

Expte. N° S01: 0214177/2002 (C 384) OB-DS/EM  
DICTAMEN CONCENT. N°  
BUENOS AIRES,

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0214177/2002 (C384) del Registro del Ex MINISTERIO DE LA PRODUCCION, caratulado "IBM ARGENTINA S.A. y PRICEWATERHOUSE & COOPERS CONSULTORES DE EMPRESA S.R.L. s/NOTIFICACION ART. 8° DE LA LEY N° 25.156".

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

### **I. A. La operación.**

1. La operación de concentración que se notifica consiste en la celebración con fecha 13 de setiembre de 2002 de un Contrato de Compra-venta de Acciones (en adelante el "Contrato") entre IBM WORLD TRADE CORPORATION, como comprador y SOUTH AMERICA FINANCE COMPANY LIMITED y PRICEWATERHOUSE COOPERS AMERICA DEL SUR, como vendedores.
2. La operación forma parte de una transacción mundial entre las empresas y sus controlantes, la que fue acordada con fecha 30 de julio de 2002 mediante la celebración de un contrato denominado "*Master Stock and Asset Purchase Agreement*" (Acuerdo Marco), en donde se dispone que luego del cumplimiento de ciertas condiciones, PRICEWATERHOUSECOOPERS INTERNATIONAL LIMITED (PWCC) transferirá activos y acciones a INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION.
3. Dicho Acuerdo Marco reviste el carácter de antecedente del "Contrato", y se incorporaron como parte integrante de éste último las cláusulas 1.1, 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.6, 6.1 (b), 6.2, 10.2 (b), 11.2, 11.3, 11.4, 11.5, 11.6 (b), 11.7, 12.2 y 12.3; la Sección III "Cierre"; la Sección IV "Condiciones Previas al Cierre"; la Sección VII "Compromisos del Comprador"; la Sección IX "Compromisos Mutuos"; y la Sección XIII "Otras Disposiciones", contenidas en el primero.
4. En virtud del "Contrato" IBM WORLD TRADE CORPORATION, adquiere el control de las sociedades denominadas FITZAL CAPITAL INC. (en adelante FITZAL CAPITAL) y DONELLY FINANCIAL INC. (en adelante DONELLY FINANCIAL),

controlantes indirectas de PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORES DE EMPRESAS S.R.L.

5. Debido a ello, y como resultado la operación que se notifica IBM WORLD TRADE CORPORATION adquirirá en la República Argentina el control de PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORES DE EMPRESAS S.R.L.

#### **I. B. La actividad de las partes.**

6. IBM WORLD TRADE CORPORATION es una sociedad constituida bajo las leyes del estado de Delaware, en los Estados Unidos de América y su principal actividad es la compra, venta, fabricación, importación y prestación de servicios de máquinas de procesamiento de datos, equipos de oficina y sus suministros y operaciones de "leasing". Dicha corporación controla en la República Argentina a IBM ARGENTINA S.A.

7. PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORÍA S.C. (URUGUAY) y PRICEWATERHOUSE & COOPERS CONSULTING AMERICA DEL SUD S.C. (URUGUAY) son dos sociedades colectivas constituidas de acuerdo a las leyes de la República Oriental del Uruguay y son sociedades de inversión, participando directa o indirectamente en otras sociedades. Dichas sociedades controlan en la República Argentina a PRICEWATERHOUSE & COOPERS CONSULTORES DE EMPRESA S.R.L.

8. PRICEWATERHOUSE & COOPERS CONSULTORES DE EMPRESA S.R.L. es una sociedad constituida bajo las leyes de la República Argentina, cuya principal actividad consiste en el análisis, programación, capacitación e implantación de sistemas manuales o electrónicos de información. Realiza también la administración, producción o control, elaboración, publicación, distribución, licencia, compraventa, importación, exportación, arrendamiento de todo tipo de programas, ediciones, documentación y sistemas de programación. Se dedica asimismo a la investigación y desarrollo, entrenamiento y educación de individuos para la aplicación, operación, programación y mantenimiento de programas. Presta además servicios de asesoramiento, investigación, planificación, supervisión, dirección, organización y reorganización de empresas.

## **II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO**

9. Las empresas involucradas notificaron la operación de concentración conforme a lo previsto en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento en tiempo y forma a los requerimientos efectuados por esta Comisión Nacional.

10. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso c) de la Ley N° 25.156.

11. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas 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. PROCEDIMIENTO.**

12. Las empresas IBM ARGENTINA S.A. y PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORES DE EMPRESAS S.R.L. efectuaron una presentación conjunta ante esta Comisión Nacional el día 20 de setiembre de 2002, acompañando el Formulario F1 correspondiente.

13. Previo al análisis del Formulario F1, con fecha 24 de setiembre de 2002, se intimó a las partes para que adecuaran su presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/01, aportando el soporte magnético correspondiente, el que fue presentado por las empresas el día 25 de setiembre de 2002.

14. Habiendo analizado la información suministrada por las notificantes, esta Comisión Nacional entendió que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, por lo que se procedió a notificar las observaciones a las partes el día 26 de setiembre de 2002.

15. Con fecha 11 y 28 de noviembre, 6 de diciembre y 27 de diciembre del año 2002, y 9 de enero de 2003 las empresas presentaron parcialmente la información requerida.

16. El día 23 de enero de 2003, las partes completaron satisfactoriamente la información solicitada, reanudándose en dicha fecha el cómputo del plazo dispuesto en el artículo 13° de la Ley N° 25.156.

17. Con fecha 30 de enero de 2003 esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia consideró necesario profundizar el análisis de la operación notificada y

se requirió en consecuencia la presentación del Formulario F2, lo que fue notificado a las partes el día 3 de febrero de 2003.

18. El día 22 de abril de 2003 IBM ARGENTINA S.A. presentó la información requerida por esta Comisión Nacional.

19. El día 29 de mayo de 2003, PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORES DE EMPRESAS S.R.L. completó satisfactoriamente el requerimiento realizado oportunamente, por lo que a partir de dicha fecha se reanudó el cómputo del plazo establecido en el artículo 13° de la Ley N° 25.156.

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

##### **IV.A. Naturaleza de la operación**

20. La operación que se notifica consiste en la compra por parte de IBM World Trade Corporation de la totalidad del capital social de Pricewaterhouse Coopers Consultores de Empresas S.R.L. (en adelante, PWCC). Como consecuencia de ello, la empresa IBM Argentina S.A. (en adelante, IBM), controlada por la compradora, y la sociedad local adquirida consolidan sus actividades.

21. Tanto IBM como PWCC son empresas que se dedican a la prestación de servicios de tecnología informática, conocidos como IT. Además, IBM se dedica a la comercialización de Hardware y Software que son la plataforma donde se desenvuelven los sistemas de servicios de tecnología informática. En consecuencia, la operación notificada presenta tanto efectos horizontales como verticales.

##### **IV.B. El mercado de productos informáticos**

22. A los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.

23. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes que son considerados sustitutos por el consumidor dadas las características del producto involucrado, su precio y la finalidad del consumo.

24. En este caso, la primera cuestión a resolver es si los servicios de tecnología informática IT actúan como un único servicio o involucran a la vez distintos servicios, donde cada uno de ellos constituye un mercado en sí mismo.

