



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

ES COPIA  
*[Signature]*  
OSCAR ROBERTO DEMATINE  
DIRECCION DESPACHO



BUENOS AIRES, 11 MAR 2002

VISTO el Expediente N° 064-019592/2001 del Registro del ex 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.

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 por la cual la firma ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. venderá a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. la línea de embotellamiento del producto "GATORADE" con todos sus accesorios, mientras que la firma STOKELY-VAN CAMP, INC, una sociedad del grupo PEPSICO, le otorgará a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. una franquicia exclusiva para

M.F. PROYECTO N°
749

le

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten mark]*



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor*

OSGAR ROBERTO DEMATINE  
DIRECCION DESPACHO



elaborar, embotellar y comercializar los productos "GATORADE" en la REPUBLICA ARGENTINA, actos que encuadran en el artículo 6°, inciso d), de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156, ya que no tiene como objeto o efecto disminuir, restringir o distorsionar la competencia, 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 LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA 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.

Por ello,

EL SECRETARIO DE LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA  
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 notificada, por la cual la firma ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. venderá a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. la línea de embotellamiento del producto "GATORADE" con todos sus accesorios, mientras que la firma STOKELY-VAN CAMP,

M.P. PROYECTO N°
749

Q  
fue  
R



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Derogulación  
y la Defensa del Consumidor

ES COPIA  
*[Signature]*  
OSCAR ROBERTO MATINE  
DIRECCION DESPACHO



INC, una sociedad del grupo PEPSICO, le otorgará a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. una franquicia exclusiva para elaborar, embotellar y comercializar los productos "GATORADE" en la REPUBLICA ARGENTINA.

ARTÍCULO 2º.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 4 de Marzo del año 2002, que en CATORCE (14) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

6  
JUE

RESOLUCIÓN Nº 34

*[Signature]*

Lic. Pablo Marón Chailó  
Secretario de la Competencia, la Derogulación  
y la Defensa del Consumidor

M.P. PROYECTO Nº
749



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Expte. N° 064-019592/2001 (C.0364) SB/LG

DICTAMEN CONCENT. N°

311

BUENOS AIRES, 24 MAR 2002

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° 064-019592/2001 del registro del Ministerio de Economía caratulado **"CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES SAICA Y ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. (PRODUCTOS GATORADE – C.0364) S/ NOTIFICACIÓN ART.8° LEY 25.156"**, por la cual ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. venderá a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.y G su línea de embotellamiento del producto "GATORADE" con todos sus accesorios, mientras que la firma STOKELY-VAN CAMP, INC., una sociedad del Grupo PEPSICO, le otorgará a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. una franquicia exclusiva para elaborar, embotellar y comercializar los productos "GATORADE" en la República Argentina.

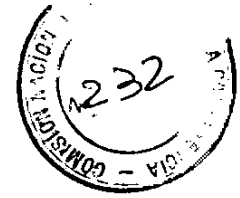
I. **DESCRIPCIÓN DE LA OPERACION Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES.**

• **La operación.**

1. Como fuera mencionado, la operación de concentración económica que se notifica consiste en la adquisición por parte de CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.y G, a ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A., de su línea de embotellamiento del producto conocido y comercializado bajo la marca registrada "GATORADE" y en la transferencia por parte de STOKELY-VAN CAMP, INC., una sociedad del Grupo PEPSICO, a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG de la franquicia para la elaboración, embotellado y distribución de dicho producto en la República Argentina hasta el día 7 de diciembre de 2014, con la posibilidad de prorrogar el contrato por períodos sucesivos de cinco años hasta que alguna de las partes manifieste su intención en contrario.



