



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

14



BUENOS AIRES, 29 ENE 2009

VISTO el Expediente N° S01:0294401/2007 del Registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, 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 ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS.

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

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición del control por parte de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II de las sociedades SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL

ES COPIA



WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE DESPACHO
EN EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DISPOSICIÓN D.G.D. Y M.E. NRO. 29/2008



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

14



INC., que anteriormente estaban en poder de la firma INTERNATIONAL MAIL CORPORATION.

Que conforme lo manifestado por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en su Dictamen N° 703 de fecha 22 de diciembre de 2008, las partes informaron mediante presentación de fecha 14 de enero de 2008, que el día 16 de noviembre de 2006 la totalidad de las acciones de la empresa ASTORIA UNIVERSAL INC., fueron transferidas a la empresa ORGANIZACION COORDINADORA ARGENTINA S.R.L., agregando asimismo que posteriormente la empresa ASTORIA UNIVERSAL INC. fue disuelta con fecha 10 de enero de 2007.

Que la operación mencionada guarda relación con el Expediente N° S01:0016706/2004 del Registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION caratulado "ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION E INTERNATIONAL MAIL CORPORATION s/ NOTIFICACION ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0442)", por el que tramitó la notificación de la operación de concentración económica consistente en la adquisición del CIENTO POR CIENTO (100 %) del capital social de la empresa OCA HOLDING (GIBRALTAR) por parte de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II.

Que la operación de concentración económica fue notificada por las partes luego de vencido el plazo que contempla el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 para efectuar las notificaciones, hecho que amerita la aplicación por parte de la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y

ES COPIA

WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE RESPONSO
EN EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DEPENDENCIA T. 62. 981.26.00



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

14



FINANZAS PUBLICAS, de la multa que estipula el Artículo 46, inciso d), de aplicación en virtud de lo establecido por el Artículo 9º de la misma ley.

Que de acuerdo a todo lo expuesto, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley N° 25.156, toda vez que de los elementos reunidos en las presentes actuaciones no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior: a) autorizar la operación de concentración económica, según lo previsto por el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156, consistente en la adquisición del control por parte de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II de las sociedades SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL INC., que anteriormente estaban en poder de la firma INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, todo ello de conformidad a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156; b) imponer a la empresa ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante indirecto de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, una multa de PESOS NOVENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS (\$ 97.500), en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica analizada en el expediente citado en el Visto, ello de conformidad a lo previsto en los Artículos 8º y 46, inciso d) de la Ley N° 25.156; c) imponer a la empresa INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante

ES COPIA


WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE DESPACHO
EN EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DISPOSICIÓN D.G.D. Y M.E. NRO. 282/00



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

14



indirecto de las empresas SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL INC., una multa de PESOS CIENTO CUATRO MIL (\$ 104.000), en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica analizada en el expediente citado en el Visto, ello de conformidad a lo previsto en los Artículos 8º y 46, inciso d) de la Ley Nº 25.156; d) establecer el plazo de DIEZ (10) días hábiles para que se haga efectiva la sanción desde la notificación de la presente resolución, bajo apercibimiento de aplicar por cada día de mora, los intereses a tasa activa del BANCO DE LA NACION ARGENTINA, entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, hasta su efectiva cancelación.

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y es parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley Nº 25.156.


Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Autorízase la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control por parte de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II de las sociedades SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL INC., que anteriormente estaban en poder

ES COPIA



WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE DESPACHO
EN EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DISPOSICIÓN D.G.D. Y M.E. NRO. 29/2008



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

14



de la empresa INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, todo ello de conformidad a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.


ARTICULO 2°.- Impóngase a la empresa ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante indirecto de las empresas ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, una multa de PESOS NOVENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS (\$ 97.500), en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica analizada en el expediente citado en el Visto, ello de conformidad a lo previsto en los Artículos 8° y 46, inciso d) de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 3°.- Impóngase a la empresa INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante indirecto de las empresas SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL INC., una multa de PESOS CIENTO CUATRO MIL (\$ 104.000), en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica analizada en el expediente citado en el Visto, ello de conformidad a lo previsto en los Artículos 8° y 46, inciso d) de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 4°.- Establézcase el plazo de DIEZ (10) días hábiles para que se haga efectiva la sanción desde la notificación de la presente resolución, bajo apercibimiento de aplicar por cada día de mora, los intereses a tasa activa del BANCO DE LA NACION ARGENTINA, entidad autárquica en el ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, hasta su efectiva cancelación.

ARTICULO 5°.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 703 de fecha 22 de diciembre de 2008 emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS,

ES COPIA



WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE DESPACHO
N EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DISPOSICIÓN D.G.D. Y M.E. NRO. 29/2008



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior



que en TREINTA Y NUEVE (39) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTICULO 6º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION Nº **14**



Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS

ES COPIA



WALTER ORLANDO SOSA
DPTO. DE LA DIRECCIÓN DE DESPACHO
N EL ÁREA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y DE LA PYME
DISPOSICIÓN D.G.O. Y M.E. NRO. 292008



Expte. N° S01:0294401/2007 (Conc.637) HGM/DO-PDP-JPM-PM

DICTAMEN N° 403

BUENOS AIRES, 22 DIC 2008

SEÑOR SECRETARIO

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita en el Expediente N° S01:0294401/2007 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, caratulado: "INTERNATIONAL MAIL CORPORATION y ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION S/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C.637)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACION Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

I.1. LA OPERACION

1. La operación de concentración que se notifica consiste en la adquisición del control por parte de ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II de las sociedades SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. (en adelante "SEPRIT") y ASTORIA UNVERSAL INC. (en adelante "ASTORIA"), que anteriormente estaban en poder de INTERNATIONAL MAIL CORPORATION.

I.2. ANTEDECENTES DE LA OPERACIÓN

2. La presente operación guarda relación con el Expediente N° S01: 0016706/2004 (Conc. 442), caratulado "ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION E INTERNATIONAL MAIL CORPORATION s/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0442)", por el que tramitó la notificación de la operación de concentración económica consistente en la adquisición del 100% del capital social de OCA HOLDING (GIBRALTAR) (en adelante "OCA HOLDING") por parte de ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II. OCA HOLDING estaba controlada en forma directa por INTERNATIONAL



MAIL CORPORATION (en adelante "IMC") y, a su vez, controlaba en forma directa e indirecta, respectivamente, a ASTORIA y a SEPRIT.

3. Conforme surge de las constancias de dicho expediente SEPRIT y, su controlante, ASTORIA quedarían excluidas de la operación notificada, ello de conformidad a lo establecido en la Cláusula Octava del Contrato de Compraventa de Acciones. De acuerdo a lo dispuesto por dicha cláusula, tan pronto como el proceso concursal de OCA HOLDING lo permitiera, aquéllas sociedades serían transferidas a IMC. A partir de ése momento SEPRIT y ASTORIA dejarían de ser controladas indirectamente por OCA HOLDING y pasarían a estar bajo el control directo de IMC.
4. Sin embargo, informan los notificantes que debido a las dificultades en su situación financiera, SEPRIT debió solicitar la apertura de su Concurso de Acreedores, el cual se halla en trámite ante el Juzgado competente en la materia en la Provincia de Córdoba. Es por ello que IMC, por un lado, y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II – ambas controladas en forma directa por ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION (en adelante "ADVENT")–, por el otro, suscribieron con fecha 4 de agosto de 2005 una adenda al contrato de compraventa de acciones originario, conviniendo que tanto SEPRIT como su controlante ASTORIA, se mantendrían bajo el control indirecto de OCA HOLDING, que a ese punto estaba ya controlada en forma indirecta por ADVENT.
5. Así las cosas, el día 1º de septiembre de 2005 ADVENT e IMC se presentaron ante esta Comisión Nacional en el marco del Expediente N° S01:0016706/2004 (Conc. 442) y solicitaron se exima de notificar la operación de concentración económica a que se refiere la adenda suscripta.
6. Esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia dictó entonces la Resolución N° 50 de fecha 25 de julio de 2007, por la que dispuso hacer saber a los peticionantes que para el caso de darse los supuestos previstos por el artículo 8º de la Ley N° 25.156, deberían recurrir por la vía procesal correspondiente y notificar la operación traída a análisis.

I.3. LAS PARTES Y SU ACTIVIDAD



7. **ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II**, son sociedades constituidas y vigentes conforme las leyes de las Islas Caimanes, que se encuentran controladas por ADVENT, una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de estado de Delaware, Estados Unidos de América.

8. A su vez, ADVENT, controla en la República Argentina a: (i) OCA HOLDING, sociedad holding; (ii) ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA S.R.L., prestadora de servicios de transporte de cargas, documentos, clearing interbancario; (iii) SKYCAB S.A., según informan las partes de esta operación actualmente no desarrolla actividad alguna; (iv) PATRIA CARGAS AEREAS S.A., cuyo objeto es el de prestar servicios de cargas aéreas; (v) SISTEMAS DE CORREOS ARGENTINOS S.A., sociedad que presta servicio de clearing bancario; (vi) UNIVERSAL ASSISTANCE, empresa dedicada al servicio de asistencia mecánica; y (vii) FARMACOLOGÍA ARGENTINA DE AVANZADA S.A., dedicada a la producción y comercialización de drogas genéricas¹.

9. **INTERNATIONAL MAIL CORPORATION** es una sociedad constituida y existente según las leyes de las Islas Caimanes. Conforme fuera denunciado por las partes, ésta sociedad no controla ninguna otra empresa o participa de negocios en la República Argentina.

10. De acuerdo a lo dispuesto en el Contrato de Compraventa de Acciones celebrado con fecha 30 de enero de 2004 entre IMC y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, y de lo informado por ADVENT a fs. 111 e IMC a fs. 145, las empresas ASTORIA y SEPRIT quedaron excluidas de la operación notificada en el Expediente que tramitó bajo el N° S01:0016706/2004 (Conc. 442), caratulado "ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION E INTERNATIONAL MAIL CORPORATION s/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0442)", y aunque el control de derecho de las compañías ASTORIA y SEPRIT quedó en manos indirectas de ADVENT, el control de hecho de las mismas estuvo en manos de IMC hasta la firma de la modificación al convenio, suscripta con fecha 4 de agosto de 2005.



