los integrantes de esta última y MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. y su accionista mayoritario MUSIMUNDO.COM INVESTMENT CO., acto que encuadra en el artículo 6°, inciso d), de la Ley N° 25.156.

M.E. SGRALDIN°
6

f.  
E  
aw



Que la operación de concentración económica que se notifica con incidencia en el mercado del e-commerce circunscripto a los rubros de libros, audio, video, películas, música y computación, no infringe 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.

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

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

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada por la cual MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. tomará el control de LIBROSONLINE.COM ARGENTINA S.A., como consecuencia del acuerdo celebrado entre los integrantes de esta última y MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. y su accionista mayoritario MUSIMUNDO.COM INVESTMENT CO., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la

M.E.  
PROF. VALDES  
16

SIE  
Df  
lw

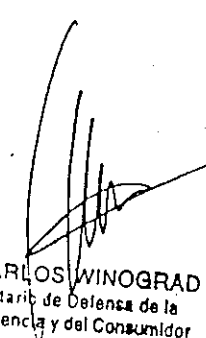


Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 7 de agosto del año 2000, que en DIECINUEVE (19) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3º. - Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN Nº 143



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

M.E.  
PROESGRALDE

916

STTE



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

Expediente N° 064-007225/2000

DICTAMEN CNDC CONC N° 88

BUENOS AIRES, 07 AGO 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo Expediente N° 064-007225/2000 caratulado "LOS MANAGERS", MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. y MUSIMUNDO.com S.A. s/ NOTIFICACIÓN ART. 8° LEY 25.156 (F1)" por la cual MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. tomará el control de LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A., como consecuencia de un acuerdo celebrado entre los integrantes de esta última y MUSIMUNDO.COM HOLDING CO y su accionista mayoritario MUSIMUNDO.com INVESTMENT CO.

#### I NATURALEZA DE LA OPERACION Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

- La operación

1. La operación que se notifica consiste en la contratación por parte de MUSIMUNDO.COM HOLDING CO., a través de su controlada MUSIMUNDO.com S.A., de los señores ERNESTO SKIDELSKY, HORACIO ALFREDO FIGUEROA, DAMIÁN ALEJANDRO SZTARKMAN, MARCELO GUSTAVO BURSTEIN y FERNANDO MARTIN FAGNANI como empleados bajo relación de dependencia en exclusividad, con el objeto de que los mismos aporten sus conocimientos, experiencia y especialización en el desarrollo y gestión de proyectos de Internet y e-commerce.



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

2. Los contratados, actuales integrantes de la firma LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A., a su vez efectuarán un aporte al capital social de MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. en virtud del cual esta sociedad aumentará su capital y entregará a los nombrados acciones representativas del 3,5% de su capital social, con lo cual los mismos pasarán a ser accionistas de la sociedad controlante de MUSIMUNDO.com S.A.

3. Los contratados prestarán sus servicios a MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. y sus empresas controladas, por un período mínimo de TRES (3) años, a efectos de desarrollar un proyecto tendiente a lograr la máxima expansión, organización, operación y eficiencia en la comercialización vía Internet de productos de música, audio, vídeo, computación, libros y afines.

4. En mérito a la exclusividad aludida, los contratados deberán abstenerse de desarrollar la misma actividad por la que son contratados, ya sea directamente o por interpósita persona física o jurídica, en particular en LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A., empresa que deberá desactivarse.

5. Como consecuencia de los deberes de lealtad y no concurrencia que los contratados se comprometen a no violar, MUSIMUNDO.com S.A. ofreció adquirir, una vez producido el cierre, ciertos activos de LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. que podrían serles útiles para el desarrollo de su proyecto, abonando como contraprestación la cantidad de U\$S 250.000 o hacerse cargo de pasivos de dicha empresa hasta una suma igual a dicha cantidad.



6.El acuerdo celebrado entre las partes se implementó a través del Contrato de Gestión que se encuentra agregado a estas actuaciones a fs.116/168.

