



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

ES COPIA

REINALDO BAÑARES
DIRECCIÓN MESA DE ENTRADAS
Y NOTIFICACIONES

4 - 1

BUENOS AIRES. 19 ENE 2000

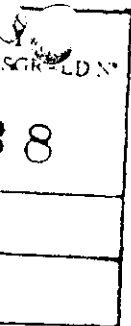
VISTO el Expediente N° 064-018010/99 del Registro del EX MINISTERIO DE ECONOMÍA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, y

CONSIDERANDO:

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

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

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición de la totalidad del paquete accionario de la firma LABORATORIOS YLANG S.A. por parte de la empresa francesa L'OREAL SOCIETE ANONYME, acto que encuadra en el artículo 6, inciso c)





de la Ley N° 25.156.

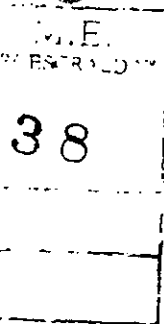
Que la empresa L'OREAL SOCIETE ANONYME posee en la REPUBLICA ARGENTINA el CIEN POR CIENTO (100%) del paquete accionario de PARMACO S.A., el NOVENTA Y NUEVE CON NOVENTA Y SEIS POR CIENTO (99,96%) del de PRODESCA S.A. y comparte el control con NESTLE S.A. de GALDERMA ARGENTINA S.A.

Que por los motivos señalados en el considerando precedente, la operación no estaría alcanzada por la exención del artículo 10 inciso c) de la referida Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, debiendo en consecuencia practicarse la notificación obligatoria exigida por la norma legal citada.

Que L'OREAL SOCIETE ANONYME solicitó a la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se autorice a realizar la compra a PRODESCA S.A. ya que esta empresa es quien realiza sus transacciones comerciales en la REPUBLICA ARGENTINA, solicitud no objetada por el referido organismo en virtud de que el análisis del impacto sobre la competencia no se ve alterado en absoluto.

Que la operación de concentración económica que se notifica no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia en el mercado de maquillajes, cremas y productos depilatorios, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR al cual cabe remitirse en



SE
CW



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

ES COPIA

REINALDO BAÑARES
DIRECCIÓN MESA DE ENTRADAS
Y NOTIFICACIONES

honor a la brevedad; y cuya copia autenticada se incluye como ANEXO I y es parte integrante de la presente.

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

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la adquisición de la totalidad del paquete accionario de la firma LABORATORIOS YLANG S.A. por parte de la empresa francesa L'OREAL SOCIETE ANONYME o en su caso por parte de PRODESCA S.A., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 6 de enero del año 2000, que en ONCE (11) copias autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 4

Dr. CARLOS WINOGRAD
SECRETARIO DE DEFENSA DE
LA COMPETENCIA Y DEL
CONSUMIDOR





Expte. N° 064-01801/99

DICTAMEN CONCENT. N° 11

BUENOS AIRES, 06 ENE 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica por la cual la empresa francesa L'ORÉAL SOCIÉTÉ ANONYME adquiere la totalidad del paquete accionario de la firma LABORATORIOS YLANG S.A., acto que encuadra en el artículo 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156, por cuanto en nuestro país la empresa adquirente controla a las empresas subsidiarias PRODESCA S.A., GALDERMA ARGENTINA S.A. y PARMACO S.A. Por ello, la operación no es alcanzada por la exención del artículo 10, inciso c, de la norma legal precitada.

Las empresas involucradas dieron cumplimiento en tiempo y forma a lo dispuesto en el artículo 8° de la ley, notificando en forma satisfactoria la operación a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) el día 23 de noviembre del corriente año. De acuerdo a lo informado en las presentaciones, el volumen de negocios total en el ámbito mundial del conjunto de empresas afectadas supera el umbral establecido en dicho artículo, pesos dos mil quinientos millones (\$ 2.500.000.000), al computar la facturación correspondiente a 1998 del balance consolidado de L'ORÉAL SOCIÉTÉ ANONYME.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

1. La operación de concentración económica que se notifica consiste en la compra del 100% del paquete accionario de LABORATORIOS YLANG S.A. (en adelante YLANG) por parte de la empresa L'ORÉAL SOCIÉTÉ ANONYME (en adelante L'ORÉAL).

3 8
 C.W.
 F.F.
 K.P.
 E.M.
 S.E.