11. **ASTORIA UNIVERSAL INC.** era una sociedad holding constituida conforme a las leyes de Panamá, controlada en forma indirecta por IMC, y en forma directa por MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN), quien detentaba el 100% de su capital social. Según informan las partes en la presentación de fecha 14 de enero de 2008, el día 16 de noviembre de 2006 la totalidad de las acciones de ASTORIA fueron transferidas a ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA S.R.L. Luego ASTORIA fue disuelta con fecha 10 de enero de 2007.
12. **SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A.** era una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de la República Argentina, dedicada la actividad postal. Era controlada en forma directa por ASTORIA, quien detentaba el 51% de su capital social. El restante 49% estaba en poder de la empresa MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN). De acuerdo a lo informado por las parte de la operación, MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN) transfirió con fecha 16 de noviembre de 2006 todas sus acciones a OCA HOLDING. Luego MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN) fue disuelta mediante resolución de fecha 2 de julio de 2007.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

13. La operación notificada consiste en un cambio de control, por lo que encuadra en lo dispuesto en el artículo 6, inciso d) de la Ley N° 25.156.
14. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral 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

¹ Conforme surge del Dictamen N° 380 en Expediente N° S01:0016706/2004, caratulado "ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION E INTERNATIONAL MAIL CORPORATION s/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0442)".



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



15. El día 7 de agosto de 2007 ADVENT presentó el Formulario F1 de notificación ante esta Comisión Nacional en relación a lo ordenado por la Resolución CNDC de fecha 25 de julio de 2007 que obra en el Expediente S01:0016706/2004 (Conc. 442) a fs. 1016/1017.
16. Con fecha 9 de agosto de 2007 el representante de IMC adhirió a la presentación efectuada por IMC con fecha 7 de agosto de ese mismo año.
17. Tras analizar la documentación presentada ésta Comisión entendió el día 15 de agosto de 2007 que las partes deberían adecuar su presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/01. Dicha providencia fue notificada con fecha 17 de agosto de 2007, y en la misma se les hizo saber que el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25156 no empezaría a correr hasta tanto no se diera respuesta a lo requerido.
18. Mediante presentaciones de fecha 19 y 24 de septiembre de 2007 el representante de IMC dio cumplimiento a lo requerido con fecha 15 de agosto de ese año. En razón de ello, con fecha día 26 de septiembre de 2007 ésta Comisión efectuó observaciones haciéndoles saber a los presentantes que el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 comenzaría a correr el día hábil posterior al 24 de septiembre de 2007 y que el mismo quedaría suspendido hasta tanto se diera cumplimiento a lo solicitado.
19. Los días 9 y 21 de noviembre de 2007 ADVENT e IMC dieron respuesta a lo solicitado en el punto anterior.
20. Tras analizar la información presentada, el día 7 de diciembre de 2007 esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones, que fueron notificadas a las partes con fecha 7 y 12 de diciembre de ese año, respectivamente. En dicha oportunidad se les hizo saber que el plazo del Artículo 13 de la Ley N° 25.156 continuaría suspendido hasta tanto no dieran ambas partes total respuesta a lo solicitado.
21. En virtud de las presentaciones efectuadas por las partes los días 20 de diciembre de 2007 y 3 de enero de 2008 y considerando ésta Comisión que la información que surgía de ellas resultaba incompleta, se efectuaron nuevas observaciones el día 9 de enero de 2008,



- notificadas a las partes con fecha 10 del mismo mes y año. Asimismo se hizo constar que el plazo contemplado en el Art. 13 de la Ley de Defensa de la Competencia continuaría suspendido.

- 22. Con fecha 14 y 21 de enero de 2008 se tuvieron por recibidas las presentaciones realizadas por ADVENT y por IMC, efectuándose nuevas observaciones el 1º de febrero de 2008 y advirtiéndose que permanecería suspendido el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley Nº 25.156.

- 23. El día 22 de enero de 2008 se requirió la intervención que le cabe a la COMISIÓN NACIONAL DE COMUNICACIONES (en adelante "CNC") en virtud de lo dispuesto por el Artículo 16 de la Ley Nº 25.156.

- 24. Con fecha 24 de enero de 2008 el Interventor de la CNC solicitó una prórroga para cumplir con el requerimiento impuesto. Dicha prórroga fue otorgada por éste organismo con fecha 25 de enero de 2008.

- 25. Con fecha 18 de febrero de 2008 se recibe la información remitida por el Interventor de la CNC dando cumplimiento a lo ordenado por ésta Comisión. En aquella oportunidad se concluyó que "...la operación de concentración económica informada no importaría la alteración alguna del marco regulatorio postal, tanto en lo que hace al régimen general y aplicable a los operadores privados como el referido al operador público. Es más, debe tenerse particularmente presente que el operador público no solo no interviene en esta concentración económica sino que, además, tampoco se ve afectado. Efectivamente, la operación comercial bajo análisis no afectaría la prestación del servicio postal básico universal y los servicios obligatorios a cargo del Correo Oficial, establecidos en el artículo 1º del Decreto Nº 1075/03...".

- 26. El día 19 de febrero de 2008 IMC dio respuesta a lo solicitado con fecha 1º del mismo mes y año.



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



27. Con fecha 7 de marzo de 2008 ADVENT brindó la información requerido el 1º de febrero del año en curso.
28. Luego de analizar la información presentada ésta Comisión Nacional efectuó con fecha 14 de abril de 2008 nuevas observaciones a las partes, las que fueron notificadas el día 15 de abril de 2008. En ese oportunidad se les hizo saber que el plazo continuaria suspendido hasta tanto den total respuesta a lo requerido.
29. El día 27 de mayo de 2008 ADVENT dio respuesta al nuevo pedido.
30. Con fecha 23 de junio de 2008 IMC contestó el requerimiento efectuado.
31. Luego de analizar la información presentada ésta Comisión Nacional efectuó con fecha 23 de julio de 2008 nuevas observaciones a las partes, las que fueron notificadas en la misma fecha. En ese oportunidad se les hizo saber que el plazo continuaria suspendido hasta tanto den total respuesta a lo requerido.
32. El día 25 de julio de 2008 ADVENT dio respuesta al nuevo pedido.
33. Con fecha 30 de julio de 2008 IMC contestó el requerimiento efectuado.
34. Tras analizar la información presentada ésta Comisión Nacional efectuó con fecha 31 de julio de 2008 nuevas observaciones a las partes, las que fueron notificadas el mismo 31 y el día 7 de agosto de 2008 a las partes de la operación. En ese oportunidad se les hizo saber que el plazo continuaria suspendido hasta tanto den total respuesta a lo requerido.
35. El día 12 de septiembre de 2008 ADVENT dio respuesta al requerimiento efectuado.
36. Con fecha 16 de septiembre de 2008 IMC contestó el pedido realizado.
37. En virtud de las presentaciones efectuadas por las partes y considerando ésta Comisión que la información que surgía de ellas resultaba incompleta, se efectuaron nuevas observaciones el día 6 de octubre de 2008, notificadas a las partes con fecha 8 del mismo

[Handwritten signatures and marks]



mes y año. Asimismo se hizo constar que el plazo contemplado en el Art. 13 de la Ley de Defensa de la Competencia continuaría suspendido.

38. Con fecha 17 de octubre de 2008 la empresa AIC, dio respuesta a las observaciones realizadas en fecha 6 de octubre de 2008.

39. El día 18 de octubre de 2008 se informó a las empresas notificantes que hasta tanto no den cumplimiento total a lo solicitado, ratificando IMC la presentación a despacho, el plazo establecido en el Art. 13 de la Ley N° 25156 continuará suspendido.

40. Con fecha 25 de noviembre de 2008 AIC ratificó la presentación efectuada. En consecuencia, debe tenerse por aprobado el Formulario F1 adjuntado, continuando a correr el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil siguiente al último enunciado.

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

IV.1. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN

41. Como fue explicado por medio de la operación de concentración económica notificada la firma ADVENT toma indirectamente el control de la firma SEPRIT.

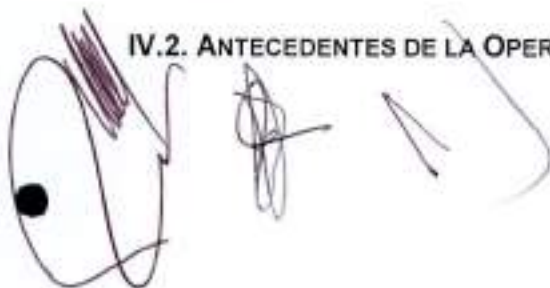
42. ADVENT es una empresa constituida conforme a las leyes de Delaware, Estados Unidos de América cuya actividad principal es ser un fondo de inversión que no participa de forma directa como accionista en las inversiones que realiza, sino a través de fondos de inversión que constituye al efecto.

43. En la República Argentina ADVENT controla a: (i) UNIVERSAL ASSISTANCE, empresa dedicada al servicio de asistencia mecánica; (ii) FARMACOLOGÍA ARGENTINA DE AVANZADA S.A., sociedad que tiene como actividad la producción y comercialización de drogas genéricas; (iii) OCA HOLDING (GIBRALTAR), sociedad holding que controla indirectamente a S.A. ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA; (iv) S.A.



- ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA operador postal privado de mayor envergadura de la República Argentina, que presta los siguientes servicios: 1) Servicio postal básico nacional al público, 2) Carta documento, 3) Servicio telegráfico nacional, 4) Servicio postal básico nacional a instituciones y empresas y distribución especializada de envíos simples, 5) Distribución domiciliaria de plásticos y otros productos de alta seguridad, 6) Carta Simple Internacional, 7) Servicio Postal Internacional Expreso (courier - EMS), 8) Clearing, 9) Servicio de transporte de pequeños paquetes y 10) Logística Liviana; (v) SKYCAB S.A. sociedad que actualmente no desarrolla actividades; (vi) PATRIA CARGAS AEREAS S.A. empresa que presta servicio de cargas aéreas y actualmente con escasa actividad; y (vii) SISTEMAS DE CORREOS ARGENTINOS S.A. (en adelante "SISCASA") (Antes ORGANIZACIÓN CLEARING ARGENTINO S.A.), sociedad que presta servicio de clearing bancario.
44. Por otra parte, la empresa OCA posee convenios de redespacho con operadores postales privados más pequeños que no poseen cobertura nacional, y OCA realiza la entrega (la parte final del servicio), por lo cual también participa en el mercado de servicios de redespacho.
-
45. Por su parte, SEPRIT presta servicios postales, tales como (i) el servicio postal básico, (ii) Transporte de documentación; (iii) Distribución de Correspondencia; (iv) Encomiendas; (v) Servicios especiales; (vi) Servicios internacionales.
46. En virtud de las actividades desarrolladas por el grupo de ADVENT y la empresa SEPRIT, la operación notificada puede caracterizarse como una concentración económica de tipo horizontal en los mercados de todos los servicios postales ofrecidos por SEPRIT. También se ha identificado una relación de naturaleza vertical entre los mercados de servicios postales al público y el mercado de servicio de redespacho.
- A
47. En apartados posteriores se analizarán cada uno de los mercados en particular, describiendo cada uno de los productos incluidos en los mismos.