7.Entre las condiciones acordadas en el Contrato de Gestión se mencionan la aprobación de la operación por parte de esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

- Actividad de las partes

8.MUSIMUNDO.com SOCIEDAD ANÓNIMA es una sociedad constituida conforme a las leyes argentinas que rigen la materia. Tiene por objeto realizar por su cuenta, por cuenta de terceros o asociada a terceros, en el país o en el exterior, las siguientes actividades comerciales: crear, operar, desarrollar y administrar páginas Web y dominios de Internet; comprar y vender todo tipo de bienes y servicios vía Internet, telefónica, de catálogo o por cualquier otro medio de comunicación creado o a crearse; realizar, intervenir, promover y desarrollar todo tipo de operaciones e-commerce o comercio electrónico mediante la compraventa, alquiler o permuta de todo tipo de bienes así como la contratación de servicios; programar páginas de internet, intranet, extranet, juegos y software en general; comercializar todo tipo de contenidos para medios de comunicación de cualquier especie; operar accesos a Internet para uso propio o para su comercialización; operar, desarrollar y/o implementar todo tipo de comunicación alámbrica o inalámbrica para uso propio o para su comercialización; operar, administrar o arrendar depósitos, sistemas o cadenas de abastecimiento y de logística para uso propio o para su comercialización. Entre sus actividades societarias, cabe mencionar la celebración de contratos de colaboración empresaria, a efectos de encarar proyectos específicos.



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

9. MUSIMUNDO.COM HOLDING CO, sociedad extranjera con domicilio en las Islas Caimán cuya actividad se encuentra limitada a la de la sociedad holding, es controlante de MUSIMUNDO.com S.A. y controlada por MUSIMUNDO.com INVESTMENT CO. A su vez ésta última es controlada por Entertainment Depot L.P. quien también ejerce el mismo tipo de control sobre Entertainment Depot Co. la cual controla a Entertainment Depot S.A.

10. Entertainment Depot S.A. es una sociedad argentina que al tiempo de constituirse tenía por objeto exclusivo llevar a cabo actividades de inversión. En el año 1998 se fusionó con la empresa Musimundo S.A. a la que absorbió, por lo que modificó su objeto social siendo éste actualmente, la compra, venta, permuta comercialización, fabricación, importación, exportación y representación de discos fonográficos, cassettes, compact-disc, aparatos de audio, video e imagen, televisión, telefonía, y fotografía, etc, producción de sistemas de computación y comunicación.

11. Con lo expuesto en los numerales 9. y 10. del presente dictamen, se advierte que Entertainment Depot L.P. es la controlante indirecta de las empresas argentinas MUSIMUNDO.com S.A. y Entertainment Depot S.A. fusionada con Musimundo S.A.

12. LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. tiene por objeto realizar por cuenta propia, asociada a terceros o por cuenta de terceros, actividades tales como el desarrollo, implementación y explotación de sistemas de comercialización de bienes y servicios en general, utilizando o no medios de transmisión electrónica de datos; edición, logística, distribución, consignación e intermediación de libros, discos, videos, DVDs, software,



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

hardware, datos en soporte magnético y accesorios en general vinculados con la informática en todas sus formas.

## II. PROCEDIMIENTO

13. Con fecha 12 de abril de 2000 las empresas involucradas pusieron en conocimiento de esta Comisión Nacional la transacción objeto del presente dictamen, requiriendo que, de considerarse necesaria la autorización prevista en la Ley N° 25.156 para que la operación tuviese efectos, se considerara dicha presentación como legal notificación, aunque susceptible de eventual ampliación.

14. El día 9 de mayo las empresas fueron notificadas de la Opinión Consultiva 39 emitida por esta Comisión Nacional, con fecha 27 de abril, en la que se concluye que la operación debe ser notificada a esta Comisión Nacional de acuerdo a lo previsto en el artículo 8° de la Ley de Defensa de la Competencia, debiendo por ende las empresas presentar el formulario F1 conforme lo previsto en el artículo 3° de la Resolución SICyM N° 726/99.

