



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio

*[Firma manuscrita]*  
ES COPIA  
ALAN CONTRERAS SANTARELLI  
Dirección de Despacho



20 MAR 2014

BUENOS AIRES,

VISTO el Expediente N° S01:0246012/2012 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

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

*[Firma manuscrita]*  
Que la operación de concentración económica que se notifica se produce en la REPÚBLICA ARGENTINA y consiste en la adquisición por parte de la firma MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. de VEINTE MIL (20.000) acciones ordinarias, nominativas no endosables, propiedad de los señores Don Daniel Abraham GRODZKI (M.I. N° 10.921.385) y Doña Pamela Solange GRODZKI (M.I. N° 31.252.476) representativa del CIEN POR CIENTO (100 %) del capital social y votos de la Empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA S.A.

Que las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6°, inciso c) de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000)

PROY-S01  
1098

*[Firma manuscrita]*



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio

ESTADIA  
ALAN COMMERAS SANTAPÉLLI  
Dirección de Despacho



establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio autorizar la operación notificada consistente en la adquisición por parte de la firma MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. de VEINTE MIL (20.000) acciones ordinarias, nominativas no endosables, propiedad de los señores Don Daniel Abraham GRODZKI y Doña Pamela Solange GRODZKI representativa del CIEN POR CIENTO (100 %) del capital social y votos de la Empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA S.A., de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 1042 de fecha 3 de febrero de 2014 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y forma parte integrante de la presente resolución.

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

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorízase la operación notificada consistente en la adquisición por parte de la firma MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. de VEINTE MIL (20.000) acciones ordinarias, nominativas no

PROY-S01  
1098



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio

ES COPIA  
ALAN COMPARAS SANTIARELLI  
Dirección de Despacho



endosables, propiedad de los señores Don Daniel Abraham GRODZKI (M.I. N° 10.921.385) y Doña Pamela Solange GRODZKI (M.I. N° 31.252.476) representativa del CIEN POR CIENTO (100 %) del capital social y votos de la Empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA S.A., de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 1042 de fecha 3 de febrero de 2014 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que en CUARENTA Y UN (41) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N°

36

Lq. Augusto Costa  
Secretario de Comercio  
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

PROY-S01
1098



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

ES COPIA  
ALAN CONTRERAS SANTIARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

Expediente N° S01:0246012/2012 (CONC. 1008) FP/MM-LD-JH-CA  
DICTAMEN CONCENT. N° 1042

BUENOS AIRES, 03 FEB 2014

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0246012/2012 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado "MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. Y DANIEL ABRAHAM GRODZKI y PAMELA SOLANGE GRODZKI S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. N° 1008)".

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

I.1. LA OPERACIÓN

1. La operación que se notifica se produce en la República Argentina y consiste en la adquisición por parte de MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. (en adelante "MOLINOS") de 20.000 acciones ordinarias, nominativas no endosables, propiedad de los Sres. Daniel Abraham Grodzki y Pamela Solange Grodzki (en adelante "los vendedores") representativas del 100% del capital social y votos de la empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA S.A. (en adelante "EMPRENDIMIENTOS JORALFA").

I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

LA EMPRESA COMPRADORA

2. MOLINOS se haya inscrita ante el Registro Público de Comercio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a cargo de la INSPECCIÓN GENERAL DE JUSTICIA (en adelante "IGJ") bajo el número 146 del Libro 43, Tomo A de Estatutos de

PROY-S01  
1098

*[Handwritten signatures and marks]*

*[Handwritten mark]*



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

ALAN CORTIÑA SANTIARELLI  
Dirección de Despacho

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**



Dra. MARIA VICTORIA LIZARRAGA VIEL  
SECRETARIA EJECUTIVA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

Sociedades Anónimas Nacionales. De conformidad con su estatuto social, MOLINOS tiene por objeto: (i) la explotación de toda clase de molinos, elevadores de granos, silos y otras instalaciones para almacenar granos y semillas; (ii) la siembra, cosecha, limpieza, molienda, mezcla, transformación y tratamiento de toda clase de granos y semillas; (iii) la compra, venta, alquiler y/o permuta de fincas, viñedos y frutales; (iv) la extracción, transformación, producción y elaboración de frutos, productos y subproductos de las explotaciones agropecuarias y en especial vitícolas, hortícolas y/o frutícolas; (v) la compra, venta, canje, permuta o adquisición por cualquier título, comercialización y/o reventa, distribución, suministro, depósito y almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de insumos agrícolas, tales como fertilizantes, agroquímicos, gasoil y otros combustibles líquidos e hidrocarburos, forrajes, entre otros, y de materias primas insumidas por MOLINOS en sus procesos productivos; (vi) la industrialización, preparación, venta, distribución, transporte, depósito y/o almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de productos alimenticios en general, especialmente harinas, aceites, productos lácteos, yerbas, alimentos balanceados para animales, bebidas, incluso alcohólicas, y/o alimentos derivados de la industria frigorífica; (vii) compra, venta, cría, engorde, invernada, comercialización y transporte de ganado; (viii) la constitución y contratación de depósitos y almacenamientos, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de mercaderías, materias primas u otros productos, propios y/o de terceros, a los fines de su conservación, clasificación, distribución y/o expendio; (ix) la fabricación, venta, distribución y/o transporte de artículos de limpieza; (x) la elaboración, compra, venta, canje, permuta, comercialización, reventa, distribución, suministro, depósito y/o almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de combustibles líquidos y/o hidrocarburos, propios o de terceros; (xi) la generación, producción, comercialización y venta de energía eléctrica; (xii) la realización, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de operaciones de compraventa de acciones, títulos, debentures y demás valores mobiliarios, operaciones de afianzamiento financiero, comercial o de otro tipo, incluyendo, aunque no limitándose a, el otorgamiento de avales, fianzas y/u otras garantías, reales o no, tendientes a asegurar y garantizar obligaciones de MOLINOS o de terceros; (xiii) operaciones financieras incluyendo, aunque no limitándose a, la

PROY-501  
1098

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



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

ALAN GUERRERA SANTIARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

gestión de cobranzas, la realización de aportes de capital, la concesión de préstamos y financiaciones con o sin garantías reales, quedando expresamente excluidas aquellas actividades que estuvieran vedadas por la Ley de Entidades Financieras; y (xiv) la realización, sin limitación alguna, de todo tipo de operaciones lícitas, incluyendo sin limitación, la exportación e importación, que se relacionen con el objeto social, pudiendo actuar en negocios y/o industrias derivadas, subsidiarias y/o complementarias y/o afines de los anteriormente mencionados. Los accionistas de Molinos que poseen una participación mayor al 5% son: PCF S.A. con el 75,03% y la ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE LA SEGURIDAD SOCIAL ("ANSES") Fondo de Garantía de Sustentabilidad ("FGS") Ley N° 26.425 con el 20%.

3. PCF S.A. es una sociedad de inversión. que controla en forma directa a MOLINOS y posee el 75,03% del capital social de la misma.
4. COMPAÑÍA ALIMENTICIA LOS ANDES S.A. controlada por MOLINOS, posee en forma directa el 99,66 % de las acciones de dicha sociedad. Su principal actividad es la fabricación de chocolates, galletas, caramelos y confites, bajo marcas tales como Billiken, DRF y Nugaton, entre otras.
5. GARANTÍAS DEL PLATA S.G.R.<sup>1</sup>, controlada por MOLINOS, posee el 49,5% de las acciones de dicha sociedad. Sociedad de garantía recíproca. Esta sociedad se encuentra dada de baja ante la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional y en proceso de liquidación ante IGJ.
6. LOS GROBO S.G.R.<sup>2</sup> controlada por MOLINOS posee el 24,79% de las acciones de dicha sociedad. Es una sociedad de garantía recíproca, cuya actividad principal consiste en el otorgamiento de garantías a sus socios partícipes de conformidad con el régimen de la Ley 24.467 y sus modificatorias y complementarias.
7. DELVERDE INDUSTRIE ALIMENTARI S.P.A., controlada por MOLINOS posee en forma indirecta el 100% a través de MOLINOS DEL PLATA S.L. Es una sociedad italiana cuya principal actividad es la fabricación de pastas.

<sup>1</sup> En esta sociedad Molinos reviste el carácter de socio protector.

<sup>2</sup> En esta sociedad Molinos reviste el carácter de socio protector.

1098



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

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**  
**ES COPIA**  
ALAN CONDELLAS SANTARELLI  
Director de Despacho



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

36

8. RENOVA S.A., controlada por MOLINOS que posee el 33% en forma directa, cuya toma de control fue notificada a esta Comisión en el Expediente N° S01:0199655/2010 (Conc. 825) -en trámite-. Es una sociedad dedicada a la producción y comercialización de biodiesel y glicerina cruda y refinada.
9. PATAGONIA BIOENERGÍA S.A. empresa sujeta al control de MOLINOS, cuya toma de control fue notificada a esta Comisión en el Expediente N° S01:0468848/2011 (C. 959) -en trámite- es ejercido en forma conjunta por MOLINOS, VICENTÍN S.A.I.C. y OLEAGINOSA MORENO HERMANOS S.A.C.I.F.I. y A. respecto únicamente de la planta de producción de biodiesel con una capacidad productiva de 250.000 toneladas/año de biodiesel, sita en la Ciudad de San Lorenzo, Provincia de Santa Fe.
10. EMULGRAIN S.A. empresa sujeta al control de MOLINOS, la toma de control fue notificada a esta Comisión en el Expediente N° S01:0219218/2012 (C. 1003) -en trámite- también es ejercido en forma conjunta por MOLINOS, VICENTÍN S.A.I.C. y OLEAGINOSA MORENO HERMANOS S.A.C.I.F.I. y A.
11. A continuación se describen las actividades y tipo de control de las sociedades vinculadas a MOLINOS por estar sujetas al control último y conjunto de los miembros de la familia Perez Companc (controlante indirecta última de MOLINOS) (en adelante la "Familia PC")<sup>3</sup> que realizan actividades y/o prestan servicios en la República Argentina:
12. SUDACIA S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Es una sociedad de inversión.
13. PCFG ADVISORY S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Se dedica a la prestación de servicios, mandatos y representaciones. En particular y respecto de los servicios, los mismos son servicios administrativos, contables, legales y de gestión.
14. ÁGUILA DEL SUR S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Se dedica al transporte aéreo no regular

<sup>3</sup> Nótese que a los efectos del presente, la Familia PC está integrada por los Sres. María Carmen Sumbalad de Perez Companc, Jorge Perez Companc, Rosario Perez Companc, Pilar Perez Companc.

