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

46

217

BUENOS AIRES, 27 FEB 2001

VISTO el Expediente N° 064-014125/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, 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, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6° a 16 y 58 de la Ley N° 25.156, en las operaciones de concentración económica en las que intervengan empresas cuya envergadura determine que deben realizar la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, procede la presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

M.E.
ROESGRALD N°
205

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 consistente en un proceso de fusión por el cual STRIKE ACQUISITION CORP. será absorbida por NABISCO HOLDINGS CORP., empresa que a consecuencia de dicha fusión será controlada por PHILIP MORRIS COMPANIES INC., acto que encuadra en el artículo 6, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que la presente operación tiene efectos en la REPUBLICA ARGENTINA debido

a que las empresas involucradas poseen subsidiarias en el país.

Que la operación de concentración económica que se notifica, con incidencia en el mercado de golosinas bañadas en chocolate, 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 para el interés económico general.

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

M.E.
DESGRALD N°
05

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPENTENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1° .- Autorizar, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13°, inciso a) de la Ley N° 25.156, la operación de concentración económica consistente en un proceso de fusión por el cual STRIKE ACQUISITION CORP. será absorbida por NABISCO HOLDINGS CORP., empresa que a consecuencia de dicha fusión será controlada por PHILIP MORRIS COMPANIES INC..

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente Resolución al Dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 23 de

febrero del 2001, que en DIECISIETE (17) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 46

Dr. CARLOS WINOGRAD
Secretario de Defensa de la
Competencia y del Consumidor

M.E.
PROESGRALD N°
205

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

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

46

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Expte. N° 064-014125/2000

DICTAMEN CONCENT 217

BUENOS AIRES, 23 FEB 2001

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita en Expediente N° 064-014125/2000 del Registro del Ministerio de Economía, (Conc. N° 222), caratulado "KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A., de ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSSI S.A.I.C. y de CANALE S.A. S/NOTIFICACION ART. 8° LEY N° 25.156".

M.E.
SECRAL D N°
205

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La operación

1. La operación de concentración económica que se notifica, llevada a cabo en el extranjero y con efectos en el país consiste en toma de control, mediante la adquisición del paquete accionario, por parte de PHILIP MORRIS COMPANIES INC. de la firma NABISCO HOLDINGS CORP y su fusión con STRIKE ACQUISITION CORP, empresa controlada por la firma adquirente.

2. Las partes presentaron, el Convenio y Plan de Fusión celebrado entre NABISCO HOLDINGS CORP., PHILIP MORRIS COMPANIES INC. y STRIKE ACQUISITION CORP. que contiene los términos y condiciones para la realización de la operación.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
46
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

La actividad de las partes

- El comprador:

3. PHILIP MORRIS COMPANIES INC., una sociedad constituida en los Estados Unidos de Norteamérica, controla indirectamente en el país, a través de la firma PHILIP MORRIS LATIN AMERICA INC., a la empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. Se trata de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios, cerveza y cigarrillos.

4. La empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. es una sociedad constituida de acuerdo a las leyes que rigen la materia en la República Argentina. Su actividad consiste en la fabricación y comercialización de productos alimenticios en general y de chocolates, productos de bombonería, confitería, caramelos, pastillas, golosinas, helados, así como quesos, jugos, etcétera. No posee sociedades controladas, en forma directa o indirecta, tanto en el país como en el extranjero.

- El vendedor :

5. NABISCO HOLDINGS CORPORATION, una sociedad también constituida en los Estados Unidos de Norteamérica, controla indirectamente en el país a las empresas ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. y CANALE S.A. Se trata de una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios.

6. La empresa ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. tiene como actividad principal la elaboración de galletitas, bizcochos, budines, pan dulce, golosinas bañadas en chocolate, pastas alimenticias secas y polvos para preparar postres, bizcochuelos, mousse, crema chantilly y helado. Por su parte, la firma CANALE S.A. produce galletitas, bizcochos y pan dulce, como así también, prepara conservas de frutas, hortalizas y legumbres.

7. NABISCO HOLDINGS CORPORATION se encuentra controlada por NABISCO GROUP HOLDINGS, quien posee el 80,5% de las acciones representativas del capital social. Esta

última empresa ha suscripto un Convenio de Voto e Indemnización con Philip Morris Companies Inc., por el cual se compromete a convocar y celebrar debidamente una asamblea de accionistas en la cual sus accionistas emitirán su voto con respecto a una resolución para autorizar la venta de las acciones que posee en la firma NABISCO HOLDINGS CORPORATION.