25. Las empresas presentantes distinguen distintos servicios agrupados dentro del rango de IT. PWCC clasifica los productos ofrecidos en cinco segmentos diferenciados:

- a) Consultoría en Sistemas Informáticos.
- b) Integración de Sistemas.
- c) Desarrollo de Programas para Clientes.
- d) Capacitación y Entrenamiento en Sistemas Informáticos
- e) Servicios Informáticos Externos.

26. Por su parte, IBM ofrece los mismos servicios enumerados, más un sexto que es el de Soporte de Hardware y Software.

27. En este contexto, el establecer cual es el mercado relevante a considerar no resulta sencillo. Existen ciertos argumentos que apoyarían la postura de un mercado único, en tanto que la diferenciación por servicio puede permitir un análisis más detallado de los efectos de la operación. Para que IT se constituya en un mercado en sí mismo, sería necesario que los consumidores dieran especial relevancia al hecho de que la empresa ofrece múltiples servicios bajo un mismo contrato y que la búsqueda se orienta a una determinada empresa que los ofrezca.

28. Por el otro lado, si los consumidores tienen la posibilidad de contratar distintas empresas para cada uno de los servicios que se ofrecen y ejercen esta posibilidad y, a la vez, las firmas que participan en la oferta pueden competir en determinados segmentos entonces cada uno de ellos podría constituir un mercado particular.

29. Para determinar cuál de las dos alternativas prevalece, esta Comisión ha solicitado a las partes la elaboración de un cuadro que exponga cuantos de los clientes contrataban un sólo servicio, cuántos dos y así sucesivamente. Si se observara que los clientes contratan todos los servicios en forma conjunta, se podría considerar un mercado unificado. En cambio, si prevaleciera la compra por servicio, deberían considerarse como mercados separados. A continuación en el cuadro N°1 se expone los resultados obtenidos.

Cuadro N° 1: Cantidad de servicios contratados por los clientes de las firmas\*

	IBM	PWCC
--	-----	------

	Año 2000	Año 2001	Año 2002	Año 2002
1 Servicio	1157	1080	852	7
2 Servicios	159	117	61	55
3 Servicios	22	16	11	2
4 Servicios	10	8	3	1
5 Servicios	0	0	0	0
6 Servicios	0	0	0	----

\*El dato de 2002 es parcial.

Fuente: información presentada por las firmas.

30. Como se verifica en el cuadro precedente en ningún caso una empresa ha contratado todos los servicios. Sólo un menor porcentaje de clientes contrató 4 de los seis o cinco servicios ofrecidos según el caso. Esta situación puede deberse por un lado a que ciertos servicios pueden ser provistos internamente por las empresas, o bien que algunos sean de contratación continua y mientras que otros se demandan puntualmente.

31. No obstante ello, las firmas suelen ofrecer el total de los servicios que prestan y luego adecuan los mismos a las necesidades de quien los demanda por lo que queda sujeta a cada cliente la cantidad a contratar y el tiempo que dure tal contratación.

32. Con relación a la característica explicitada, la Comisión Europea ha admitido la existencia de las dos alternativas y ha remarcado que la tendencia es hacia un producto único de servicios de IT. El análisis presentado se relaciona con la tendencia observada tanto por la evolución tecnológica que tiende a relativizar las diferencias entre los servicios como de las conductas del consumidor que tienden a buscar el “one stop shopping” que es la compra de todos los productos en un solo lugar. Esta última alternativa disminuye los costos de transacción ya que permite la reducción de todos los costos inherentes a la contratación, a la firma de diversos contratos y a la necesidad de múltiples negociaciones.

33. Otro argumento que se suele tener en consideración en industrias de estas características es que se encuentran en plena evolución y que los avances tecnológicos permiten que los participantes alternen sus niveles de participación. En este contexto, la innovación resulta ser una estrategia competitiva dinamizadora.

34. En el presente caso, a fin de evitar la necesidad de un pronunciamiento en un sentido u otro, resulta factible analizar tanto un mercado global de IT en sí mismo, así como uno correspondiente a cada uno de los servicios que ofrecen las firmas presentantes.

35. Con relación a la integración vertical que se presenta, la misma está relacionada con la actividad de comercialización de insumos informáticos que generalmente son el soporte donde se desarrollan los servicios de IT. IBM ofrece servidores, impresoras, sistemas de almacenamiento y computadoras personales dentro del rubro hardware, y ofrece programas de Data Management, Lotus, Tivoli y WebSphere, en el rubro software.

36. Esta Comisión ha analizado los mercados relevantes de los productos del rubro hardware<sup>1</sup> y ha distinguido distintos mercados: mercados de computadoras personales y estaciones de trabajo (PC); de servidores, con tres segmentos relacionados con su tamaño; de almacenamiento y de impresoras.

### **Análisis de los efectos horizontales de la operación**

37. Como se mencionara precedentemente, la operación presenta relaciones horizontales en el mercado de IT. Asimismo, se ha señalado que este mercado involucra una variedad de servicios relacionados. En este contexto, se observa que ambas firmas ofrecen estos servicios y que, si bien aparentemente la demanda tiende a considerarlos como una unidad de servicios, cada uno de ellos puede ser analizado en forma individual.

38. Por las condiciones expuestas, a continuación se analizará la concentración tanto desde el punto de vista de los servicios de IT en general así como para cada uno de los servicios que se prestan.

### **Mercado de IT**

39. Los servicios de IT constituyen un insumo para las empresas. Como tal proporcionan una variada gama de productos que se encuentran interrelacionados, cuyo fin es desarrollar y utilizar de la manera más apropiada posible los recursos tecnológicos.

40. Para considerarlos un mercado único, los antecedentes de la Comunidad Europea<sup>2</sup> han tenido en consideración que la demanda de las empresas se orienta más a la contratación de firmas para que le provean la totalidad de los servicios de apoyo y que también tienden a tercerizar en estas compañías todos los asuntos relativos a las áreas de informática.

---

<sup>1</sup> Dictamen Conc. N° 315 del 17 de abril de 2002 "HEWLETT-PACKARD COMPANY Y COMPAQ COMPUTER CORPORATION s/ NOTIFICACION ART 8° LEY 25.156"

<sup>2</sup> Case N° COMP/M.2946 – IBM/PWCC Consulting. SG (2002) D/231713. Brussels, 23.09.2002.

41. Estas tendencias se verifican en función de lo que se denomina “one stop shopping” que es la ya mencionada posibilidad de adquirir todos los servicios mediante una sola contratación.

42. Este sistema, si bien permite apreciar el mercado como una unidad, deja de lado a las empresas de menor envergadura, ya que generalmente a estas les resulta más difícil generar la capacidad y la inversión necesaria para poder ofrecer todos los servicios que se relacionan con la actividad.

43. La Comunidad Europea ha hecho hincapié en que más allá de la discriminación por servicio, el presente mercado podría encontrar a futuro otras formas de segmentación. Por un lado cabe la posibilidad de segmentar en función del tamaño de los clientes y por otro existiría la alternativa de hacerlo según el sector industrial atendido.