15. En virtud de lo que antecede, el día 29 de mayo de 2000 las empresas intervinientes notificaron la operación conforme a lo establecido por el artículo 8° de la Ley N° 25.156.

16. Habiendo analizado la información suministrada por las empresas en la presentación, la CNDC, en uso de las atribuciones conferidas por los artículos 11 y 58 de la Ley N° 25.156, procedió a notificarles las observaciones efectuadas al Formulario F1 el día 06 de junio del corriente, completando las nombradas lo requerido en dichas





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

observaciones el día 13 de junio, comenzando a correr el plazo de 45 días previstos en el artículo 13 de la Ley N° 25.156 el día 14 de junio.

17. Debido a la necesidad de contar con información adicional, con fecha 27 de julio de 2000 se notificó a las partes el Formulario F2. El requerimiento formulado fue respondido satisfactoriamente por las empresas el 28 de julio de 2000, comenzando a correr nuevamente el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156 a partir del día 29, estando los autos en condiciones de ser resueltos.

18. Habida cuenta de las suspensiones de plazo operadas conforme al artículo 4° de la Resolución 726/99, el término establecido en el artículo 13° de la Ley N° 25.156 vence el día 18 de agosto de 2000.

### III. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

19. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso d) de la Ley N° 25.156, por tratarse de la transferencia de activos de una empresa a un grupo económico, implicando la toma de control sobre la sociedad cuyos activos se adquieren.

20. La obligación de efectuar la notificación pertinente está dada por el volumen de negocio total del conjunto de empresas afectadas, el cual supera, en el país la suma de pesos DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) en tanto y en cuanto, Entertainment Depot S.A. - titular de la cadena Musimundo - ha registrado en su último ejercicio cerrado el 31 de agosto de 1999 ingresos después de impuestos por la suma de pesos TRESCIENTOS CUATRO MILLONES CIENTO TREINTA Y TRES MIL DOSCIENTOS OCHENTA Y UNO (\$304.133.281).



#### IV. EVALUACION DE LOS EFECTOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACION SOBRE LA COMPETENCIA

- El comercio en Internet

21. El e-commerce como sistema de comercialización de bienes y servicios en general, puede ser caracterizado como un negocio novedoso, sumamente dinámico, altamente influenciado por los avances tecnológicos y cuyos límites y objetivos resultan difíciles de precisar en razón de los profundos cambios.

22. Dentro del comercio electrónico o e-commerce pueden identificarse dos segmentos. Por un lado, el Business-to-Business (B2B) se refiere al traslado a Internet de las relaciones comerciales entre empresas como ser la compra-venta de materias primas, insumos intermedios y todo tipo de servicios orientado al mejoramiento del desempeño de los negocios por medio de la conexión a internet y a permitir fuertes reducciones de costos. Por otro lado, el Business-to-Consumers (B2C) se propone competir con el comercio minorista tradicional e implica toda aquella actividad de marketing, promoción de ventas y compra de productos y servicios a través de Internet. El B2C es un servicio orientado a consumidores finales.

23. Inicialmente la mayoría de los emprendimientos en el segmento B2C fueron empresas virtuales que se conocen con el nombre de jugadores puros como ser el caso de Amazon.com. La segunda generación de participantes, que están surgiendo actualmente son en general desprendimientos de estructuras comerciales tradicionales, que buscan aprovechar la ventaja de tener una marca ya establecida y presencia



física en el mercado local. Este grupo es habitualmente conocido como híbrido. Pero aún así, las estrategias de los híbridos pueden ser diferentes.

24. De esta manera, el e-commerce no constituye un canal al cual se dediquen empresas exclusivamente virtuales, puesto que en la práctica efectivamente se verifica una tendencia a complementarse con las vías tradicionales de comercialización. Por lo tanto, la presencia en Internet representa el medio por el cual las empresas buscan cumplir su objetivo de mantenerse en el mercado y de adaptarse a los adelantos tecnológicos constantes.