II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

8. Las empresas presentantes notificaron en tiempo y forma la operación de concentración que las involucra, habiendo cumplimentado los requerimientos de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, efectuados en uso de las atribuciones conferidas por los artículos 11° y 58° de la Ley N° 25.156, notificando la operación de concentración de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 8° de la norma legal precitada.

9. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso a) de la Ley N° 25.156 , por cuanto se trata de la toma de control por parte de PHILIP MORRIS COMPANIES INC., mediante la adquisición de acciones, de NABISCO HOLDINGS CORPORATION.

10. La obligación de efectuar la notificación se debe a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera, en el ámbito mundial, el umbral de pesos DOS MIL QUINIENTOS MILLONES -$ 2.500.000.000.- (arts. 3° y 8°, Ley N° 25.156).

III. PROCEDIMIENTO

11. El día 29 de setiembre de 2000, las presentantes notificaron a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA el Convenio y Plan de Fusión suscripto por las empresas NABISCO HOLDINGS CORPORATION , PHILIP MORRIS COMPANIES INC. y STRIKE ACQUISITION CORP., conforme a lo establecido por el artículo 8° de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

12. Luego de analizar la información suministrada por las empresas notifiicantes, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos del Formulario F1, haciéndolo saber a las presentantes el día 10 de octubre.

13. El día 10 de noviembre se completo la información solicitada en los distintos requerimientos formulados. En consecuencia, encontrándose en autos la totalidad de la información exigida en el F1 por parte de las empresas involucradas, se ordenó el pase a estudio de las actuaciones.

14. Con fecha 26 de diciembre la CNDC requirió a los presentantes que completen el Formulario F2. La información requerida fue completada el día 8 de febrero de 2001, por lo que el plazo de 45 días establecido en el artículo 13° de la Ley N° 25.156 vence el día 1° de marzo de 2001.

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

IV.1 La naturaleza de la operación

M.E.
SGRALD N°
5

15. De acuerdo a lo informado por las presentantes, el objeto de la operación de concentración económica que se notifica consiste en la fusión de las empresas NABISCO HOLDINGS CORPORATION y STRICK ACQUISITION CORP., estando esta última controlada por PHILIPS MORRIS COMPANIES INC.

16. La empresa PHILIPS MORRIS COMPANIES INC. es poseedora del 100% del capital social y votos de la firma STRICK ACQUISITION CORP., de tal forma que NABISCO HOLDINGS CORPORATION, la sociedad subsistente de la fusión, será una subsidiaria de PHILIPS MORRIS COMPANIES INC.

17. La empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A., controlada indirectamente por PHILIPS MORRIS COMPANIES INC., se dedica a la elaboración de cacao, chocolate y otros productos de confitería, a la producción de jugos de fruta envasados para diluir y otras bebidas no alcohólicas.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

18. Por su parte, la empresa ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., controlada indirectamente por NABISCO HOLDINGS CORPORATION, tiene como actividad principal la producción de galletitas, bizcochos y pastas alimenticias secas. Además, produce y comercializa golosinas bañadas en chocolate.

19. Por último, la firma CANALE S.A., también controlada indirectamente por NABISCO HOLDINGS CORPORATION, desarrolla como actividad la producción de galletitas, bizcochos, pastas alimenticias secas y elabora y envasa conservas de frutas, hortalizas y legumbres.

20. De acuerdo a la información suministrada por las empresas notificantes, se verifican relaciones horizontales entre las empresas involucradas, dado que tanto la empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A., controlada por el grupo comprador, como la firma ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., controlada por NABISCO GROUP HOLDINGS, producen y comercializan golosinas bañadas en chocolate.

21. La empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. elabora y comercializa golosinas bañadas en chocolate con las marcas "Milka", "Shot", "Lacta", "Toblerone" y "Suchard", mientras que la firma ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. lo hace con las marcas "Terrabusi", "Oreo", "Rhodesia", "Tita", Kremokoa", "Habanitos", "Snacky" y "Kokoa".