*Ministerio de la Producción*  
*Secretaría de la Competencia, la Desregulación*  
*y la Defensa del Consumidor*  
*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



• **La actividad de las partes.**

2. CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.y G es una sociedad constituida de acuerdo a las normas vigentes en la República Argentina. Tiene por objeto la fabricación, venta, importación y exportación de cerveza y otras bebidas con o sin alcohol, malta, maltas líquidas, extracto de malta, levaduras medicinales, cebada, hielo, gas carbónico, y demás artículos conexos o sustitutivos y de las materias primas, maquinarias y equipos necesarios para esas industrias; la realización de todo proceso integrante o complementario de las operaciones descriptas y en particular de la industria de frío y la realización de actividades agropecuarias y forestales.
3. CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. se encuentra controlada por QUILMES INTERNATIONAL (BERMUDA) LTD., una sociedad holding titular del 99,68% de su capital social.
4. En la República Argentina, CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. controla a las siguientes empresas: (i) PUBLICIDAD RELATOR S.A. (98,33 %), cuya actividad es la publicidad; (ii) COROPLAS S.A.I.C.I.F. (99,9 %), empresa dedicada a la producción de tapas corona; (iii) EMBOTELLADORAS DEL INTERIOR S.A. (99,20%), que elabora los productos de la línea PEPSI a fason para su controlante y agua "Villa de los Arroyos" para Eco de los Andes S.A.; (iv) AYDECAR S.A. (99,99%), que no desarrolla actividad en la actualidad y cuyo objeto consiste en la prestación de servicios de carga y descarga de productos; (v) SEVEN-UP CONCESIONES S.A. (99,99 %), que no desarrolla actividad alguna en la actualidad y cuyo objeto consiste en el embotellado de bebidas gaseosas a fason; (vi) EMBOTELLADORA PERLA DEL NORTE S.A. (99,99 %), la cual no desarrolla actividad alguna en la actualidad; (vii) ETEL S.A., empresa en liquidación; y (viii) EMBOTELLADORA 9 DE JULIO S.A.I.C.I.yF., que no desarrolla actividad en la actualidad.
5. ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. es una sociedad constituida según las leyes de la República Argentina dedicada a la fabricación y distribución de productos alimenticios y bebidas (cereales, gaseosas, etc.).
6. ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. se encuentra controlada por PEPSICO, INC., fabricante y distribuidor de bebidas gaseosas y jugos y productos alimenticios (snaks), a



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor*

*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



través de THE QUAKER OATS COMPANY, fabricante y distribuidor de productos alimenticios tales como cereales, copos de cereales y barras de arroz y cereales y bebidas isotónicas, ambas empresas con sede en Estados Unidos de América.

7. STOKELY- VAN CAMP, INC. es una sociedad del Grupo PEPSICO.

## II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

8. La operación notificada consiste en la transferencia de una línea de embotellamiento del producto "GATORADE" y la franquicia para su elaboración, embotellado y distribución, actos que constituyen una concentración económica en los términos del artículo 6° inciso d) de la Ley de Defensa de la Competencia.

9. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de la adquirente supera el umbral de \$200.000.000 (doscientos millones de pesos) establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones dispuestas en dicha ley.

## III. PROCEDIMIENTO

10. Las empresas involucradas notificaron conjuntamente la operación de concentración económica el día 12 de diciembre de 2001, a través de la presentación del formulario F1.

11. Con fecha 17 de diciembre de 2001 la CNDC resolvió que previo a todo proveer, las partes debían presentar la traducción de la documentación adjuntada como Anexo 2.f. en su presentación del día 12 de diciembre de 2001.

12. Con fecha 27 de diciembre de 2001 las partes presentaron la información solicitada, la cual fue observada por la CNDC el día 2 de enero de 2002.

13. Finalmente, las empresas notificantes contestaron satisfactoriamente el requerimiento efectuado el día 10 de enero de 2002, dándose por cumplido el Formulario F1 de notificación.