IV.2. ANTECEDENTES DE LA OPERACIÓN





48. Mediante la Resolución 32/2004 se autorizó la operación de concentración económica por la cual ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, adquirieron la totalidad del capital social de OCA HOLDING (GIBRALTAR).
49. En aquella oportunidad las empresas involucradas resultaron ser S.A. ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA, SKYCAB S.A., PATRIA CARGAS AEREAS S.A., ORGANIZACIÓN CLEARING ARGENTINO S.A., MAILING & LOGISTICS HOLDINGS y FISACA CORPORATION por el lado del grupo OCA y UNIVERSAL ASSISTANCE y FARMACOLOGÍA ARGENTINA DE AVANZADA S.A. por el lado del grupo ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION.
50. En el momento de presentar el Formulario F1, las partes indicaron que habían acordado que las sociedades SEPRIT y ASTORIA quedarían excluidas de la operación. Sin embargo, el contrato de compraventa establecía que tan pronto como el proceso concursal de OCA lo permitiera, dichas sociedades serían transferidas a IMC, controlante de OCA HOLDING (GIBRALTAR).
51. ADVENT informó que luego de autorizada la concentración por resolución 32/2004, SEPRIT debió solicitar la apertura de Concurso de Acreedores. Adicionalmente ADVENT manifestó que dada la situación que atraviesa el sector, si la sociedad no es mantenida dentro del grupo OCA, existía una alta probabilidad de decretar su quiebra.
52. Por este motivo, IMC y ADVENT han suscripto una Adenda al contrato de Compraventa, con el objeto de aclarar que SEPRIT como su controlante ASTORIA quedarán controladas por la empresa MAILING & LOGISTICS HOLDINGS e indirectamente por OCA HOLDING (GIBRALTAR).
53. Es importante destacar, que a la fecha de la presente notificación, tanto la empresa ASTORIA como la empresa MAILING & LOGISTICS HOLDINGS se encuentran disueltas por lo que SEPRIT será adquirida por ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA S.R.L.



IV.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LAS EMPRESAS INVOLUCRADAS

54. Dentro de los servicios que ofrece SEPRIT se encuentran como se ha indicado: (i) Servicio postal básico, (ii) Transporte de documentación; (iii) Distribución de Correspondencia; (iv) Encomiendas; (v) Servicios especiales; (vi) Servicios internacionales.

55. El servicio postal básico se realiza bajo puerta o buzón en cualquier punto del país. Dentro de esta segmento se incluyen: Seprit Oblea Simple, Seprit Oblea certificada, Seprit Oblea preferencial, acuse de recibo Seprit, Acuse de recibo R.N.P.A, Seprit Flex y Seprit Pack

Tabla N° 1: Descripción de las características de los productos ofrecidos por SEPRIT dentro del segmento de Servicio Postal Básico.

Servicio	Entrega hasta Hs.	Días de Distribución	Tarifa Con I.V.A	Modalidad de entrega	Receptor
POSTAL OBLEAS SIMPLE BAJO PUERTA	120	L/MWJ/V/S	\$1,92	Bajo Puerta	Bajo Puerta
POSTAL OBLEA CERTIFICADA	72	L/MWJ/V/S	\$6,50	Bajo firma 2 visitas/aviso	Mayor de 18 años
POSTAL ACUSE RECIBO	Más de 72	L/MWJ/V/S	\$3,50	Bajo firma	Mayor de 18 años
POSTAL ACUSE RECIBO R.N.P.A	Más de 72	L/MWJ/V/S	\$3,50	Bajo firma	Mayor de 18 años
POSTAL OBLEA PREFERENCIAL	24	L/MWJ/V/S	\$11,00	Bajo firma 2 visitas/aviso	Mayor de 18 años

Fuente: CNDC en base a datos provistos por las Partes Notificantes en el presente expediente.

56. El servicio de Transporte de documentación comercial es un servicio puerta a puerta, con entrega en 24 hs., con horarios estrictos y frecuencia preestablecidas, conexiones por medios aéreos o terrestres según las necesidades, con sacos y bolsines contenedores sellados con precintos de seguridad inviolable. Los valores y condiciones del servicio son pactados con cada cliente en particular acorde a las características requeridas para su ejecución.

57. La Distribución de Correspondencia es un servicio adaptado a las necesidades de cada cliente, previendo el manejo de grandes volúmenes postales que reciben un proceso de

[Handwritten signatures and scribbles]



clasificación, control, seguimiento y rendición a solicitud del cliente. Este servicio por sus características requiere de un tratamiento exclusivo. Los valores y condiciones del servicio son pactados con cada cliente en particular acorde a las características requeridas para su ejecución.

58. El servicio de Encomiendas incluye el retiro a domicilio del remitente, el transporte y la entrega de pequeña paquetería.

59. Los Servicios especiales ofrecidos por SEPRIT, son servicios prestados a la medida de las necesidades del cliente. Entre ellos se encuentran: gestiones, verificaciones, cafetería, mailroom (Manejo de la correspondencia interna de una firma, que opta por la tercerización de esa actividad), finishing postal y lectura de medidores (Captura de la información de los medidores de servicios públicos).

60. Los servicios Internacionales ofrecidos por SEPRIT son: (i) SEPRIT Courier, que es un servicio que por su naturaleza es expreso, es decir que su característica principal es la rapidez de su entrega en el exterior. El servicio tiene seguimiento a través del número que identifica la guía de su tramitación; (ii) SEPRIT Simple Internacional; y (iii) SEPRIT Oblea Turística Internacional. Estos dos últimos servicios carecen de seguimiento, son envíos que se imponen adhiriéndole una estampilla/oblea del servicio, lo que habilita a su tramitación. Su imposición se da en el ámbito nacional y es entregado por el Prestador redespachante en el exterior y/o su representante en el exterior. Los plazos de entrega son más extensos que los establecidos para los servicios courier. El prestador que presta a SEPRIT el servicio de redespacho internacional, es la empresa AEROCARGAS.

61. Los servicios que ofrece la firma OCA, son los que se muestran en el siguiente cuadro:

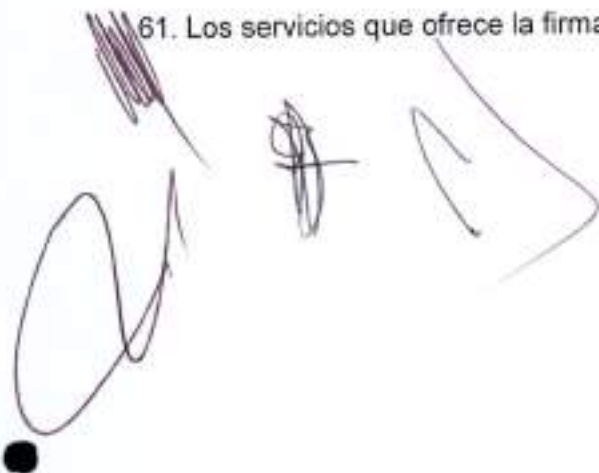




Tabla N° 2: Descripción de las características de los productos ofrecidos por OCA

Productos/Procesos	Descripción
Carta Simple	Servicio de entrega postal que se realiza bajo puerta o buzón en cualquier punto del país. La estampilla autoadhesiva habilita la imposición de sobres de hasta 100 gramos de peso.
Oca Postal 24 y 48 hs.	Servicios de distribución de correspondencia registrada que posee seguimiento electrónico y con respaldo satelital desde su imposición hasta la entrega en el domicilio del destinatario. Se puede optar entre un servicio de 24 o 48 horas de entrega.
Distribución Especializada de Correspondencia	Distribución domiciliaria de correspondencia que por sus características requiere de un tratamiento exclusivo.
Transporte de Documentación Comercial	Servicio de distribución que permite la interconexión entre distintos puntos del país dentro de las 24 horas. Con frecuencias y horarios de entrega y retiro preestablecidos con el cliente, en función de la cada necesidad.
Clearing Bancario	Servicio de distribución de alta criticidad por cuanto el cumplimiento de horarios y seguridad de traslado depende de la entrada en término de valores en las distintas cámaras compensadoras del país, así como el ingreso a cómputos de toda la documentación que debe ser procesada para disponer de la información necesaria para la apertura del día siguiente.
Carta confronte notarial (OCA)	Alternativa a la carta documento tradicional con participación de un escribano.
Oca Confronte Notarial Mediación	Idem especialmente dirigido a los procesos de mediación judicial
Mailing nominado e innominado	Correspondencia a clientes o potenciales clientes, usualmente con fines publicitarios.
Distribución de Plásticos	Entrega registrada de tarjetas de crédito (también se utiliza para entrega de DNI, pasaportes y similares)
Finishing postal	Impresión, doblado, compaginado, ensobrado, etiquetado y otros procesos de preparación de piezas postales, suele brindarse complementariamente a mailing y carta factura.
E-Carta	Producto que combina el correo electrónico y el correo físico. ²
Logística para e-commerce	Gestión para el desarrollo del proceso de transporte y distribución de productos adquiridos electrónicamente.
Mail Room	Manejo de la correspondencia interna de una firma, que opta

² El remitente escribe un mail, la firma lo imprime en el punto terminal de la red más cercano al destinatario y se entrega a domicilio.



	por la tercerización de esa actividad.
Toma de estado de Medidores	Captura de la información de los medidores de servicios públicos.

IV.4. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MERCADOS DE SERVICIOS POSTALES

La industria postal como una "industria de red": economías y externalidades

62. Los servicios postales constituyen una forma particular de transporte o de comunicación para el envío de bienes y/o información desde un punto geográfico hacia otro y consisten en la realización de entregas regulares³, programadas y concentradas geográficamente de correspondencia y paquetería en un área determinada (local, regional, nacional, internacional).
63. La mayor parte de las piezas postales son "destino específicas", en el sentido de que están dirigidas a un destino y destinatario específicos y no pueden ser sustituidas por entregas en otro destino. Por ello la prestación de servicios postales requiere el diseño y construcción una red postal integrada por un conjunto de bocas de admisión, sucursales, centros de clasificación, equipos para el tratamiento de los envíos postales, servicios de clasificación, transportadores internos, carteros y personal en general, servicio de transporte terrestre, marítimo, fluvial, férreo y aéreo, transmisión telemática de datos electrónicos y demás, cuya operación logística permite admitir, transportar, controlar, distribuir y entregar envíos postales por orden de los remitentes a determinados destinatarios.
64. La red postal puede ser local, regional, nacional o internacional, de acuerdo a la amplitud geográfica de su cobertura, la que a su vez dependerá del tipo de servicio que se quiera brindar y el tipo de demanda que se quiera atender. Por ejemplo, brindar el servicio de mailing a medianas empresas sólo requiere contar con una red de imposición y entrega local o metropolitana, mientras que brindar el servicio nacional expreso supone contar con una red nacional terrestre interconectada con el sistema de transporte aéreo. En términos

³ Debe interpretarse que las firmas manejan un flujo regular de piezas postales a través de sus redes y no que los envíos de los usuarios son necesariamente regulares.



técnicos, un operador postal puede prestar el servicio a través de una red postal propia, o a través de la obtención del acceso a la red postal de otro operador postal, operación que se conoce como "redespacho"

65. En consecuencia, la actividad postal presenta las características de lo que usualmente se denomina una "industria de red" (network industry), cuya singularidad está dada por la centralidad de las actividades de logística por las cuales se lleva a cabo el manejo coordinado de flujos físicos y/o de información en una determinada área geográfica y en tiempos preestablecidos.