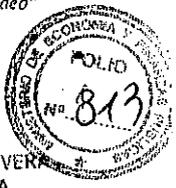
PROY-S01  
1098



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

ES COPIA  
ALAN CONTRERAS SANTARELLI  
Dirección de Despacho



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

36

de pasajeros, correo y/o carga. Prestación de servicios de operación de todo tipo de aeronaves.

15. GOYAIKE S.A.A.C.I. y F., sociedad controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Se dedica a la realización de (a) actividades de siembra y cosecha de trigo pan, trigo candeal, cebada, soja y maíz; (b) actividad ganadera, básicamente (i) hacienda bovina: principalmente cría de la raza Hereford de pedegree y a la invernada; y (ii) hacienda ovina: desarrolla la actividad de cría de ovinos para la producción y venta de lana; (c) sexado de semen en ganado bovino y equino; clonación; fertilización in vitro y transplante embrionario; y (d) elaboración y comercialización de cremas heladas, helados, postres y dulce de leche.
16. SICMA S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Es una sociedad de inversión.
17. TURISMO PECOM S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Su actividad comprende viajes y turismo.
18. INGEGSEG S.A., controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 98,67%. Se dedica a la intermediación en la concertación de contratos de seguros.
19. CONUAR S.A., sociedad controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 66,67%. Esta sociedad está dedicada a la producción y comercialización de elementos combustibles nucleares y ejecución de las actividades vinculadas con estos, como así también la producción y comercialización de toda clase de bienes y servicios en el ámbito nuclear. También se dedica a la producción y comercialización de toda clase de bienes y servicios relacionados con la industria eléctrica, servicios diversos en instalaciones nucleares y plantas generadoras de energía eléctrica.
20. FAE S.A., empresa controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 45,34%. Está dedicada a la fabricación de vainas y semiterminados de aleaciones de cicornio para la elaboración de elementos

Luis Perez Companc, Cecilia Perez Companc, Catalina Perez Companc y Pablo Perez Companc.

ROY-SOI  
1098

A  
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



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

ES COPIA  
ALAN COMBARINAS SANTIARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

combustibles para centrales nucleares y producción y comercialización de metales ferrosos y no ferrosos en cualquiera de sus formas o grados de elaboración u otros productos de alta tecnología.

21. CLOVER S.A., empresa controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Dedicada al turismo. Se encuentra en proceso de liquidación.
22. PAUEN S.A., sociedad controlada por la Familia PC en forma indirecta su porcentaje de participación es del 100%. Dedicada a actividades inmobiliarias y operaciones financieras y de inversión.

#### LOS VENDEDORES

23. El Sr. Daniel Abraham Grodzki es una persona física de nacionalidad argentina, titular del Documento Nacional de Identidad N° 10.921.385.
24. La Sra. Pamela Solange Grodzki es una persona física de nacionalidad argentina, titular del Documento Nacional de Identidad N° 31.252.476.

#### EL OBJETO DE LA OPERACIÓN

25. EMPRENDIMIENTOS JORALFA es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de la República Argentina desde el 1° de diciembre de 2011 y tiene como actividad la elaboración y comercialización de alfajores de arroz, galletas de arroz y snacks a base de arroz. No controla ni posee participaciones de ningún tipo en otras sociedades dentro ni fuera de la República Argentina.

#### II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

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

ROY-S01  
1098



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

ALAN CONTRERAS ANIARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

Nacional de Defensa de la Competencia.

36

27. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6° inciso c) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.
28. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y los objeto de las operaciones, a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000.-) establecido en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

### III. EL PROCEDIMIENTO

29. El día 3 de julio de 2012, las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación en forma conjunta del Formulario F1.
30. Con fecha 12 de julio de 2012, esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que previo a todo proveer deberían adecuar la presentación a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001 informándoseles además que no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley N° 25.156 hasta tanto no dieran cumplimiento a lo ordenado.
31. Con fecha 27 de agosto de 2012, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.
32. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 29 de agosto de 2012, esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, formulando observaciones al Formulario F1 presentado que fueron notificadas a las partes en la misma fecha, y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas quedaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
33. Con fecha 15 de octubre de 2012, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.
34. El día 5 de noviembre de 2012, tras analizar la presentación efectuada esta



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



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

ALAN CARRERA SANTIPELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes con la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

35. Con fecha 18 y 19 de diciembre de 2012, las partes efectuaron presentaciones en relación a la información solicitada.

36. El día 30 de enero de 2013, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes con la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

37. Con fecha 19 de marzo de 2013, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.

38. El día 29 de abril de 2013, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes en la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

39. Con fecha 11 de junio de 2013, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.

40. El día 24 de junio de 2013, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes con fecha 25 de junio de 2013 y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

PROY-S01  
1098

*[Handwritten signatures and marks]*



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

ALAN CONTRERAS SANAPPELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA GÍAZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

41. Con fecha 6 de agosto de 2013, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.
42. El día 11 de septiembre de 2013, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes con fecha 12 de septiembre de 2013 y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
43. Con fecha 25 de octubre de 2013, las partes efectuaron una presentación en relación a la información solicitada.
44. El día 28 de noviembre de 2013, tras analizar la presentación efectuada esta Comisión Nacional consideró que la información se hallaba incompleta, razón por la cual nuevamente efectuó observaciones que se notificaron a las partes con la misma fecha y se les hizo saber que hasta tanto no dieran respuesta completa a las observaciones efectuadas continuaría suspendido el plazo establecido por el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
45. Finalmente en fecha 17 de enero de 2014, las partes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el Formulario F1 acompañado y reanudando el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

36

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

##### IV. 1. Naturaleza de la operación

46. De acuerdo a lo previamente expuesto, al igual que lo informado por las partes notificantes, la presente operación de concentración económica corresponde a la compra de EMPRENDIMIENTOS JORALFA por parte de la firma MOLINOS.
47. MOLINOS es una empresa argentina controlada directa e indirectamente (a través de PCF S.A.) por la familia PC. La misma posee diversas actividades relacionadas

PROY-S01  
1098



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

ES COPIA  
ALANCO ILLAS SANTARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dr. MARIA VICTORIA DIAZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

con el sector de agroalimentos. Tal como ha sido informado por las Partes, la empresa se encuentra abocada a: (i) la explotación de toda clase de molinos, elevadores de granos, silos y otras instalaciones para almacenar granos y semillas; (ii) la siembra, cosecha, limpieza, molienda, mezcla, transformación y tratamiento de toda clase de granos y semillas; (iii) la compra, venta, alquiler y/o permuta de fincas, viñedos y frutales; (iv) la extracción, transformación, producción y elaboración de frutos, productos y subproductos de las explotaciones agropecuarias y en especial vitícolas, hortícolas y/o frutícolas; (v) la compra, venta, canje, permuta o adquisición por cualquier título, comercialización y/o reventa, distribución, suministro, depósito y almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de insumos agrícolas, tales como fertilizantes, agroquímicos, gasoil y otros combustibles líquidos e hidrocarburos, forrajes, entre otros, y de materias primas insumidas por Molinos en sus procesos productivos; (vi) la industrialización, preparación, venta, distribución, transporte, depósito y/o almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de productos alimenticios en general, especialmente harinas, aceites, productos lácteos, yerbas, alimentos balanceados para animales, bebidas, incluso alcohólicas, y/o alimentos derivados de la industria frigorífica; (vii) compra, venta, cría, engorde, invernada, comercialización y transporte de ganado; (viii) la constitución y contratación de depósitos y almacenamientos, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de mercaderías, materias primas u otros productos, propios y/o de terceros, a los fines de su conservación, clasificación, distribución y/o expendio; (ix) la fabricación, venta, distribución y/o transporte de artículos de limpieza; (x) la elaboración, compra, venta, canje, permuta, comercialización, reventa, distribución, suministro, depósito y/o almacenaje, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de combustibles líquidos y/o hidrocarburos, propios o de terceros; (xi) la generación, producción, comercialización y venta de energía eléctrica; (xii) la realización, por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, de operaciones de compraventa de acciones, títulos, debentures y demás valores mobiliarios, operaciones de afianzamiento financiero, comercial o de otro tipo, incluyendo, aunque no limitándose a, el otorgamiento de avales, fianzas y/u otras garantías, reales o no, tendientes a asegurar y garantizar obligaciones de la Molinos o de terceros; (xiii) operaciones financieras incluyendo, aunque no limitándose a, la

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

PROY-001  
1098



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

ESCOPIA  
ALAN CORTEZ DE SANTILLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

gestión de cobranzas, la realización de aportes de capital, la concesión de préstamos y financiaciones con o sin garantías reales, quedando expresamente excluidas aquellas actividades que estuvieran vedadas por la Ley de Entidades Financieras; y (xiv) la realización, sin limitación alguna, de todo tipo de operaciones lícitas, incluyendo sin limitación, la exportación e importación, que se relacionen con el objeto social, pudiendo actuar en negocios y/o industrias derivadas, subsidiarias y/o complementarias y/o afines de los anteriormente mencionados.

