



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD

Resolución

Número:

Referencia: EX-2022-131222451- -APN-DR#CNDC

VISTO el Expediente N° EX-2022-131222451- -APN-DR#CNDC, y

CONSIDERANDO:

Que en el caso de las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deben realizar la notificación prevista en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA, ello, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 7° a 17, y 80 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición de control conjunto sobre las firmas AGUAS DE ORIGEN S.A. por COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A.

Que la operación se implementó mediante la adquisición de acciones representativas del UNO COMA CERO NOVENTA Y SEIS POR CIENTO (1,096%) de la firma AGUAS DE ORIGEN S.A por parte de la firma COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A. a la firma HOLDING INTERNATIONALE DE BOISSONS S.A.S.

Que previo a la transacción, la tenencia de COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A en AGUAS DE ORIGEN S.A. representaba el 49% del capital social de esta firma, la cual se encontraba bajo control exclusivo de HOLDING INTERNATIONALE DE BOISSONS S.A.S, titular del 51% restante.

Que derivado de la operación notificada, el capital social de la firma AGUAS DE ORIGEN S.A. se divide en partes iguales entre COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A y HOLDING INTERNATIONALE DE BOISSONS S.A.S, por lo cual COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A adquiere el control conjunto sobre la firma AGUAS DE ORIGEN S.A.

Que el perfeccionamiento de la transacción se produjo el día 30 de noviembre de 2022, y su notificación a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA se realizó el día 6 de diciembre de 2022.

Que la notificación fue realizada en tiempo y forma, de acuerdo con lo estipulado en los Artículos 9° y 84 de la Ley N°27.442.

Que la transacción analizada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 7, inciso c) de la Ley N° 27.442.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera el umbral de CIEN MILLONES (100.000.000) de unidades móviles establecido en el Artículo 9° de la Ley N° 27.442, monto que, al momento del cierre de la operación, equivalía a PESOS OCHO MIL TRESCIENTOS CUARENTA Y CINCO MILLONES (AR\$ 8.345.000.000), y la transacción no encuadra en ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA indicó que la ampliación de la cartera de COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia, por cuanto sus efectos en los mercados bajo análisis no revisten entidad como para que pueden resultar en un perjuicio al interés económico general.

Que, según lo dictaminado por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 8° de la Ley N°27.442, al no restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, en consecuencia, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, emitió el Dictamen de fecha 11 de septiembre de 2024 correspondiente a la “CONC. 1883”, en el cual recomendó a al señor Secretario de Industria y Comercio: a autorizar la operación notificada, que consiste en la adquisición por parte de COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A., del control conjunto sobre la firma AGUAS DE ORIGEN S.A., todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 14, inciso a), de la Ley N°27.442.

Que ha tomado intervención el servicio jurídico competente.

Que la presente medida se dicta en virtud de lo establecido en la Ley N.º 27.442, en el Decreto N°480 de fecha 23 de mayo de 2018 y el Decreto N° 50 de fecha 19 de diciembre de 2019 y sus modificatorios.

Por ello,

EL SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorízase la operación notificada, que consiste en la adquisición por parte de COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A., del control conjunto sobre la firma AGUAS DE ORIGEN S.A., todo ello en virtud de lo establecido en el inciso a) del Artículo 14 de la Ley N° 27.442.

ARTÍCULO 2°.- Notifíquese a las partes interesadas.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by LAVIGNE Pablo Agustín
Date: 2024.09.17 14:40:41 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2024.09.17 14:41:16 -03:00



AL SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo expediente EX-2022-131222451- -APN-DR#CNDC, caratulado “*COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS ARGENTINA S.A. Y HOLDING INTERNATIONALE DE BOISSONS S.A.S. S/NOTIFICACIÓN ART. 9 DE LA LEY 27.442*” (CONC. 1883).

I DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

1. La operación de concentración económica notificada consiste en la adquisición de control conjunto sobre AGUAS DE ORIGEN S.A. (“ADO”) por COMPAÑIA CERVECERIAS UNIDAS ARGENTINA S.A. (“CCU”).
2. La operación se implementó mediante la adquisición de acciones representativas del 1,096% de ADO a HOLDING INTERNATIONALE DE BOISSONS S.A.S. (“DANONE”) por parte de CCU.
3. Previo a la transacción, la tenencia de CCU en ADO representaba el 49% del capital social de esta de esta firma, la cual se encontraba entonces bajo control exclusivo de DANONE —titular del 51% restante. Derivado de la operación notificada, el capital social de ADO se divide en partes iguales entre CCU y DANONE, por lo cual CCU adquiere el control conjunto sobre ADO.
4. ADO —objeto del cambio de control— se dedica a la producción y comercialización de bebidas sin alcohol: i) aguas; ii) bebidas sin alcohol no gasificadas (alimentos líquidos con jugo de frutas y vitaminas, sin gas); iii) y bebidas sin alcohol gasificadas (bebidas sin alcohol con jugo de frutas, gasificadas y alimentos líquidos con jugo de frutas y vitaminas, gasificados).
5. CCU es la sociedad *holding* local de CCU S.A. (“CCU CHILE”), una compañía diversificada de bebidas con operaciones en Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Bolivia y Colombia y que participa en los negocios de cervezas, pisco, ron, vino, sidra, gaseosas, néctares, aguas envasadas y bebidas funcionales. El portafolio de productos de CCU CHILE incluye marcas propias, licenciadas e importadas, manteniendo contratos de licencia y/o *joint ventures* con distintas compañías. En Argentina, CCU opera a través de su subsidiaria COMPAÑIA INDUSTRIAL CERVECERA S.A. (“CICSA”).
6. El perfeccionamiento de la transacción se produjo el 30 de noviembre de 2022, y su notificación a esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (“CNDC”) se realizó el 6 de diciembre de 2022.

II ENCUADRAMIENTO JURÍDICO Y PROCEDIMIENTO

7. El 6 de diciembre de 2022, CCU y DANONE notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación del formulario F1. La notificación fue realizada en tiempo y forma, de acuerdo con lo estipulado en los artículos 9° y 84 de la Ley 27.442.

8. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 7, inc. (c), de la Ley 27.442 de Defensa de la Competencia.
9. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas supera el umbral de CIEN MILLONES (100.000.000) de unidades móviles establecido en el artículo 9° de la Ley 27.442 —monto que, al momento del cierre de la operación, equivalía a PESOS OCHO MIL TRESCIENTOS CUARENTA Y CINCO MILLONES (AR\$ 8.345.000.000)—, y la transacción no encuadra en ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.¹
10. El 28 de diciembre de 2022 —y tras analizar la presentación efectuada—, esta CNDC consideró que la información aportada se hallaba incompleta, formulando observaciones y comunicando a las partes notificantes que el plazo previsto en el artículo 14 de la Ley 27.442 no comenzaría a correr hasta tanto no dieran cumplimiento a lo solicitado.
11. El 17 de julio de 2024, las partes notificantes dieron respuesta a lo solicitado, teniéndose por completo el formulario F1 acompañado.
12. El plazo estipulado en el artículo 14 de la Ley 27.442 comenzó a correr el día hábil posterior al 17 de julio de 2024.

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

III.1. Naturaleza de la operación

13. La operación notificada consiste en la adquisición del control conjunto sobre ADO por parte de CCU.
14. La siguiente tabla muestra las actividades de las empresas afectadas en Argentina:

Tabla 1 | Actividades de las empresas afectadas en la República Argentina

Empresas	Actividad Económica
	Grupo comprador
CICSA	Producción, embalaje, comercialización y distribución de los siguientes tipos de bebidas: cervezas, sidras, vinos, aperitivos, licores, “hard seltzer” y pisco.
SÁENZ BRIONES Y COMPAÑÍA S.A.I.C.	Elaboración de sidras, licores y aperitivos (por cuenta y orden propios), comercializados luego por CICSA.