M.E
ESGR. REF. N°
C5

IV.2 Los productos

22. Se consideran como golosinas bañadas en chocolate a todo alimento recubierto con chocolate, a base de cacao, manteca de cacao y azúcares, o algún sustituto autorizado con sabor a chocolate. Se encuentran excluidos de este conjunto toda aquella golosina que no se encuentra cubierta con chocolate, como ser tabletas sólidas de chocolate, caramelos, bombón helado, garrapiñadas, inclusive alfajores, obleas y galletitas rellenas sin cobertura de chocolate.

23. Los productos que conforman el universo de las golosinas con cobertura de chocolate, comercializados en el mercado local por las empresas mencionadas en los párrafos anteriores, pueden clasificarse teniendo en cuenta la segmentación que hacen las principales consultoras que se encargan de realizar los relevamientos de mercado de los principales productos de consumo masivo, tales como A. C. Nielsen, CCR Information Resources y otras. De acuerdo a esta clasificación las golosinas bañadas en chocolate se dividen en alfajores, obleas, galletitas dulces, bombones y bocaditos, confites y otros bañados, como las barras, bizcochuelos, etc.

24. Las golosinas bañadas en chocolate producidas y comercializadas por la empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. son los alfajores con las marcas "Milka", "Shot" y "Suchard", obleas con las marcas "Milka Nussini", "Shot" y "Bis Lacta", bombones y bocaditos con las marcas "Milka", "Lacta" y "Toblerone", confites con las marcas "Milka" y "Shot", y otros bañados con las marcas "Milka" y "Shot".

25. Por su parte la empresa ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., produce y comercializa alfajores bañados en chocolate con las marcas "Terrabusi" y "Oreo", obleas bañadas en chocolate con las marcas "Rhodesia" y "Mini Rhodesia", galletitas dulces cubiertas con chocolate con las marcas "Tita", "Oreo Bañadas", "Habanitos", "Kokoa" y "Kremokoa" y otros bañados como los cubanitos con la marca "Snacky".

26. En consecuencia, se verifica la existencia de relaciones horizontales en tres segmentos del universo de golosinas bañadas en chocolate: alfajores bañados en chocolate, obleas bañadas en chocolate, y otros bañados en chocolate.

IV.3 Sustituibilidad por el lado de la demanda

27. Para el análisis del grado de sustituibilidad existente entre los distintos segmentos del universo de las golosinas bañadas en chocolate, se tendrán en cuenta tanto indicadores cuantitativos como cualitativos.

28. El segmento de los alfajores, que se caracteriza por contener a un producto típicamente argentino, muy popular entre los consumidores que lo consideran como un producto con

propiedades alimenticias, se ubica en un rango de precios, de $7,62.- por kilogramo en promedio para el año 1999, que resulta inferior al precio promedio del resto de las golosinas bañadas en chocolate, sin incluir a los alfajores (bombones y bocaditos, confites, obleas y otros bañados), de $15,82.- por kilogramo para el mismo año.

26. En el caso de las obleas bañadas en chocolate los precios promedio, de $13,74.- por kilogramo para el año 1999, también se ubican por debajo de los precios promedio por kilogramo para el mismo año del resto de las golosinas bañadas en chocolate, sin incluir a los alfajores, pero la magnitud de la diferencia se reduce sustancialmente en comparación con la existente en el caso de los alfajores descripto en el párrafo anterior.

27. Para el segmento de los bombones y bocaditos bañados en chocolate el calculo de los precios promedio arroja una valor de $17,07.- por kilogramo para el año 1999, ubicándose como el segmento de mayor valor dentro del universo de las golosinas bañadas en chocolate, más que duplicando a los precios promedio de los alfajores.

28. Por último, en el caso de los confites bañados en chocolate los precios promedio, de $13,56.- por kilogramo para el año 1999, se encuentran por debajo de los precios promedio por kilogramo para el mismo año del resto de las golosinas bañadas en chocolate, sin incluir a los alfajores, mientras que para los otros bañados en chocolate que no se encuentran incluidos en ninguno de los segmentos descriptos en los párrafos anteriores los precios promedio, de $16,62.- por kilogramo para el mismo año, resultan superiores a los del resto de las golosinas bañadas en chocolate, sin incluir a los alfajores.