48. Tal como queda de manifiesto en lo mencionado anteriormente, MOLINOS produce, industrializa y comercializa arroz. Concretamente, la empresa tiene participación en la siembra y cosecha de este cereal, en su posterior secado y pulido y en la venta de distintas variedades de arroz. MOLINOS no produce la totalidad del arroz que comercializa, sino que la mayor parte la obtiene de terceros. Una pequeña porción de su producción es exportada, mientras que la mayoría es destinada a consumo interno, la cual es vendida a granel o envasada para consumo familiar, bajo las marcas Gallo, Lucchetti, Máximo, Susarelli y Cóndor. Asimismo, cabe destacar que hasta marzo 2012, MOLINOS elaboraba galletas de arroz dulces, con sal y sin sal, que comercializaba bajo la marca Gallo, pero ha discontinuado dicha producción.

49. MOLINOS controla diversas empresas con asiento de negocio en el país, orientadas a diferentes rubros de actividades, entre ellas la empresa EMULGRAIN S.A. (25%), sociedad dedicada a la elaboración de lecitina de girasol y a la comercialización de lecitina de girasol y soja. El control de la sociedad es ejercido de manera conjunta por MOLINOS, VICENTÍN S.A.I.C y OLEAGINOSA MORENO HERMANOS S.A.C.I.F.I y A. y la toma de control por parte de MOLINOS ha sido notificada a esta Comisión en el expediente N° S01:0219218/2012 (C. 1003), la cual se encuentra en trámite al presente.

50. Otra de las empresas que forman parte del grupo comprador es GOYAIKE S.A.A.C.I y F, una firma que produce dulce de leche bajo las marcas "San Isidro Labrador" y "Pichot".

1098

Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.



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

ES COPIA  
ALAN COMOLAS SANTARELLI  
Director de Defensa  
ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA NAZ VERA  
SECRETARIA LEYADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

51. La empresa COMPAÑÍA ALIMENTICIA DE LOS ANDES por su parte, también controlada por el grupo MOLINOS, tiene como actividad principal la producción y comercialización de galletas dulces, confites, bombones y confecciones de azúcar.

52. Por su parte, la empresa objeto de la operación, se dedica a la elaboración y comercialización de alfajores de arroz, galletas de arroz y snacks salados y dulces a base de arroz.

53. Cabe destacar que conforme a la información brindada, EMPRENDIMIENTOS JORALFA no controla ni posee participaciones de ningún tipo en ninguna empresa argentina ni extranjera.

54. Los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas aprobados por la Resolución N° 164/2001 de la ex Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor (en adelante, los Lineamientos), establece que "existe una relación horizontal entre empresas cuando ellas actúan en un mismo mercado como oferentes o demandantes de bienes o servicios sustitutos. En cambio, nos encontramos frente a una relación vertical entre empresas cuando éstas actúan en distintas etapas de la producción o prestación de un mismo bien o servicio".

55. En virtud de que MOLINOS produce, distribuye y vende arroz, el cual constituye uno de los insumos principales de la línea de producción en la cual se desempeña la empresa objeto, se define en la presente operación de concentración esencialmente una relación vertical entre el mercado "aguas arriba" de comercialización de arroz y los mercados "aguas abajo" en los que participan los productos derivados de este cereal, alfajores de arroz, snacks de arroz y galletas de arroz.

56. Por otro lado, puesto que MOLINOS posee participación en la firma EMULGRAIN S.A., la cual comercializa lecitina de soja, un producto utilizado como humectante del chocolate que se emplea en la cobertura de algunos alfajores de arroz de la empresa objeto, se podría considerar en primera instancia, la existencia de una relación vertical adicional a partir de la operación en cuestión.

FAOY-S01  
1098

*[Handwritten signatures and initials]*

*[Handwritten signature]*



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

ALF. JORALFA S.A.  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

57. En cada alfajor producido por la empresa objeto el porcentaje de lecitina de soja utilizado es del 0,3% (0,09 g/unidad) y su costo representa un 0,032% del precio unitario del alfajor de arroz (conforme los valores de febrero de 2013). Sin embargo, la lecitina de soja no constituye un insumo directo de los productos de EMPRENDIMIENTOS JORALFA, sino que es un insumo del chocolate utilizado en ciertas variedades de los alfajores de arroz.
58. En virtud de lo expuesto, esta Comisión considera que no es necesario profundizar el análisis sobre los efectos de la operación en estos mercados.
59. También es de considerar que una de las empresas que controla la parte compradora es la firma GOYAIKE S.A.C.I y F., la cual produce y comercializa, entre otros productos, dulce de leche, bajo las marcas "San Isidro Labrador" y "Pichot".
60. El artículo 592 del Código Alimentario Argentino define al dulce de leche de la siguiente forma: *"Con el nombre de Dulce de Leche se entiende el producto obtenido por concentración y acción del calor a presión normal o reducida de la leche o leche reconstituida, con o sin adición de sólidos de origen lácteo y/o crema, y adicionado de sacarosa (parcialmente sustituida o no por monosacáridos y/u otros disacáridos), con o sin adición de otras sustancias alimenticias."*
61. Tal como informan las partes, si bien EMPRENDIMIENTOS JORALFA elabora y comercializa una variedad de alfajores de arroz con relleno de "dulce de leche", dicho relleno es una pasta decoración con sabor a dulce de leche, compuesta principalmente por azúcar, aceite vegetal hidrogenado y aceite de soja. Entre otros componentes minoritarios tiene leche en polvo, cacao en polvo, dulce de leche en polvo y micro ingredientes como emulsionantes, saborizantes y colorantes.
62. Este producto dista de ser un dulce de leche convencional que se compone principalmente de azúcares y leche fluida, por lo que esta Comisión no considera que la presente operación de lugar al surgimiento de una relación vertical entre el mercado de dulce de leche y aquel en el que participan los alfajores de arroz, por lo que no resulta pertinente avanzar en dicho análisis.

36

RCY-S01  
098

*[Handwritten signatures and initials]*

*[Handwritten signature]*



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

ALAN GUERRERO SANTIAGELLI  
Dirección de Comercio

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**



Dra. MARIA VICENTINA DIAZ VERA  
SECRETARÍA DE ESTADO  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

63. De esta manera, la operación de concentración económica bajo análisis, tal como ya ha sido mencionado, presenta relaciones esencialmente verticales, puesto que el grupo comprador opera en la etapa "aguas arriba" de producción primaria y procesamiento de arroz y la firma vendedora en la etapa "aguas abajo" de elaboración de productos a base de arroz: alfajores, galletas y snacks de arroz.

#### IV. 2. Definición del Mercado Relevante

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

65. El marco metodológico 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 Nontransitory Increase in Price"). Referido al mercado del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio<sup>4</sup>.

66. A tales efectos, los Lineamientos establecen que deben incluirse dentro del mercado, aquellos productos que los consumidores consideran sustitutos en función de sus características, precios y el objeto de su consumo.

67. En relación con el mercado geográfico, el test define como mercado relevante a la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.

68. Se considerará, en primera instancia, la relación vertical que se presenta a raíz de esta operación entre el mercado "aguas arriba" de producción y comercialización

ROY-S01  
098



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

ES COPIA  
ALAN CONTRERAS SARTARELLI  
Dir. de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

de arroz y los mercados "aguas abajo" en los que participan alfajores de arroz, snacks de arroz y galletas de arroz.

MERCADO DE PRODUCTO: ARROZ

- 69. Según el Artículo N° 647 del Código Alimentario Argentino<sup>5</sup> (en adelante "CAA"), se entiende por Arroz entero o Arroz integral el grano de *Oryza sativa* L. descascarado, con pericarpio, duro, seco, libre de impurezas y parásitos. Éste cereal, puede contener como máximo: 14,0% de humedad y 1,2% de cenizas (500°-550°C).
- 70. En ocasiones anteriores esta CNDC, ha manifestado, que las oleaginosas (girasol y soja) no se consideran sustitutos de los cereales (arroz, trigo y maíz), debido a que existen diferencias de precios significativas entre ambos grupos de granos<sup>6</sup>.
- 71. Asimismo, si bien desde el punto de vista de la sustitución por el lado de la demanda puede encontrarse que dentro de cada categoría de granos (oleaginosas y cereales) y entre productos de cada categoría (trigo, maíz, soja, girasol y arroz) pueden eventualmente existir sustituciones puntuales, para determinados usos específicos cada grano contribuye a satisfacer necesidades particulares.
- 72. Ahora bien, dada la relación vertical que se encuentra en análisis, en este caso resulta pertinente considerar la sustituibilidad del arroz en tanto insumo para la manufactura de alimentos y bebidas. En este sentido, el criterio a tener en cuenta no varía respecto de lo establecido anteriormente. Así como cada grano satisface necesidades particulares, también lo hacen los productos derivados de los mismos, por lo que, desde el lado de la demanda, el arroz sería insustituible en la producción de alimentos derivados de éste cereal.

<sup>4</sup> El aumento de precios considerado va del 5% al 10%.

<sup>5</sup> Resolución N° 1547 y modificatorias.

<sup>6</sup> Res. SCI N° 2/07, dictamen CNDC N° 588/07, autos. "IFI Y PILAGA" S/ NOTIFICACION ART. 8 LEY 25.156. Expte. N° S01:0332004/2006 (Conc. 0591)

LEY-S01  
1098

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



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

ES COPIA  
ALAN CORRALIS SANTARELLI  
Director de Comercio

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

- 73. Podrían existir sustituciones puntuales, en los casos donde el arroz cumple una función particular en un determinado proceso productivo. Cualquier grano que cuente con la capacidad de operar de la misma manera en dicho proceso, funcionaría como un sustituto del cereal en cuestión.
- 74. No obstante, por la particularidad de los productos "aguas abajo" que se encuentran involucrados en la presente operación de concentración, a saber, alfajores de arroz, snacks de arroz y galletas de arroz, consideraremos al mercado de producción primaria de arroz como un mercado de producto relevante en sí mismo<sup>7</sup>.