¹ La Ley 27.442 establece en su artículo 85 que “A los efectos de la presente ley defínase a la unidad móvil como unidad de cuenta. El valor inicial de la unidad móvil se establece en veinte (20) pesos, y será actualizado automáticamente cada un (1) año utilizando la variación del índice de precios al consumidor (IPC) que publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) o el indicador de inflación oficial que lo reemplace en el futuro. La actualización se realizará al último día hábil de cada año, entrando en vigencia desde el momento de su publicación. La Autoridad Nacional de la Competencia publicará el valor actualizado de la unidad móvil en su página web”. {El 31 de enero de 2022, la ex Secretaria de Comercio Interior dictó la Resolución SCI 35/2022, que estableció el valor de la unidad móvil en PESOS OCHENTA Y TRES CON CUARENTA Y CINCO CENTAVOS (\$83,45)}.

LOS HUEMULES S.R.L.	Sociedad que posee, como único activo, un inmueble ubicado en la ciudad de Bariloche, provincia de Río Negro, y cuya explotación fue otorgada a un tercero.
Objeto	
ADO	Producción y comercialización de bebidas sin alcohol en general: i) Aguas (agua mineral natural, agua mineral natural de manantial sin gas, agua mineral natural de manantial con gas y agua de bebida envasada sin gas); ii) Bebidas sin alcohol no gasificadas (alimentos líquidos con jugo de frutas y vitaminas, sin gas); iii) Bebidas sin alcohol gasificadas (bebidas sin alcohol con jugo de frutas, gasificadas y alimentos líquidos con jugo de frutas y vitaminas, gasificados). La empresa AGUAS DE ORIGEN S.A. opera en forma directa el negocio objeto.

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes notificantes.

15. De acuerdo con la tabla anterior, la presente transacción no presentaría relaciones horizontales entre las empresas involucradas producto de considerarse que las bebidas con alcohol y aquellas sin alcohol pertenecen a mercados distintos, según antecedentes de esta CNDC. De hecho, desde el punto de vista de la demanda, una bebida con alcohol no constituye un producto sustituto de otra sin alcohol.²
16. Esta transacción tampoco presentaría relaciones verticales en ninguno de los productos comercializados por CICSA y ADO.
17. Por consiguiente, cabe concluir que se trataría de una operación de conglomerado, situación que se analiza más abajo.

III.2. Efectos económicos de la operación notificada

III.2.1. Definición del mercado relevante

18. CCU se dedica a la producción y venta de las siguientes bebidas con alcohol: cervezas, sidras, vinos, aperitivos, licores, pisco y *hard seltzer*. Cada una de estas bebidas, según lo establecido por la CNDC, representaría un mercado de producto en sí mismo.³

² Dictamen CNDC N.º 56 de fecha 13 de marzo de 2017, correspondiente al Expediente N.º S01:0133230/2016 del registro del ex Ministerio de Producción, caratulado “*JOSÉ MINETTI Y COMPAÑÍA LIMITADA S.A.C.E.I. Y SALTA REFRESCOS S.A., S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8º LEY 25.156*” (CONC. 1318)”. Dictamen CNDC N.º 38763061 de fecha 10 de agosto de 2018, correspondiente al Expediente EX-2018-25380359- -APN-DGD#MP del registro del ex Ministerio de Producción y Trabajo, caratulado “*SERVICIOS Y PRODUCTOS PARA BEBIDAS REFRESCANTES S.R.L., COCA COLA FEMSA DE BUENOS AIRES S.A., SALTA REFRESCOS S.A., EMBOTELLADORA DEL ATLÁNTICO S.A., REGINALD LEE S.A. Y UNILEVER DE ARGENTINA S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8º LEY 25.156*” (CONC. 1439)”.