25. Cabe mencionar que MUSIMUNDO.com S.A. puede ser encuadrado como perteneciente a este último grupo. El proyecto en el que MUSIMUNDO.com S.A. se encuentra involucrado, objeto de esta presentación, y al cual se suman las personas contradas, se orienta al desarrollo y explotación del e-commerce, a través de la creación de un medio que genere dentro del mismo un tráfico de público que lo torne propicio para la comercialización de bienes y generación de negocios conexos. Bajo el esquema descrito y como forma de inicio del negocio es que hasta el presente MUSIMUNDO.com S.A. ha facilitado a través de su sitio la comercialización de música, películas y libros, audio y video y productos de computación. El objetivo de la empresa es posicionarse en el mercado de e-commerce como un sitio reconocible por usuarios de todo el mundo.

26. Sin embargo, coexisten actualmente opiniones contrarias al supuesto potencial del e-commerce, particularmente en el segmento B2C. Según algunas de éstas, el shopping on line es una simple extensión de la compra por catálogo que no está destinado a cambiar las bases en el



comercio minorista tal como se lo conoce hoy. Asimismo, mientras que en el negocio minorista en Internet la opinión generalizada de los expertos se basa en una inminente depuración, consideran que el comercio entre empresas está recién en su infancia<sup>1</sup>.

- Naturaleza de la operación

27. Dentro de Internet puede hacerse una distinción entre portales o sitios de tipo horizontal o vertical. La diferencia entre ellos es que los portales de tipo horizontal brindan una gran variedad de servicios e información, mientras que los de tipo vertical están especializados en un servicio determinado, por ejemplo, venta de electrodomésticos.

28. Hasta el presente, MUSIMUNDO.com S.A. ha comercializado a través de su sitio de tipo vertical productos que en su mayoría pueden ser enmarcados dentro del rubro entretenimiento (CD's, DVD's, películas, videos, audio, libros, software). Asimismo, dentro del sitio se ha generado un ámbito de entretenimiento que permite a través del "chat" la interrelación entre quienes lo visitan.

29. Por su parte, LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. desde el momento en que inició sus operaciones (diciembre de 1999) también se ha dedicado al desarrollo y explotación del e-commerce, a través del cual ha comercializado libros, CD's, DVD's, software, entre otros.

30. Por lo tanto, existen, desde este punto de vista, relaciones de naturaleza horizontal entre MUSIMUNDO.com S.A. y LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A., construidas a partir de que

<sup>1</sup> "e-commerce: Cómo ganar la carrera de Internet. Diario Clarín, Suplemento Económico, 2 de abril de 2000.



ambas empresas practican la misma modalidad de comercialización al tiempo que existe una superposición entre los productos que comercializan: libros, CDs, DVDs, software y otros productos similares.

- Mercado relevante del producto

31. En la operación económica que se notifica, en primer lugar, el producto bajo análisis es el comercio electrónico en el segmento B2C. Como ya fuera mencionado, la operación se basa en la incorporación de determinados sujetos - capacitados en informática y comercio a través de Internet - a un proyecto del que resultarán managers y socios orientado al desarrollo y explotación del e-commerce.

32. De lo anterior surge que el objeto principal de la operación no consiste únicamente en la comercialización de determinado grupo de bienes -el objeto a comercializar deviene en la operación, accesoria- sino también en el desarrollo y posicionamiento en este nuevo medio de comercialización como es el comercio a través de Internet. Sin perjuicio de esto, se analizarán los efectos de la operación en los rubros que incluyen aquellos productos comercializados por ambas firmas hasta la fecha.

- El mercado geográfico

33. Se puede afirmar que en el mercado virtual representado por Internet no existen límites geográficos ni distancias, y que los límites culturales han cedido dándose lugar al concepto de aldea global. Por esta razón, el mercado geográfico del e-commerce tiene un alcance que puede caracterizarse como mundial.