29. Los datos consignados en los párrafos anteriores podrían hacer pensar que alguno de los segmentos, en especial el de los alfajores, constituyen un mercado relevante en sí mismo. No obstante, debe tenerse en cuenta que los precios indicados precedentemente están expresados en pesos por kilogramo, y que la decisión del consumidor a la hora de comprar una golosina bañada en chocolate puede no estar determinada exclusiva o preponderantemente por el peso de la golosina. En este último sentido, las partes han manifestado que las estrategias de marketing se basan en el desarrollo de un portafolio

de productos que abarque la totalidad de golosinas cubiertas con chocolate, cubriendo todos los "precios claves" de la categoría o segmento.

30. Las mencionadas estrategias de marketing reconocen las características de la transacción bajo la cual típicamente se desarrolla la comercialización de las golosinas bañadas en chocolate: preponderantemente en kioskos, y habitualmente con monedas. Ello hace que se identifiquen "precios clave" (p. ej. 10, 25, o 50 centavos, 1 peso, etc.), dentro de los cuales se ubican las golosinas pertenecientes a las diferentes categorías o segmentos. Así, dentro de los diferentes "precios clave" es posible encontrar golosinas de los diferentes segmentos: p. ej., dentro del segmento de 25 centavos puede encontrarse tanto un alfajor, como un bombón o una oblea.

31. Los datos obrantes en las actuaciones muestran los rangos de precios unitarios de cada uno de los segmentos, que en el caso de los alfajores se ubican en una banda que va desde $0,10 hasta $ 0,80. Dicho rango de precios unitarios, en el caso de las obleas, va desde $0,10 hasta $0,56. Finalmente, en el caso de los bombones y bocaditos, confites, y otros bañados -para un peso equivalente en gramos en relación con los dos primeros segmentos- los precios se ubican dentro de rangos similares a los de dichos segmentos. Estos rangos de precios indican la existencia de una banda de precios común a los tres segmentos precitados, lo cual sugiere una posibilidad efectiva de sustitución por parte del consumidor.

32. También debe destacarse que se está en presencia de productos diferenciados, que de acuerdo a un estudio de base realizado por Nora Reyes & Asociados sobre el consumo de chocolate, permite distinguir los atributos asociados con cada tipo de producto e identificar aquellos que resultan consistentes y definitorios de cada categoría.

33. El precitado estudio fue encargado por la Cámara de Industrias de Productos alimenticios (C.I.P.A.), lo cual puede valorarse como un elemento indicativo de que las estrategias comerciales de los oferentes toman en cuenta la potencialidad de sustitución entre las distintas categorías de golosinas bañadas en chocolate.

M.E.
ESGRALDO N°
5

34. De los resultados obtenidos en dicho estudio, se destacan, en el caso de los alfajores, su popularidad entre los consumidores como rasgo más diferenciador, también serían considerados, junto con las galletitas y obleas bañadas en chocolate, como alimenticios. Mientras que, en el caso de los confites y maníes bañados en chocolate y las barras bañadas en chocolate, sobresale como principal atributo la percepción, por parte de los consumidores, de ser engordantes, aunque también se destaca, en el caso de los confites y maníes bañados en chocolate, su rasgo infantil y, en el de las barras, su asociación con lo moderno.

35. Por último, en el segmento de los bocaditos y bombones, las principales características destacadas por el referido estudio se relacionan con lo romántico, lo tentador y la posibilidad de regalo.

36. Cabe agregar que, de acuerdo a las constancias obrantes en el expediente, puede expresarse que los productos comprendidos dentro del universo de las golosinas bañadas en chocolate ofrecen cubrir la misma necesidad básica, es decir, la de proveer gratificación o placer oral dulce, con el fin de recompensarse o energizarse.

37. Adicionalmente, la existencia de un patrón similar de consumo estacional en los segmentos mencionados constituye un indicio de la relación entre las demandas de los diferentes productos bañados en chocolate.

M.E.
05

IV.4 Sustituibilidad por el lado de la oferta

38. A continuación se realizará un análisis de las características más salientes de los procesos productivos de diferentes productos bañados en chocolate. Dicho análisis sugiere la posibilidad de una alta sustitución por el lado de la oferta, lo que confirma la importancia del análisis de las características del mercado de golosinas bañadas en chocolate en general.

39. El segmento de los alfajores se destaca por la gran variedad de productos regionales que se elaboran y comercializan en todo el país. Estos productos regionales por sus

características propias se distinguen de los alfajores con cobertura de chocolate producidos industrialmente, que son objeto de análisis en el presente dictamen.