³ Dictamen CNDC N.º 659 de fecha 20 de marzo de 2008, correspondiente al Expediente N.º S01:0393598/2007 del registro del ex Ministerio de Economía y Producción, caratulado “*INVERSORA CERVECERA S.A. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8º LEY 25.156*” (CONC. 655)”. Dictamen CNDC N.º 1357 de fecha 28 de octubre de 2016, correspondiente al Expediente N.º

19. ADO elabora y comercializa bebidas sin alcohol, gasificadas y no gasificadas, de modo que, en base a antecedentes propios⁴, podría considerarse que los mercados vinculados a este tipo de productos son el del agua mineral o común, en sus variantes con y sin gas, y el del agua saborizada, con y sin gas. De todos modos, en esta oportunidad esta CNDC opta por dejar abierta toda definición de mercado relevante de producto en atención a tratarse de una operación de conglomerado sin efectos anticompetitivos derivados de la misma, como se verá a continuación.
20. Respecto del mercado geográfico relevante, se considerará una dimensión geográfica nacional en tanto las empresas involucradas comercializan sus bebidas en todo el país.

III.2.2. Análisis de efectos de conglomerado

21. En primer lugar, es importante mencionar que, tratándose de empresas que operan en distintos mercados del negocio de las bebidas, los efectos a evaluar en la competencia son de conglomerado —más específicamente, se analizarán posibles efectos de cartera por extensión de producto.
22. Lo anterior implica que, de aprobarse la operación notificada, el grupo adquirente tendría control sobre otros productos (y marcas) que ampliarían su cartera de bebidas con alcohol a bebidas sin alcohol, a nivel nacional. Así, el objetivo del análisis es determinar si la presente transacción contribuye a generar o reforzar los incentivos de las empresas involucradas de poner en práctica acciones anticompetitivas conocidas como ventas atadas.⁵
23. Para evaluar tales conductas, es necesario analizar previamente cuál es la situación competitiva de los mercados en los que las empresas involucradas tienen alta penetración con sus marcas.⁶ Ello, atento a que la posibilidad de extender el poder de mercado a otros productos depende de que los competidores del mercado de estos otros productos no sean capaces de contrarrestar esta estrategia sin caer en una situación de rentabilidad negativa.⁷
24. Adicionalmente, como ya se ha mencionado, la probabilidad de atar ventas de dos o más productos está determinada por el grado de complementariedad que tienen entre sí estos productos o el consumo de estos productos. Asimismo, dicha posibilidad depende también de que los productos sean adquiridos por un mismo cliente.

S01:0054943/2014 del registro del ex Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, caratulado “GRUPO PEÑAFLORES Y PROYECTO 2003 S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156” (CONC. 1129)”.

⁴ Dictamen CNDC N.º 711 de fecha 30 de diciembre de 2008, correspondiente al Expediente N.º S01:0439553/2007 del registro del ex Ministerio de Economía y Producción, caratulado “COCA COLA FEMSA DE BUENOS AIRES S.A. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156” (CONC. 666)”.

⁵ Por lo general, cuando se registran prácticas de ventas atadas se puede distinguir a un oferente, que cuenta con una posición dominante en un mercado, que, intentando extender dicho poder, pasa a ligar, de cualquier manera, la adquisición del producto sobre el que posee posición dominante a la adquisición de otro de los bienes que ofrece y sobre el que no tiene tal posición. En este sentido es que las ventas atadas podrían llegar a configurar una práctica anticompetitiva de carácter exclusorio.

⁶ Ver *Portfolio Power: A Rum Deal?*, National Economic Research Associates (NERA), Competition Brief, noviembre de 1998.

⁷ Ver Coloma, Germán: *Defensa de la Competencia*, Ed. Ciudad Argentina, Buenos Aires, 2003.