66. En este tipo de industrias, la particularidad de los procesos operativos involucrados y de las necesidades atendidas de los usuarios suelen producir, por el lado de la producción, economías de escala asociadas a los volúmenes transportados y a la densidad geográfica de puntos terminales de la red y economías de alcance cuando existe la posibilidad de ofrecer distintos servicios a partir de la misma red y, por el lado de la demanda, lo que se denomina "externalidades de red" (network externalities) que aparecen en aquellos casos en los cuales los usuarios atribuyen en términos de utilidad un valor positivo a una mayor cobertura geográfica de la red. Un ejemplo típico que agrupa las precedentes características es la industria de las telecomunicaciones⁴.

67. Los servicios postales difieren de otros servicios de entrega de bienes físicos en que, debido a las características físicas de los bienes distribuidos (sobres y pequeña paquetería de peso y tamaño relativamente estandarizado) y a la diversidad de servicios postales que se pueden prestar simultáneamente en los puntos terminales de la red, los operadores postales pueden tomar ventaja de las mencionadas economías de escala y de alcance.

68. Las economías de escala están relacionadas con i) la capacidad de almacenamiento de las sacas y de transporte de los vehículos y carteros, ii) la densidad geográfica de los puntos

⁴ La normativa vigente en Argentina sólo permite la distribución nacional de piezas postales a través de una red postal propia o a través de convenios de redespacho con otros operadores postales notificados a la CNC (Resolución N° 006 CNCT/96). Tanto el Correo Oficial como OCA cuentan con sendas redes nacionales propias (aérea, terrestre y telemática).

A



- de entrega y iii) la sensibilidad al tiempo de los envíos, que determina la frecuencia con que debe llegarse a cada punto de entrega. Los dos primeros factores dependen del volumen del tráfico en una zona determinada, mientras que el tercero del estándar de plazos de entrega del servicio.
69. Las economías de alcance están relacionadas con el carácter multiproducto de la industria, que permite la utilización de la misma red logística para la prestación de un conjunto de servicios diferenciados.
70. Así, las mayores reducciones de costos se logran en la distribución final de correspondencia y paquetería bajo la modalidad estándar⁵ (no expreso) en zonas urbano comerciales donde los volúmenes distribuidos son grandes y los puntos de entrega, cercanos y donde, además, cada entrega puede concentrar un número relativamente alto de piezas postales, si las mismas pueden ser distribuidas en una ventana razonablemente amplia de tiempo.
71. La evidencia de economías de escala en la industria postal resulta de una serie de estudios económicos que fueron relevados por la OCDE en su documento titulado Promoting Competition in Postal Services (septiembre de 1999). El relevamiento encuentra que los estudios económicos convergen en cuanto a la evidencia empírica de economías de escala en la etapa final de la cadena de producción (distribución), mientras que en las etapas de recolección, transporte y clasificación tal evidencia no es concluyente⁶.

IV.5 EL MERCADOS DE SERVICIOS POSTALES EN ARGENTINA

72. El mercado de los servicios postales en Argentina se desarrolló por la desregulación del sector que se inició en el año 1979 con la Ley N° 22.005 llamada de "colaboración de terceros en la ejecución de servicios postales" por la cual se introduce la posibilidad de la delegación de los servicios postales, cuyo efecto fue la aparición de prestadores privados

⁵ En la Argentina la modalidad estándar corresponde a la distribución de envíos simples, cuya entrega se hace bajo puerta y en un plazo máximo de 5 días para el servicio al público, pero que puede ser algo menor para las empresas que lo contratan por licitación o concurso.



concurriendo conjuntamente con el Correo Oficial en la atención de la demanda de servicios postales, especialmente en el segmento corporativo.

73. A la incipiente apertura del servicio postal interno se suma a fines de la década del 80 la autorización a los "courriers" internacionales para prestar servicios postales internacionales.
74. La desregulación se completa en 1993 con el decreto 1187/93 de supresión del monopolio del sector postal y establece que el mercado postal local e internacional será abierto y competitivo.
75. En ese momento entraron en escena, los prestadores privados que realizan algunas actividades en concurrencia con el correo oficial. La reglamentación de tales actividades complementarias se encuentran en dos decretos: el de desmonopolización y el de instrumentación de la actividad.
76. El decreto 1187/93 desmonopolizó la actividad postal y estableció las condiciones mínimas de acceso al mercado postal para los prestadores privados que desearan participar de dicho mercado en condiciones de competencia, creándose para ello el Registro Nacional de Servicios Postales.
77. En especial el decreto 1187/93, define: (a) al "mercado postal" como aquellas actividades que se desarrollan para la admisión, clasificación, transporte y entrega de correspondencia, cartas, postales impresos, encomiendas de hasta cincuenta kilogramos que se realicen dentro de la República Argentina o hacia el exterior; incluyendo a los llamados "courriers"; (b) suprime el monopolio postal, disponiendo que el mercado postal local e internacional será abierto y competitivo; (c) Brinda libertad para ofertar servicios, fijar precios, seleccionar los medios para desarrollar la actividad y determinar el ámbito geográfico de cobertura; (d) crea el Registro Nacional de Servicios Postales, en el cual deberán inscribirse toda persona de existencia ideal que desee transportar y/o entregar correspondencia de terceros. Los requisitos para obtener y mantener la inscripción respectiva con fácilmente asequibles, consistiendo en términos generales en: (i) el pago de un canon anual de \$5.000, (ii) la

⁶ OECD, Committee on Competition Law and Policy, DAFFE/CLP (99)22, septiembre de 1999, página 42.



● acreditación de la inscripción en los organismos tributarios nacionales, provinciales y municipales, y (iii) la acreditación trimestral del cumplimiento de sus obligaciones impositivas, provisionales y sociales.

78. Adicionalmente, esta Comisión destaca que como resultado de haber iniciado su proceso de desregulación hace más de 20 años, hoy la Argentina cuenta con tres operadores postales privados que cuentan con una red postal nacional propia que, si bien no tiene la penetración geográfica de la del Correo Oficial, llega a todas las capitales de provincia y centros urbanos de considerable densidad poblacional, lo que pone a disposición de los usuarios una mayor cantidad de prestadores, siendo esta una situación singular respecto de la cual no existen antecedentes internacionales de relevancia.

79. La evolución reciente de la industria postal en nuestro país puede resumirse en tres puntos:
i) creciente participación de los prestadores privados, dentro de los cuales OCA es el más importante, ii) incremento del volumen de envíos y disminución de los precios y iii) innovación tanto en los procesos de producción como en el desarrollo de nuevos productos.

● 80. El siguiente gráfico muestra la significativa evolución del correo privado en los últimos 20 años en términos de facturación.

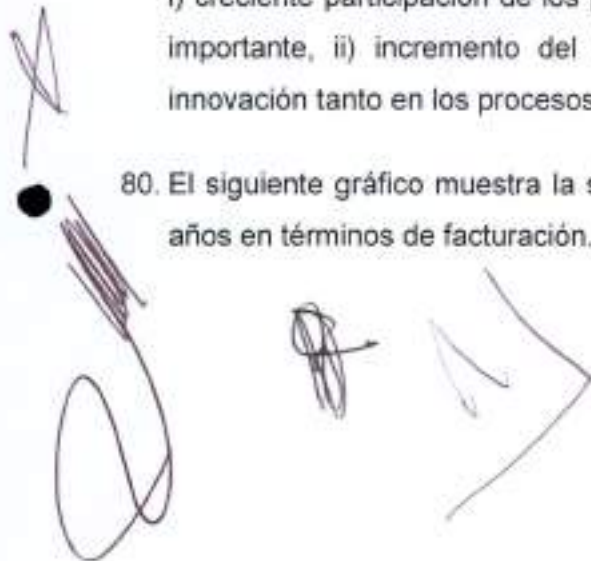
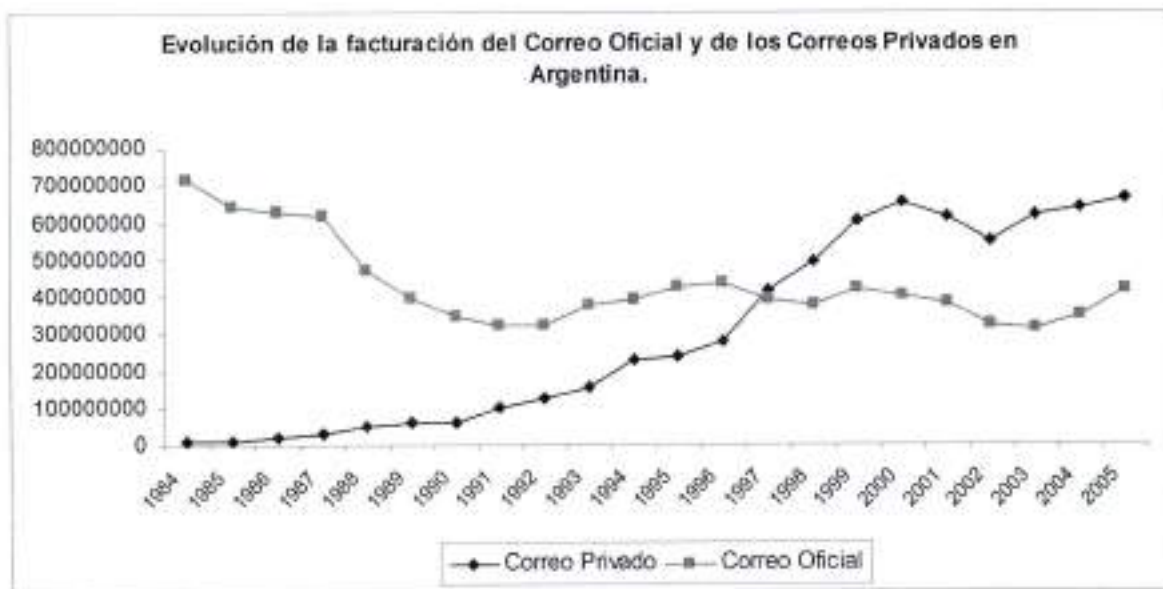




Gráfico N° 1: Evolución de la facturación del Correo Oficial y de los Correos Privados en Argentina.