44. No obstante la observación realizada, puede destacarse que el sector no se encuentra en un nivel de madurez que permita efectuar la distinción aludida. Por ello el análisis del conjunto de prestadores de IT en forma global resultaría adecuado. Al respecto en el cuadro siguiente se puede observar la participación, según su volumen de ventas, de los principales actores del mercado.

Cuadro N°2: Participación de las empresas en el mercado de IT.

Prestador	Año 2000	Año 2001
<b>IBM</b>	<b>16,70</b>	<b>14,14</b>
Accenture	10,84	9,01
Siemens	6,11	2,83
EDS	4,61	4,78
Hewlett – Packard	4,05	3,76
NCR	3,88	N/D
Oracle	3,31	2,73
<b>Price WaterHouse Coopers</b>	<b>3,09</b>	<b>2,91</b>
Unisys	2,53	2,30
Assa	2,52	1,61
Transistemas	1,91	1,58
Thebas	1,61	1,54
Sun	0,78	1,35
SAP	N/D	2,78
OTROS (+ de 1000 empresas)	38,06	48,68
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Fuente: CNDC en base a información de las partes.

45. Como puede observarse en el cuadro precedente, IBM ocupa el primer lugar en la prestación de servicios de IT. Su participación ronda el 15%, en tanto que PWCC ocupa un lugar intermedio con una participación cercana al 3%. De los valores expuestos se infiere que se trata de un mercado con una baja concentración donde dos empresas, IBM y ACCENTURE, cuentan con un mayor peso relativo pero con niveles de participación que permiten pensar en un mercado que no presenta grandes barreras y que permite el desarrollo de múltiples competidores.

46. La participación post-concentración que se alcanzaría tras la operación bajo análisis estaría en torno al 18%. Con estos indicadores, se puede efectuar un análisis del HHI<sup>3</sup>, para la elaboración del mismo hemos supuesto que en el rubro otros se incluyen a 1000 empresas con igual participación<sup>4</sup>. De ello se puede observar que para el año 2000 el índice pasaría de 670,94 a 774,15 con un crecimiento cercano al 15,4%, en tanto que para el año 2001 los valores pasan de 604,44 a 686,73 con un crecimiento del 13,6%, no observándose de hecho un nivel de concentración preocupante.

47. Asimismo se puede observar cómo de un año a otro han variado las participaciones y el posicionamiento de las empresas. En efecto si bien IBM y ACCENTURE se mantienen como líderes, sus participaciones declinan y, en el segmento de empresas que les siguen, se observa alto dinamismo, con empresas que cuya participación crece y otras donde decae.

48. Aún cuando el período analizado no parece suficiente para analizar la evolución del mercado, sí puede revelar el dinamismo aludido que pone de manifiesto en cierto sentido la desafiabilidad del mercado.

49. Al respecto, un informe elaborado por la consultora IDC<sup>5</sup> indica que el mercado se encuentra altamente fragmentado en la mayoría de los países de la región y, a pesar que el segmento de los grandes clientes se encuentra más concentrado entre las empresas de servicios de IT internacionales, la competencia en este segmento está en continuo crecimiento dado que los oferentes locales han aumentado sus

---

<sup>3</sup> El índice de Herfindahl – Hirschmann (HHI) es una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado; se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de las empresas que actúan en el mercado. Los valores HHI oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopólico).

<sup>4</sup> Debido a que existen más de mil empresas dentro de este rubro, se considera que distribuyendo homogéneamente la participación del conjunto entre cada una de ellas se observa una aproximación que resulta prudente y razonable.

<sup>5</sup> Latin America IT Services. Market Forecast and Analysis, 2001 – 2006. IDC Junio, 2002.

conocimientos y pugnan por los contratos generando menores precios e innovación tecnológica.

50. El informe agrega que para la cotización de los proyectos importantes, son muchas las empresas que ofrecen sus servicios. A raíz de ello el proceso de contratación resulta más extenso y requiere un número mayor de consultas.

51. Finalmente, el informe indica que en Latinoamérica el mercado de servicios de IT es, entre los mercados tecnológicos, el más fragmentado. Que la baja necesidad de capital inicial que tiene el negocio ha permitido a un muy alto número de empresas locales competir en el mercado.

52. En consecuencia se puede afirmar que, analizando el mercado de IT en su conjunto, no se observa que los niveles de concentración resultantes de la operación que se notifica despierten preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

### **ANALISIS INDIVIDUAL DE LOS SERVICIOS DE IT**

53. Como se mencionara previamente, el mercado de IT puede analizarse teniendo en consideración cada uno de los segmentos o servicios que lo componen. Al respecto, en la presente operación se han distinguido cinco de ellos en los que habría superposición entre las partes. Estos son:

1. Consultoría en Sistemas Informáticos
2. Integración de Sistemas
3. Desarrollo de Programas para Clientes
4. Capacitación y Entrenamiento en Sistemas Informáticos
5. Servicios Informáticos Externos

### **Consultoría en Sistemas Informáticos**

54. Los servicios de consultoría en sistemas informáticos incluyen el diseño de estrategias en servicios informáticos e informática en general, la planificación de redes, la evaluación de arquitectura informática, el análisis operacional de sistemas informáticos, el diseño técnico de sistemas y redes, la evaluación de proveedores y la planificación de mantenimiento.

55. Como ejemplos de servicios de consultoría en sistemas informáticos se pueden encontrar evaluaciones de operaciones de sistemas informáticos y/o de mesas de ayuda y evaluaciones de sistemas informáticos para satisfacer las necesidades de

clientes. Asimismo, los servicios de consultoría en sistemas informáticos pueden comprender consultas sobre productos específicos incluyendo por ejemplo la determinación de compatibilidad entre nuevos programas con programas existentes o evaluaciones de performance de una red y/o de unidades de acceso.

56. Estos servicios son brindados por una importante cantidad de empresas, siendo ACCENTURE el principal oferente de servicios en esta categoría, con algo más del 25% del mercado. En el cuadro siguiente se presentan las principales empresas con sus respectivas participaciones.

<b>Cuadro N°3: Consultoría en Sistemas (2001)</b>	
<b>Empresa</b>	<b>Participación</b>
Accenture	25.2%
<b>PWCC</b>	<b>9.6%</b>
Neoris	7.7%
SAP	4.6%
Oracle	3.1%
<b>IBM</b>	<b>2.6%</b>
Hewlett-Packard	1.9%
KPMG Consulting	1.8%
Deloitte	1.3%
Otros	42.4%
Total	100%

Fuente: CNDC en base a información del expediente

57. Del cuadro precedente se puede observar que IBM no resulta ser un importante oferente de estos servicios considerando la participación que alcanza, no obstante ocupar el sexto lugar del mercado. Por su parte, PWCC ocupa el segundo lugar concentrando cerca del 10% de las ventas. Como se observa, con excepción del líder del mercado, ninguna otra empresa se destaca por su participación. Debe notarse que las empresas notificantes alcanzarán en su conjunto una cuota del mercado que resultará ser la mitad del líder, por lo que no se genera un nivel de concentración preocupante.

### **Integración de Sistemas**

58. El segundo segmento a analizar son los servicios de integración de sistemas que comprenden el planeamiento, diseño, implementación y gerenciamiento de proyectos de soluciones informáticas que satisfacen las necesidades del cliente y/o que cumplen con las características técnicas específicas que éste determine.