25. En este sentido, esta CNDC ha analizado las carteras de productos de las partes notificantes, observando que el conjunto de productos ofrecidos por las mismas no presenta relaciones de complementariedad en el consumo entre sí.
26. A continuación, se presentan las marcas de los productos comercializados por CCU (CICSA) y ADO en el país:

**Tabla 2 | Marcas comercializadas por CCU (CICSA)
en la República Argentina**

Cervezas	Vinos	Aperitivos	Sidras	Licores	Pisco	Hard Seltzer
<i>Amstel Lager</i>	<i>Colón</i>	<i>El Abuelo</i>	<i>La</i>	<i>El Abuelo Licor de</i>	<i>Control C</i>	<i>Hard</i>
<i>Amstel Premium</i>	<i>Selecto</i>	<i>Americano</i>	<i>Victoria</i>	<i>Café al Coñac</i>	<i>Mistral</i>	<i>Fresh</i>
<i>Pilsener</i>	<i>Colón</i>	<i>El Abuelo</i>	<i>Pebuenia</i>	<i>El Abuelo Licor de</i>		
<i>Blue Moon</i>	<i>Varietales</i>	<i>Jerez</i>	<i>Real</i>	<i>Chocolate</i>		
<i>Córdoba</i>	<i>Eugenio</i>	<i>El Abuelo</i>	<i>1888</i>	<i>El Abuelo Licor de</i>		
<i>Grolsch</i>	<i>Bustos</i>	<i>Marsala</i>		<i>Dulce de Leche</i>		
<i>Heineken</i>	<i>Graffigna</i>	<i>El Abuelo</i>		<i>El Abuelo Oporto</i>		
<i>Iguana</i>	<i>Santa</i>	<i>Moscato</i>				
<i>Imperial</i>	<i>Silvia</i>	<i>El Abuelo</i>				
<i>Isenbeck</i>	<i>La Celia</i>	<i>Vermouth</i>				
<i>Kuntsmann</i>						
<i>Miller</i>						
<i>Norte</i>						
<i>Palermo</i>						
<i>Salta</i>						
<i>Salta Cautiva</i>						
<i>Santa Fe</i>						
<i>Schneider</i>						
<i>Sol</i>						
<i>Warsteiner</i>						

Fuente: CNDC en base a información provista por las Partes.

**Tabla 3 | Marcas comercializadas por ADO
en la República Argentina**

Agua Mineral		Aguas Saborizadas	
Sin Gas	Con Gas	Sin Gas	Con Gas
<i>Ser</i>	<i>Villavicencio</i>	<i>Brío</i>	<i>Levite FIZZ</i>
<i>Villa del Sur en Casa</i>		<i>Levite</i>	<i>Ser</i>
<i>Villa del Sur</i>		<i>Levite Cero</i>	
<i>Villa del Sur Móvil</i>			
<i>Villavicencio</i>			

Fuente: CNDC en base a información provista por las partes notificante.

27. Como se desprende de las tablas anteriores, las notificantes son empresas que ofrecen productos de consumo masivo (bebidas) bajo marcas reconocidas, los cuales son demandados principalmente a nivel mayorista por supermercados, distribuidores independientes y empresas mayoristas propiamente dichas, que los adquieren en forma conjunta —es decir, demandan la totalidad o parte de la cartera de productos con la que contaría CCU de aprobarse la presente transacción.
28. En base a dicha circunstancia, más allá de la ausencia de complementariedad en el consumo final de estos bienes, cabría analizar cuáles son las probabilidades de que la empresa adquirente, como consecuencia de la presente operación, tuviera capacidad e incentivos adicionales para emprender acciones que obliguen a estos demandantes a comprar la totalidad o parte de la cartera resultante de CCU, como estrategia para extender el poder de mercado que tuviera en algunos de estos mercados hacia otros donde no lo tuviera.
29. Según lo informado por las partes notificantes, puede comprobarse que, con anterioridad a la presente operación, CCU, mediante su empresa controlada CICSA, disponía de una cartera conformada por los siguientes tipos de bebidas alcohólicas: cervezas, sidras, vinos, aperitivos, licores, pisco y *hard seltzer*. De todas estas categorías, sólo en sidras y cervezas cuenta con una participación significativa en términos del volumen anual de ventas (43,2% y 34,7% en 2022, respectivamente⁸), mientras que en los demás casos no alcanzan el 5%.
30. De hecho, en el caso de los aperitivos, licores, pisco y *hard seltzer*, las partes notificantes estimaron⁹ que CCU tendría participaciones irrelevantes a nivel nacional (mayormente inferiores al 1%).
31. A su vez, como resultado de la operación bajo análisis, CCU ingresaría a nuevos mercados de bebidas sin alcohol, el del agua mineral y el agua saborizada, ampliando su cartera de productos del siguiente modo¹⁰: i) agua mineral con gas (11,4%) y sin gas (26,1%); ii) agua saborizada con gas (12,6%) y sin gas (31,1%). Según se observa, CCU tendría una participación significativa, a partir de la presente transacción, en los segmentos del agua mineral sin gas y el agua saborizada sin gas.
32. La siguiente tabla resume lo dicho anteriormente, mostrando la participación de CCU (en términos de volumen) en todos los mercados en los que competiría a partir de la operación notificada:¹¹