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

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

14. Como se anticipó, CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. por sí y a través de sociedades controladas tiene como actividad económica principal la producción, distribución y venta de gaseosas y cervezas, mientras que ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. se dedica a la fabricación y distribución de productos alimenticios y bebidas, siendo los activos objeto de la operación notificada i) la línea de embotellamiento de la bebida isotónica que esta última comercializa bajo la marca "GATORADE" y ii) la franquicia para la elaboración, embotellado y distribución de dicho producto correspondiente al GRUPO PEPSICO.
15. Al respecto debe considerarse que, desde el punto de vista del franquiciado la operación resulta en la ampliación de la cartera de bebidas que elabora, embotella, distribuye y comercializa, mientras que, desde el punto de vista del franquiciante, la operación configura un arreglo de naturaleza vertical, por el cual continuará explotando el negocio de las bebidas isotónicas en territorio de la República Argentina, de no mediar una rescisión, durante al menos los próximos 13 años.
16. En consecuencia, desde el la perspectiva del control previo de adquisiciones y fusiones, sólo corresponde analizar los efectos de la operación notificada desde el punto de vista del franquiciado, evaluando los efectos que de la misma pudieran deducirse como resultado de la ampliación de su cartera de productos, ya que desde el punto de vista del franquiciante, la operación supone su salida temporaria del gerenciamiento directo de la estrategia de comercialización del producto franquiciado, limitándose su participación en el negocio a la inspección de instalaciones, equipos y materiales utilizados en la producción, venta, y distribución de dicho producto y el control de operaciones y métodos de elaboración (fs 167 "Designación de Embotellador Exclusivo").

#### **La definición de los mercados de producto relevantes en la industria de las bebidas.**

17. Como resultado de la permanente innovación tecnológica y desarrollo de nuevos productos que caracteriza a la industria de las bebidas tanto local como internacional, se encuentran a disposición del consumidor un conjunto heterogéneo de bebidas cuyo uso habitualmente excede la simple satisfacción de la sed, razón por la cual no pueden considerarse todas las



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



bebidas existentes en el mercado como sustitutos cercanos o directos entre sí, desde el punto de vista del consumidor.

18. El informe titulado "Radiografía del consumo en la Argentina" que regularmente publica la Revista Mercado y cuya investigación corresponde a la consultora internacional ACNielsen, identifica como presentes en el mercado argentino siete tipos principales de bebidas alcohólicas: cervezas, vinos de mesa, aperitivos alcohólicos, champagne, whisky, licores y ginebras, donde las dos primeras representan casi el 80% del consumo de bebidas alcohólicas, a la vez que cuatro tipos principales de bebidas no alcohólicas: bebidas gaseosas, jugos frutales, aguas minerales o mineralizadas y aperitivos no alcohólicos, dentro de los cuales los dos primeros representan alrededor del 75% del consumo de bebidas no alcohólicas. A su vez, dentro del segmento de jugos frutales, la citada consultora diferencia entre jugos en polvos, jugos listos, amargos no alcohólicos, jugos líquidos para diluir y bebidas isotónicas, siendo los dos primeros los tipos de jugos frutales que representan la mitad de las ventas.<sup>1</sup>
19. Asimismo la notable heterogeneidad del referido conjunto de productos se manifiesta en una importante dispersión de los precios promedio: en el primer semestre de 2001 los precios promedio de las bebidas alcohólicas por litro variaban entre \$1,1 para los vinos de mesa hasta \$11,1 para el whisky, mientras que los precios promedio por litro o kilo de las bebidas no alcohólicas variaban entre \$0,6 para las aguas minerales y \$3,3 para los aperitivos no alcohólicos, siendo los precios promedio correspondientes a gaseosas, jugos en polvos, jugos listos, jugos líquidos para diluir y bebidas isotónicas de \$0,4, \$1,3, \$0,2 y \$2,9, respectivamente.<sup>2</sup>
20. Esta particular estructura y dinámica de la industria de bebidas ha sido tenida en cuenta tanto por esta Comisión como por otras autoridades de defensa de la competencia como el DGIV de la Comisión Económica Europea a los efectos de la definición de los mercados relevantes para el análisis del impacto de las concentraciones económicas notificadas.

21. Así en el Dictamen CNDC N° 6 (noviembre de 1999) por el que se analizó la operación de concentración económica entre CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. y G. y

*le*  
*[Signature]*  
Revista Mercado, "Radiografía del Consumo. Alimentos y Bebidas" pág. 47 a 50, Buenos Aires, octubre de 2001.





Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

236

BUENOS AIRES EMBOTELLADORA S.A. (BAESA) se definieron como mercados relevantes distintos al mercado de agua mineral y al mercado de las gaseosas, mientras que en el Dictamen CNDC N° 99 (agosto de 2000) que analizó la operación de concentración económica entre KRAFT SUCHARD ARGENTINA S.A. y ARCOR S.A.I.C., se definió como mercado relevante el mercado de jugos en polvo para preparar y concentrados para diluir, en base a la similitud manifiesta entre sus precios promedio. Por otra parte, en el Dictamen CNDC N° 234 (marzo de 2001) que analizó la operación de concentración económica entre CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A y G. y EMBOTELLADORAS DEL INTERIOR S.A. (EDISA), se dijo que además de la poca significativa sustitución por el lado de la demanda que conduce a no considerar a los oferentes de gaseosas y cervezas en el mismo mercado relevante, se añade la imposibilidad de sustitución por el lado de la oferta, ya que sendos productos son diferentes en cuanto a los insumos que utilizan y el equipamiento e instalaciones necesarios para sus procesos productivos, quedando los mercados de producto relevantes definidos como: producción y comercialización de aguas minerales, elaboración y distribución de jugos y embotellamiento y distribución de gaseosas. Finalmente, en el Dictamen por el que se analizó la operación de concentración económica entre PEPSICO INC, BEVERAGECO INC y QUAKER OATS COMPANY, se dijo que en relación a las bebidas isotónicas, gaseosas y jugos listos para beber que "...desde el punto de vista de la demanda no resultaría pertinente considerarlos como productos sustitutos...".

22. En cuanto a los antecedentes internacionales, el enfoque sobre la materia de la autoridad de competencia de la Comunidad Económica Europea también ha tomado en cuenta la heterogeneidad propia de esta industria, según se muestra a continuación.

23. En el caso N° IV/M. 289 – PEPSICO/KAS definió como mercado relevante de producto a las bebidas gaseosas, indicando a su vez que hasta podría ser apropiado segmentar el mismo por tipo de sabor (colas, lima – limón, naranjas, tónicas y amargas), en base a las preferencias que se percibían de los consumidores.<sup>3</sup>

24. En el Caso N° IV/M.190 – NESTLÉ/PERRIER se separó en dos mercados de producto relevantes al agua embotellada y las bebidas gaseosas explicitando que "... una limitada

<sup>3</sup> Op. Cit. página 50.

Case No IV/M. 289 – PEPSICO/KAS, Official Journal C 008, 13/01/1993.



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

sustituibilidad en términos solamente de funcionalidad no es suficiente para establecer sustituibilidad en términos de competencia. En el presente caso, si el único criterio para establecer sustituibilidad fuera aplacar la sed, muchos productos de naturaleza muy diferente que cumplen tal función deberían considerarse como pertenecientes al mismo mercado (té, leche, cerveza, ciertas frutas, etc.). Muchos factores, sin embargo, indican la existencia de un mercado diferente para el agua embotellada, donde los operadores tienen capacidad de actuar con significativa independencia de acción de las empresas que comercializan bebidas gaseosas, en particular en el área de los precios.”<sup>4</sup>

25. En el Caso N° IV/M.833 – THE COCA COLA COMPANY/CARLSBERG A/S, en línea con las consideraciones de los casos anteriores, además de las evidencias en torno al comportamiento de los precios relativos y las cantidades demandadas, los estudios realizados demostraron un diferente patrón de consumo entre las bebidas gaseosas y las restantes bebidas no alcohólicas: mientras las primeras son usualmente consumidas durante el tiempo de ocio, las segundas (jugos y aguas embotelladas) tienen un patrón de consumo de naturaleza más funcional, siendo las conclusiones de este estudio compartidas por consumidores, comercializadores y competidores entrevistados. Asimismo se consideró que existían elementos para diferenciar entre gaseosas colas y no colas. Por otra parte, tampoco consideraciones de sustitución desde la oferta indicaron apropiado incluir en el mismo mercado relevante a los dos tipos de bebidas.<sup>5</sup>

26. No obstante esta separación de los distintos tipos de bebidas no alcohólicas en mercados independientes, la referida autoridad de competencia ha entendido conveniente analizar la etapa que denomina “embotellado” y que comprende la preparación, empaque, venta, mercadotecnia y distribución de bebidas diciendo: “que un producto sea vendido como parte un una cartera más grande de bebidas no significa que la cartera como tal deba considerarse el mercado de producto relevante... Este análisis no debe ignorar que, en el nivel del

<sup>4</sup> Traducción propia. Case No IV/M.190 – NESTLÉ/PERRIER, Official Journal L 356, 05/12/1992.