34. Sin embargo, algunas características como el idioma, las estrategias comerciales y otras cuestiones idiosincráticas, pueden ejercer cierto grado de limitación a la sustitución entre sitios de distintos países o regiones por el lado de la demanda. Por este motivo, el análisis de los efectos de la presente operación se circunscribirá al ámbito nacional. De no existir preocupación desde el punto de vista de defensa de la competencia para esta definición de mercado tampoco la habrá para una definición más amplia del mismo.

- Las características del mercado

35. Dado que la transacción que motiva el presente dictamen se basa en la capacidad por parte de MUSIMUNDO.com S.A. de desarrollar modalidades de comercio electrónico, el mercado relevante para el análisis se restringirá al e-commerce como servicio o canal de comercialización, que será circunscripto a los rubros de libros, audio, video, películas, música y computación.

36. Argentina presenta una contradicción con respecto al resto de los países de América Latina en el uso de Internet. A pesar de contar con el mayor PBI per cápita y la mayor tasa de penetración de telefonía en la región y de televisión por cable en el mundo (aproximadamente 55% de los hogares), la penetración de las computadoras personales y de Internet es sorprendentemente baja.

37. En este sentido se estima que de los 11 millones de hogares en nuestro país, 1.100.000 de ellos tienen PC, lo cual nos ubica por debajo de los niveles observados en Chile y México. En cuanto al uso de Internet en la Argentina este indicador es también bajo, ya que se calcula que el porcentaje de usuarios de Internet alcanza el 3% de la población total.



Se puede señalar que la duración promedio de una sesión de Internet oscila entre los 20 y 25 minutos, y que el tráfico de Internet representa actualmente tan sólo un 1% del tráfico total de las redes telefónicas, lo cual es, aproximadamente, diez veces menor de lo que se observa en países comparables.

38. Según indican estas cifras, Internet presenta un elevado potencial de crecimiento en Argentina, el cual probablemente se concretará a medida que avance la desregulación del servicio telefónico, disminuyan los costos de uso, aumente el grado de penetración de las computadoras personales y mejoren las condiciones de seguridad de las transacciones.

39. Dentro de la red de Internet coexisten infinidad de empresas que desarrollan el e-commerce, revelando este hecho la atomización existente en esta red, la cual resulta posible gracias a la relativa facilidad con que pueden desarrollarse emprendimientos de este tipo (y bajos requerimientos de capital), para los cuales pesa como un factor decisivo la habilidad personal para asimilar la realidad y las perspectivas de evolución del sector.

40. En suma, este es un mercado que se encuentra fuertemente influenciado por la capacidad de las empresas para atraer publicidad, captar las tendencias hacia donde se dirige las fuerzas de la demanda, para obtener así ventajas comparativas y de posicionamiento. Asimismo, los cambios tecnológicos condicionan la forma en que éste evoluciona y generan modificaciones en la forma de pensar el comercio y en la cultura misma.

41. En lo que respecta al anteriormente definido segmento B2C, las relaciones entre éste y los canales tradicionales de comercialización no



son claras ni bien definidas. Se puede entender, por un lado, como sectores que se disputan un mismo grupo de clientes. En este sentido, el comercio electrónico y el comercio por vías convencionales serían substitutos en la medida en que las compras realizadas a través de Internet bien pueden ser efectuadas por los consumidores en los comercios minoristas habituales.

42. Sin embargo, si bien en ambos segmentos se pueden adquirir los mismos bienes, existen ciertas características propias del comercio electrónico que lo distinguen de las vías tradicionales. Entre ellas, se pueden mencionar la diferencia en la modalidad de compra, en el sentido de que la persona no tiene que moverse de su casa para comprar por Internet; los distintos perfiles de clientes a los cuales apunta, siendo el cliente que compra por Internet aquel que privilegia la celeridad, la comodidad y la ventaja de una mayor disponibilidad de ofertas; las limitaciones propias de los mecanismos de comercialización tradicional tanto físicas -stocks- como geográficas y que no son propias del e-commerce.