Producción primaria de arroz

- 75. El cultivo de arroz en Argentina se realiza básicamente a través de dos sistemas de siembra: el convencional y el sistema de laboreo anticipado.
- 76. El sistema convencional es el más antiguo y comienza con un laboreo (labranza) con rastra excéntrica pesada, pasada temprano, normalmente en enero-febrero. Se busca aprovechar la actividad microbiana estival del suelo, que produce la descomposición de la materia orgánica y de los restos vegetales incorporados, y acumular agua en el perfil.
- 77. El laboreo continúa en abril-mayo, con una pasada de rastrón nivelador e inmediatamente otra pasada de rastra excéntrica pesada.
- 78. Durante el invierno, en junio-julio, se realizan dos o tres pasadas de niveladora. Esta tarea es de vital importancia, debido a que una mala nivelación trae problemas durante la época de riego, quedando lugares sin inundar o por donde se escapa el agua de la chacra.
- 79. En octubre, fecha óptima para el nacimiento del arroz, comienza la siembra, uno de los momentos más críticos. En el sistema convencional, a medida que se va

<sup>7</sup> La particularidad de los productos derivados involucrados, es que dependen indefectiblemente del arroz, puesto que el cereal en este caso funciona como el principal componente de los productos, lo cual, hacen a dicho grano insustituible como insumo de los alimentos "aguas abajo".

PECY-S01  
1098

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ES COPIA  
ALAN COMBERO SANTARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

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



36

sembrando, se pasan los rolos compactadores, se marca el nivel por donde van a ir las taipas, se construyen, se siembran y se compactan.

- 80. La siembra se realiza comúnmente con máquinas de granos finos con distribución a chorrillo, a 17 centímetros de distancia entre líneas. También se usan fertilizadoras y discos de doble acción con cajón sembrador, la densidad de siembra es de 200 Kg./ha. (180 Kg./ha. en la cancha y 20 Kg./ha. en las taipas).
- 81. Una vez finalizada la siembra completa de la arrocera, se procede a la construcción de los canales de riego y, de 12 a 15 días después de emergido el arroz, se construye la ronda.
- 82. El sistema de laboreo anticipado consiste en realizar la preparación de la cama de siembra y la construcción de las taipas en el lapso que va del verano al otoño.
- 83. El lote preparado queda así hasta la siembra en octubre, donde se procede a la aplicación de herbicidas para sembrar directamente dentro de los 10 días posteriores a la aplicación del mismo.
- 84. La ejecución de la cosecha se programa para el momento en que los muestreos de campo reporten la humedad óptima para la variedad de arroz en cuestión (18 a 22%).
- 85. De la producción primaria de arroz se obtiene un único insumo denominado arroz cáscara del cual se obtienen, a partir de diferentes procesos productivos, los distintos tipos de arroz que se pasan a detallar a continuación.

Industrialización del arroz

- 86. En el país se comercializan distintas variedades de arroz, las cuales se venden a granel o envasadas para consumo familiar. El arroz es clasificado por el CAA según los siguientes factores: (i) por su tamaño: largo fino, largo ancho, tipo medio o corto; (ii) por los procesos o tratamientos a los que se lo somete: pulido, integral (no pulido), parboil o blanco (no parboil) o (iii) por sus defectos: tipo 00000, tipo 0000 o de segunda.

RCY-S01  
1098

*[Handwritten scribbles]*

*[Handwritten scribble]*

*[Handwritten scribble]*



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

**ES COPIA**  
ALAN CORRAL MANSUETI  
Director

**ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL**



Dra. MARIA VICTORIA ALÍZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

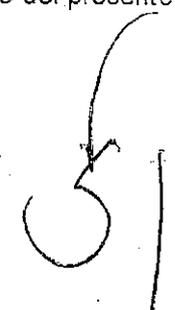
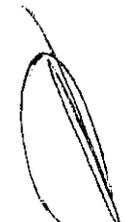
87. Respecto a las variedades que comercializa la parte compradora, de acuerdo con la clasificación ya presentada y en lo que respecta a la calidad del grano, ésta únicamente produce y vende el arroz de tipo 0000. Según el tamaño del grano y el procedimiento que se le aplica, comercializa las siguientes variedades:

**Cuadro N° 1: Arroz comercializado en Argentina por tipo y por marca**

Marcas de arroz comercializadas por Molinos para consumo familiar	(i) Tipo de Arroz según su tamaño				(ii) Tipo de Arroz según su tratamiento o proceso			
	Largo Fino	Largo Ancho	Mediano	Corto	Pulido	Integral (no pulido)	Parboil	Blanco (no parboil)
<b>Marca GALLO</b>								
Gallo Largo Fino	x				x			x
Gallo Doble Carolina		x			x			x
Gallo Oro	x				x		x	
Gallo Doble Oro		x			x		x	
Gallo Integral	x					x	x	
Carnaroli			x		x			x
Corto Japonés				x	x			x
Largo Fino aromático	x				x			x
<b>Marca LUCCHETTI</b>								
Lucchetti Doble		x			x			x
Lucchetti Jamás se pasa (Parboil)	x				x		x	
<b>Marca CÓNDOR</b>								
Cóndor Largo Fino	x				x			x
<b>Marca SUSARELLI</b>								
Susarelli Doble		x			x			x
Susarelli Largo Fino	x				x			x
<b>Marca MAXIARROZ</b>								
Maxiarroz Largo Fino	x				x			x
<b>Arroz comercializado por Molinos a Granel</b>	<b>Largo Fino</b>	<b>Largo Ancho</b>	<b>Mediano</b>	<b>Corto</b>	<b>Pulido</b>	<b>Integral (no pulido)</b>	<b>Parboil</b>	<b>Blanco (no parboil)</b>
Parboil	x				x		x	
Integral	x					x	x	

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente

PROV-S01  
1098





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

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
ALAN COLOMBA ANTARELLI  
Director

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



36

- 88. Tal como se observa en este cuadro, no todas las variedades de arroz existentes son vendidas a granel como insumo para industrias del sector alimenticio por el grupo adquirente. De hecho, MOLINOS destina para la venta a granel únicamente arroz fino largo, en sus variedades integral y parboil.
- 89. Puntualmente, MOLINOS comercializaba arroz largo fino pulido a granel a Compañía Industrial Cervecera S.A. y Kraft Foods Argentina S.A. para la elaboración de bebidas, galletas y postres<sup>6</sup> y no ha comercializado ni comercializa ninguna variedad de arroz a la empresa objeto. JORALFA, por su parte, utiliza como insumo para su producción, arroz yamaní integral de grano entero y arroz blanco medio grano doble carolina que, según el CAA, se clasifican como arroz largo fino integral de calidad 0000, el primero y un arroz quebrado, largo, ancho, de segunda calidad, el segundo.
- 90. Cabe destacar que de los dos tipos de arroz que la empresa objeto utiliza como insumo, el grupo comprador sólo produce el primero.
- 91. Aunque cada variedad posee propiedades específicas, tal como ha definido esta Comisión en oportunidades anteriores<sup>9</sup>, dado que todas las variedades se obtienen a partir del producto de la cosecha, el arroz cáscara, se considerará como mercado relevante el mercado de producción primaria de arroz y no el mercado de arroz industrializado.

**MERCADO GEOGRÁFICO**

- 92. El mercado geográfico relevante para el análisis de la presente operación es la totalidad del territorio nacional, ya que el producto se comercializa en todo el país y los precios son homogéneos en dicho ámbito.

<sup>6</sup> En la presentación del 15 de octubre de 2012 las partes han informado que han interrumpido la venta de arroz a Compañía Industrial Cervecera S.A. y Kraft Foods Argentina S.A., quedando su producción para el consumo local únicamente destinada a la comercialización a granel y para consumo familiar.

PROY-S01  
1098



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

ALAN COGHI, PRESIDENTE  
**ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL**



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

36

**MERCADO DE PRODUCTO: GALLETAS DE ARROZ**

- 93. La empresa objeto elabora productos a base de arroz, como ya ha sido mencionado *ut supra*, entre los cuales se encuentran las galletas de arroz. Estas se producen con arroz yamaní integral de grano entero y arroz blanco medio grano doble carolina. Se comercializan en sus variedades dulces, saladas y sin sal bajo la marca Delilight.
- 94. Su elaboración comienza con un proceso de mezclado y humectación del arroz, etapa en la que únicamente interviene el cereal en cuestión y agua. Una vez obtenida una pasta, se procede a la formación de la galleta expandida. Luego de su secado, las mismas son envasadas, puestas en estuches y luego en cajas dispuestas en pallets para su distribución.
- 95. Las galletas de arroz se consumen generalmente como colaciones entre comidas o como desayuno y/o merienda. Es usual su presencia en regímenes alimentarios para bajar de peso.
- 96. Dadas las características del producto, las galletas de arroz forman parte de los mercados relevantes de galletas dulces y galletas saladas de fabricación industrial, definidos anteriormente por la CNDC.<sup>9</sup> Sin embargo, y como será analizado más adelante, habiendo una baja participación de EMPRENDIMIENTOS JORALFA en el mercado más estricto de galletas de arroz, esta Comisión evalúa que de no presentarse problemas de competencia en el mismo, tampoco los habrá en un mercado más amplio.
- 97. Sin perjuicio de lo mencionado, se debe considerar que MOLINOS controla la empresa COMPAÑÍA ALIMENTICIA DE LOS ANDES (CALA) que produce galletas dulces, confites, bombones y confeccione de azúcar.

<sup>9</sup> Dictamen CNDC N° 916 de fecha 5-12-2011 en Expediente S01:0310199/2010, caratulado "KADESH HISPANIA S.L., LETERTON ESPAÑA S.L. Y OTROS S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (CONC. 846)" N° 916.

<sup>10</sup> Resolución SCI N° 151 del 13-10-2004, Dictamen CNDC N° 403 de fecha 1-10-2004 en Expediente S01:0074583/2004, caratulado "DANONE ARGENTINA S.A. Y ARCOR S.A.I.C. S/NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C-0451)" N° 403.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

ROY-S01  
1098



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

ALAN COSTA  
Director

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**



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

98. Dentro del segmento de galletas dulces, CALA produce galletas dulces secas cubiertas de chocolate que comercializa bajo la marca "Cubanitos". A su vez, produce obleas bañadas en chocolate que comercializa bajo la marca "Nugatón". A su vez CALA producía galletas dulces que comercializaba bajo la marca "Donuts", pero en septiembre de 2012 discontinuaron su producción.