59. Estos servicios incluyen, además, el desarrollo de sistemas y programas como así también la implementación e integración de paquetes de software. Los servicios de integración de sistemas, generalmente, involucran diferentes plataformas y diferentes tecnologías. La solución informática puede incluir hardware, software y servicios incluyendo generalmente el compromiso del prestador de garantizar ciertos niveles de performance del sistema.

60. En este caso las presentantes ocupan el cuarto y quinto lugar en relación a la facturación del mercado. Ambas cuentan con una participación cercana al 4% y no se observa una empresa que se destaque del resto ya que ACCENTURE resulta ser el líder concentrando el 8,74% de las ventas. Asimismo, se observa un importante número de firmas en torno a la participación de las presentantes, que quedarán segundas en participación. El cuadro siguiente resume la estructura del mercado y los bajos niveles de concentración que se observan.

<b>Cuadro N°4: Integración de Sistemas (2001)</b>	
<b>Empresa</b>	<b>Participación</b>
Accenture	8.7%
Siemens	6.0%
EDS	4.7%
<b>PWCC</b>	<b>4.2%</b>
<b>IBM</b>	<b>4.2%</b>
Oracle	4.0%
SAP	3.5%
Hewlett-Packard	3.3%
Transistemas	3.2%
Grupo ASSA	2.9%
Thebas	2.6%
Unisys	2.0%
Otros	50.7%
Total	100%

Fuente: CNDC en base a información del expediente

61. Luego de la operación que se notifica, y de continuar la tendencia observada, las partes alcanzarán un nivel de participación cercano al líder, no observándose alteraciones que resulten significativas y que lleven a los participantes a alcanzar posiciones preponderantes.

### **Desarrollo de Programas para Clientes**

62. Los servicios de desarrollo de programas para clientes se encuentran focalizados en el desarrollo de programas y de interfaces a medida conforme a los requerimientos

del cliente. Adicionalmente, incluyen los servicios de perfeccionamiento de programas existentes o de programas pre-diseñados.

63. Por lo general este servicio es provisto como parte de un proyecto definido. Involucra además, el soporte y la provisión de programas a medida, los cuales generalmente son desarrollados en las oficinas del cliente. Asimismo, los servicios de desarrollo de programas incluyen la solución y aislamiento de problemas que puedan verificarse en éstos y la instalación de parches y actualizaciones en los mismos.

64. En este mercado, se observa nuevamente una posición de liderazgo de ACCENTURE, con una notable diferencia sobre sus seguidores. En efecto, según los datos relativos al año 2001 el líder concentraba cerca del 18% del mercado mientras su seguidor más próximo contaba con casi el 5% de la facturación. En el cuadro siguiente se observa cuales eran las participaciones de las principales empresas que ofrecían estos servicios.

<b>Cuadro N°5: Desarrollo de programas (2001)</b>	
<b>Empresa</b>	<b>Participación</b>
Accenture	17.7%
Thebas	4.8%
Grupo ASSA	3.1%
<b>PWCC</b>	<b>2.7%</b>
Fujitsu	2.7%
Oracle	2.5%
Structured Intelligence	2.3%
<b>IBM</b>	<b>2.0%</b>
Otros	62.2%
Total	100.0%

Fuente: CNDC en base a información del expediente

65. Como puede apreciarse, PWCC ocupa el cuarto lugar del mercado con una participación del 2,7%, en tanto que IBM ocupa el octavo lugar con un 2,0%. De los valores observados resulta llamativa la concentración de oferentes en torno a las participaciones de las presentantes. Esta situación denota una cierta paridad entre los seguidores del líder ya que ninguno alcanza niveles de participación relevantes.

66. Luego de la concentración, las partes podrían alcanzar una participación cercana al 5%, un nivel cercano a quien ocupa el segundo lugar no observándose en este sentido señales de concentración preocupantes a partir de la operación que se presenta.

### Capacitación y Entrenamiento en Sistemas Informáticos

67. El objetivo de los servicios de capacitación y entrenamiento resulta de optimizar el conocimiento en sistemas informáticos y expandir su uso. El entrenamiento se focaliza en mejorar la performance y desarrollar nuevos conceptos, conductas y conocimientos. Los ingresos por servicios de entrenamiento incluyen el material de entrenamiento, la entrega de soluciones y el aprendizaje de aspectos técnicos y de programas.

68. En este segmento IBM es el líder, su participación durante el año 2001 alcanzó casi el 13%, mientras PWCC ocupó el quinto lugar con una participación en torno al 2%. A continuación se observa el correspondiente cuadro de empresas y participaciones.

<b>Cuadro N°6: Capacitación y Entrenamiento (2001)</b>	
<b>Empresa</b>	<b>2001</b>
<b>IBM</b>	<b>12.8%</b>
SAP	6.9%
Hewlett-Packard	4.6%
Sun	4.4%
<b>PWCC</b>	<b>2.4%</b>
Oracle	2.2%
Otros	67.0%
Total	33.3%

Fuente: CNDC en base a información del expediente

69. Como puede observarse este servicio no presenta altos niveles de concentración, de hecho el porcentaje que le corresponde a IBM no resulta elevado en términos absolutos, y, a la vez, el aporte que le proporcionaría PWCC le produciría un incremento no muy importante, pudiendo afirmarse de ese modo que ambas empresas en conjunto no alcanzan una posición que pueda generar preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

### Servicios Informáticos Externos

70. Los servicios informáticos externos (outsourcing) implican un acuerdo a largo plazo, en el cual el proveedor del servicio toma la responsabilidad de manejar todo o parte de los sistemas de información del cliente.

71. Los servicios informáticos de outsourcing son provistos en forma personalizada, generalmente incluyen el manejo de las operaciones del servidor del cliente y usualmente incluye servicios de manejo de redes locales (LAN) o exteriores (WAN), de

soporte de mesa de ayuda, de desarrollo de programas y mantenimiento, y de servicios de recuperación en caso de desastre.

72. Entre los oferentes de los servicios informáticas externos se distinguen tres categorías. La primera es ocupada por IBM es la empresa que lidera este segmento y durante 2001 generó más del 26% de las ventas del sector. Una segunda categoría en importancia la constituirían las firmas EDS y ACCENTURE, con una participación cercana al 12% cada una y finalmente, un importante número de empresas que no alcanzan el 3% del mercado. El cuadro siguiente resume la información presentada.

<b>Cuadro N°7: Servicios Externos (2001)</b>	
<b>Empresa</b>	<b>Participación</b>
<b>IBM</b>	<b>26.5%</b>
EDS	13.0%
Accenture	12.4%
CEI Tech	4.6%
Hewlett-Packard	3.0%
Sofnet Logical	2.6%
Siemens	2.5%
<b>PWCC</b>	<b>2.1%</b>
Tecnet	2.1%
Otros	31.4%
Total	100.0%

Fuente: CNDC en base a información del expediente

73. Como puede observarse, PWCC pertenece a la tercera categoría de empresas, su participación es cercana al 2% y el aporte que significa para la posición de IBM resulta relativo ya que no alcanza al 10% de su facturación. En consecuencia, tampoco en el segmento de servicios informáticos externos se observa un aumento significativo en la concentración que pueda sugerir la existencia de problemas competitivos.