43. Por otro lado, ambos sectores también pueden entenderse como complementarios, ya que todo negocio para crecer en este nuevo contexto tecnológico y cultural debe apoyarse tanto en las bases tradicionales como en la novedosa plataforma que brinda Internet.

44. Si bien son muchas las empresas que operan en el rubro de los productos comercializados hasta la fecha por MUSIMUNDO.com S.A. y LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. tanto en el ámbito nacional como al nivel mundial, dentro de las más relevantes, se pueden mencionar Amazon, Barnesandnoble, Cdnw, Submarino, Tematika, Latincom, Fiera, La Jungla, Fausto, Cúspide. Cabe mencionar que la





presente lista de ningún modo intenta hacer un listado exhaustivo de las principales empresas dedicadas al rubro en cuestión.

45.A los efectos de vislumbrar las participaciones de los diversos sitios de e-commerce en el anteriormente definido mercado relevante un criterio de evaluación que resulta adecuado es el tráfico medido por la cantidad de visitas que el sitio genera. Si bien éste no es sinónimo de efectivas compras, resulta una medida relevante para reflejar el peso que tienen las empresas virtuales.

46.Según surge del expediente, el número de visitas alcanzado en el mes de Mayo del presente año por MUSIMUNDO.com S.A. fue de 225.702, mientras que LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. registró aproximadamente 900<sup>2</sup>. Comparando estas cifras con las que registran las principales empresas mundiales dedicadas al e-commerce en estos rubros, se evidencia la escasa relevancia que tanto MUSIMUNDO.com S.A. como LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. han mostrado hasta la fecha.

47.Para evidenciar este punto, obsérvese que Amazon, empresa líder tanto en los rubros en cuestión como en el comercio electrónico en general, registró para el mismo período 16.843.000 de visitas, Barnes and Noble 5.628.000 y Cdnw 6.122.000, empresas, todas ellas, con una fuerte presencia en el mercado de e-commerce al nivel nacional e internacional.

<sup>2</sup> Cabe mencionar que desde el mes de abril, teniendo presente la operación que origina las presentes actuaciones, la empresa dejó de llevar estadísticas sobre sus visitas al tiempo que dejó de invertir en publicidad, por lo cual los números mencionados para esta última son sólo estimaciones al mismo tiempo que alcanzó un máximo en la cantidad de visitas en febrero, con 1370 visitas.



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

48. En relación con este punto, las ventas que realizó LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. desde el inicio de sus actividades en Diciembre de 1999 hasta el 31 de Mayo de 2000, incluyen 2.921 libros, 892 unidades correspondientes al rubro CDs, DVDs y videos y 14 unidades de software, alcanzando una facturación en dicho período de aproximadamente \$54.200 (pesos cincuenta y cuatro mil doscientos).

49. Por su parte, lo comercializado por MUSIMUNDO.com S.A., desde Febrero hasta el 31 de Mayo de 2000, incluye: 193 libros, 19.591 productos correspondientes al rubro CDs, DVDs y videos y 1.810 unidades de software. El valor de la mercadería vendida por MUSIMUNDO.com S.A. alcanzó \$215.327 (pesos doscientos quince mil trescientos veintisiete).

50. De lo expuesto surge que LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. ha facturado, con dos meses más de actividad, apenas el 25% del valor de la mercadería vendida por MUSIMUNDO.com S.A..

- Los efectos sobre la competencia

51. La fuerte incidencia del desarrollo tecnológico sobre todos los servicios vinculados a Internet, sumado a la incipiente presencia del e-commerce como canal de comercialización al nivel nacional y en particular en Argentina, configuran un escenario en constante evolución, dado el potencial de crecimiento y dinamismo del sector.

52. En este sentido, cualquier descripción será necesariamente transitoria y por lo tanto, las posiciones que las empresas han conseguido en el



mercado hasta el momento pueden verse substancialmente modificadas en el corto plazo.