36

99. A pesar de que a simple vista se podrían considerar los productos de la firma CALA compitiendo en el mercado relevante de galletas dulces con las galletas de arroz dulces que produce y comercializa la empresa objeto, tal como surge de la definición de mercado realizada por esta Comisión en el dictamen de la concentración entre DANONE ARGENTINA S.A. y ARCOR S.A.I.C.<sup>11</sup>, por su envase y forma de presentación en los comercios, los primeros estarían alejados del mercado de galletas dulces, y en cambio, más asociados al mercado de golosinas<sup>12</sup>.

100. En este sentido, aunque el mercado de galletas dulces contiene tanto el segmento de galletas secas como el de galletas rellenas, el envase con escasas o bien una única unidad de producto, y su exhibición en los quioscos junto las golosinas, distingue los productos de la firma CALA de las galletas, apartándolos del mercado relevante de galletas dulces y disipando la posibilidad de una relación horizontal en este último mercado a partir de la presente operación.

101. En cuanto a la relación vertical ya identificada, la producción y comercialización por parte del grupo comprador de estos productos a través de la empresa CALA, no generarían ningún efecto a la competencia de ninguno de los mercados concernidos, "aguas arriba" o "aguas abajo", puesto que los mismos no utilizan en su elaboración el insumo que genera dicha integración vertical, el arroz.

<sup>11</sup> *Ibidem*.

<sup>12</sup> El dictámen citado no define un mercado de golosinas, sino que se remite a delinear cinco mercados relevantes: galletas saladas, galletas dulces, alfajores, snacks y budines. No obstante, por las características de los productos que quedan subsumidos dentro del mercado de galletas dulces, se puede determinar que los productos de CALA se diferencian de aquellos que se clasifican como galletas dulces, y que por ende, pertenecen a otro mercado que, sin entrar en definiciones estrictas, podríamos englobar en el de "golosinas".

1098

Handwritten signature

Handwritten signature



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

ALAN CORREA DE VECCHI  
DIRECCIÓN GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA VAZ VERA  
SECRETARIA LEYDADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

**MERCADO GEOGRÁFICO**

36

102. El mercado geográfico relevante para el análisis de la presente operación es la totalidad del territorio nacional, dado que la existencia de un sistema nacional de distribución y transporte permite que las galletas de arroz que produce y comercializa la empresa objeto, los cuales no presentan grandes dificultades en tanto a su conservación y traslado, sean distribuidas en los diferentes centros de consumo del país.

**MERCADO DE PRODUCTO: SNACKS**

103. Las consideraciones realizadas en dictámenes anteriores por esta Comisión al respecto de los snacks, lo definen como un mercado en sí mismo. De acuerdo a lo ya estipulado, *"la principal razón de consumo de snacks es satisfacer ciertos apetitos circunstanciales con los que el consumidor busca darse un gusto. Asimismo, estos productos se consumen en momentos determinados, usualmente previo a las comidas."*<sup>13</sup> Es en razón de la especificidad del motivo y momento de su consumo que se determinó que los snacks son un producto que no presenta sustitución, por lo que constituyen un mercado separado de las galletas.

104. Los snacks se consideran productos de copetín, categoría que incluye productos que van desde maníes, papas fritas, palitos de maíz, tortillas de maíz y otros productos prefritos hasta productos horneados o sin cocción como los snacks de arroz; uno de los productos involucrados, o galletas crackers saborizadas.

105. Los snacks de arroz que produce y comercializa la empresa objeto, son pequeñas galletitas de arroz elaboradas con arroz yamani integral de grano entero y arroz blanco, medio grano doble carolina, a las que se les adicionan ingredientes a fin de lograr los sabores de las distintas variedades. Entre las variedades saladas, se encuentran los snacks con sabor a cebollas horneadas;

1098

<sup>13</sup> Resolución SCI N° 151 del 13-10-2004, Dictamen CNDC N° 403 de fecha 1-10-2004 en Expediente S01:0074583/2004, caratulado "DANONE ARGENTINA S.A. Y ARCOR S.A.I.C. S/NOTIFICACIÓN ART. 8° DE LA LEY 25.156 (C-0451)" N° 403.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



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

ALAN CONTRERAS MONTARELLI  
Director General de Defensa de la Competencia

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**



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

36

jamón ahumado y pizza, y entre los dulces, sabor a chocolate. Todas ellas se comercializan bajo la marca Minidelilight.

106. Su elaboración comienza con un proceso de mezclado y humectación del arroz, etapa en la que interviene el cereal en cuestión y agua. En esta etapa se le adiciona a la mezcla microingredientes como almidón, proteína vegetal hidrolizada, extracto de levadura, sal, aromatizantes, saborizantes, exaltador de sabor, especias, vegetales deshidratados, aceites vegetales, emulsionantes y colorantes. Una vez obtenida una pasta, se procede a la formación de la galleta expandida. Una vez formada la galletita, en el caso de los snacks dulces se aplica una cobertura de chocolate. Luego se procede al enfriado, tanto en el caso de los snacks dulces como los salados. Finalmente los snacks son envasados, pesados, y puestos en cajas para su distribución.

107. Visto que el grupo comprador no elabora ningún producto que pudiera incluirse en el mercado relevante de snacks, esta Comisión Nacional entiende que la presente operación no presenta efectos horizontales que posean potencialidad de afectar negativamente las condiciones de competencia del mercado, perjudicando al interés económico general.

108. En este sentido, y visto que existe una relación vertical entre el mercado de arroz y los snacks de arroz, esta Comisión considera pertinente estudiar los efectos de esta relación, partiendo del análisis del mercado aguas abajo más reducido, aquel de snacks elaborados a base de arroz, puesto que, de no presentarse efectos nocivos a la competencia en este mercado, tampoco se presentarían en el mercado ampliado de snacks, puesto que ni MOLINOS ni la empresa objeto producen otro tipo de snacks.

**MERCADO GEOGRÁFICO**

109. Para una definición del mercado geográfico relevante en el mercado "aguas abajo" de snacks, debe contemplarse que la existencia de un sistema nacional de distribución y transporte permite que estos se comercialicen en todo el territorio nacional. Con lo cual, esta Comisión considera que el mercado geográfico

ROY-S01  
1098



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

COPIA  
ALM. CRISTINA S. SANTIBELLI  
DIRECTORA GENERAL

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

relevante para el análisis de la presente operación es la totalidad del territorio nacional.

**MERCADO DE PRODUCTO: ALFAJORES DE ARROZ**

110. Los alfajores de arroz están compuestos por dos galletas de arroz<sup>14</sup>, rellenas por una pasta decoración (la cual puede venir en distintos sabores) y bañadas en chocolate. En todas sus variedades EMPRENDIMIENTOS JORALFA comercializan los alfajores de arroz bajo la marca "Chocoarroz".

111. Su elaboración comienza con un proceso de mezclado y humectación del arroz, etapa en la que interviene el cereal en cuestión y agua. Una vez obtenida una pasta, se procede a la formación de la galleta expandida. Luego se agrupan de a dos galletas para el armado del alfajor y se le coloca el relleno. Paso siguiente se le aplica la cobertura. Finalmente los alfajores son envasados y puestos en cajas para su distribución.

112. Se comercializan distintas variedades de alfajores de arroz, los cuales varían en su relleno y cobertura. La empresa ofrece alfajores de arroz con relleno sabor limón y cobertura de chocolate semi-amargo, con relleno sabor maní y cobertura de chocolate semi-amargo, con relleno sabor dulce de leche y cobertura de chocolate blanco, con relleno sabor dulce de leche y cobertura de chocolate sabor dulce de leche y con relleno sabor dulce de leche y cobertura de chocolate semi-amargo.

113. Cabe destacar que el alfajor de arroz es un producto relativamente nuevo en el mercado alimenticio, y que la empresa objeto ha sido la pionera en el mercado con la producción industrial y comercialización del mismo.

114. Esta Comisión se ha pronunciado en el pasado al respecto del mercado de alfajores definiéndolo como un mercado relevante cercano al de galletas dulces.<sup>15</sup> De todas maneras, resulta menester analizar si los alfajores de arroz son

<sup>14</sup> También elaboradas con arroz yamaní integral de grano entero y arroz blanco medio grano doble carolina.

<sup>15</sup> Ibídem.

PROY-S01  
1098



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

ES COPIA  
ALAN CONTRERAS BARRILELLI  
Dirección de Comercio

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA MALVERA  
SECRETARIA EJECUTIVA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



36

sustitutos de los alfajores tradicionales, de manera de definir en qué mercado participan.

115. Por su función y momento de consumo, los alfajores de arroz son cercanos a los alfajores tradicionales; puesto que por su sabor dulce y su contenido de chocolate y relleno azucarado, se encuentra ligado al deseo de "darse un gusto" más que a saciar el hambre. Por lo tanto, su ingesta puede darse en cualquier momento del día, y no se puede asociar a una "comida", en particular con el consumo del mismo.

116. Así las cosas, los alfajores de arroz podrían situarse en el mercado de alfajores, compitiendo con los alfajores tradicionales.

117. Sin embargo, existe una nueva tendencia en el mercado de golosinas por ofrecer "productos saludables" que sean reducidos en calorías o posean una menor cantidad de nutrientes críticos, lo cual ha dado lugar a un segmento de mercado cada vez más consolidado en el que se podrían agrupar tanto el producto involucrado, los alfajores de arroz, como barras de cereal y "alfajores light".

118. Por su contenido calórico reducido y por la ausencia de grasas saturadas y de gluten en su composición, los alfajores de arroz son un alimento apropiado para distintas dietas, a saber, para aquellas que buscan reducir su peso y/o reducir sus niveles de colesterol, así como para aquellas personas que sufren de celiaquía, una enfermedad que implica la intolerancia al trigo, el maíz, el salvado y la cebada.