2. L'ORÉAL es una sociedad anónima constituida bajo las leyes de Francia y cuyas acciones cotizan en la bolsa de valores de dicho país; el 53,7% de su paquete accionario se encuentra en poder de una sociedad holding denominada GESPARAL, mientras que el 46,3% restante está en manos del público¹. La empresa participa en distintos segmentos de la industria de higiene y tocador, con un alto volumen de ventas en el segmento capilar, cuidado del cabello y de la piel, perfumes y maquillajes. En el mercado argentino, tiene presencia con los siguientes productos y marcas: perfumes y fragancias *Lancôme, Ralph Lauren, Cacharel, Guy Laroche, Giorgio Armani, Paloma Picasso* y *Lanin*, productos de maquillaje *Helena Rubinstein, Lancôme, Biotherm, Phas, L'Oréal* y *Maybelline*, productos para el cuidado de la piel *Biotherm, L'Oréal, Vichy, Phas, La Roche Posay, Laboratoire Gamier, Lancôme* y *Helena Rubinsten*, productos de peluquería *Kerastase* y *L'Oréal Professional*, productos de higiene y aseo *Laboratoire Gamier* y *La Roche Posay* y productos capilares, con las marcas *Préférence Excellence, L'Oréal Kids, Optimizador Majirel, Elsève, Studio Line* y *Epicea*, entre otras.
3. En la Argentina, L'ORÉAL posee el 100% del paquete accionario de PARMACO S.A., el 99,96% del de PRODESCA S.A. y comparte el control con NESTLE S.A. de GALDERMA ARGENTINA S.A.
4. PRODESCA S.A. cuenta con una planta en la zona de Pilar y se dedica a la producción y comercialización de perfumes, cremas (para el tratamiento del rostro y del cuerpo y tratamientos solares), desodorantes y productos para el cabello (coloración, decoloración, oxidantes, permanentes, champúes, acondicionadores y productos para la caída del cabello y la caspa). La empresa no fabrica localmente productos de maquillaje, realizando sólo tareas de comercialización de estos bienes. Cabe señalar que esta subsidiaria de L'OREAL realiza prácticamente la totalidad de la operación comercial de la sociedad francesa en la Argentina.
5. La actividad de GALDERMA S.A., por su parte, se circunscribe sólo a la comercialización de cremas y lociones para el sol, ya que no fabrica productos en el país.

¹ La composición accionaria de GESPARAL es la siguiente: el 51% de las acciones es detentado por la



6. Si bien PARMACO S.A. se constituyó con el fin de fabricar y/o comercializar productos de cosmética, hasta la fecha no ha realizado actividad alguna.
7. Por su parte, YLANG es una empresa de capitales nacionales que produce y comercializa, fundamentalmente, productos de maquillaje con la marca *Miss Ylang*; con una presencia menor en cremas, con las marcas *Pavlova* (cremas de tratamiento) y *Miss Ylang* (cremas autobronceantes); y depilatorios, marca *Miss Ylang*.
8. Según consta en el contrato de compraventa, el precio a ser pagado por las acciones de YLANG es de US\$ 35.000.000, ajustable de acuerdo a las condiciones que se explicitan en el mencionado contrato.
9. Con fecha 22 de diciembre de 1999, L'OREAL solicitó a la CNDC que la autorización de la adquisición del 100% del paquete accionario de YLANG incluyera a PRODESCA S.A. como firma autorizada a efectuar la compra.

II. PROCEDIMIENTO

38

10. El 27 de octubre de 1999 las empresas intervinientes notificaron la operación conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
11. Tras analizar la información suministrada por las empresas en ocasión de la notificación, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el formulario F1, haciéndosele saber a las partes involucradas el 5 de noviembre de 1999. Los días 19 y 23 de noviembre, las empresas intervinientes presentaron la información solicitada completando satisfactoriamente los requerimientos establecidos en el Formulario 1.

familia Bettencourt, en tanto el 49% se encuentra en manos de la firma NESTLE S.A.

cu
 P
 S.E.

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

12. De lo expuesto anteriormente se desprende que tanto las empresas controladas por L'OREAL como YLANG comercializan productos de cosmética en general. Estos productos pueden agruparse del siguiente modo:

- **Maquillajes:** bases, polvos para rostro, rubores, lápices labiales, delineadores de labios, brillos, sombras, delineadores de ojos, máscaras para pestañas, esmaltes y quitaesmaltes.
- **Cremas:** a) *cuidado de la piel y salud de la piel* (resecamiento, paspaduras, agrietamiento, estrías, acné, etc.);
b) *cuidado de la belleza* (envejecimiento, arrugas, flacidez, etc);
c) *bronceadores* (bronceadores, protector solar, cremas y geles post solares).
- **Depilatorios:** cremas depilatorias y ceras depilatorias.