### **Conclusiones preliminares.**

74. A partir del análisis efectuado puede establecerse en principio que el mercado de IT presenta como principal característica, desde el punto de vista de la competencia, su desafiabilidad. En efecto se observa que el mercado cuenta con un gran número de empresas de diferentes tamaños y especialidades.

75. Adicionalmente debe destacarse el papel que juega la demanda en este mercado. Las grandes empresas por lo general contratan a los líderes y esto se debe principalmente a directivas originadas en las casas matrices. Puede proyectarse que a medida que las medianas y pequeñas empresas demanden estos servicios en mayor

medida, más se abrirá el mercado para los oferentes que hoy cuentan con menor participación.

76. Otro factor a destacar es que las empresas más grandes suelen tercerizar ciertos proyectos cuando no cuentan con personal adecuado o disponible. Para ello contratan a las empresas chicas que le proveen el servicio.

77. Al analizar cada uno de los segmentos en forma separada se observa que hay empresas que se destacan en ciertos segmentos mientras que en otros su participación es menor. No son muchas las firmas que participan en forma activa con un nivel importante en todos los servicios, destacándose a modo de ejemplo IBM y ACCENTURE que constituyen el segmento de empresas de mayor participación del mercado en general.

78. Por lo expuesto, en cuanto a la relación horizontal que se presenta entre las empresas notificantes, no se observa que la concentración alcance niveles que puedan resultar preocupantes desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

### **Análisis de los efectos verticales de la operación**

79. Al analizar los efectos de la integración vertical entre empresas es necesario considerar los posibles efectos negativos que la integración puede generar. Al respecto, se observa que ciertas transacciones que anteriormente se realizaban en el mercado pasan a estar integradas y a prescindir de este.

80. Un efecto característico que puede resultar lesivo para la competencia fruto de una integración vertical se observa cuando se extiende el poder dominante de una firma desde un mercado al otro relacionado. En este caso particular si IBM, como productor y comercializador de insumos informáticos, tiene posición dominante y, mediante su fusión con PWCC, extiende ese poder al mercado de servicios de IT, la operación podría ser objetable.

81. Sin embargo, para que este efecto sea observable, es necesario que exista algún tipo de renta adicional en el mercado aguas abajo del cual la empresa que se integra y extiende su dominio se pueda apropiar.

82. Adicionalmente, otro efecto no deseado fruto de una concentración vertical puede ser el llamado aumento de costos a los rivales, si IBM merced a tener una posición dominante en el mercado de insumos informáticos, pudiera aumentar los precios de

los mismos a los competidores en el segmento que se fusiona y con ello obtener ventajas de costos y elevar la participación de esta empresa en el mercado, esto podría permitirle alcanzar una posición dominante en este sector, hecho que resultaría anticompetitivo.

83. Asimismo, otra alternativa es el aumento de los costos al entrante. Si quien quiere ingresar al mercado podía elegir entre hacerlo en el mercado aguas arriba o bien aguas abajo, es posible que como consecuencia de la operación este se vea forzado a entrar en ambos segmentos a la vez, por lo que sus costos de acceso serán mucho mas altos.

84. Por lo expuesto, se observa que para el análisis de los efectos verticales de la operación resulta necesario analizar en primer lugar si IBM cuenta con posición dominante en el segmento aguas arriba y, en una segunda instancia, si es factible que la operación que se notifica le permita llevar a cabo alguna de las conductas descriptas.

85. A los efectos del análisis de la posición de IBM en el mercado de insumos informáticos, a continuación se llevará a cabo un análisis de la participación de la empresa en cada uno de los sectores en los que ofrece sus productos, esto es: software, servidores y computadoras personales, impresoras y sistemas de almacenamiento.

### **Mercado de Software<sup>6</sup>**

86. La tecnología de las computadoras está basada en la combinación de dos elementos complementarios: el hardware o parte física y mecánica de la máquina y el software, constituido por las instrucciones o programas que lo controlan.

87. Estos programas cumplen una amplia diversidad de funciones y reúnen distintas características. Existen programas estándar cuyo uso y difusión son masivos y programas a medida que se desarrollan según las necesidades del usuario. Asimismo, existe la posibilidad y es una de las actividades de los servicios de IT, de adecuar ciertos programas estándar a las necesidades de los usuarios.

88. Si bien no hay información muy precisa, se estima que actualmente existen alrededor de 300 empresas que desarrollan software en Argentina. Esta cifra excluye

---

<sup>6</sup> La información de esta sección está basada en el informe preliminar de “El desarrollo de las capacidades tecnológicas en Argentina: el papel del software y de los servicios informáticos”

expresamente empresas que venden software importado o prestan servicios complementarios sin propia actividad de desarrollo. Con base en este universo, se puede estimar, que el sector de software está dando empleo a alrededor de 4500 personas en Argentina y que la facturación acumulada de las empresas llega a aproximadamente 300 Millones de Pesos.

89. En la mayoría de los casos se trata de empresas jóvenes que fueron fundadas a partir de los años noventa, en los casos de las empresas formadas antes de 1980 se trata, en muchos casos, de unidades que inicialmente se dedicaron a otras actividades (asesoría empresarial) y que en algún momento de su desarrollo integraron software en su oferta. El sector está compuesto por unidades relativamente pequeñas, medido en términos de la facturación y del empleo directo y fijo generado.

90. Puede destacarse que el número de clientes no refleja necesariamente el éxito relativo de las empresas en el mercado, sino que es, en primer lugar, el resultado de la actividad específica a la cual se dedica el oferente, principalmente, si se trata de la venta de un producto preestablecido o trabajos de programación “a la medida” y si se trata de sistemas de alta o de baja complejidad.

91. La industria de software es, en su gran mayoría, un negocio “business to business” o de empresa a empresa, generalmente se ofrecen soluciones informáticas a otras empresas. En los pocos casos que oferentes cuentan con particulares entre sus clientes, no se trata del desarrollo de software, sino servicios conexos, como la provisión del servicio de Internet. Una gran parte de los usuarios del software argentino se dedican a diferentes servicios destacándose el comercio, telecomunicaciones, bancos, hoteles y hospitales privados. Algunos oferentes también ofrecen software específico para profesionales independientes, como arquitectos, abogados y corredores de seguros

92. Con relación a los niveles de competencia del sector, según el estudio de referencia, en la percepción de más de la mitad de los entrevistados, la competencia interna, quiere decir con otros desarrolladores argentinos de software aumentó en los tres años anteriores a la encuesta. En cuanto a productos importados u ofrecidos por empresas transnacionales, se observa que para los oferentes de software de gestión, aumenta la competencia internacional, mientras que para aquellas empresas que ofrecen productos muy especializados o de alto contenido tecnológico, así como para los oferentes de desarrollos a medida y de otros servicios que requieren un contacto

---

elaborado para el Instituto Alemán de Desarrollo en abril de 2000.

más directo con el cliente, la especialización por un lado y la cercanía geográfica por el otro, le otorgan una ventaja competitiva a la oferta nacional.

93. Al igual que en el caso de los servicios de IT, se observa que las empresas de capital extranjero consiguen la mayor parte de su software en el mercado internacional. Varias ni siquiera deciden sobre el sistema a usar sino que lo reciben desde la empresa materna, que conecta todos sus sucursales con el mismo sistema.