40. El proceso industrial por el cual se elaboran los alfajores bañados en chocolate consta de tres etapas, la primera, en la que se ensambla el alfajor a partir de la dosificación del relleno sobre una galletita y la colocación de otra galletita sobre ese relleno. En el caso de ser un alfajor triple se vuelve a aplicar una dosificación de relleno sobre una de las galletitas del armado anterior. En la segunda etapa, se le aplica el baño de chocolate templado y se lo deja enfriar, para finalmente envolverlo con un envase primario laminado y embalarlo en cajas de cartón corrugado para su almacenamiento.

41. En el caso tanto de las obleas como de las galletitas dulces bañadas en chocolate el proceso industrial, al igual que en el de los alfajores, se inicia con el armado del producto mediante la dosificación del relleno sobre una oblea o una galletita dulce y la colocación de otra oblea o galletita dulce sobre el relleno, para luego aplicarle el baño de chocolate, dejarlo enfriar y envolverlo para su almacenamiento y posterior comercialización.

42. Los productos de confitería con cobertura de chocolate se elaboran a partir del armado de lo que será el cuerpo principal de la golosina con la adición de algún relleno y su posterior cobertura con chocolate para, finalmente, dejarlo enfriar y envolverlo para su almacenamiento y comercialización.

43. De acuerdo a lo anterior, se infiere que los distintos productos bañados en chocolate pueden sustituirse fácilmente por el lado de la oferta. Esto es así, ya que en la mayoría de los casos la primera etapa del proceso productivo se basa en la dosificación de algún relleno a dos masas producidas a base de harina (galletitas, obleas u otras), siendo sencillo a partir del producto obtenido aplicar las etapas sucesivas del proceso para la elaboración de cada uno de los productos finales bajo análisis, en tanto que la infraestructura necesaria para las últimas etapas (envasado y almacenado) puede ser utilizado para distintos tipos de productos.

44. Por su parte, tanto en el caso de los alfajores bañados en chocolate como de las obleas y galletitas dulces bañadas en chocolate la base para su preparación, las tapas

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

(galletitas, obleas u otras) a las que se adiciona el relleno y, el chocolate para la cobertura del armado, se encuentra disponible en el mercado, permitiendo una rápida sustitución por el lado de la oferta ante incrementos de precios en alguno de los segmentos analizado.

IV. 5 Mercado Relevante del Producto

45. En consecuencia, dado que, desde el punto de vista de la demanda, no se cuenta con los elementos suficientes como para afirmar que cada uno de los segmentos de golosinas bañadas en chocolate constituyen un mercado en sí mismo, se analizará el impacto de la presente operación en cada uno de los segmentos involucrados y en el mercado de los productos bañados en chocolate en general, ponderando adecuadamente las posibilidades de sustitución por el lado de la oferta descriptas previamente.

IV.6 El mercado geográfico.

46. En cuanto a la extensión geográfica del mercado, el presente análisis considerará a todo el mercado nacional, por cuanto tanto la empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. como ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. comercializan sus productos en todo el territorio de la República Argentina.

M.E.
05

IV.7 Las Características del mercado

47. En el mercado de las golosinas bañadas en chocolate participan un gran número de empresas, de las cuales muchas son pequeñas empresas regionales que ingresaron al mercado nacional en lo últimos años, verificándose una amplia oferta de más de cien productores, tanto nacionales como extranjeros, que ofrecen una gran diversidad de productos, sabores, formatos y empaques, por medio de una red de canales de distribución que incluye a los supermercados e hipermercados y distribuidores mayoristas de golosinas que abastecen a los autoservicios, almacenes, kioscos, bares, restaurantes y otros.

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

48. El 21% de la comercialización de estos productos (incluyendo las confecciones de chocolate) se realiza a través de supermercados e hipermercados, el 12,5% mediante comercios tradicionales, el 8,5% en autoservicios y el 58% restante en kioscos y minimercados, de acuerdo a la información publicada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

49. Una de las empresas que más se destaca por su participación en el mercado bajo análisis es Arcor, que tomando el conjunto de las golosinas bañadas en chocolate alcanza el 28% de la facturación durante los primeros ocho meses del 2000[1], de acuerdo a las mediciones realizadas por la empresa CCR Information Resources, citada como fuente de la información por las empresas notificantes.