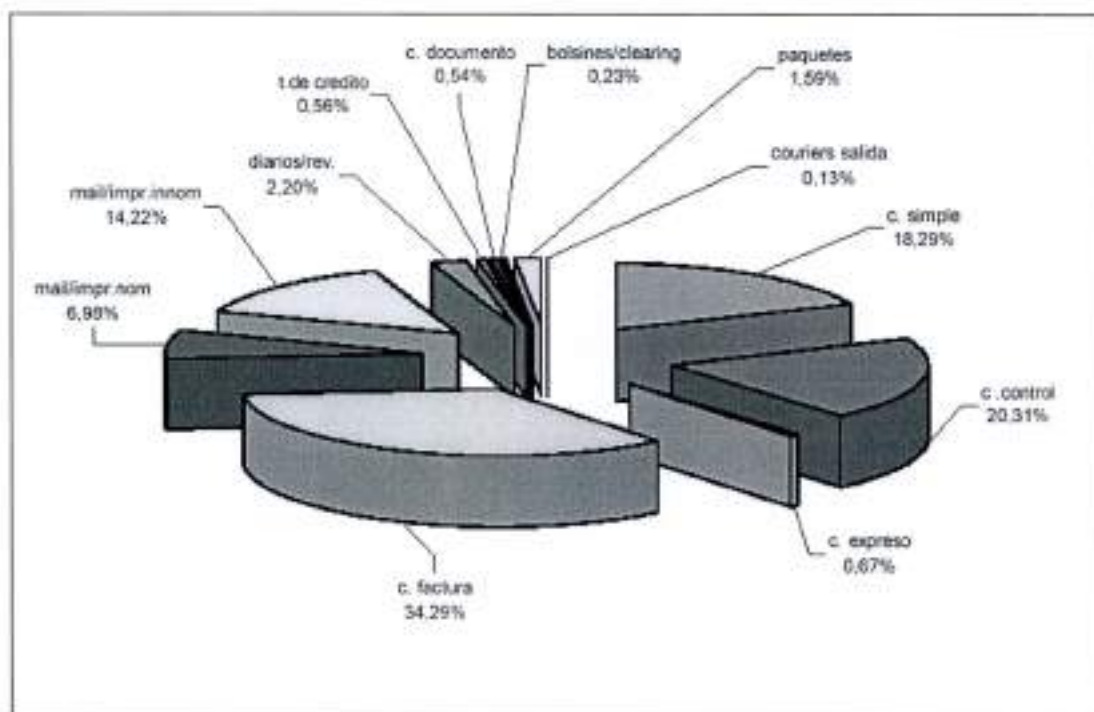
Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC

81. En particular, el mercado de correos comprende tres segmentos de servicios: (i) Servicios postales (Carta Simple, Carta Control, Carta Expreso, Carta Factura, Mailings e Impresos, Tarjeta de crédito, Carta Documento, Envíos Postales Preferenciales, Diarios y Revistas, Correo Electrónico, Bolsines Clearing, Paquetes y Couriers); (ii) Servicios telegráficos (Telegrama simple, Telegrama colacionado y Telegrama laboral) y (iii) Servicios monetarios (Giros postales, Giros telegráficos y Otros servicios monetarios).

82. En el segmento de los servicios postales la participación porcentual por servicio respecto del total de unidades se puede visualizar en el siguiente gráfico.



Gráfico N° 2: Participación porcentual por servicio respecto del total de unidades.



Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC, datos del 2005

83. Dentro de este conjunto de servicios, el Correo Oficial (antiguamente concesionado por el Correo Argentino S.A. y actualmente por medio del decreto N° 721/2004 esta a cargo de la sociedad Correo Oficial de la Republica Argentina S.A. (CORASA), cuyas acciones son propiedad del Estado Nacional) tiene prestaciones obligatorias, como son: (i) el Servicio Postal Básico Universal: comprende la carta simple de hasta 20 grs, el telegrama simple hasta 20 palabras y el giro postal de menos de \$1000. Estos servicios tienen precio regulado; (ii) Otros servicios obligatorios: comprenden el telegrama simple, la comunicación fehaciente (carta documento y telegrama colacionado), paquetes (encomiendas), servicios monetarios, sellos, servicios filatélicos (en exclusividad) y servicio electoral.

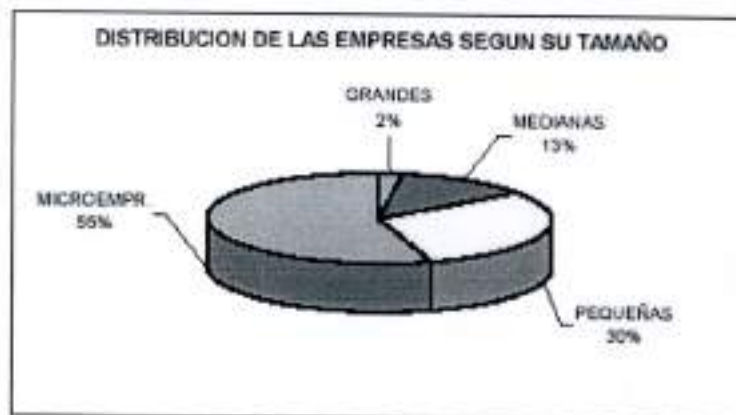
84. En términos de estructura de mercado, la actividad de correos presenta una segmentación del mercado en dos sectores de estructura y comportamientos diferentes: (i) Segmento de



grandes empresas donde desarrollan sus actividades el concesionario oficial y correos privados de gran tamaño (por ejemplo OCA, Andreani). Básicamente son empresas de correo que disponen de una red de alcance nacional e internacional; y (ii) Segmento de pequeñas empresas (aproximadamente unas 250 empresas registradas más un número no definido de empresas ilegales). Estas empresas actúan en algunas áreas geográficas (empresas regionales).

85. Según datos obtenidos en la CNC el mercado se distribuye de la siguiente manera

Grafico N° 3: Distribución de las empresas según su tamaño



Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC, datos del 2005

86. Mientras que las ventas se distribuyen de la siguiente manera



Gráfico N° 4: Distribución de la facturación según el tamaño de las empresas



Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC, datos del 2005

87. En cuanto a los participantes del mercado postal, el mismo contiene a los siguientes integrantes: (a) Correo oficial; (b) Prestadores inscriptos, donde se incluye a la empresa OCA (Organización Coordinadora Argentina), la más grande en términos de facturación, seguida de Correo Andreani y luego SEPRIT; (c) Otros competidores no inscriptos, tales como: (i) compañías de ómnibus que operan en el segmento de paquetería, (ii) compañías de finishing postal que operan en el segmento de mailing y carta factura, (iii) empresas de transporte y logística liviana; (iv) Autoprestación, el cual corresponde a la posibilidad, por parte de empresas y organismos del Estado de desarrollar por su cuenta los servicios postales (Posibilidad autorizada por el marco regulatorio de la actividad postal en el Art. 5 del Dec. 1187/93); y (v) Prestadores informales, los mismos corresponden a empresas no inscriptas que operan en el mercado como una actividad ilegal.

88. Por otro lado, los datos de facturación para el mercado postal en valor y en unidades vendidas pueden observarse en los siguientes cuadros:

[Handwritten scribbles and marks]



Tabla N° 3: Facturación del mercado de servicios postales. Año 2005, 2006, 2007. En valores (\$).

Período	C. Oficial	%	C. Privados	%	Total Ventas
2005	498.825.000,00	36%	878.291.237,00	64%	1.377.116.237,00
2006	611.669.000,00	35%	1.127.509.756,00	65%	1.739.178.756,00
2007	818.676.000,00	37%	1.409.617.940,00	63%	2.228.293.940,00

Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC.

Tabla N° 4 : Facturación del mercado de servicios postales. Año 2005, 2006, 2007. En unidades.

Período	C. Oficial	%	C. Privados	%	Total Ventas
2005	557.858.000,00	40%	821.016.919,00	60%	1.378.874.919,00
2006	497.899.000,00	40%	732.770.653,00	60%	1.230.669.653,00
2007	414.689.000,00	38%	664.060.838,00	62%	1.078.749.838,00

Fuente: CNDC en base a datos obtenidos de la CNC.

89. Como puede observarse en los cuadros precedentes, el total de ventas, en unidades y en valores, de los servicios postales brindados por Correos Privados representan para el año 2006 una participación entre el 60% y 65% respectivamente, mientras que el resto corresponde a la participación en las ventas totales de servicios postales ofrecidos por el Correo Oficial.

IV.6. DEFINICIÓN DE LOS MERCADOS RELEVANTES

IV.6.1. Mercados Relevantes del Producto

90. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas, aprobados por la Resolución 164/2001 de la ex Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una



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



● concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación, tanto en la dimensión de producto como en la dimensión geográfica, en cuyo interior se deberá evaluar los efectos competitivos que la misma genera.

91. El marco conceptual de referencia para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Non transitory Increase in Price"). Respecto a la dimensión de producto, el mercado relevante se definirá el menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios "pequeño, aunque significativo y no transitorio".