119. Los alfajores tradicionales, que poseen entre 200 y 430 kilocalorías por unidad, en su mayoría duplican y triplican las calorías de los alfajores de arroz que ofrece la empresa objeto los cuales poseen entre 117 y 119 kilocalorías por unidad, dependiendo de qué variedad se trate.

120. Ahora bien, puesto que el grupo comprador no produce ni comercializa alfajores tradicionales, ni tampoco ningún producto que pudiera competir dentro del segmento de mercado de "golosinas saludables", la presente concentración no

PROY-S01  
1098-



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

ES COPIA  
ALAN CORREA DE SANTI BELLI  
Director

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

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



36

genera una relación horizontal en ninguno de los posibles mercados en los que los alfajores de arroz podrían situarse.

- 121. En este sentido, únicamente resulta de relevancia explorar los efectos sobre la competencia de la relación vertical mencionada *ut supra*. En dicha relación; no tienen ninguna participación ni alfajores ni otras golosinas saludables, puesto que ninguna utiliza en su elaboración el insumo que genera dicha integración vertical, el arroz.
- 122. A los fines de determinar los efectos de esta operación tanto en el mercado aguas arriba como en el mercado aguas abajo, se tomará como punto de partida para el análisis el mercado más estricto de alfajores de arroz, ya que esta Comisión evalúa que de no presentarse problemas de competencia en el mismo, tampoco los habrá en un mercado más amplio.

**MERCADO GEOGRÁFICO**

- 123. El mercado geográfico relevante para el análisis de la presente operación es la totalidad del territorio nacional, dado que la existencia de un sistema nacional de distribución y transporte permite que los productos de la empresa objeto, los cuales no presentan grandes dificultades en tanto a su conservación y traslado, sean distribuidos en los diferentes centros de consumo del país.

**IV.3. Efectos verticales entre la producción primaria de arroz cáscara y los mercados de productos derivados del arroz.**

**PARTICIPACIONES EN EL MERCADO "AGUAS ARRIBA" DE PRODUCCIÓN DE ARROZ**

- 124. La existencia de relaciones verticales en la presente operación se desprende de la compra de una empresa productora de productos derivados de arroz, siendo que MOLINOS, la parte compradora, posee presencia en el mercado de producción primaria de arroz (mercado "aguas arriba") y en el de procesamiento industrial del mismo.
- 125. Por lo tanto, corresponde analizar si la adquisición de una firma que produce y comercializa productos derivados de este cereal confiere al grupo comprador la

PROY-S01  
1098-

*[Handwritten signatures and marks]*



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

ALAN GONZALEZ SANTARELLI  
Dirección de Despacho

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

86

posibilidad de realizar un cierre en los mercados "aguas arriba" o "aguas abajo" para futuros entrantes o para actuales competidores en alguno de los mercados verticalmente relacionados.

- 126. En este sentido, las hipótesis a desarrollar son, por un lado, si la participación en el mercado "aguas arriba" podría afectar el aprovisionamiento de arroz cáscara para actuales o futuros competidores en el mercado "aguas abajo" y, por el otro, si la presente operación podría generar un monopsonio que expulse actuales competidores o impida la entrada de nuevos en el mercado "aguas arriba".
- 127. La producción nacional de arroz ha mostrado crecimiento entre el año 2010 y 2011. Según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca la producción en la campaña 2009/2010 ha sido de 1.243.259 toneladas, mientras que la producción en la campaña 2010/2011 fue de 1.748.075 toneladas, lo cual representa un incremento del 40% respecto del año anterior.
- 128. En cuanto al destino de la producción argentina, más del 50% se exporta a países tales como Brasil, Chile, Irak, Senegal y Venezuela. De la campaña 2010/2011 el 58% de la producción fue exportada, mientras que este porcentaje ascendió a 61% en la campaña 2011/2012. La producción restante se consume internamente o bien se guarda como semilla para el cultivo de la campaña siguiente.

Cuadro Nº 2: Producción de arroz en Argentina por campaña y destino de la producción

Campañas agrícolas	Producción de arroz en Argentina			Porcentaje de la producción		
	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2009/2010	2010/2011	2011/2012
Producción	1.243.259	1.748.075	1.338.988			
Consumo local	509.000	523.000	456.750	-41%	30%	34%
Exportaciones	675.000	1.019.000	820.953	54%	58%	61%

Fuente: CNDC en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y de la Cámara de Industriales Arroceros de Entre Ríos.

- 129. De acuerdo al mercado relevante definido, se considerará la participación de la empresa compradora en la producción de arroz cáscara. Las partes notificantes

PROY-S01  
1098



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

ALM. GUILLERMO BARRILELLI  
 Director de Comercio

**ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL**



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

36

han declarado no contar con información proveniente de bases públicas respecto de la participación de la producción de arroz de cada productor a nivel nacional o provincial. No obstante, en base a información interna proveniente de distintas fuentes, MOLINOS estima que los principales productores a nivel nacional durante la campaña 2011/2012 fueron los siguientes:

**Cuadro N° 3: Participaciones por empresa o grupo empresario en la producción de arroz cáscara. Argentina, campaña 2011/2012<sup>16</sup>**

Empresa	Campaña 2009/2010		Campaña 2010/2011		Campaña 2011/2012	
	Producción (en mts de arroz cáscara)	%	Producción (en mts de arroz cáscara)	%	Producción (en mts de arroz cáscara)	%
Adeco Agro Pilaga	90.000	7%	120.000	8%	125.000	8%
Molisa	90.000	7%	100.000	7%	125.000	8%
Copra	50.000	4%	55.000	4%	60.000	4%
Ceagro	40.000	3%	42.000	3%	55.000	4%
Grupo Meichtry	28.000	2%	28.000	2%	30.000	2%
Arroz Guaviravi	20.000	2%	22.000	1%	30.000	2%
Molinos Río de la Plata	14.345	1%	27.463	2%	17.947	1%
Otros	909.655	74%	1.139.537	73%	1.108.353	71%
<b>Total</b>	<b>1.242.000</b>	<b>100%</b>	<b>1.534.000</b>	<b>100%</b>	<b>1.551.300</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente

130. De dicha estimación surge que los seis principales productores de arroz del país y MOLINOS (que, tal como han informado las partes, no se encuentra entre los mayores productores, habiéndolos con una participación mayor) tienen una participación de mercado inferior al 30%, lo cual da cuenta de un mercado desconcentrado.

131. Tal como se observa en el cuadro precedente, MOLINOS ha tenido una participación de apenas 1% en la producción nacional de arroz cáscara durante la campaña 2011/2012. Y aún considerando en forma conjunta las toneladas que originó (17.937 toneladas) y las que adquirió de productores y cooperativas (80.000 toneladas) el porcentaje que ha comercializado no supera el 6% del total producido durante la misma.

<sup>16</sup> La empresa Molisa se refiere a la producción de Glencore y sus empresas vinculadas. El Grupo Meichtry refiere a la sumatoria de la producción de Arrocería Cancha Larga y Arrocería San Carlos

PROY-S01  
 1098

2

151

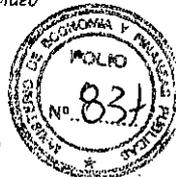


Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ALAN CONTRERAS CAMPANELLI  
Dirección de Desarrollo

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



36

- 132. Respecto al destino de la producción de arroz de MOLINOS, durante la campaña 2010/2011 un 8% fue exportado, 12% fue destinado a la comercialización a granel y 80% a la comercialización para consumo familiar. Durante la campaña 2011/2012 el 14% fue exportado, el 18% fue destinado a venta a granel y el 67% a consumo familiar.
- 133. De la producción que destinaba a consumo local, MOLINOS solía vender un porcentaje a las empresas Compañía Industrial Cervecera S.A. y Kraft Foods Argentina S.A. para la producción de productos derivados del arroz. Sin embargo, en la presentación del 15 de octubre de 2012 las partes han notificado que han interrumpido esta provisión, destinando su producción para el consumo local únicamente a la comercialización a granel y para consumo familiar. A su vez, la parte compradora ha informado no haber provisto de arroz a la empresa objeto.

**PARTICIPACIONES EN LOS MERCADOS "AGUAS ABAJO"**

Mercado de galletas de arroz

- 134. En los cuadros que se presentan a continuación se observan las participaciones de mercado, según volumen de producción y facturación, de las firmas que actúan en el mercado de producción de galletas de arroz, diferenciando por marca comercializada.

**Cuadro Nº 4: Participaciones por marca comercializada según volumen.  
Argentina – 2010, 2011 y 2012**

*[Handwritten scribbles and signatures]*

PROY-S01  
1098



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

**ES COPIA FIEL  
 DEL ORIGINAL**

**ES COPIA**  
 ALAN CON... S SANDRELLI  
 Director de...



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

86

	Volumen		
	2011	2012	Ago-13
Cerealitas	32,80%	35,80%	29,30%
Arrocitas	13,80%	12,30%	15,10%
Express Regular	9,30%	14,30%	12,10%
Grandiet	8,10%	7,90%	11,70%
Marcas Propias de distintos supermercados	8,40%	5,30%	8,50%
Macrobiótica	9,50%	7,40%	8,30%
Dos Hermanos	8,40%	7,20%	8,20%
Arrozen	4,50%	5,00%	4,10%
Molinos del Bosque	0,10%	0,60%	1,00%
Ceral	0,20%	0,50%	0,80%
Tia Maruca	0,80%	1,90%	0,20%
Deli Light	0,10%	0,60%	0,20%
La Bizantina	0,30%	0,20%	0,20%
Ricediex	0,00%	0,00%	0,10%
Frisbix	0,00%	0,00%	0,10%
Tosti	0,10%	0,10%	0,10%
Arromed	0,10%	0,00%	0,00%
Gallo	3,50%	0,90%	0,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNDC en base a datos de la consultora CCR

**Cuadro Nº 5: Participaciones por marca comercializada según facturación.  
 Argentina – 2010, 2011 y 2012**

	Facturación		
	2011	2012	Ago-13
Cerealitas	28,80%	32,10%	25,60%
Arrocitas	19,20%	16,60%	20,40%
Express Regular	8,30%	13,10%	10,60%
Grandiet	7,70%	7,10%	11,00%
Marcas Propias de distintos supermercados	5,50%	4,00%	6,20%
Macrobiótica	10,80%	8,70%	9,90%
Dos Hermanos	7,20%	7,20%	8,40%
Arrozen	5,70%	6,00%	5,10%
Molinos del Bosque	0,10%	0,50%	1,00%
Ceral	0,20%	0,50%	1,00%
Tia Maruca	0,90%	2,10%	0,20%
Deli Light	0,10%	0,70%	0,20%
La Bizantina	0,50%	0,30%	0,20%
Ricediex	0,00%	0,00%	0,10%
Frisbix	0,00%	0,00%	0,10%
Tosti	0,10%	0,10%	0,00%
Arromed	0,20%	0,00%	0,00%
Gallo	4,60%	1,00%	0,00%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

1098

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ALAN GONZALEZ SANTIARELLI  
Director de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

Fuente: CNDC en base a datos de la consultora CCR

- 135. Tal como se observa en el cuadro, aunque el mercado de galletas de arroz no posee un líder con un fuerte poder de mercado tampoco es un mercado atomizado, puesto que tanto la marca "Cerealitas" como "Arrocitas" poseen una participación de aproximadamente 20%.
- 136. En cuanto a la empresa objeto, esta ha tenido una participación de 2,6% en 2012 y una posición similar hasta julio de 2013, con el 2,4%.