94. En relación con la decisión de compra, es importante destacar que para muchas PyMes, el precio absoluto es el argumento más importante en la decisión sobre el sistema a adquirir, dadas las restricciones financieras y la falta de información sobre los posibles beneficios del software para el éxito de la empresa. En este campo, existe una oferta nacional de sistemas a precios relativamente bajos y escalonados para diferentes tamaños de PyMes.

95. Asimismo, incide también el precio de los servicios conexos, como la implementación, el mantenimiento y la actualización del software. Los precios de los servicios nacionales son más bajos en comparación a los de los grandes oferentes internacionales, debido a la diferencia en los salarios y honorarios pagados a los técnicos así como a la distancia geográfica.

96. A favor de las empresas locales se puede destacar que los sistemas nacionales corresponden al marco jurídico (documentación fiscal) y a las costumbres de negocio en Argentina (formás de pago). Los oferentes locales garantizan ajustes ágiles a los frecuentes cambios en el marco legal manteniendo de esta manera al software su funcionalidad sin mayores fricciones.

97. Adicionalmente, la cercanía geográfica y las estrechas relaciones proveedor-usuario permiten un soporte técnico ágil, sobre todo, cuando requieren de una presencia dentro de la empresa usuaria y, a la vez, existe una gama diferenciada de software de gestión, lo que les permite a las PyMes, seleccionar los sistemas que corresponden a sus niveles de complejidad y sus requerimientos en cuanto a la informatización de los procesos.

98. En síntesis, se puede afirmar que este sector es un sector dinámico que presenta las características típicas de los sectores tecnológicos y que su dinámica y falta de barreras hace que ninguna empresa pueda asumir una posición de dominio permanente, ya que o bien por la apertura o por la innovación cualquier empresa que se destaque del resto puede perder su posición ante un innovador.

99. IBM ofrece en este mercado los productos Data Management, Lotus, Tivoli software y WebSphere que son programas diseñados para empresas que se adaptan a diferentes sistemas operativos y se complementan con otros sistemas del mercado.

100. Estos programas son de estructura abierta y se ofrecen a todos los prestadores de IT, estos a la vez lo ofrecen a sus clientes junto con los servicios de integración de sistemas y de desarrollo de programas. La estructura abierta permite realizar modificaciones en cuanto a las prestaciones y a la vez poder complementarlo con otros sistemas que se ofrecen en el mercado.

101. Dentro de este marco, son las propias competidoras en el segmento de IT quienes colocan el producto en el mercado, encontrando éstas distintas alternativas de selección, por lo que el software de IBM compite efectivamente con los demás desarrolladores de sistemas y sus vínculos con sus competidores puede ser determinante de la penetración de sus productos.

102. Según manifiestan las presentantes, con el fin de evitar colisiones entre los intereses de las áreas de IT y de comercialización de software, IBM procura mantener separadas las divisiones de la empresa, por lo que las ventas de software no se vinculan con los negocios de IT, actuando en consecuencia cada una de ellas en función de sus estrategias comerciales y enfrentando un marco competitivo en cada uno de sus mercado de influencia.

103. En función de lo expuesto se puede presumir que la integración vertical que vincula a la producción y desarrollo de software y la prestación de servicios de IT no parece despertar preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

### **Mercado de Servidores y Computadoras Personales.**

104. Un servidor es una computadora central que se conecta a una red que, merced al software administrativo, le permite manejar los distintos recursos de la misma, tales como los dispositivos de acceso (PCs y estaciones de trabajo), las impresoras y los discos de memorias.

105. Los servidores poseen ciertas características que los diferencian entre sí, éstas se relacionan con la capacidad y la velocidad de procesamiento, su confiabilidad y el número de usuarios que puede administrar. Asimismo, resulta relevante el tipo de software o sistema operativo con el que trabajan ya que determinará la compatibilidad

que tenga con otros sistemas existentes o que se puedan agregar en un futuro. Sobre este último punto se debe destacar que la tendencia es a utilizar sistemas operativos abiertos que permiten compatibilizar los diferentes componentes de la red y hacerla más versátil.

106. En base a las distintas posibilidades en las que se presentan los servidores se observa una gran variedad de productos tecnológicamente diferentes dentro de un amplio espectro de precios. Frente a ello se tiende a dividir los distintos servidores en categorías basadas en los precios, ya que estos reflejan en gran medida las prestaciones que ofrecen los productos.

107. En el cuadro siguiente se puede observar la participación de las principales empresas del mercado en cada uno de los segmentos de servidores para los años 2000 y 2001.

Cuadro N°8: Mercado de servidores: participación porcentual por unidades vendidas.

<b>Rango (Miles \$)</b>	<b>0-100</b>		<b>100-250</b>		<b>250-500</b>		<b>500-1000</b>		<b>1000-3000</b>	
<b>Año</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
<b>IBM</b>	<b>24.1</b>	<b>21.9</b>	<b>33.5</b>	<b>15.5</b>	<b>23.3</b>	<b>7.1</b>			<b>42.7</b>	
Compaq – HP*	57	58.4	22.6	23.7	49.6	33.3	53.4	50	9.3	
Sun	6.3	8.9	40.4	58.8	22.6	50	46.6	50	37.4	100
Hacer	2.2	1.4								
Dell	0.8	1.9								
NCR	0.5	0.7	3.5			7.1				
SGI	0.4	0.8		1						
NEC	0.2	0.1								
Apple	0.1									
Unisys				1	4.5	2.5				5.3
Hitachi										5.3
Otros	8.4	5.9								
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: CNDC en base a información del expediente

\*Corresponde a las empresas Hewlett Packard y Compaq, fusionadas en el año 2002

108. Como puede observarse en el cuadro precedente, IBM cuenta con una importante presencia en los segmentos más bajos disputándose la posición de predominio con HP-Compaq y con Sun. Asimismo, puede observarse que no hay una tendencia muy marcada de predominio tanto en relación a la variación de precio como entre los años considerados.

109. Adicionalmente debe notarse que el número de participantes se reduce a medida que el mercado alcanza los segmentos más complejos, esto es así debido

principalmente a que estos segmentos involucran a un número muy reducido de máquinas. En particular dentro del segmento de equipos más caros (\$1 a 3 millones) IBM alcanza una participación significativa, 42,7% en el año 2000, mientras que al año siguiente esta es nula. Al respecto, es necesario considerar que la compra de una máquina en los rangos más altos implica una necesidad de conocimiento de las condiciones y de los oferentes que hace que, a pesar de no ser muchas las empresas oferentes, el mercado sea muy competitivo y alcance dimensiones internacionales.

110. Como puede apreciarse, el segmento más alto presenta una mayor dispersión en la participación de los oferentes y esto se debe a que justamente al ser muy pocas las unidades que se venden por año, cada una de ellas implica una contribución importante al porcentaje total del mercado.

111. Relacionadas con los servidores se encuentran las computadoras personales que pueden ser de escritorio, utilizadas por un solo usuario ubicado en un lugar único, o notebooks, computadoras compactas transportables. Asimismo, el mercado ofrece las llamadas estaciones de trabajo que son poderosas computadoras de escritorio autónomas utilizadas típicamente en aplicaciones técnicas que requieren alta eficiencia.