13. Los grupos o familias de productos aquí presentados se distinguen por sus usos, constituyendo además una clasificación usual empleada en la industria de cosméticos en general. La información de la Cámara Argentina de la Industria de Higiene y Tocador en cuanto a producción y facturación se presenta también de acuerdo a esta desagregación.

14. El uso de estos productos tiene por objeto principal resaltar la belleza femenina en todas sus facetas. En particular, los productos de maquillaje se destinan a brindar una textura y color de piel deseados, destacar las facciones y resaltar y modificar el color de los labios, párpados y uñas. Las cremas, en tanto, se destinan al cuidado, mantenimiento y recomposición de la piel. Finalmente, los productos depilatorios tienen claramente un objetivo estético.

15. Los procesos de producción de cada uno de estos bienes utilizan generalmente la tecnología BATCH, aún cuando los insumos y las etapas específicas de cada proceso difieren según el producto de que se trate.

16. Adicionalmente, y debido al bajo nivel que revisten los costos de transportar estos productos con respecto a su valor de producción, puede considerarse que cada uno de estos grupos o familias adquiere una dimensión geográfica que se extiende a toda la nación.
17. En virtud de lo expresado, resulta conveniente comenzar el estudio sobre el impacto de la operación que se notifica analizando los efectos sobre la concentración en cada uno de los grupos o familias de productos identificados.
18. L'ORÉAL e YLANG son competidoras en maquillajes y cremas, grupos en los que se verifica una relación horizontal entre ellas. En cambio, en el grupo de depilatorios sólo YLANG produce y comercializa este tipo de productos, por lo que en este caso la operación no conlleva cambio alguno en el nivel de concentración, dado que se produce únicamente un cambio de titularidad.
19. Para analizar los efectos sobre la concentración en el caso de maquillajes y de cremas, resulta conveniente calcular las participaciones de las empresas intervinientes en cada uno de estos grupos o familias. Dada la gran dispersión de precios y variedad en las presentaciones de estos bienes, se considera que a los efectos de medir las participaciones de cada empresa debe utilizarse la facturación total. El Cuadro N° 1 presenta las participaciones de ambas firmas antes y después de la operación, utilizando los datos informados por la Cámara Argentina de la Industria de Higiene y Tocador en el caso de la facturación total por grupo y los datos de cada una de las empresas para el caso de su facturación para el periodo 1996-1998.

38

Cvi,
P.
S
EY
S.E.

Cuadro N° 1

Facturación y Participaciones de las Empresas Involucradas

Grupo o Familia	Facturación (en pesos)			Participación en el total		
	1996	1997	1998	1996	1997	1998
MAQUILLAJES						
L'Oreal	9.767.856	17.051.902	20.136.182	9,77%	14,34%	15,93%
Ylang	11.560.000	13.680.000	14.280.000	11,56%	11,51%	11,30%
Ylang + L'Oreal	-	-	-	21,33%	25,85%	27,23%
Total Grupo	100.000.000	118.900.000	126.400.000	100%	100%	100%
CREMAS						
L'Oreal	33.203.762	34.258.460	31.364.891	20,45%	22,67%	20,14%
Ylang	360.000	430.000	450.000	0,22%	0,28%	0,29%
Galderma	0	204.377	222.001	0,00%	0,14%	0,14%
Ylang + L'Oreal + Galderma	-	-	-	20,67%	23,09%	20,58%
Total Grupo	162.400.000	151.100.000	155.700.000	100%	100%	100%

Fuente: CNDC sobre la base de información suministrada en el expediente de la referencia.

20. Es importante señalar antes de iniciar el análisis de fondo que en ambos grupos de productos (cremas y maquillajes) operan en total alrededor de 85 empresas, de las cuales no todas informan sus ventas a la Cámara Argentina de la Industria de Higiene y Tocado, por lo que las participaciones mencionadas en los párrafos precedentes podrían estar sobrestimadas.
21. En el caso de maquillajes, YLANG tuvo una participación del orden del 11% para los años 1996, 1997 y 1998, mientras que L'OREAL ascendió del 9,8% en 1996 al 16% en 1998. En conjunto, estas dos empresas alcanzaron en el último año mencionado una participación levemente superior al 27%.
22. En cuanto a las cremas, las participaciones de las empresas involucradas difieren significativamente. En este caso, la participación de L'OREAL se mantuvo en el orden del 20% en los años analizados, mientras que la de YLANG registró valores inferiores al 0,3%. En este mercado aparece GALDERMA que comercializa cremas solares; no obstante, la participación de esta firma es prácticamente insignificante ya que la misma se situó en 0,15% en los años 1997 y 1998, mientras que en 1996 no había realizado actividad alguna en este rubro.
23. Con respecto a maquillajes, la operación de concentración provocará que la firma que surja de la operación que se notifica se convierta en la empresa más