<sup>5</sup> Corresponde acotar que en vistas de que las partes tenían una participación conjunta de más del 60% en el mercado danés de bebidas gaseosas colas, del 40% en el mercado danés de bebidas gaseosas no colas y del 70% en el mercado danés de bebidas gaseosas colas, la operación fue aprobada a condición de ciertas desinversiones. (Case No IV/M.833 – THE COCA COLA COMPANY/CARLSBERG A/S, Official Journal L 145, 15/05/1998 y reportes de prensa denominados como IP/97/787 y IP/97/386, ambos del año 1997).



embotellado, se incrementa el poder de mercado de un proveedor para ofrecer a sus clientes una cartera de bebidas más amplia".<sup>6</sup>

27. También esta Comisión estimó apropiado analizar los efectos de las operaciones previas de concentración económica que involucraron a CERVECERÍA y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. y G. en el plano de su distribución y comercialización, surgiendo preocupaciones sobre su impacto sobre la competencia en los distintos mercados de bebidas, debido a la elevada participación que dicha empresa exhibe en el mercado de cervezas, al entender que dicha posición podía potencialmente trasladarse a los otros mercados a los que ingresaba, a través de prácticas comerciales en el segmento de distribución y comercialización que vincularan los distintos negocios.


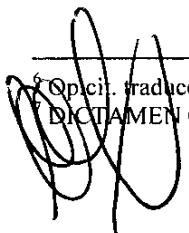
28. Por ello, en ambas ocasiones, la firma presentó un compromiso formal por el cual se comprometió a no incurrir en operaciones de venta de cervezas en forma subordinada a la provisión de las bebidas que comercializa, despejando la preocupación en torno a la distorsión de la competencia en los mercados.<sup>7</sup>

#### La naturaleza económica de la operación notificada y su efecto sobre la competencia

29. En base a las consideraciones precedentes en referencia a la evaluación del grado de sustitución entre los distintos tipos de bebidas que se ofrecen al consumidor, no se verifican relaciones de tipo horizontal entre las gaseosas y cervezas que comercializa y distribuye CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.y G y la bebida isotónica "GATORADE", por cuanto los mismos no constituyen sustitutos cercanos desde el punto de vista de la demanda ni desde la oferta.

30. Con relación a la sustitución desde el punto de vista de la demanda corresponde tener en cuenta que las bebidas isotónicas son un producto de reciente aparición en el mercado, destinado principalmente a su consumo por parte de los deportistas.

31. En los Estados Unidos, este tipo de bebidas se ubican en un segmento comercialmente conocido como "bebidas deportivas" (*sports drinks*). Con relación a su consumo, las entidades

  
  
<sup>6</sup> Copia. Traducción propia.  
DICTAMEN CONCENT. N° 6/99 y DICTAMEN CONCENT. N° 234/01.



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

239

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

especializadas en medicina del deporte aconsejan un uso relativamente restrictivo. En particular, aconsejan utilizarlas luego de una actividad física de una duración mayor a una hora, por la cual se ha producido en el organismo una importante deshidratación y pérdida de energía. Esta recomendación se funda en que las bebidas isotónicas, por su aporte de sales, producen una rehidratación más profunda que el agua común y, por su significativo contenido de carbohidratos, conducen a la recomposición de la energía perdida por un esfuerzo físico de considerable magnitud.<sup>8</sup>

32. Por otra parte, la singularidad del negocio de las bebidas isotónicas en nuestro país surge de su dinámica durante el último año ya que en un contexto recesivo y de deflación general de precios, las isotónicas aumentaron su precio promedio y aún así ganaron participación dentro del segmento de bebidas no alcohólicas: mientras la comparación de precios promedios entre el primer semestre del 2001 y el primer semestre de 2000 arroja disminuciones de precios para cervezas, vinos, gaseosas, aguas minerales, jugos en polvo y listos para diluir y amargos no alcohólicos, las bebidas isotónicas así como también las restantes bebidas alcohólicas, los aperitivos no alcohólicos y los jugos listos aumentaron su precio promedio.