⁸ En base a datos de la Tabla 2.

⁹ En atención a tratarse de mercados que carecen de información pública.

¹⁰ En base a datos del año 2022 de la Tabla 2.

¹¹ En los casos del agua mineral y el agua saborizada, la información se presenta a nivel de segmento en atención a que los datos se relevan en función de las variantes de tales bebidas (gasificadas versus no gasificadas).

Tabla 4 | Participación de mercado de CCU (CICSA) sobre ventas en volumen (en millones de litros), 2022

Mercado	Ventas totales (MM de L)	Participación CCU	Primer competidor		Segundo competidor	
			Empresa	Participación	Empresa	Participación
Cervezas	2.137,45	34,70%	ABI	63,90%	CCU+ADO	34,70%
Aguas sin gas	814,87	26,10%	CCU+ADO	26,10%	NESTLE	21%
Aguas saborizadas sin gas	764,69	31,10%	CCU+ADO	31,10%	COCA COLA	27,30%
Vinos finos	278,01	4,40%	PEÑAFLOR	16,30%	BALBO	12%
Aguas con gas	88,11	11,40%	MARCAS BLANCAS	11,80%	CCU+ADO	11,40%
Aguas saborizadas con gas	87,33	12,60%	PEPSICO	53,60%	CCU+ADO	12,60%
Sidras	46,6	43,20%	CCU+ADO	43,20%	CUVILLIER	21,50%

Fuente: CNDC en base a información provista por las Partes (NIELSEN NRI y estimaciones de CCU).

33. La tabla anterior muestra, en su segunda columna, las ventas totales —en volumen— de cada tipo de bebida en orden decreciente, a nivel nacional. Asimismo, en la tercera columna, muestra la participación de mercado de CCU en cada uno de los productos de su cartera ampliada a partir de la presente operación¹². Finalmente, en las últimas columnas, muestra la posición del primer y segundo competidor en cada mercado de bebida.
34. Por lo tanto, de aprobarse la presente transacción, CCU mantendría el liderazgo en el mercado de sidras y accedería a posiciones de liderazgo en los segmentos de agua mineral sin gas y agua saborizada sin gas (respecto de las cervezas, a pesar de tener una participación cercana al 35%, CCU es el segundo competidor en atención a tratarse de un mercado muy concentrado, que cuenta con un líder histórico a nivel nacional cuya participación de mercado oscila entre el 64% y el 68% en términos anuales).
35. Al respecto, cabe señalar que el de las sidras es el mercado menos importante en Argentina al considerar los segmentos de bebidas que abarca la cartera de negocios del grupo adquirente, representando apenas el 1% de las ventas totales (en volumen) a nivel nacional.¹³

¹² No se incluye al resto de bebidas con alcohol (aperitivos, licores, pisco y *hard seltzer*) por las razones esgrimidas con anterioridad.