92. De acuerdo a lo informado por LAS PARTES y a la clasificación que realiza la CNC, los servicios postales pueden ser agrupados en las siguientes categorías:

X
[scribbles]
[scribbles]



Equivalencias en la clasificación de la CNC y los productos involucrados

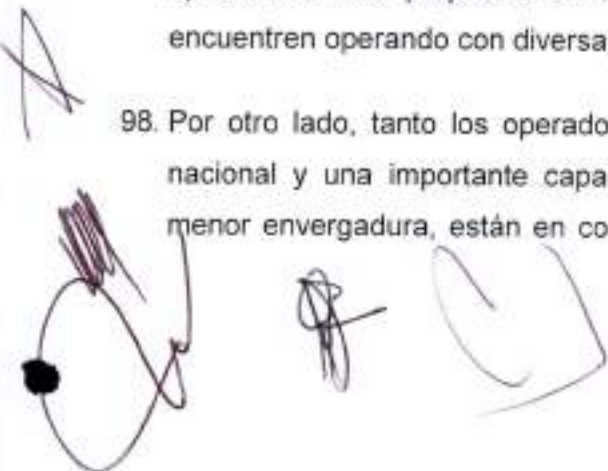
CNC	OCA/SEPRIT (*)
CARTA CONFRONTE	CONFRONTE CONFRONTE NOTARIAL
CARTA DOCUMENTO	CARTA DOCUMENTO
CARTAS CONTROL C/AVISO DE RETORNO	SOBRES CON ACUSE COMUNICACIONES C/ACUSE INTIMACIONES POSTAL ACUSE
CARTAS CONTROL C/FIRMA EN PLANILLA	DOC. COMERCIALES Distribución Especializada con FIRMA CLAVES PIN POSTAL 48
CARTAS EXPRESO	POSTAL 24
CARTAS FACTURA	RESUMENES DE CUENTA FACTURAS VARIAS SOBRES VARIOS IMPUESTOS Y SERVICIOS ABL
CARTAS SIMPLE	EXTRACTOS DE CUENTA SOBRES SIN RANGO Respuesta postal paga SIMPLE E- CARTA FILATELIA COMUNICACIONES S/ACUSE
DIARIOS, REVISTAS Y PERIÓDICOS	REVISTAS
GESTIONES VARIAS	GESTIONES VERIFICACIONES
INTERNACIONAL	INTERNACIONAL
MAILINGS E IMPRESOS NOMINADOS	MAILING
OTROS SERVICIOS TELEGRAFICOS	KIT E-TELEGRAMAS
PAQUETERIA	PAQUETERIA
TARJETAS DE CREDITO	TARJETAS DE CREDITO CHEQUERAS PASAPORTES Y CEDULAS TARJETAS DE DEBITO
TELEGRAMAS	TELEGRAMAS
TDC / CLEARING / MAILROOM	TDC MAIL ROOM CLEARING

(*) Según corresponda a los servicios que cada una presta

Handwritten signatures and scribbles at the bottom left of the page.



93. Desde el punto de vista de la demanda, cada servicio dentro del listado previo tiene características tales que lo vuelven difícil de sustituir por los otras categorías. Así por ejemplo, el cliente que valora la seguridad y rapidez de una carta con acuse, no enviaría su correspondencia como carta simple, aun cuando el costo de esta última pueda ser una fracción del de la primera, por el contrario quien no valora los atributos antes mencionados, no va a estar dispuesto a pagar el costo de una carta con acuse.
94. Lo mismo ocurre con la mayoría de los productos, los cuales están diseñados para necesidades específicas de determinados usuarios.
95. Desde el punto de vista de la oferta en cambio, puede afirmarse que aquellos prestadores que cuentan determinadas facilidades tales como una red postal para la de recolección, clasificación, transporte y distribución domiciliaria de correspondencia, se encuentran en condiciones de proveer todo el menú de servicios postales diferenciados por precio, peso, rapidez, confiabilidad de la entrega y otros atributos particulares. Este es el caso de los grandes prestadores.
96. Sin embargo no todos los operadores postales se encuentran totalmente integrados y diversificados, de hecho, se observa un cierto grado de especialización en esta industria. Algunos operadores tales como las empresas de ómnibus y camiones solo están en condiciones competitivas de dedicarse a encomiendas, otros operadores pueden ser muy competitivos en la recolección o distribución de grandes volúmenes de correspondencia en áreas densamente pobladas, pero dependen del servicio de redespacho para tener una cobertura de nivel nacional.
97. De este modo se verifica en esta industria un cierto grado de especialización de los operadores mas pequeños en distintos segmentos, aunque los grandes operadores se encuentren operando con diversa participación en todos ellos.
98. Por otro lado, tanto los operadores postales que cuentan con una cobertura geográfica nacional y una importante capacidad de distribución como los operadores postales de menor envergadura, están en condiciones de prestar de modo verticalmente integrado la





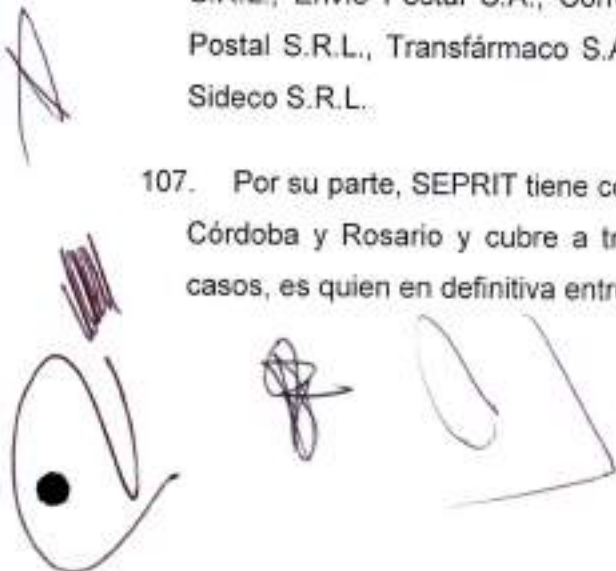
- mayor parte de los servicios que requieren las instituciones y empresas, desde los servicios postales generales (carta simple, certificada y expreso) hasta los servicios de mailing y carta factura.
99. En tanto, dado que una parte importante de las necesidades de comunicación postal de las instituciones o empresas no conllevan necesariamente el requerimiento de una cobertura geográfica nacional y una capacidad de originación o distribución masiva, estos servicios a la medida del cliente pueden en muchos casos también ser provistos por operadores postales de menor envergadura en términos de capacidad y cobertura geográfica, lo que determina que la dinámica competitiva en la prestación de servicios postales a instituciones y empresas sea diferente de la relativa a la prestación de tales servicios al público.
100. Por todo lo expuesto, esta comisión considera que desde el lado de la oferta el mercado de servicios postales no constituye un solo mercado relevante. Por el contrario esta Comisión identifica como mercados relevantes a cuatro segmentos: i) Los servicios postales generales, que incluyen carta simple, carta control, carta expreso, carta documento, etc. ii) La distribución de correspondencia, orientada a las empresas que incluye la carta factura, diarios revistas y periódicos, tarjetas de crédito, mailings e impresos nominados, iii) Paquetería, y iv) Servicios Internacionales.

IV.6.2. Mercado de Redespacho

101. Un mercado relevante en donde es necesario destacar algunas particularidades es el mercado de servicios de redespacho. El mismo se caracteriza por ser un mercado aguas arriba, el cual consiste en general, en convenios entre prestadores de servicios postales que poseen mayor cobertura geográfica en la distribución y prestadores postales más pequeños que carecen de la misma en algunas zonas geográficas.
102. Los Convenios de redespacho se celebran cuando un Prestador de Servicios Postales (cualquier correo privado) lo denominaremos "A", requiere de otro Prestador de Servicios Postales (en el caso OCA), lo denominaremos "B", la distribución y entrega en destino de los envíos que al efecto le entregue "A" y que le fueran impuestos a "A" por sus clientes. La

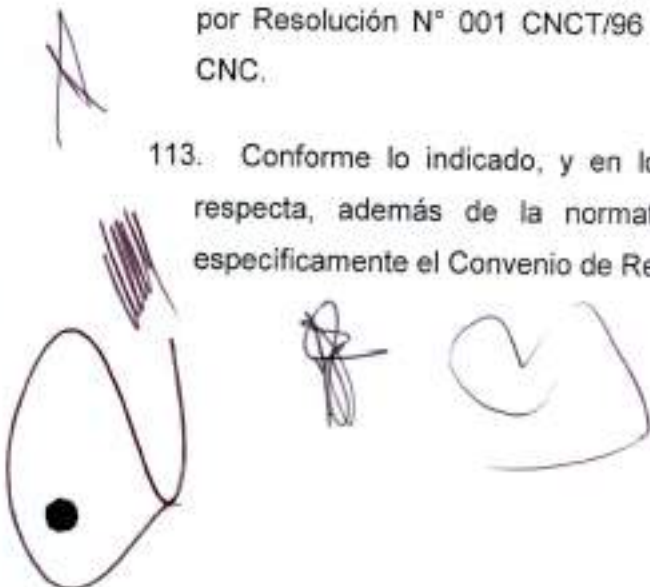


- prestación de "B" que realiza para "A", tiene como finalidad la ampliación de la cobertura prestacional de "A" dentro del ámbito que "A" ha decidido cubrir mediante dicha modalidad. En este sentido, el prestador postal "A" debe comunicar al Organismo de Control, la Comisión Nacional de Comunicaciones ("CNC"), que el servicio que va a prestar, en determinadas zonas geográficas lo hará mediante la utilización del convenio de redespacho con "B" quien tiene cobertura prestacional para hacerlo, declarada ante la CNC.
103. Los únicos prestadores postales privados que al momento de la presente operación cuentan con una cobertura nacional íntegramente propia y prestan servicio al público son OCA y Andreani.
104. La cuarta empresa del sector, SEPRIT, solo atiende el segmento corporativo y su red postal propia cubre todo el país, a excepción de la región patagónica donde llega mediante acuerdos de redespacho.
105. El convenio de redespacho que poseen OCA y SEPRIT consiste en que los clientes contratan a SEPRIT para los servicios postales, sin embargo la entrega (la parte final del servicio) es realizada por OCA. En consecuencia, SEPRIT llega a tener cobertura nacional parte por medios propios y parte por el convenio de redespacho con OCA.
106. Adicionalmente, OCA posee convenios de redespacho también con otros prestadores de servicio postal, a saber; Nexo Servicios Postales SRL, MD Consultores S.A., Esetece S.A., Ema Servicios S.A., Organización Courier Argentina S.A., Blue Mail S.A., Servicio Puerta a Puerta S.A., Transportes Servemar S.A., Organización de Transportes Integrados S.R.L., Envío Postal S.A., Correo Sur S.R.L., Compañía Logística Postal S.A., Planteta Postal S.R.L., Transfármaco S.A., Unir S.A., Send S.R.L., Trans Ban S.A. y Transportes Sideco S.R.L.
107. Por su parte, SEPRIT tiene cobertura con medios propios en la Ciudad de Buenos Aires, Córdoba y Rosario y cubre a través de OCA los otros destinos. OCA, en estos últimos casos, es quien en definitiva entrega el envío.