53. En cuanto a la operación bajo análisis, las empresas involucradas han comenzado a operar recientemente, razón por la cual su facturación y consecuentemente su participación en el mercado es aún poco significativa.

54. Además, existe un gran número de competidores actuales y potenciales que contando con cierto conocimiento relativo a la creación y desarrollo de un sitio de Internet, están en condiciones de ingresar y participar en el mercado.

55. Asimismo, el acceso a los diversos sitios que se dedican al e-commerce no cuenta, desde el punto de vista del usuario, con trabas significativas dado que los únicos requisitos son: poseer el equipo necesario, una línea de acceso a internet y una tarjeta de crédito.

56. En conclusión, tomando en consideración:

- las características del mercado involucrado: su alto dinamismo, constante desarrollo y las relativamente bajas barreras a la entrada al mismo;
- la poca penetración actual de Internet en Argentina;
- la poca envergadura de las empresas involucradas en cuanto a su facturación y su incipiente posicionamiento en el mercado, dado su reciente ingreso;



resulta que la operación que se notifica no tiene suficiente entidad como para generar preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

- Cláusulas restrictivas de la competencia

57. En el apartado I.7. del Contrato de Gestión (fs.122/124) existe una cláusula de no competencia la cual establece que, los contratados a partir de la fecha de su efectivo ingreso en MUSIMUNDO.COM HOLDING CO y consecuente operatividad de las obligaciones objeto del presente contrato, deberán mantener total y absoluta exclusividad para con la empresa y abstenerse de realizar actividades en competencia con la misma y/o sus controladas, haciendo expresa enumeración de dichas actividades.

58. La obligación de no competencia descrita en la mencionada cláusula mantendrá pleno vigor durante la vigencia del contrato (mínimo TRES (3) años), previendo que en caso de renuncia o despido con causa de alguno de los contratados, se extenderá para el mismo el plazo de vigencia de la cláusula de no competencia, por un plazo de VEINTICUATRO (24) MESES contados a partir del momento en que aquél efectivamente deje de prestar servicios, aunque en ambos casos (renuncia o despido) la obligación de no tener participación o injerencia de cualquier tipo en actividades o negocios que directa o indirectamente compitan con MUSIMUNDO. COM HOLDING CO. o sus controladas, se reducirá a la participación o injerencia en negocios o actividades que se dediquen a la comercialización, a través del comercio electrónico, de bienes que al momento de la renuncia o despido, MUSIMUNDO.com.S.A. se encuentre comercializando.



59. Entre otros conceptos previstos en la cláusula de no competencia, las partes advierten que la incorporación de los contratados a MUSIMUNDO.COM HOLDING CO. producirá el cese de las actuales actividades de LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A. no pudiendo los nombrados continuar explotándolas por sí ni por medio de terceros, ni podrán directa o indirectamente ni por medio alguno transferirlas a terceros.

60. Con relación a este tipo de cláusulas, llamadas "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", se considera que para que ellas sean aceptadas en el marco del análisis de sus efectos sobre la competencia, las mismas deben estar estrechamente relacionadas con la instrumentación de la operación, subordinadas en importancia a la misma y que deben ser necesarias para su efectivización, debiendo asimismo ser un acuerdo entre partes que no involucre a terceros.

61. Teniendo en cuenta que los contratados tendrán un alto grado de intervención y decisión en los negocios de dicha empresa y que además de empleados serán socios con posibilidades de aumentar su participación en la misma, resulta razonable que MUSIMUNDO.COM HOLDING CO para recibir todo el beneficio de la operación en ciernes, deba contar con protección respecto de la competencia que puedan ejercer los nombrados en el caso que intentasen continuar de algún modo con las actividades de LIBROSONLINE.com ARGENTINA S.A, desviar clientela, revelar información, o explotar el conocimiento de los procesos.

V. CONCLUSIONES