¹³ El dato de ventas totales surge de adicionar las ventas a lo largo de los mercados que componen la cartera de negocios de CCU (segunda columna de la Tabla 2).

36. En el caso de las aguas sin gas y aguas saborizadas sin gas, se trata de categorías que representan, en conjunto, un 32% de ese total. Sin embargo, en ambos casos la participación de mercado de CCU sería levemente superior a la del segundo competidor (NESTLÉ, en el caso de las aguas sin gas, y COCA-COLA ARGENTINA en el de las aguas saborizadas sin gas) resultando, en ambos casos, en mercados competitivos¹⁴ con presencia de rivales de renombre capaces de disciplinar cualquier intento anticompetitivo que pudiera surgir por parte de la nueva entidad económica¹⁵ (se recuerda que en el caso del agua —tanto mineral como saborizada— el análisis se realiza a nivel de segmento en consonancia con la forma en que se relevan los datos de ventas a nivel local).
37. En resumen, dado que CCU tendría posiciones de liderazgo en tres de los siete mercados analizados (tomando en cuenta únicamente los mercados de la Tabla 2) y que el peso de los mismos es poco significativo en el volumen total de ventas de la firma a nivel nacional, se estima que resultaría poco probable que la entidad fusionada efectuase acciones de extensión de poder de mercado hacia el resto de las bebidas.
38. Incluso, es conveniente remarcar que, si bien el mercado más importante de CCU es el de las cervezas, en tanto representa alrededor del 90% de su facturación anual, la empresa ocupa allí el segundo puesto, muy por detrás de CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. (“QUILMES”), el líder histórico del segmento. Asimismo, ante un eventual intento anticompetitivo, cabría esperar una respuesta equivalente por parte de los principales rivales¹⁶ (competidores con portfolios integrados y amplios), amenaza ésta que funcionaría como un disuasivo para la parte notificante.
39. Por otro lado, resulta oportuno mencionar que la demanda que compone los mercados de bebidas analizados se conforma principalmente por cadenas mayoristas y minoristas de consumo masivo,¹⁷ capaces de contrarrestar cualquier potencial abuso de posición de dominio, al contar con poder de compra compensatorio.¹⁸
40. Finalmente, respecto a posibles entrantes al mercado de bebidas en general, las partes informaron que no existen barreras legales o regulatorias que impidan el establecimiento de este tipo de operaciones en Argentina (ya sea instalando una planta en el país, importando

¹⁴ El mercado de las aguas sin gas está poco concentrado (Índice IHH inferior a 2000 puntos en 2022) mientras que el de las aguas saborizadas sin gas está levemente concentrado (IHH inferior a 2500 puntos).

¹⁵ De hecho, en el caso de las aguas sin gas, el mercado cuenta con otro rival de peso con presencia significativa como es COCA-COLA ARGENTINA. Asimismo, en el caso de las aguas saborizadas sin gas, el mercado cuenta con la participación relevante de la empresa RPB (BAGGIO).

¹⁶ NESTLÉ, COCA-COLA ARGENTINA y CUVILLIER en los casos de aguas sin gas, aguas saborizadas sin gas y sidras, respectivamente. Si bien PEPSICO no figura entre los primeros puestos en estos mercados, se trata de un rival relevante que también estaría en posición de responder en forma disuasoria, producto de poseer una cartera completa de bebidas con y sin alcohol.

¹⁷ Tales como DIARCO, VITAL, MAXICONSUMO, MAKRO, en el caso de cadenas mayoristas, y CARREFOUR ARGENTINA, COTO, GRUPO CENCOSUD (JUMBO, DISCO, VEA), HIPERCHANGOMAS (ex WALMART), DIA ARGENTINA, LA ANÓNIMA, en el caso de las minoristas.