importante en lo que respecta a facturación, alcanzando una participación cercana al 30%. La segunda empresa en facturación, AVON, representa el 25% del total, en tanto que las empresas tercera a sexta participan conjuntamente con un 20%.

24. La concentración en el grupo de las cremas, por su parte, no se verá afectada por la operación, ya que las participaciones de YLANG y GALDERMA prácticamente son insignificantes². Como consecuencia de ello, la participación con posterioridad a la adquisición prácticamente no varía en relación con la situación previa, rondado ésta en una cifra levemente superior al 20%. Esta participación es muy similar a la de la firma POND'S, la segunda en cuanto a facturación; las cinco firmas siguientes alcanzan en conjunto una participación del orden del 35%.

25. Por otro lado, las empresas que se dedican a producir y comercializar maquillajes y cremas no cuentan con grandes costos de entrada, ya que el proceso productivo no presenta restricciones tecnológicas significativas. A su vez, el liderazgo de las firmas depende en gran medida de la adaptación de los productos que ofrecen con la moda imperante en cada estación.

38 26. El comercio internacional de maquillajes y cremas es fluido. Al existir una baja relación entre el precio de los productos y sus costos de transporte, se facilita considerablemente el comercio entre regiones. A modo de ejemplo se puede citar que L'OREAL importa toda su línea de maquillajes de las plantas productivas en el mundo e inclusive luego re-exporta parte de ellos al resto de los países del Mercosur.

27. Por lo expuesto precedentemente, es posible concluir que la operación que se notifica no altera significativamente el grado de concentración existente en cada uno de los grupos de productos considerados. Asimismo, resulta importante destacar que, si en el segmento más restringido, esto es, maquillajes, por un lado, y cremas, por el otro, no se perciben efectos adversos en los niveles de concentración, a medida que se amplíe la definición del mercado los mismos se verán aún más reducidos. Por ello, no se considera necesario ahondar en la discusión referida a una definición precisa del mercado relevante, como puede ser

CW
E
E
E



si deben incluirse bienes sustitutos a los grupos considerados, o, si ambos grupos forman parte del mismo mercado. En este mismo sentido, tampoco se consideró necesario subdividir las familias de productos analizados; en el caso de las cremas, porque el cambio en la concentración es insignificante, y en el caso de los maquillajes porque un consumidor típico no utiliza un producto en particular, sino que el uso final requiere el empleo de un conjunto de estos bienes.

28. Un aspecto adicional que debe ser mencionado es que el contrato de compraventa contiene ciertas cláusulas que limitan el accionar del vendedor con posterioridad a la venta. Este tipo de cláusulas, llamadas por la jurisprudencia comparada como "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", cuando son cláusulas usuales que no causan detrimentos en terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración. En cuanto a la duración máxima generalmente aceptada de estas cláusulas, ella asciende aproximadamente a cinco años para el caso de transferencia de existencias y conocimiento de los procesos.

38 29. En el contrato de compraventa de acciones de la operación notificada, la cláusula 10.2 establece que los vendedores, quienes también son propietarios de una empresa de distribución de cosméticos denominada COLOR S.A., podrán continuar sin limitación con la distribución de los productos de terceros con los que opera actualmente esta última³. Asimismo, se establece que los vendedores pueden producir y distribuir cualquier clase de productos de cuidado personal y de belleza, sujeto a las siguientes limitaciones durante un período de cuatro años a partir de la fecha de cierre: (i) los vendedores no podrán, directa o indirectamente, producir cosméticos localmente o en ningún país del Mercosur; (ii) los vendedores no podrán comercializar productos de marcas adicionales a las ya comercializadas por COLOR S.A., con un rango de precios por categoría menor a los precios minoristas al público, incluyendo el impuesto al valor agregado que se detallan a continuación: lápiz labial, \$10; esmalte para uñas, \$10, categoría ojos, \$12; y dentro de la categoría rostro, \$10 para bases y rubores; \$13 para polvo compacto y

² Recuérdese que GALDERMA S.A. es propiedad conjunta de L'OREAL y de NESTLÉ S.A.
³ La empresa COLOR S.A. pertenece a los vendedores de YLANG



maquillaje líquido. Si bien estos precios son levemente inferiores a los promedios de L'OREAL para el año 1998, son superiores a los cobrados por YLANG en el mismo período.