33. En particular, nótese que mientras la importante reducción del precio de las gaseosas (10%) no impidió que perdieran participación en el segmento de bebidas sin alcohol, el incremento del orden del 4% del precio promedio de las bebidas isotónicas comparando el primer semestre de 2001 con el primer semestre de 2000 no fue obstáculo para que su participación aumentara un 9,3% dentro del segmento de jugos frutales, cuando la participación de dicho segmento en las bebidas no alcohólicas cayó un 9%. Asimismo, un aumento del 2.9% del precio promedio de las isotónicas entre 1999 y 2000 fue acompañado por un aumento del 36% en su participación en el segmento de jugos, cuando la participación de dicho segmento en las bebidas no alcohólicas se redujo un 6%<sup>9</sup>. Por tanto puede concluirse que el negocio de las bebidas isotónicas se encuentra en expansión dentro del segmento de jugos en particular y de las bebidas no alcohólicas en general, no obstante el incremento de precios, lo que permite inducir nuevos patrones de preferencias en los gustos de los consumidores.

<sup>8</sup> Cf. Chris Woolston, "Sports Drinks", Consumer Health Interactive, enero de 2000; Karen Hambly, "Functional Canned Carbonates!", Sports Science, 1998.  
<sup>9</sup> Revista Mercado, "Radiografía del Consumo. Alimentos y Bebidas" pág. 50, Buenos Aires, octubre de 2001.



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



34. En cuanto a las posibilidades de sustitución por el lado de la oferta, debe notarse que el concentrado a partir del cual GATORADE se produce sólo es similar en su composición química (y, por ello, en cuanto a su resultado para los fines específicos de rehidratación profunda y recomposición de energía) a otras bebidas isotónicas, como Powerade y All Sports, que son las otras dos isotónicas de relevancia presentes en el mercado norteamericano<sup>10</sup>. Asimismo, con respecto a la línea de embotellamiento adquirida, las notificantes han informado que la misma es específica para el envasado de bebidas isotónicas, siendo antieconómico su adaptación para el envasado de otras bebidas.
35. En consecuencia, dado que los segmentos de cervezas, gaseosas y bebidas isotónicas pueden considerarse mercados independientes, corresponde tipificar a la operación notificada como de conglomerado y, entonces, concluir que la misma no afectará la estructura de la oferta de los mercados respectivos, siendo las actuales participaciones de CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG., medidas en ingresos por venta, del 22% en gaseosas y del 71% en cervezas, mientras que la participación de ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. en bebidas isotónicas es del 99,6%.
36. Sin embargo, corresponde notar que en las operaciones de conglomerado con frecuencia se presentan entre los distintos productos relaciones de complementariedad a nivel de su producción, distribución, venta, mercadotecnia y/o consumo, en la medida en que se conforman carteras de productos que se producen y/o comercializan de modo conjunto, compartiendo ciertos costos fijos o variables, lo que constituye las ganancias de eficiencia que cabe esperar de este tipo de operaciones.
37. En la operación bajo análisis corresponde consignar que si bien gaseosas, cervezas y bebidas isotónicas pueden considerarse mercados separados, los productos pueden compartir los mismos canales de distribución y venta, dado que suelen ser adquiridos por el comercio mayorista y minorista de modo conjunto para su reventa al consumidor final. Bajo este aspecto, la operación notificada puede tipificarse como una "concentración por extensión de producto" (*product extension merger*) que refiere a la conformación o ampliación de una cartera de productos relacionados por oposición a la "concentración por extensión de mercado" (*market extension merger*) que refiere a la ampliación del mercado geográfico de un

<sup>10</sup> Cf. Chris Woolston, "Sports Drinks", Consumer Health Interactive, enero de 2000.



Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



mismo producto<sup>11</sup>. Una de las cuestiones que, desde el punto de vista de la competencia, corresponde analizar en estas operaciones es la posibilidad de que resulten como efecto de la misma las prácticas comerciales que se conocen como “ventas atadas” (*tying agreements*), cuestión que, como se adelantó ya fue abordada por esta Comisión en las concentraciones previas que involucraron a CERVECERÍA y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. y G.

38. Por ello, debido a las altas participaciones de CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. y “ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES” que, respectivamente, dichas empresas poseen en los mercados mercado de cervezas y de bebidas isotónicas, ha surgido preocupación, desde el punto de vista de la competencia, en razón de los incentivos que tendría la primera de subordinar las ventas de cerveza o de “GATORADE” a la adquisición de las gaseosas que comercializa.

39. Sin embargo esta preocupación ha sido despejada debido a que CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G. ha realizado ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA la presentación obrante a fs. 224, por la cual manifiesta su compromiso de “garantizar a todos sus clientes la libertad de optar alternativamente entre la gama de productos que comercializa, sin sujetar la venta de algún o algunos de ellos a la de otro u otros”.

## V. OTRAS CONSIDERACIONES SOBRE LA OPERACIÓN NOTIFICADA

40. Hasta aquí, según se dijo, el análisis fue desarrollado desde el punto de vista del eventual mejoramiento de la posición del franquiciado en los mercados de bebidas donde participa y participará con posterioridad a la operación notificada. A continuación, se entiende apropiado evaluar sucintamente dos cláusulas estipuladas en los documentos aportados por las partes que operan en favor del franquiciante.

41. Del documento denominado “Anexo 1. Designación de Embotellador Exclusivo”, que integra el borrador de la “Carta de Compromiso de Franquicia” aportado por las partes, surge que: “... (b) en caso de que la sociedad rescinda la presente designación de conformidad con el artículo

<sup>11</sup> Herbert Hovenkamp, “Chapter 13: Conglomerate Mergers” en “Federal Antitrust Policy. The law of competition and



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

242

- 17(a), el Embotellador (directa o indirectamente a través de cualquier subsidiaria o compañía vinculada) no podrá participar de la producción, venta o distribución de cualquier isotónico en el territorio por un período de dos años posteriores a la fecha efectiva de la rescisión” (fs. 172)
42. Al respecto nótese que i) dicha cláusula apunta a proteger al franquiciante ante la eventualidad de rescindir los contratos por los cuales se perfeccionará la operación notificada, lo que retrotraería las condiciones de competencia a la situación previa la misma, y, ii) ante tal eventualidad, la restricción transcrita puede considerarse razonable porque la extensión del período durante el cual el franquiciante estará protegido de la competencia, es suficientemente acotada para permitirle retomar el control del negocio, sin afectar las condiciones de competencia de largo plazo en el mercado de isotónicas.
43. Por otra parte, en el referido documento denominado “Carta de Compromiso de Franquicia” se encuentra la siguiente cláusula: “X – Competencia. El embotellador acuerda que durante la vigencia de la designación, el embotellador y sus filiales no producirán, venderán ni distribuirán ningún producto de la firma The Coca-Cola Company. A los fines de este documento, el término “filiales” de Quilmes significará entidad que directa o indirectamente controle al embotellador, sea controlada por éste o se halle bajo el control común de éste. Se entiende por control de una entidad la titularidad de al menos el 50% de las acciones con derecho a voto o del derecho de designar al gerente general o a la mayoría de los directores de la entidad” (fs. 195).
44. Al respecto, corresponde tener presente i) que Coca Cola Company es el principal competidor de PEPSICO Inc y comercializa, a través de sus propias franquicias de elaboración, embotellamiento y distribución, una cartera de productos principalmente integrada por gaseosas, aunque también cuenta con aguas e isotónicas y ii) que, si bien Coca Cola Company tiene una participación ínfima en el mercado de isotónicas, su participación en el mercado de gaseosas aproximadamente duplica la de PEPSICO<sup>12</sup>.
45. Sobre la naturaleza de la citada cláusula X, se observa que la misma al impedir a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A. y G., durante la vigencia de la franquicia,

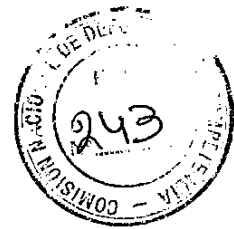
its practice’, West Publishing Co., St. Paul, Minnesota, 1994.