¹⁸ CCU también comercializa sus bebidas en el canal conocido como HORECA (Hoteles, Restaurantes y Cafés), el cual tiene poca relevancia en sus ventas totales de (10%), según las partes.

los productos del extranjero con poca inversión inicial, o a través de un acuerdo de suministro con un fabricante local de bebidas).¹⁹

41. Por lo tanto, esta CNDC concluye que la ampliación de la cartera de CCU no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia, por cuanto sus efectos en los mercados bajo análisis no revisten entidad como para que pueden resultar en un perjuicio al interés económico general.

III.3. Cláusulas de restricciones accesorias a la competencia

42. Esta CNDC también advierte la presencia de cláusulas restrictivas de la competencia, las cuales se encuentran estipuladas en el «*Acuerdo de Adquisición de Acciones*».
43. La «*Sección 6 - 6.1 | Cláusula de No Competencia*», estipulada en el instrumento reseñado en el párrafo anterior, establece que las partes intervinientes en la transacción y sus afiliadas se comprometen —mientras sean accionistas de ADO y por un período de hasta dos (2) años de que pierdan su condición de tales— a no indirectamente operar, tener participación, etc., con un «Negocio Restringido».²⁰
44. Conforme lo informado, dicha cláusula tiene como único propósito alinear los intereses de CCU y DANONE con respecto a la operación notificada, fijando los parámetros dentro de los cuales no podrán competir con ADO, y siguiendo una lógica comercial razonable con el fin de desarrollar el negocio correctamente.
45. Ahora bien, en este caso, y según se ha expuesto en la sección precedente, esta CNDC no ha encontrado elementos de preocupación respecto de la operación notificada y, habiendo evaluado los criterios de necesidad, vinculación, duración, partes involucradas y alcance, no existen objeciones que formular a las restricciones estipuladas, tal como han sido acordadas en el marco de la transacción —en las condiciones y términos ya reseñados.

IV CONCLUSIONES

46. De acuerdo con lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el artículo 8° de la Ley 27.442, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

¹⁹ Como antecedente, la empresa QUILMES sumó aguas mediante acuerdos comerciales, puntualmente una franquicia para los productos de PEPSICO, produciendo toda su línea de bebidas que incluye gaseosas. Asimismo, por medio de un *Joint Venture* con NESTLÉ WATERS, QUILMES se ocupa de su distribución y comercialización, utilizando la red de distribución puesta en marcha para sus otros productos. En el caso de COCA-COLA, se incorporaron a su cartera de productos aguas (bajo las marcas “Kin” y “Bon Aqua” en Argentina) y aguas saborizadas (“Aquarius”). Finalmente, CIMES en un principio producía únicamente sodas y luego se expandió para también producir aguas, gaseosas, aguas saborizadas y jugos en polvo.

²⁰ Negocio Restringido, se refiere al negocio que llevará adelante ADO, y respecto del cual CCU y DANONE no pueden competir, excepto en los Productos Autorizados.

47. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomienda al SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A., del control conjunto sobre AGUAS DE ORIGEN S.A., todo ello en virtud de lo establecido en el artículo 14, inc. a), de la Ley 27.442.
48. Elévese el presente dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO a sus efectos.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA DEFENSA DE LA VIDA, LA LIBERTAD Y LA PROPIEDAD

Hoja Adicional de Firmas
Dictamen de Firma Conjunta

Número:

Referencia: CONC. 1883 - Dictamen - Autoriza Art.14 a) Ley 27.442

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 10 pagina/s.

Digitally signed by Florencia Bogo
Date: 2024.09.11 11:46:56 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE
Date: 2024.09.11 12:15:32 -03:00

Digitally signed by Eduardo Rodolfo Montamat
Date: 2024.09.11 16:13:43 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Lucas TREVISANI VESPA
Date: 2024.09.11 17:08:36 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by Alexis Pirchio
Date: 2024.09.11 17:11:33 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL
ELECTRONICA - GDE
Date: 2024.09.11 17:12:00 -03:00