50. Los segmentos de golosinas bañadas en chocolate que se analizarán en la presente sección son aquellos en los cuáles se establece una relación horizontal entre las empresas involucradas, es decir en los que participan las empresas KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. y ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. Con este criterio, se verificó la existencia de relaciones horizontales en tres segmentos: alfajores bañados en chocolate, obleas y galletitas bañadas en chocolate, y otros bañados en chocolate.

M.E.
ISGRADO N°
05

51. Con el objeto de analizar los efectos de la presente operación de concentración económica en los segmentos detallados, a continuación, se considerará la magnitud en la que se incrementa la participación de las empresas involucradas y el grado de concentración existente.

52. El segmento de los alfajores bañados en chocolate se caracteriza por contener a un producto típicamente argentino, muy popular entre los consumidores que lo consideran como un producto con propiedades alimenticias, siendo el segmento que más se

[1] Se utiliza este periodo de tiempo para computar las participaciones debido a que es el único periodo en el que se tiene la información completa de la facturación de los productos involucrados. Cabe destacar que, a pesar de que no se cuenta con esta información para un año completo, la estacionalidad que se presenta en el consumo de todos los segmentos de bañados es la misma, puesto que el consumo de todos ellos se incrementa en

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

diferencia del resto de las golosinas bañadas en chocolate. De esta manera, es importante el análisis de la concentración en este segmento en particular.

53. En este segmento se destaca la empresa Arcor, con una participación del 22,6%, de acuerdo a la facturación correspondiente al período enero-agosto de 2000, le siguen en importancia las empresas Jorgito, con el 15,8%, ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., con el 10,8%, KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A., con el 9,5%, y Bagley con el 9,1%.

54. Como resultado de la operación notificada la participación conjunta de las empresas KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. y ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C sería del 20,3%, pasando a ocupar el segundo lugar en el ranking de empresas que compiten en el segmento de los alfajores bañados en chocolate.

55. En el caso de las obleas y galletitas bañadas en chocolate la mayor participación en el segmento es de la empresa ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., con el 70,3%, de acuerdo a la facturación correspondiente al período enero-agosto de 2000. Le siguen en importancia las empresas Arcor, con el 13,4%, KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A., con el 5,4%,y Bagley, con el 0,8%..

56. La alta participación de la firma ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. se explica por el reconocimiento que tienen las marcas que produce, entre las cuáles se destaca la oblea bañada en chocolate comercializadas con las marcas "Rhodesia" y "Mini Rhodesia" y las galletitas bañadas en chocolate comercializadas con las marcas "Tita", "Oreo" y otras.

57. La participación conjunta de las empresas KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. y ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., como resultado de la operación notificada, sería del 75,7% del total de lo facturado por la venta de obleas y galletitas bañadas en chocolate en el período enero-agosto de 2000.

M.E.
05

---

invierno y disminuye en verano con un patrón muy similar. De esta forma la participación de las empresas en este período es representativa de la de todo el año.

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

58. Por último, en el segmento de otros bañados en chocolate participan un importante número de empresas. En el primer lugar del ranking, de acuerdo a la facturación correspondiente al período enero-agosto de 2000, se ubica la empresa Ferrero, con el 35,6%, segunda esta la firma ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., con el 27%, y en tercer y cuarto lugar figuran las empresas Arcor y Nestle, con el 8 y 7,9%, respectivamente.

59. La empresa KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. se ubica en el octavo lugar del ranking, con una participación del 2,8%, por lo que, la suma de las participaciones de las empresas involucradas en la operación bajo análisis es del 29,8%. Por lo tanto la operación notificada no modificará sustancialmente la concentración en el segmento de otros bañados en chocolate, debido a que ninguna de las empresas mencionadas presenta una participación significativa en este segmento.

60. Una vez analizados los diferentes segmentos o categorías de golosinas bañadas en chocolate, se considerará el conjunto de las golosinas bañadas en chocolate. Puede observarse en el Cuadro N° 1 que las marcas de las primeras 4 empresas (Arcor, ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C., Jorgito y KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A.) dominan el mercado, concentrando el 65,4% del mismo. Con una menor participación se destacan Bagley y Guaymallén.

M.E.
05

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
Dr. EDGARDO R. NUÑEZ
SECRETARIO
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Cuadro N° 1: Participación de las empresas en la facturación de golosinas bañadas en chocolate, enero-agosto del 2000.