<sup>12</sup> En Dictamen Concent. N°234/01, Expte N° 064 012454/2000 (C.198) “EMBOTELLADORAS DEL INTERIOR S.A. Y CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. y G. S/NOTIFICCIÓN ART.8 Ley N° 25.156”



*Ministerio de la Producción  
Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
y la Defensa del Consumidor*

*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



distribuir los productos de Coca Cola Company, constituye, en los hechos, un acuerdo de distribución exclusiva de naturaleza parcial o selectiva en favor del grupo PEPSICO.

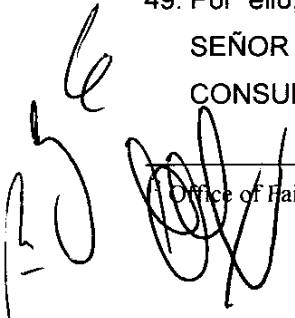
46. Al respecto, téngase presente que, en términos generales, los acuerdos de distribución exclusiva son objeto de preocupación desde el punto de vista de la competencia, cuando pueden i) disminuir la capacidad de los competidores de aumentar su participación de mercado o ii) impedir la entrada de nuevos competidores, sin que existan importantes contrapartidas en términos de eficiencia.<sup>13</sup>

47. En base a lo precedente y a la información disponible en autos, esta Comisión entiende que la referida cláusula que de hecho redundaba en un acuerdo de distribución exclusiva o selectiva en favor del Grupo Pepsico, no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia, dado que i) sólo establece restricciones en relación a Coca Cola Company y no respecto de otras empresas presentes, ii) no cabe esperar que Coca Cola Company vea disminuida su capacidad de competir en el mercado de gaseosas y, iii) tampoco se considera probable que la capacidad de expansión de Coca Cola Company en los mercados de aguas o isotónicas resulte disminuida, dado que, en principio, dichos productos pueden ser distribuidos por el mismo sistema que sus bebidas gaseosas. Asimismo, dada la envergadura de la firma, puede sostenerse que la misma cuenta con suficiente capacidad para ampliar y/o desarrollar otras modalidades de distribución.

## VI. CONCLUSIONES

48. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica que se notifica 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.

49. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO LA COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica por la cual

---

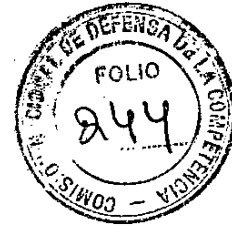
Office of Fair Trading (United Kingdom), "Assessment of Individual Agreements and Conduct", sep.de 1999.





Ministerio de la Producción  
 Secretaría de la Competencia, la Desregulación  
 y la Defensa del Consumidor

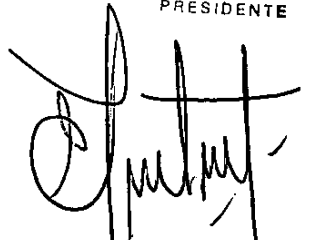
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

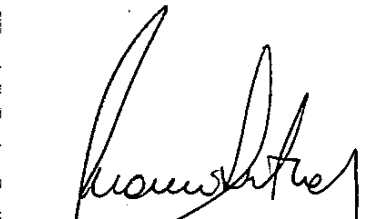


ELABORADORA ARGENTINA DE CEREALES S.A. venderá a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. su línea de embotellamiento del producto "GATORADE" con todos sus accesorios; mientras que la firma STOKELY-VAN CAMP, INC., una sociedad del Grupo PEPSICO, le otorgará a CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A.I.C.A.yG. una franquicia exclusiva para elaborar, embotellar y comercializar los productos "GATORADE" en la República Argentina, conforme a lo establecido en el artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.

  
**LUCAS GROSMAN**  
 VOCAL

  
**G. GABRIEL FOUZAT**  
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 PRESIDENTE

  
**EDUARDO MONTAMAT**  
 VOCAL

  
**Lc. MAURICIO BUTERA**  
 VOCAL