112. A pesar de la distinción descrita se observa que las diferencias entre las distintas computadoras personales tienden a diluirse, por un lado debido a que las de escritorio son cada vez más poderosas y por lo tanto no se diferencian de las estaciones de trabajo y por otro debido a que las notebooks tienden a converger en precio con las primeras por lo que adquieren cierto grado de sustituibilidad.

113. Asimismo, las computadoras personales más modernas poseen características que les permiten actuar como servidores de baja gama por lo que tienden a converger con los más económicos del mercado. No obstante ello, resulta útil mantener una diferenciación entre los mismos ya que las computadoras personales presentan tanto una oferta como demanda más masiva y a la vez se distinguen por la estandarización de sus componentes, hecho que permite el predominio de los llamados clones que son computadoras personales sin marca ensambladas por pequeñas o medianas empresas.

114. El cuadro siguiente describe los porcentajes del mercado por unidades e ingresos para los vendedores de PC más importantes en Argentina durante el año 2000. Como puede apreciarse, con excepción de HP-Compaq que alcanza una

participación importante en este segmento, el grueso de las ventas corresponde a unidades sin marca o clones.

115. Asimismo, dado principalmente por la estandarización de los componentes de las computadoras personales y la facilidad del armado de las mismas, este mercado no presenta barreras al ingreso de competidores, la oferta es abundante y la competencia se basa por un lado en relación con los precios y por otro en la diferenciación de producto, ya sea por una cuestión de reputación como de garantía post venta y de servicio.

Cuadro N°9: Mercado de Computadoras Personales.

Vendedor	Unidades (%)	Ingresos (%)
HP-COMPAQ	22,1%	26,4%
IBM	5,7%	9,8%
Acer	2,8%	3,2%
Daihatsu	2,9%	2,3%
Toshiba	0,7%	1,5%
Apple	0,6%	1,3%
DTK	0,9%	1,2%
Commodore	0,5%	0,6%
Olivetti	0,6%	0,5%
Dell	0,2%	0,4%
NEC	0,4%	0,4%
Markvision	0,3%	0,2%
Virgin	0,3%	0,2%
LEB	0,1%	0,0%
Otros Vendedores	62,0%	52,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: CNDC en base a información del expediente \*Corresponde a las empresas Hewlett Packard y Compaq, fusionadas en el año 2002

### Mercado de Almacenamiento

116. El almacenamiento es la conservación de datos en forma electromagnética u óptica para poder tener acceso luego a los mismos por medio de uno o varios procesadores de computación. Los sistemas de almacenamiento pueden incluir distintos tipos de medios de almacenamiento como ser discos magnéticos, tecnologías ópticas (por ejemplo CD y DVD) y cinta.

117. Además de las diferenciaciones físicas del almacenamiento se pueden distinguir tres formas de conectar a este con los servidores:

- Almacenamiento unido directamente (direct attached storage) (DAS), es la tecnología tradicional, se encuentra dentro y directamente conectado a un servidor o grupo de servidores sin formar parte de una red.
- Almacenamiento unido a redes (network attached storage) (NAS); consiste en un servidor “desarmado” (conocido como “archivador” o “servidor de archivos”) que está directamente conectado a la red en la que el servidor está ubicado.
- Red de área de almacenamiento (storage area network) (SAN) es una red separada dedicada al almacenamiento. Está constituida por varios servidores y elementos de almacenamiento que están físicamente conectados a través de una infraestructura de comunicación dedicada.

118. La industria del almacenamiento se ha caracterizado en los últimos años por un rápido y creciente movimiento hacia las soluciones de almacenamiento en redes dado que proporciona muchas ventajas económicas y de eficiencia. En el año 1999 el sistema SAN reunía el 21% del gasto total, pasando a concentrar el 29% en el 2000 y el 33% en la primera mitad de 2001.

119. En este contexto las empresas del sector han realizado inversiones en el desarrollo de capacidad de almacenamiento propia que ofrecen a las industrias a modo de tercerización del servicio. Así IBM ha expandido su “Campus Tecnológico” incorporándole mayor capacidad.

120. El análisis de la participación de las empresas puede enfocarse sobre dos variables relevantes, por un lado es importante la facturación de las empresas y por otro la capacidad de almacenamiento vendida. En el cuadro siguiente se exponen los resultados obtenidos durante el año 2001.

**Cuadro N°10: Sistemas y capacidad de almacenamiento (2001)**

Empresa	Ventas (%)	Capacidad (%)
HP Compaq	30.3	45.8
<b>IBM</b>	<b>27.8</b>	<b>31.5</b>
EMC	16.1	11.0
Sun	13.5	7.6
Hitachi	5.0	0.9
Unisys	4.1	0.7
Network Appliance	1.3	1.8
NCR	1.0	0.5
Fujitsu	0.7	0.2
Dell	0.1	0.1
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

121. Como puede apreciarse HP - Compaq e IBM se constituyen como los principales actores del mercado, alcanzando en conjunto algo mas del 55% de la facturación y del 75% del volumen vendido. Entre sus seguidores se destacan EMC y Sun.

122. Mas allá de la importante participación que alcanzan las dos principales empresas del sector, debe destacarse que por un lado la participación de estas es muy similar y por otro que el desarrollo de las tecnologías y de las comunicaciones han permitido una globalización, o por lo pronto una regionalización del mercado, ya que las principales empresas del sector ofrecen los servicios a empresas de distintos países, a la vez que centros de almacenamiento de otros países ofrecen sus servicios a empresas locales.

123. Por lo expuesto puede decirse que si bien IBM es un importante participante en el mercado, no tiene posición dominante en el mismo ya que no puede actuar en forma independiente de sus competidores y a que enfrenta competencia proveniente desde el exterior.

### **Mercado de Impresoras**

124. El mercado de impresoras presenta ciertas características que lo diferencia del resto, por un lado hay muchos más jugadores en lo que a marcas se refiere y por otro estos no tienen necesariamente que participar en otros mercados del sector, tal como se observa en los otros mercados analizados. Esta característica le confiere una intensa competencia y expone al sector a rápidas innovaciones tecnológicas

125. Asimismo, se puede destacar que muchas veces no es la venta del producto el principal negocio, ya que el consumible (la tinta) puede resultar en un flujo de ingresos más importante que la venta del producto en sí.

126. Dentro de este mercado se puede incluir tanto las impresoras de escritorio, de chorro de tinta o láser como las grandes impresoras de chorro de tinta utilizadas por arquitectos, ingenieros, diseñadores gráficos, imprentas rápidas e imprentas comerciales para fines de impresión de pruebas.

127. Más allá de la distinción que se pueda hacer en el mercado se puede destacar que la participación de IBM en el mismo es muy modesta, en el cuadro siguiente se expone la participación de los distintos participantes del mercado.