FIRMAS	PARTICIPACIÓN (%)
ARCOR	28,6
ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C.	12,8
JORGITO	7,3
KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A.	7,1
BAGLEY	4,4
GUAYMALLEN	3,3
FANTOCHE	2,9
DOS EN UNO	1,8
NESTLE	1,7
GRUPO COSTA – BONAFIDE	1,6
GEORGALOS	1,4
GAROTO	1,4
CADBURY – STANI	1,4
AMBROSOLI	1,1
LA NIRVA	1,0
MARS	0,7
CAPITAN DEL ESPACIO	0,7
GRANDOTE	0,6
BALCARCE	0,5
OTROS	19,7

Fuente: CNDC en base a datos de CCR aportados en el marco del presente expediente.

61. La empresa resultante de la fusión notificada fortalecerá su posición como segundo competidor en el mercado de golosinas bañadas en chocolate, ya que la participación conjunta de las empresas KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. y ESTABLECIMIENTO MODELO TERRABUSI S.A.I.C. sería del 19,94%.

62. Por otra parte, la firma Arcor, por ejemplo, posee una participación significativa en la facturación de golosinas bañadas en chocolate. Así, el aumento de la participación de PHILIP MORRIS COMPANIES INC. en el mercado de golosinas bañadas en chocolate no afectará negativamente la competencia, debido a que deberá enfrentar a fuertes competidores que restringirían la posibilidad de que intente ejercer poder de mercado.

IV.8 Los efectos de la presente operación en el mercado de las golosinas bañadas en chocolate y sus segmentos

63. Por un lado, considerando los segmentos de golosinas bañadas en chocolate analizados puede concluirse que la concentración en alfajores bañados en chocolate y otros bañados en chocolate no será significativa, mientras que en el segmento de obleas y galletitas bañadas en chocolate se presenta un alto nivel de concentración. A pesar de esto, no se producirá una modificación sustancial en las condiciones de competencia como consecuencia de la presente operación en este segmento debido a que esta situación ya se manifestaba con anterioridad a la misma.

64. Por el otro, considerando al universo de las golosinas bañadas en chocolate también puede concluirse que la concentración resultante de la operación notificada no es significativa, dado que la participación conjunta sería inferior al 20%.

65. Asimismo, como se menciona anteriormente, existe un alto grado de sustitución por el lado de la oferta, ya que tanto los insumos utilizados como los procesos productivos aplicados para producir alfajores bañados en chocolate, obleas bañadas en chocolate y otros bañados en chocolate son similares a los empleados para la producción de otras golosinas.

66. Así, la empresa PHILIP MORRIS COMPANIES INC., controlante de la sociedad subsistente de la fusión, no podrá ejercer poder de mercado debido a que existen varias marcas reconocidas en los distintos segmentos que componen el universo de las golosinas bañadas en chocolate a las que no les resultaría costoso reposicionarse para captar una parte significativa de la demanda de los productos de la precitada empresa.

67. En resumen, considerando que, por un lado, no es de descartar la posibilidad de sustitución efectiva por el lado de la demanda y, por el otro, la alta sustituibilidad existente por el lado de la oferta entre los distintos segmentos que componen el universo de las golosinas bañadas en chocolate y, que a partir de la operación notificada no se produce un aumento significativo en la concentración en el mercado de golosinas bañadas en chocolate, la presente operación de concentración económica no genera

preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia, por cuanto sus efectos no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general.

V. CLÁUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS

68. No se verifican cláusulas de restricciones accesorias en la presente operación.

VI. CONCLUSIONES

69. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica, con incidencia en el mercado de golosinas bañadas en chocolate, 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.

70. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica por la cual PHILIP MORRIS COMPANIES INC. toma el control de la firma NABISCO HOLDINGS CORP. y la fusión entre ésta última y STRIKE ACQUISITION CORP., quedando la compañía subsistente de la fusión, NABISCO HOLDINGS CORP., bajo el control de la empresa, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13, inc. a), de la Ley N° 25.156.

71. El Señor Vocal, Licenciado Mauricio Butera, no emite opinión en el presente dictamen por encontrarse en uso de licencia.

M.E.
EGRADO N°
05

ESTEBAN M. GREGO
VOCAL

ONTAMAR
CAL