

Nº de carpeta: 384

Nº y fecha de Dictamen: 353 del 7/0//2003

Empresas involucradas: IBM World Trade Corporation y Price Waterhouse Coopers Consultores de Empresas S.R.L.

Mercados Relevantes: Servicios de IT. Consultoría en Sistemas Informáticos, Desarrollo de Programas para Clientes, Integración de Sistemas, Capacitación y Entrenamiento en Sistemas Informáticos, Servicios Informáticos Externos. Además, IBM ofrece los mismos servicios enumerados, más un sexto que es el de Soporte de Hardware y Software.

Resultado: Aprobada.

La concentración analizada consistió 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 consolidaron sus actividades.

Tanto IBM como PWCC son empresas que se dedicaban 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 presentó tanto efectos horizontales como verticales.

A fin de determinar el mercado relevante debía resolverse 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. Las empresas presentantes distinguieron distintos servicios agrupados dentro del rango de IT. PWCC clasificó los productos ofrecidos en cinco segmentos diferenciados:

Dado que 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, la Comisión decidió analizar ambas posibilidades.

En relación al mercado de **servicios de IT** en su conjunto, IBM ocupa el primer lugar, 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. La participación post-concentración estaría en torno al 18% y un análisis del HHI, para el año 2000, 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.

Analizando cada servicio en forma individual se ha observado que en **Consultoría en Sistemas Informáticos**, IBM no resulta ser un importante oferente de estos servicios dada 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. Las empresas notificantes alcanzarían en su conjunto una cuota del mercado que

resulta ser la mitad del líder, por lo que no se genera un nivel de concentración preocupante.

En la prestación de servicios de **Integración de Sistemas** las presentantes ocupaban el cuarto y quinto lugar en relación a la facturación del mercado. Ambas contaban con una participación cercana al 4% y no se observó una empresa que se destaque del resto ya que ACCENTURE resulta ser el líder concentrando el 8,74% de las ventas.

Entre los servicios de **Desarrollo de Programas para Clientes** se observa nuevamente una posición de liderazgo de ACCENTURE que en el año 2001 concentraba cerca del 18% del mercado mientras su seguidor más próximo contaba con casi el 5%. PWCC ocupa el cuarto lugar del mercado con una participación del 2,7% e IBM el octavo lugar con un 2,0%.

En relación a la **Capacitación y Entrenamiento en Sistemas Informáticos** 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%, 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 proporcionó PWCC le produciría un incremento no muy importante.

Entre los oferentes de los **servicios informáticos externos** se distinguen tres categorías. La primera es ocupada por IBM 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, entre las que está PWCC, que no alcanzan el 3% del mercado. Dado que su participación es cercana al 2% y el aporte que significa para la posición de IBM resulta relativo no se observó un aumento significativo en la concentración que pueda sugerir la existencia de problemas competitivos.

En relación a los efectos horizontales en general, se observa que el mercado de IT resulta altamente desafiante, 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. Asimismo, las empresas más grandes suelen terciarizar en empresas de menor envergadura ciertos proyectos. Se observa que hay empresas que se destacan en ciertos segmentos mientras que en otros su participación es menor.

Para el análisis de los efectos verticales de la operación resulta necesario analizar en primer lugar si IBM contaba con posición dominante en el segmento aguas arriba, y si de ello resultaba factible que la operación le permitiera llevar a cabo conductas exclusorias. Para analizar la posición de IBM en el mercado de insumos informáticos se llevó 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.

El segmento del software presenta las características típicas de los sectores tecnológicos ya que su dinámica y falta de barreras hace que ninguna empresa pueda asumir una posición de dominio permanente, teniendo en cuenta que o bien por la apertura o por la innovación cualquier empresa que se destaque del resto puede

perder su posición ante un innovador. 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. 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. 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 pueden ser determinantes de la penetración de sus productos.

En relación a los servidores y computadoras personales se observa una gran variedad de productos tecnológicamente diferentes, pudiéndose dividir los distintos servidores en categorías basadas en los precios, ya que estos reflejan en gran medida las prestaciones que ofrecen los productos. IBM cuenta con una importante presencia en los segmentos más bajos disputándose la posición de predominio con HP-Compaq y con Sun. Se observó que el número de participantes se reduce a medida que el mercado alcanza los segmentos más complejos. 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.

En relación al almacenamiento HP - Compaq e IBM resultaban los principales actores del mercado, alcanzando en conjunto algo más del 55% de la facturación y del 75% del volumen vendido. 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 debido a que enfrenta competencia efectiva proveniente desde el exterior.

En el segmento de impresoras, 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

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