30. En el caso de autos, la venta de YLANG implica no sólo una transferencia de la marca, sino también el traspaso de la tecnología y el *know how* necesarios para el desarrollo de sus actividades. Dado que los dueños de YLANG seguirán participando en la comercialización de cosméticos con su distribuidora COLOR S.A., el adquirente busca contar con una protección respecto a la competencia del vendedor de modo que pueda ganarse la fidelidad de la clientela y asimilar y explotar el *know how*. Este último sería el motivo, también, de la restricción impuesta sobre los precios de las nuevas marcas que pudiera comercializar COLOR S.A., la que estaría destinada a evitar una competencia directa en el rango de precios en los cuales opera YLANG.

31. Dadas las características de las restricciones accesorias involucradas en la operación notificada, las condiciones de competencia existentes entre las empresas que participan en el sector (tales como la ausencia de restricciones tecnológicas y de barreras significativas a la entrada y la posibilidad de importar), y el efecto poco significativo de la operación sobre los niveles de concentración, la CNDC considera que tales cláusulas no tienen por objeto o efecto restringir o limitar la competencia de forma que se pueda afectar el interés económico general. Por un lado, se exige a los vendedores que no fabriquen los productos involucrados; y por el otro, se impone una restricción sobre los precios de los nuevos productos que llegara a comercializar. Ambas cláusulas tienen validez por cuatro años, y persiguen el objetivo comercial de impedir la utilización del conocimiento de procesos para competir directamente con la firma objeto de la operación notificada.

32. En virtud de lo expuesto, y teniendo en cuenta las características y participaciones de los agentes involucrados y de la operación notificada, esta Comisión Nacional considera que el período de cuatro años estipulado será suficiente para otorgar al comprador la protección pretendida y no produce por sí restricciones tan

3 R

CU

P

4

5 =



significativas a la competencia como para tener la potencialidad de afectar el interés económico general.

33. En lo que respecta al pedido de L'OREAL de incluir a PRODESCA S.A. como autorizada a efectuar la compra, esta Comisión Nacional no encuentra objeciones para tal operación. Debido al hecho de que PRODESCA S.A. es la firma por la cual L'OREAL realiza prácticamente la totalidad de las transacciones en la Argentina, el análisis del impacto sobre la competencia de la operación de concentración no se ve alterado en absoluto.

34. Teniendo en cuenta la cantidad de empresas que operan en los grupos de maquillaje y cremas, el grado de concentración existente en ellos, la ausencia de restricciones tecnológicas que limiten significativamente el ingreso al mercado y la fluidez del comercio internacional de los productos involucrados, la CDNC considera que la operación notificada no posee entidad suficiente como para restringir la competencia. En cuanto a las cláusulas accesorias contenidas en el contrato de compraventa, se considera que ellas se encuentran fundadas en razones comerciales legítimas y no representan un potencial perjuicio al interés económico general.

IV. CONCLUSIONES

35. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia concluye que la operación de concentración económica con incidencia en los mercados nacionales de maquillajes, cremas y productos depilatorios, 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.

36. Por ello, la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia aconseja al señor Secretario de Defensa de la Competencia y del Consumidor a autorizar la operación de concentración económica consistente en la compra del 100% del paquete accionario de LABORATORIOS YLANG S.A. por parte de L'ORÉAL



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

ES COPIA

REINALDO BARABES
 DIRECCION MESA DE ENTRADAS
 Y NOTIFICACIONES

4

SOCIÉTÉ ANONYME o, en su caso, por parte de PRODESCA S.A., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13, inc. a) de la Ley N° 25.156.

Diego Petrecolla

Dr. DIEGO PETRECOLLA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
 PRESIDENTE

38

Marina Prieto
 LIC. KARINA PRIETO
 VOCAL

Ernesto Cionfrini

Dr. ERNESTO CIONFRINI
 VOCAL

Maria Viviana Quevedo
 Dra. MARIA VIVIANA QUEVEDO
 VOCAL

Dra. MARIA VIVIANA QUEVEDO
 VOCAL

SE
 CW