108. Es importante destacar que los convenios de redespacho están regulados y controlados por la CNC.
109. En este sentido, según informaron las Partes, con el dictado del Decreto N.º 1187/93 se creó un mercado postal abierto y competitivo. Luego, la Comisión Nacional de Correos y Telégrafos (en adelante, la "CNCT"), de la Comisión Nacional de Comunicaciones (en adelante, la "CNC"), con la Resolución CNCT N.º 6/96, dio un marco a ciertas modalidades de prestación conjunta de servicios postales que implicaban un reenvío de la correspondencia a través de otro prestador.
110. Esto se debió a que los prestadores convenían con otros prestadores la entrega de los envíos que les eran impuestos. Como consecuencia de esta modalidad y a efectos de que los usuarios del mercado postal, los operadores y la Comisión Nacional de Telecomunicaciones tuvieran conocimiento de estos acuerdos resultaba procedente que los prestadores informaran ante la CNC los convenios suscriptos.
111. Por consiguiente, a los fines de contribuir al mejoramiento de la calidad del sistema postal en su conjunto, se hizo necesario coordinar un sistema que sustentara adecuadamente la participación activa de todos los actores del mercado postal.
112. En este sentido, el artículo 2 de la mencionada resolución estipula que sólo podrá efectuarse el reenvío (redespacho) cuando exista un acuerdo previo a tal efecto entre dos prestadores de servicios postales. Adicionalmente, conforme surge del artículo 3 de la misma resolución deberá informarse a la CNC mediante el formulario CNCT 006 aprobado por Resolución N.º 001 CNCT/96 de los convenios suscriptos para su aprobación por la CNC.
113. Conforme lo indicado, y en lo que a la situación de los convenios de redespacho respecta, además de la normativa general de la que si bien no resulta definido específicamente el Convenio de Redespacho, marca el camino del ámbito de su aplicación.





114. Sin perjuicio de ello, es la propia Comisión Nacional de Comunicaciones quien en ejercicio del Poder de Policía Postal que detenta, quien controla la correcta aplicación del instituto por parte de los Prestadores Postales.
115. En este sentido, los convenios de redespacho postal son acuerdos de tipo operativo comercial entre dos prestadores de Servicios Postales tendientes a garantizar la entrega de un envío impuesto ante un Prestador Postal que carece de estructura operativa en el lugar de destino del envío.
116. De acuerdo a ello, el envío impuesto ante un Prestador Postal, será entregado en destino, por otro Prestador Postal, que tendrá como característica principal, tener cobertura prestacional en dicho lugar de destino.
117. De esta manera los Prestadores Postales que carecen de estructura en distintas regiones, provincias, localidades pueden acordar con otros Prestadores Postales que si tienen cobertura prestacional en tales lugares, la entrega de los envíos que sus clientes les imponen para su tramitación, de tal forma el convenio de redespacho postal tiene por fin completar la prestación postal brindando la posibilidad que un envío sea tratado por dos Prestadores, uno en origen y otro en destino.
118. Tales convenios resultan operativos en tanto y en cuanto son denunciados previamente ante el Organismo de Control Postal. No está demás destacar que la actividad realizada por el Prestador Postal en destino es complementaria y que no interviene en la relación Cliente Prestador, que mantiene en el Caso el Prestador que ha admitido el servicio para su prestación en origen.
119. En síntesis, los convenios de redespacho son acuerdos entre prestadores de servicios postales que son autorizados por la Comisión Nacional de Comunicaciones.

IV.6.3. Mercado geográfico relevante



- 120. El área geográfica relevante para la evaluación de los efectos de la presente operación sobre los mercados relevantes precedentemente definidos tiene alcance nacional, sin embargo, es importante realizar algunas consideraciones particulares.
- 121. Desde el lado de la demanda, los servicios postales pueden ser considerados de carácter local, esto se debe a que el cliente contrata el servicio en un área cercana a donde se encuentra físicamente.
- 122. Desde el lado de la oferta sin embargo, por una parte debe considerarse que los principales operadores tienen cobertura nacional y por otra parte que aquellos operadores que tienen presencia solo en determinadas localidades tienen la posibilidad de firmar convenios de redespacho para el finishing postal.
- 123. En virtud de lo antes expuesto, esta CNDC considerará al mercado geográfico de cada uno de los mercados definidos de carácter nacional.

IV.7 EFECTOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS

- 124. Habiendo definido los mercados relevantes, corresponde en esta sección analizar su estructura, las participaciones tanto del grupo adquirente como de la empresa adquirida y la concentración resultante.
- 125. Es importante destacar que LAS PARTES dicen carecer de información sobre las ventas y participaciones de los competidores. Por esta razón se optó por tomar como base la información en volumen que publica la CNC. La misma se encuentra agregada para todo el mercado por lo que no es posible el cálculo de HHI y una análisis exhaustivo de la fortaleza de los demás competidores.

- 126. A título informativo, en el Cuadro N° 5 se muestra la facturación de las empresas involucradas para el año 2007.



Cuadro N° 5: Facturación de las Empresas Involucradas

Año 2007 (Pesos)

MERCADO	OCA	SEPRIT	TOTAL
Servicios Postales	127.973.015	13.003.326	140.976.341
Distribución de Correspondencia	264.094.389	10.053.391	274.147.780
Encomiendas	88.133.191	6.084.585	94.217.776
Servicios Internacionales	2.317.512	180.863	2.478.375
TOTAL	482.518.106	29.302.165	511.820.271

Fuente: CNDC en base a datos provistos en el presente expediente

127. En cuanto a las participaciones de mercado de las empresas notificantes medidas en volumen, las mismas pueden observarse en el cuadro siguiente.

Cuadro N° 8: Participaciones de mercado en volumen.

Año 2007 (en piezas)

MERCADO	OCA	SEPRIT	OCA+SEPRIT	Competidores	MERCADO	Part.
Servicios Postales	61.910.337	13.297.696	75.208.033	344.644.690	419.852.723	18%
Distribución de Correspondencia	165.660.948	5.996.271	171.657.219	604.928.261	776.585.480	22%
Servicio de Encomiendas	5.501.379	340.583	5.841.962	17.446.885	23.288.847	25%
Servicios Internacionales	37.258	-	37.258	1.135.239	1.172.497	3%
TOTAL	233.109.922	19.634.550	252.744.472	968.155.075	1.220.899.547	21%

Fuente: CNC

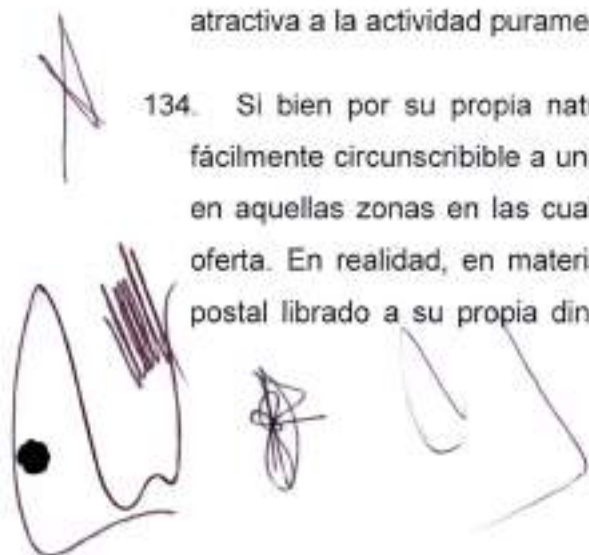
128. Como se observa en el cuadro precedente, aún cuando OCA es el segundo operador de servicios postales del país, sus participaciones de mercado previas a la operación eran relativamente bajas y la adquisición de SEPRIT no incrementa las mismas en una cuantía suficiente como para despertar una preocupación desde el punto de vista de la competencia.

129. En lo que respecta a los competidores, como se indicó precedentemente, no se dispone de información detallada sobre la participación de los mismos, sin embargo es importante destacar la presencia de al menos dos operadores con cobertura nacional, El Correo

[Handwritten signatures and scribbles]



- Argentino y Andreani y, como se ilustra las secciones precedentes, de un numeroso grupo de pequeños y medianos competidores especializados en ciertos servicios y en determinadas zonas del mercado geográfico.
130. Por otra parte, esta Comisión considera que la existencia del operador público postal EL CORREO ARGENTINO, podría tener un efecto disciplinador de una potencial conducta abusiva del poder de mercado por parte del grupo resultante de la presente operación.
131. En efecto, la CNC, en su informe solicitado mediante el Art. 16 de la Ley 25.156, advierte claramente que la presencia del operador público, obligado a prestar el servicio postal universal (esto es, asegurar el acceso en todo el país a servicios postales básicos, aún donde ello no es rentable), es particularmente distorsiva de una conceptualización del mercado postal como un mercado clásico, con una situación de básica y teórica igualdad de todos los actores.
132. Esta naturaleza especial del mercado parece responder a su propia naturaleza, a poco que se advierta y repase el diseño de esta actividad en otros países. Si bien aún lo corriente en la actualidad es la existencia de un monopolio estatal, al menos en los servicios básicos internos, la tendencia internacional es proclive a la separación entre las funciones de regulación y control, por un lado, y prestación de los servicios por el otro.
133. Sin embargo, se nota aún en aquellos países donde la reforma está más adelantada, una clara preeminencia del operador público en el mercado, delineándose una activa competencia más bien en segmentos de actividad, en tipo de servicio y, lo que es más claro, en determinados ámbitos donde la concentración demográfica y económica hacen atractiva a la actividad puramente privada.
134. Si bien por su propia naturaleza, el servicio postal, especialmente el masivo, no es fácilmente circunscribible a una zona determinada, no existe peligro para los consumidores en aquellas zonas en las cuales, por hipótesis, no tendrían un sustituto por el lado de la oferta. En realidad, en materia postal se prevé la situación contraria: dejado el mercado postal librado a su propia dinámica, sólo habría una oferta adecuada en aquellas zonas





- rentables por su actividad económica y concentración demográfica. Esta situación sería particularmente crítica en nuestro país, muy desigual en estos aspectos.
135. Si no existiese el servicio postal básico universal ni las normas establecidas en su consecuencia, las fuerzas del mercado llevarían necesariamente a obtener una oferta de servicios postales sólo en las zonas más densamente pobladas, hacia esas mismas zonas u otras también pobladas, quedando, sin duda, una sustancial parte del país sin un servicio postal mínimo adecuado. Esto es lo que da razón a la existencia de servicios "obligatorios" para el operador público.
136. Estas consideraciones son las que se estiman esenciales para apreciar lo que debería entenderse como "mercado postal".
137. La dinámica propia de estos servicios en competencia permite vislumbrar a futuro una competencia basada en la especialización de los operadores privados de servicios, que tomarán franjas de servicios y zonas donde su natural menor estructura y mayor flexibilidad les permita competir con ventaja.
138. Un tercer factor a considerar es la existencia de un mercado de redespacho y de un servicios postal básico, ambos regulados por el estado. Ambos tienen una gran importancia para el análisis de los efectos de la presente operación. El hecho de que exista el primero afecta reduciendo las barreras a la entrada de un nuevo operador al mercado, evitándole tener que entrar con una cobertura e integración total y le permite especializarse en ciertos segmentos. Por otra parte, el hecho de que exista un servicio postal básico garantiza la prestación de ciertos servicios a precios regulados, en regiones del mercado donde por la densidad demográfica existe menos presencia de la competencia.
139. Finalmente, también vale la pena mencionar como el avance tecnológico puede incidir en las posibilidades de abuso de poder de mercado en los mercados afectados por esta operación. En efecto la expansión de internet ha permitido la aparición de sustitutos mucho más económicos, no solo para la carta sino también para la distribución de facturas y resúmenes de cuenta y las publicaciones de distinta índole.