Mercado de snacks de arroz

- 137. En los cuadros que se presentan a continuación se observan las participaciones de mercado, según volumen de producción y facturación, de las firmas que actúan en el mercado de producción de snacks de arroz.

**Cuadro N° 5: Ventas de snacks de arroz en volumen. Argentina – 2011, 2012 y hasta agosto 2013.**

	Volumen		
	2011	2012	Ago-13
Arrocitas	95,80%	91,10%	95,60%
Deli Light	4,20%	8,90%	4,40%
Total	100%	100%	100%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente

**Cuadro N° 6: Ventas de snacks de arroz en facturación. Argentina – 2011, 2012 y hasta agosto 2013.**

	Facturación		
	2011	2012	Ago-13
Arrocitas	93,00%	87,40%	94,40%
Deli Light	7,00%	12,60%	5,60%
Total	100%	100%	100%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente

ROY-S01  
1098-

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



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

ES COPIA  
ALAN CORREA SANTARELLI  
Director de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA MAZ VE  
SECRETARIA LEYTRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



36

138. Tal como se observa hay sólo dos empresas en el país que producen y comercializan snacks de arroz, y es la empresa competidora de la firma objeto la que lidera el mercado en cuestión.

Mercado de alfajores de arroz

Cuadro N° 7: Ventas de alfajores de arroz en volumen y facturación. Argentina – 2010, 2011 y 2012

Volumen en kilos (000)			Facturación (000)		
2010	2011	2012	2010	2011	2012
51	326	613	\$ 5.866	\$ 45.519	\$ 99.026

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente

Cuadro N° 8: Participaciones por marca comercializada según volumen. Argentina – 2010, 2011 y 2012

	2010	2011	2012
Toneladas	51	326	613
Chocoarroz	91,60%	90,40%	83,00%
Cachafaz Arroz	4,80%	2,50%	7,10%
Lulemun	0,00%	0,90%	2,30%
Arrocitas	0,60%	0,50%	2,00%
Natuel	2,50%	3,90%	0,90%
Abuela Mecha	0,00%	0,30%	0,80%
Body Vida	0,00%	0,00%	0,70%
Nonna Vita	0,00%	0,00%	0,20%
Risky-dit	0,20%	0,20%	0,10%
Macro	0,00%	0,00%	0,10%
Natuvita	0,00%	0,00%	0,00%
Otras Marcas	0,30%	1,20%	2,70%
Total	100%	100%	100%

Fuente: CNDC en base a datos de la consultora CCR

Cuadro N° 9: Participaciones por marca comercializada según facturación. Argentina – 2010, 2011 y 2012

PCY-S01

1098

*[Handwritten signatures and scribbles]*



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

ALAN DOMINER SANJELLI  
Director

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

30

	2010	2011	2012
Facturación	5.866.000	45.519.000	99.026.000
Chocoarroz	91,60%	90,20%	82,80%
Cachafaz Arroz	4,90%	2,80%	8,50%
Lulemun	0,00%	0,80%	1,80%
Arrocitas	0,10%	0,40%	1,70%
Natuel	2,70%	4,00%	1,10%
Abuela Mecha	0,00%	0,40%	0,80%
Body Vida	0,00%	0,00%	0,30%
Nonna Vita	0,00%	0,00%	0,30%
Risky-dit	0,20%	0,20%	0,10%
Macro	0,00%	0,00%	0,10%
Natuvita	0,00%	0,00%	0,00%
Otras Marcas	0,40%	1,20%	2,50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: CNDC en base a datos de la consultora CCR

#### ANÁLISIS DE EFECTOS VERTICALES

- 139. Tomando la primera hipótesis, entonces, se debe considerar del lado de la oferta, la participación de MOLINOS en la producción y comercialización de arroz y del lado de la demanda, el volumen de arroz que requiere EMPRENDIMIENTOS JORALFA para su producción.
- 140. En este sentido, se debe tener en cuenta que, la participación de MOLINOS en el mercado de producción primaria de arroz es muy reducida, y dicho mercado se encuentra lo suficientemente atomizado como para que esta integración no afecte el aprovisionamiento de arroz cáscara para actuales o futuros competidores.
- 141. Así la cosas, incluso cuando MOLINOS se negara a proveer de arroz a los competidores de EMPRENDIMIENTOS JORALFA o a eventuales entrantes al mercado "aguas abajo", o bien si lo hiciera a un precio alto, éstos contarían con múltiples fuentes de abastecimiento alternativas.
- 142. En virtud de lo hasta ahora mencionado, la operación en análisis no representa un riesgo para la competencia en los tres mercados aguas abajo definidos, a saber, galletas de arroz, snacks y alfajores de arroz. Puesto que MOLINOS no

RDY-S01  
098

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



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

ES COPIA  
ALAN CORREA SANTELLI  
Dir. de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

posee una posición dominante en el mercado de producción y comercialización de arroz y considerando que dicha producción se encuentra lo suficientemente atomizada como para contar con oferentes alternativos en caso de que la firma compradora quisiera bloquear su venta o aumentar el precio de su producto, los competidores existentes o los entrantes en estos tres mercados podrían abastecerse de arroz recurriendo a otros productores para elaborar los productos en cuestión.

143. En cuanto a la segunda hipótesis, debemos considerar la posición de la empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA en cada uno de los tres mercados relevantes aguas abajo para analizar los efectos que la presente operación pudieran tener en el mercado aguas arriba.

144. En vistas de la baja participación de EMPRENDIMIENTOS JORALFA en el mercado de producción y comercialización de galletas de arroz, esta Comisión considera que la concentración vertical que plantea la operación en cuestión no despierta preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado "aguas arriba" de producción y comercialización de arroz.

145. Puesto que el mercado de snacks es de gran amplitud y variedad, y considerando que la presente operación no da origen a una relación horizontal, únicamente concierne a esta Comisión los efectos de la relación vertical que se plantea entre el mercado de snacks a base de arroz y el de producción y comercialización de arroz.

146. Dado que el poder de compra en el mercado aguas arriba de la empresa objeto es muy reducido, la operación en cuestión no produce el riesgo de expulsión de un actual competidor del mercado de arroz, ni aumenta las barreras de entrada, reduciendo las posibilidades de ingreso de un nuevo competidor en el mismo.

147. En cuanto al mercado de alfajores de arroz, su nivel de concentración es elevado, visto que, tal como se observa, EMPRENDIMIENTOS JORALFA (que comercializa el producto bajo la marca "Chocoarroz") posee hasta 2012 una participación mayor al 80%, planteándose como el líder indiscutido del mercado.

PROY-S01  
1098-



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA  
ALAN CONTRERAS ESTEBAN  
Director

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA LIZ VERA  
SECRETARIA EJECUTIVA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

148. Sin perjuicio de que EMPRENDIMIENTOS JORALFA es el principal competidor en el mercado de alfajores de arroz, su posibilidad de trasladar dicho poder al mercado "aguas arriba" de arroz son virtualmente nulas en tanto el arroz también se utiliza como insumo de otros productos (por ejemplo, de la cerveza); constituye un mercado en sí mismo -el de arroz envasado para consumo familiar-; y el 60% de la producción argentina se exporta.

149. Asimismo, en cuanto a la demanda de arroz de EMPRENDIMIENTOS JORALFA, durante el período marzo-diciembre de 2012<sup>17</sup> la empresa adquirió a Caupolicán S.R.L., su único proveedor, 351.850 kg de arroz para la fabricación de sus tres líneas de productos, galletas de arroz, snacks de arroz y alfajores de arroz. Según estimaciones presentadas por las partes, si se proyectaran dichos volúmenes a un período anual, aún considerando la utilización del 100% de su capacidad instalada, la empresa adquirida necesitaría como máximo 1.000 toneladas anuales para la elaboración de sus productos, lo cual representa aproximadamente el 0,057% de la producción argentina de arroz en la campaña 2010/2011 (1.748.075 toneladas). Ello demuestra que no tiene poder de compra suficiente para afectar el mercado "aguas arriba".

150. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta Comisión no vislumbra que la presente operación de concentración económica genere o vaya a generar un problema de competencia en el mercado de arroz, puesto que, a pesar del poder de mercado que detenta la empresa objeto en el mercado de alfajores de arroz, esta no tiene posibilidades de producir un monopsonio y excluir algún competidor en el mercado "aguas arriba" o bien aumentar las barreras de entrada a un potencial competidor.