**Cuadro N°11: mercado de impresoras (2001)**

<b>Empresa</b>	<b>Unidades</b>	<b>Participación</b>
Epson	222,452	33,2%
Hewlett-Packard*	200,008	29,9%
Lexmark	156,610	23,4%
COMPAQ*	14,601	2,2%
Canon	28,815	4,3%
Apolio	12,630	1,9%
Okidata	7,291	1,1%
Olivetti	6,840	1,0%
Others	15,568	2,3%
Brother	1,216	0,2%
Minolta-QMS	227	0,0%
<b>IBM</b>	<b>187</b>	<b>0,0%</b>
Xerox-Tektronix	3,008	0,4%
Citizen	114	0,0%
KyoceraMita	284	0,0%
<b>Total</b>	<b>669,851</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** CNDC en base a información de las partes

128. Como puede apreciarse, de las casi 670 mil impresoras vendidas durante el año 2001 IBM sólo colocó en el mercado un total de 187, encontrándose asimismo un importante número de oferentes que de ningún modo podrían verse afectados por la concentración que se analiza.

129. Sobre la base de lo analizado en este punto, puede determinarse que IBM no posee una participación en el mercado de impresoras que pueda, en forma vertical extenderse a otros mercados a raíz de la concentración que se analiza.

### **Conclusiones respecto a los efectos verticales de la concentración.**

130. Como se mencionara al principio del capítulo, para que se observe la existencia de posibles efectos negativos en una concentración vertical es necesario que las firmas que se integran cuenten con una posición dominante en alguno de los segmentos en los que participan. En este caso el análisis vertical es aguas arriba debido a que IBM puede actuar como proveedor de los equipos en donde se desenvuelve el segmento IT.

131. Habiendo analizado los distintos mercados en los que participa la compradora: software, servidores y computadoras personales, almacenamiento e impresión, se advierte que en general son sectores muy competitivos con dos características importantes que hacen que sea permanentemente desafiante, por un lado la exposición tecnológica, esto es la capacidad de innovación del sector y del reemplazo de la tecnología dominante y, por el otro, la estandarización de la oferta, la tecnología adoptada alcanza la condición de commodity con el paso del tiempo.

132. Finalmente, habida cuenta que no se ha encontrado un segmento donde la participación de IBM alcance niveles de dominio que haga suponer que la competencia no sea efectiva y que de ello se pueda trasladar algún beneficio aguas abajo mediante la operación que se notifica se puede concluir que la misma no genera preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

133. Por lo tanto, en virtud de los datos expuestos y las consideraciones realizadas no se advierte que la presente operación pueda restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda generar perjuicio al interés económico general.

## **V. CLAUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS**

134. En el "Master Stock and Asset Purchase Agreement" (Acuerdo Marco) celebrado entre IBM WORLD TRADE CORPORATION, por una parte y SOUTH AMERICA FINANCE COMPANY LIMITED y PRICEWATERHOUSECOOPERS AMERICA DEL SUR, por la otra con fecha 13 de setiembre de 2002, se han previsto cláusulas de no competencia (Sección X, cláusula 10.2. (b) No Competencia), y en virtud de lo dispuesto por la cláusula 3.1 (b) (i) de la Sección III (Incorporación del Contrato Marco de Compraventa de Acciones y Activos. Cierre), forman parte integrante del "Contrato".

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

136. El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente otra semejante que compita con la empresa recientemente vendida, con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado. De allí que se imponga esta obligación de no competencia por determinado plazo para permitirle al comprador conocer el negocio y el mercado y no verse enfrentado a una competencia desleal de aquel que había dirigido la empresa y que, en algunos casos, conoce a la misma y al mercado mejor que el reciente comprador.

137. Estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben ser analizadas a la luz de lo que en el derecho comparado se denomina como "restricciones accesorias" a una operación de concentración económica. La doctrina de las "restricciones accesorias" establece que las partes involucradas en una operación de concentración económica pueden, sujetándose a ciertos requisitos, convenir entre ellas cláusulas por las cuales el vendedor se compromete a no competir con el comprador en la actividad económica de la empresa o negocio transferido.

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

139. Esta Comisión Nacional, siguiendo la jurisprudencia internacional en la materia, ha establecido en numerosos precedentes los requisitos que estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración. 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.

140. 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. Estas cláusulas deben tener vinculación directa con la operación principal: las restricciones deben ser subordinadas en importancia a la operación principal, esto es, no pueden ser restricciones totalmente diferentes en su sustancia de la operación principal. Además deben ser necesarias. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones mucho más inciertas, con un

costo sustancialmente mayor, durante un período de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.

141. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales<sup>7</sup>, 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. 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 (5) años cuando mediante la operación se transfiere el “know-how”, mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el “goodwill” sólo es razonable un plazo de dos (2) años.

142. 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.

143. 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.

144. 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.

145. La cláusula de no competencia contenida en el acuerdo presentado por las partes en las presentes actuaciones, punto 10.1. (b), establece que las partes no competidoras (enumeradas en el Anexo I del “Contrato”, fs. 225/227) y sus respectivas afiliadas (“otra persona que directa o indirectamente controle a la primera persona, esté controlada por ella o se encuentre bajo control común con ella”, fs. 544) no se dedicarán a hacer inversiones en el capital accionario, ni celebrarán alianzas estratégicas en ninguna forma con ninguna persona (salvo el Comprador) a los fines de dedicarse total o parcialmente a la prestación de Servicios de Consultoría Restringidos (definidos a fs. 559).

---

<sup>7</sup> Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations – (90/C 203/05)

146. Por otra parte, el punto (c) de la cláusula mencionada dispone que a partir de la fecha de cierre, PWCC no se dedicará total o parcialmente a la prestación de Servicios de Consultoría Restringidos, por sí ni a través de sus afiliadas. Mientras que en el punto (e) se establece que las partes no competidoras, PWCC y sus afiliadas, se abstendrán de: (i) atraer, reclutar o contratar a cualquier persona que a partir de la Fecha de Cierre sea empleada del negocio de Consultoría del Comprador; (ii) atraer o alentar a los empleados de los negocios de Consultoría del Comprador (o sus afiliadas) a desvincularse o renunciar en tales entidades, a menos que haya transcurrido un período de doce (12) meses desde la desvinculación del empleado de que se trate.

147. Respecto de la duración de la cláusula de no competencia, el punto 10.3 "Extinción de lo dispuesto en la Sección X" dispone que los derechos y obligaciones de las partes emergentes de la cláusula 10.1. (b) y (c) se extinguirán en ocasión del quinto aniversario de la fecha de cierre, mientras que las disposiciones vinculadas a la cláusula 10.1 (e) al cumplirse el tercer aniversario de la misma fecha.

148. Por lo expuesto, esta Comisión Nacional entiende que las cláusulas mencionadas no merecen reparos debido a que no exceden los límites razonablemente permitidos en lo que respecta a su contenido (y al ámbito temporal de las mismas).

149. En virtud del análisis realizado precedentemente, esta Comisión Nacional considera que las cláusulas de restricciones accesorias contenidas en los contratos obrantes a fs. 198/259 y 540/582 de las presentes actuaciones, tal como han sido convenidas por las partes no tienen entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general (artículo 7° de la Ley N° 25.156).

## **VI. CONCLUSIONES**

150. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada 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.

151. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COORDINACION TECNICA autorizar la operación notificada por medio de la cual IBM WORLD TRADE CORPORATION adquiere en la República Argentina el control indirecto de PRICEWATERHOUSECOOPERS CONSULTORES DE EMPRESAS S.R.L., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.