140. Por todo lo expuesto, luego de analizada la operación, no se encontraron elementos que indiquen que la misma permita disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

V. MULTA POR NOTIFICACION TARDIA

141. La presente concentración fue notificada tanto por parte de ADVENT como por parte de IMC después de vencido el plazo que contempla el artículo 8º de la Ley Nº 25.156 para efectuar las notificaciones, hecho que amerita la aplicación por parte de esta Comisión Nacional de la multa que estipula el artículo 46, inciso. d), de aplicación en virtud de lo establecido por el artículo 9º de la misma Ley.
142. Conforme fuera descripto *ut supra* el cambio de control de hecho de las empresas ASTORIA y SEPRIT por parte IMC a favor de ADVENT operó, según fuera denunciado por las propias notificantes, con fecha 4 de agosto de 2005, a raíz de la firma de la modificación del contrato celebrado con fecha 30 de enero de 2004 entre IMC, por el lado vendedor, y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, por el lado comprador.
143. Ahora bien, según constancias obrantes en el Expediente Nº S01:0016706/2004 (Conc. 442), caratulado "ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION E INTERNATIONAL MAIL CORPORATION s/ NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0442)", el día 1º de septiembre de 2005 se presentaron los apoderados de ADVENT y de IMC a fin de informar la modificación en el contrato celebrado que diera origen al objeto de análisis de esta operación. En dicha oportunidad reiteraron que "Es de destacar que desde la transferencia de control de OCA Holding (Gibraltar) a Advent tanto SEPRIT como ASTORIA se mantuvieron bajo el control [de derecho] indirecto de Advent, dado que nunca se concretó la cesión de esas sociedades a IMC" e indicaron que a su entender consideraban "...necesario informar a la Comisión que finalmente dichas sociedades quedarán bajo el control indirecto [de hecho y de derecho] de Oca Holding (Gibraltar), solicitando a la Comisión se lo tenga presente a sus efectos". Junto con la presentación acompañaron copia del acuerdo celebrado con fecha 4 de agosto de 2005.



144. En el marco de dichos actuados esta Comisión Nacional requirió en diversas oportunidades información a las consultantes; la que fue debidamente contestada en forma oportuna por las mismas hasta el dictado de la Resolución CNDC N° 50 de fecha 25 de julio de 2007, notificada a IMC con fecha 6 de agosto de 2007 y a ADVENT con fecha 3 del mismo mes y año.
145. Se puede advertir que si bien las partes no encuadraron específicamente la consulta en los términos del pedido de opinión consultiva previsto en el Artículo 8° del Decreto N° 89/2001 y de la Resolución SCT N° 26/2006, lo cierto es que en virtud de los principios generales del derecho penal de defensa en juicio e *in dubio pro reo*, debe entenderse que la presentación de fecha 1° de septiembre de 2005 operó como el requerimiento por parte de IMC y ADVENT de que esta Comisión Nacional se expidiera sobre la obligación de notificar una nueva operación de concentración económica. De lo dicho se desprende que es aplicable al período transcurrido entre el 1° de septiembre de 2005 y el 6 de agosto de 2007 – para el caso de IMC – o entre el 1° de septiembre de 2005 y el 3 de agosto de 2007 – para el caso de ADVENT - la suspensión del plazo prevista en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, a efectos de notificar la operación de concentración económica que –en definitiva– estaba siendo objeto de consulta y que resulta objeto de los presentes actuados.
146. Por otro lado, se observa que el plazo de una semana previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156 para notificar la operación de concentración económica por la que ADVENT adquirió en forma indirecta el control de hecho de ASTORIA y SEPRIT comenzó a correr a partir del día posterior al 4 de agosto de 2005. Ello así, siempre que conforme surge del Artículo 8° del Decreto N° 89/2001 el plazo de una semana para la notificación prevista debe contarse, en estos a casos, a partir del día en que quedare perfeccionada la adquisición de derechos de acuerdo con el convenio o contrato de adquisición. A su vez, como se dijo previamente, dicho plazo quedó suspendido con fecha 1° de septiembre de 2005 y se reanudó para ADVENT el día 3 de agosto de 2007 y para IMC a partir del día 6 de agosto de 2007. La notificación de la operación se produjo por parte del ADVENT el día 7 agosto de 2007 y por parte de IMC el día 9 de agosto de 2007.



147. De todo lo expuesto surge que existe una notificación en forma tardía de la operación sujeta a análisis que por parte de ADVENT que asciende a la cantidad de QUINCE (15) días hábiles que transcurrieron entre el 12 y el 1° de septiembre de 2005 y entre el 3 y el 7 de agosto de 2007. Por su parte, IMC notificó DIECISÉIS (16) días tarde la operación a estudio, suma que se obtiene de adicionar los días hábiles transcurridos entre el 12 y el 1° de septiembre de 2005, mas los que corrieron entre el 7 y el 9 de agosto de 2007.
148. Dicho esto, cabe recordar que expresa el mencionado artículo 46 inc. d) de la Ley N° 25.156 que la multa puede ser fijada hasta el monto de UN MILLON DE PESOS (\$1.000.000.000.-) diarios. Y, por otra parte, dice el artículo 49 de la misma, que en la imposición de multas la Comisión deberá considerar la gravedad de la infracción, el daño causado, los indicios de intencionalidad, la participación del infractor en el mercado, el tamaño del mercado afectado, la duración de la práctica o concentración y la reincidencia o antecedentes del responsable, así como también su capacidad económica.
149. Teniendo en cuenta que actúan como atenuantes en el caso concreto: (1) la confusión por parte de las empresas notificantes en cuanto a su obligación de notificar la operación traída a análisis; (2) la circunstancia que la empresa adquirente del control de hecho, ya gozaba del control de derecho de la empresa en cuestión; (3) la comunicación efectuada con fecha 1° de septiembre de 2005 de la modificación al contrato que había sido objeto de análisis en la operación aprobada mediante Resolución SCT N° 32, de fecha 23 de marzo de 2004; y (4) el hecho de que la operación en cuestión no presenta riesgos desde el punto de vista de la competencia para la República Argentina. Que, a su vez, actúan como agravantes: (1) el hecho de que las partes no solicitaron conforme corresponde por los procedimientos aplicables un formal pedido de opinión consultiva ante el nuevo hecho acaecido luego de la primer aprobación; y (2) que el Grupo ADVENT no es la primera vez que se ha presentado ante este Organismo a raíz de la obligación de notificación que surge del artículo 8° de la Ley N° 25.156, fijese la suma de \$ 6.500 (PESOS SEIS MIL QUINIENTOS) diarios en concepto de multa por notificación tardía a la empresa ADVENT, lo que hace un total de \$ 97.500 (PESOS NOVENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS) y fijese en la suma de \$ 6.500 (SEIS MIL QUINIENTOS) diarios en concepto de multa por



notificación tardía a la empresa IMC, lo que hace un total de \$ 104.000 (PESOS CIENTO CUATRO MIL). A tal efecto se recomendará al Sr. Secretario establecer el plazo de DIEZ (10) días hábiles para que se haga efectiva la sanción desde la notificación de la respectiva resolución, bajo apercibimiento de aplicar por cada día de mora, los intereses a tasa activa del Banco de la Nación Argentina hasta su efectiva cancelación.

VI. CONCLUSIONES

150. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION 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 ya que no tiene por objeto o efecto restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

151. Por ello, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PÚBLICAS:

A) Autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición del control por parte de ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II de las sociedades SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. y ASTORIA UNIVERSAL INC., que anteriormente estaban en poder de INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, todo ello de conformidad a lo previsto en el artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

B) Imponer a ADVENT INTERNATIONAL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante indirecto de ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP y ADVENT POSTAL (CAYMAN) LP II, una multa de \$ 97.500 (PESOS NOVENTA Y SIETE MIL QUINIENTOS, en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica estudiada en el presente Expediente, ello de conformidad a lo previsto en los artículos 8 y 46, inciso d) de la Ley N° 25.156.



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



- C) Imponer a INTERNATIONAL MAIL CORPORATION, en su carácter de notificante y controlante indirecto de SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A.⁷ y ASTORIA UNIVERSAL INC.⁸, una multa de \$ 104.000 (PESOS CIENTO CUATRO MIL), en virtud de la notificación tardía de la operación de concentración económica estudiada en el presente Expediente, ello de conformidad a lo previsto en los artículos 8 y 46, inciso d) de la Ley N° 25.156.
- D) Establecer el plazo de DIEZ (10) días hábiles para que se haga efectiva la sanción desde la notificación de la respectiva resolución, bajo apercibimiento de aplicar por cada día de mora, los intereses a tasa activa del Banco de la Nación Argentina hasta su efectiva cancelación.

A

DIEGO PABLO ESCOBAR
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Dr. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

HUMBERTO BOARDA MENDONCA
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

⁷ Es necesario recordar que conforme fuera señalado *ut supra* en el punto 12 de este Dictamen, SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A. es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de la República Argentina, dedicada a la actividad postal. Era controlada en forma directa por ASTORIA, quien detentaba el 51% de su capital social. El restante 49% estaba en poder de la empresa MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN). De acuerdo a lo informado por las partes de la operación, MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN) transfirió con fecha 16 de noviembre de 2006 todas sus acciones a OCA HOLDING. Luego MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN) fue disuelta mediante resolución de fecha 2 de julio de 2007.

⁸ En el mismo sentido que fuera señalado para SERVICIO PRIVADO DE TRANSPORTE S.A., y conforme lo detallo en el punto 11 del presente Dictamen, ASTORIA UNIVERSAL INC. era una sociedad holding constituida conforme a las leyes de Panamá, controlada en forma indirecta por IMC, y en forma directa por MAILING & LOGISTICS HOLDING CO. (CAYMAN), quien detentaba el 100% de su capital social. Según informan las partes en la presentación de fecha 14 de enero de 2008, el día 16 de noviembre de 2006 la totalidad de las acciones de ASTORIA fueron transferidas a ORGANIZACIÓN COORDINADORA ARGENTINA S.R.L. Luego ASTORIA fue disuelta con fecha 10 de enero de 2007.