151. En virtud de todos los elementos hasta aquí considerados, se puede afirmar que no cabe esperar, como consecuencia de los efectos verticales bajo análisis, que algún competidor actual de los mercados aguas arriba o aguas abajo viera comprometida su permanencia en los mismos o bien que un competidor potencial a alguno de los mercados vea dificultada su entrada al mismo.

<sup>17</sup> Emprendimientos Joralfa comenzó su operatoria en el mes de marzo de 2012, fecha en la cual se le transfirió parcialmente el fondo de comercio del negocio de elaboración de alfajores de arroz, snacks y

ROY-S01  
098



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

ES COPIA  
ALAN CORREA SANCHEZ  
Director de Def. de Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

36

152. En este sentido, la operación analizada no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia, por cuanto sus efectos en el mercado no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general.

V. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS.

153. Un aspecto importante contenido en el documento obrante a fs. 344, titulado "Oferta N° CHO004" suministrado por las partes a los efectos de esta operación, es el que se encuentra inserto en la Cláusula 1 titulada "Obligación de No Competencia", el cual ha sido analizado en numerosos antecedentes por esta Comisión Nacional. TRASCRIPTIÓN: "1. Obligación de No Competencia. 1.1. Por medio de la presente las Personas Físicas se obligan, por un período de tres (3) años contados a partir de la Fecha de Cierre, a: (a) no participar ni intervenir, en forma directa, indirecta, o a través de terceros, ni procurar que sus Personas Relacionadas no intervengan, en forma directa, indirecta ni a través de terceros, en actividades de producción, fabricación, industrialización, exportación o importación alfajores y snacks en base a arroz (los "Productos"); (b) no realizar funciones o prestar servicios, y procurar que sus Personas Relacionadas no realicen funciones o presten servicios, de asesoramiento o consultoría para ninguna persona que realice actividades en competencia con el Negocio y/o que desarrolle, fabrique, elabore, exporte o importe los Productos, o preste servicios, en competencia con los Productos; (c) no revestir, y procurar que sus Personas Relacionadas no revistan, la calidad de empleados, mandatarios, agentes, y/o representantes de ninguna persona que realice actividades en competencia con el Negocio y/o desarrolle, fabrique, elabore o importe los Productos o preste servicios, en competencia directa con los Productos. Se deja expresa constancia que las obligaciones de no competencia aquí dispuestas (i) no aplicaran respecto de la prestación de servicios de asesoramiento y consultoría a favor de la Sociedad por parte de los Sres. Emiliano Yoel Grodzki, y Diego Abel Grodzki, de

galletas de arroz.

*[Handwritten signatures and initials]*

PROY-S01

1098



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

ALAN GONZALEZ SANTI PELLI  
Director de Comercio

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

conformidad con los términos incluidos en el Anexo 4.1 (i) de la Oferta de Compraventa; y (ii) el desarrollo de la unidad de negocio de productos alimenticios con cadena de frío, (incluyendo viandas, ensaladas, tartas, pizzas y postres – pero excluyendo los productos que integran el Negocio-) (el "Negocio Excluido"), el que hasta el primer aniversario de la Fecha de Cierre (tal como se lo define en la Oferta de Compraventa) podrá ser comercializado bajo la marca "Delilight". 1.2. Las Partes manifiestan que el plazo de vigencia previsto en la cláusula 1.1 ha sido fijado teniendo en consideración que la transferencia de acciones de la Sociedad implica también la transferencia del know how relativo al Negocio, el cual esta constituido principalmente por las especificaciones de materia prima, recetas, normas de proceso/ procesos de elaboración (es decir, todos los documentos en donde se establecen las variables y parámetros del proceso que permiten realizar los Productos), y especificaciones de producto terminado relativas a cada Producto elaborado por la Sociedad. El objeto de la obligación de no competencia radica en que Molinos necesita y tiene un interés en contar con una protección al valor del Negocio transferido, asimilar y explotar el know how que se transfiere y procurar ganarse la fidelidad de la clientela."

154. Este tipo de cláusulas, llamadas por la jurisprudencia comparada como "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", cuando son cláusulas que no causan detrimentos a terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración.

155. Esto es así ya que las restricciones acordadas por las partes participantes en una operación de concentración limitan su propia libertad de acción en el mercado.

156. El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente una empresa semejante que compita con la recientemente vendida, con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado.

ROY-S01  
1098

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



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

ALAN GONZALEZ SANTI BELLI  
Director

**ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL**



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

157. De allí que se imponga esta obligación de no competencia por determinado plazo para permitirle al comprador conocer el negocio y el mercado y no enfrentarse a la competencia de aquel que había dirigido la empresa y que, en algunos casos, conoce a la misma y al mercado mejor que el reciente comprador. **36**
158. Este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia deben ser analizadas a la luz de lo que en el derecho comparado se denomina como "restricciones accesorias" a una operación de concentración económica.
159. La doctrina de las "restricciones accesorias" establece que las partes involucradas en una operación de concentración económica pueden, sujeto a ciertos requisitos, convenir entre ellas cláusulas por las cuales el vendedor se compromete a no competirle al comprador en la actividad económica de la empresa o negocio transferido.
160. El fundamento que se invoca para permitir este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia es que las mismas sirven para que el comprador reciba la totalidad del valor de los activos cedidos, utilizándose las como una verdadera "protección" a la inversión realizada.
161. Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional<sup>18</sup>, esta Comisión Nacional estableció en numerosos precedentes los requisitos que estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración.
162. Dichos requisitos están referidos a su alcance, a su vinculación con la operación, a su necesidad, ámbito geográfico y extensión temporal y al contenido de la misma.
163. En cuanto al alcance, las cláusulas no deben estar referidas a terceros sino sólo a los participantes en la operación de concentración, quienes limitan su propia libertad de acción en el mercado.

<sup>18</sup> Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations – (90/C 203/05)

ROY-S01  
098

*[Handwritten signatures and initials]*



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

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL  
~~ES COPIA~~  
ALAN CONTESSIS SANFANELLI  
DIRECTOR DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



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

36

- 164. Estas cláusulas deben tener vinculación directa con la operación principal, las restricciones deben ser subordinadas en importancia a la operación principal, esto es, no pueden ser restricciones totalmente diferentes en su sustancia de la operación principal, además deben ser necesarias.
- 165. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones mucho más inciertas, con un coste sustancialmente mayor, durante un período de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.
- 166. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales, ha considerado que un plazo razonable es aquel que permite al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión.
- 167. Dicho plazo puede variar según las particularidades de cada operación, pero siguiendo los precedentes mencionados en reiteradas oportunidades se ha dispuesto que es aceptable una prohibición de competencia por el plazo de cinco años cuando mediante la operación se transfiere el "know how", mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el "goodwill" (clientela, activos intangibles) sólo es razonable un plazo de dos años.<sup>19</sup>
- 168. Con referencia al ámbito geográfico se entiende que debe circunscribirse a la zona en donde hubiera el vendedor introducido sus productos o servicios antes del traspaso.
- 169. En cuanto al contenido, la restricción sólo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de empresa transferida, ya que no resulta razonable, desde el punto de vista de la competencia, extender la protección brindada por este tipo de cláusulas a productos o servicios que el vendedor no transfiere o no comercializa.

PROY-S01  
1098

<sup>19</sup> Entre otros ver Dictamen N° 334 recaído en el expediente N° S01:0296087/2002 (Conc. N° 362) y más recientemente Dictamen N° 606 recaído en el expediente N° S01:0008372/2006 (Conc.594)



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

ALAN GUERRERAS  
Director

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



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

36

170. No obstante los lineamientos establecidos en los puntos precedentes, y tal como lo ha señalado reiteradamente esta Comisión Nacional, el análisis de este tipo de restricciones debe efectuarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado y sobre la base de un análisis caso por caso.

171. Habiendo analizado la documentación presentada por las partes en la concentración económica bajo examen como el contenido de la Cláusula 1 titulada "Obligación de No Competencia", del documento titulado "Oferta N° CHO004" suministrado por las partes a los efectos de esta operación, y dada la existencia de un compromiso de no competir inserto en dicha cláusula por un plazo de tres años, y teniendo además en cuenta lo manifestado por las partes en cuanto a que el objeto de la obligación de no competencia radica en que MOLINOS necesita y tiene un interés en contar con una protección al valor del Negocio transferido, asimilar y explotar el know how que se transfiere y procurar ganarse la fidelidad de la clientela.

172. Teniendo presente las afirmaciones efectuadas por las partes, como así también lo mencionado en los numerales precedentes, esta Comisión Nacional entiende que la cláusula de restricciones accesorias presentada por las partes se adecua a los requisitos establecidos en cuanto al alcance, a su vinculación con la operación, al ámbito geográfico, al contenido y al ámbito temporal de la misma ya que no excede los límites razonablemente permitidos para la transferencia de los activos.

173. Por todo lo expuesto, se puede concluir en base a lo precedentemente analizado, que el plazo de tres (3) años así como el ámbito geográfico circunscripto a actividades, negocios u operaciones que de algún modo involucren a personas físicas o jurídicas de la República Argentina acordado por las partes resulta adecuado, a fines de proteger la inversión realizada por la compradora.

*[Handwritten signatures and initials]*

ROY-S01  
098



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

ES COPIA  
ALAN GOMI, SANCARLELLI  
Director de Comercio

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARIA VICTORIA DÍAZ VERA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

VI. CONCLUSIONES

174. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

175. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA del Ministerio de ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A. de 20.000 acciones ordinarias, nominativas no endosables, propiedad de los Sres. Daniel Abraham Grodzki y Pamela Solange Grodzki representativas del 100% del capital social y votos de la empresa EMPRENDIMIENTOS JORALFA S.A., de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13 inciso a) de la Ley Nº 25.156.

LIC. LEBIAN M. PETTIGREW  
VOCAL  
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA

DR. RICARDO NAPOLITANI  
PRESIDENTE  
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA

Dr. Santiago Fernandez  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa  
de la Competencia

PROY-S01  
1098

EL SR. VICEPRESIDENTE I, HONIBERTO GUARDIA, MENCIÓNADO NO SUSCRIBE el