

140



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

ESGORIA
OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION BESPAGNO

44

BUENOS AIRES. 7 ABR 2000

VISTO el Expediente N° 064-000964/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMIA. 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 ECONOMIA

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 COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los artículos 6° a 16 y 58 de la Ley N° 25.156.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición del CIEN POR CIENTO (100%) de las acciones representativas del capital social y votos de la empresa HIELO MERLO SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL FINANCIERA E INMOBILIARIA por parte de ECO DE LOS ANDES S.A., acto que encuadra en el artículo 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica con incidencia en el mercado de las aguas minerales, no infringe en forma alguna el artículo 7° de la Ley N° 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARIA DE DEFENSA

M.E.
PROSECRALD N°
370

S.P.E.
iw



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

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
DIRECCION DESPACHO

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.

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada consistente en la adquisición del CIEN POR CIENTO (100%) de las acciones representativas del capital social y votos de la Empresa HIELO MERLO SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL FINANCIERA E INMOBILIARIA por parte de ECO DE LOS ANDES S.A., de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inc. a) de la Ley N° 25.156

ARTÍCULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente al Dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA de fecha 6 de abril del año 2000, que en DIEZ (10) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTICULO 3°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN N° 44

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

| |
|------------------------|
| M.E. PROF. GRAL. N° |
| 370 |
| |
| |



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

ES COPIA
[Signature]
OSCAR ROBERTO DEMATINI
DIRECCION DESPACHO

ES COPIA
FIEL DEL ORIGINAL

Azul 44

Dr. Alejandro J. Anguit
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
Secretario

Expte. N° 064-000964/2000

DICTAMEN CONCENT. N° 40

BUENOS AIRES, 06 ABR 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica por la cual la firma ECO DE LOS ANDES S.A. (en adelante, ECO DE LOS ANDES) adquiere la totalidad del capital accionario de la empresa HIELO MERLO SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL FINANCIERA E INMOBILIARIA (en adelante, HIELO MERLO).

Las empresas involucradas dieron cumplimiento en tiempo y forma a lo dispuesto en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, notificando en forma completa la operación a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (en adelante, CNDC) el día 2 de febrero del corriente año.

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

1. Las empresas referidas celebraron, con fecha 2 de Marzo de 2000, un Contrato de Compraventa de Acciones en el que ECO DE LOS ANDES adquiere a los titulares del 100% de las acciones de HIELO MERLO la totalidad de las mismas que incluyen todos los derechos de voto y derechos económicos inherentes existentes a la fecha, así como cualquier y todo otro derecho que surja de su titularidad (art. 2.1 del Contrato de Compraventa).
2. ECO DE LOS ANDES es una sociedad anónima constituida de acuerdo con las normas de la República Argentina que tiene por objeto la realización, por cuenta propia y/o de terceros, asociada a terceros, dentro o fuera del país, de las siguientes

| |
|----------------|
| ME ECONOMIA |
| 370 |
| € |
| |

[Handwritten signatures and initials]
S.N.E.



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

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

ES COPIA
 FIEL DEL ORIGINAL

44

Dr. Alejandro J. Anguit

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia
 Secretario

actividades: investigación, exploración, extracción, producción, tratamiento, venta y distribución, importación y exportación de agua envasada (fs. 115 del Estatuto). Su actividad principal es la producción y envasado de agua mineral natural en su planta de Tunuyán, Provincia de Mendoza que es distribuida bajo la marca "Eco de los Andes" en Argentina y Uruguay y "Eco de la Cordillera" en Chile. La presentación del producto se hace en envases plásticos con y sin gas, de 500 ml y 1,5 y 2 litros y en envases de vidrio, con y sin gas, de 500 ml.

3. ECO DE LOS ANDES es controlada por PERRIER VITTEL S.A., sociedad constituida en Francia, que tiene como actividad principal la elaboración de sodas y aguas. A su vez, PERRIER VITTEL S.A. es controlada en forma directa por NESTLÉ S.A., una sociedad que se encuentra registrada en Suiza, que tiene como objeto la producción de bebidas, productos lácteos, productos de nutrición, platos preparados para cocina, helados, producción de alimentos para animales domésticos, elaboración de chocolates y productos de confitería y elaboración de productos farmacéuticos.
4. Asimismo, el titular del restante 49,13% del capital accionario de ECO DE LOS ANDES es QUILMES INTERNATIONAL BERMUDAS LTD la cual a su vez controla CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A. (en adelante, QUILMES).
5. QUILMES, a través de Buenos Aires Embotelladora S.A. (en adelante, BAESA) en el sector bebidas, se dedica a la producción y comercialización de bebidas, entre las que se cita a la cerveza, gaseosas, jugos y agua mineral (bajo la marca "Glaciar"). Además, distribuye los productos comercializados bajo la marca "Eco de los Andes".
6. HIELO MERLO es una sociedad anónima regularmente constituida bajo las leyes de la República Argentina que tiene por objeto realizar, sea por cuenta propia o de terceros o asociada a terceros, en el país o en el extranjero toda clase de actividades necesarias o convenientes para la elaboración o comercialización de hielo, elaboración de bebidas sin alcohol, ya sean concentradas o diluidas; compra, venta y comercialización de envases necesarios para los productos que elabore (fs. 31/31vta)

| |
|--------------------|
| M.E. PROCESADOS |
| 370 |
| |
| |

cu
 J.B
 [Handwritten signatures]



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

ES COPIA
 OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

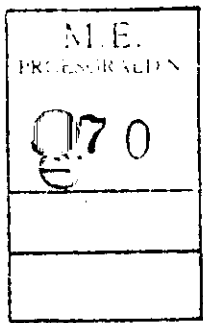
ES COPIA
 ORIGINAL
 44
 Dr. Alejandro Anguit
 Secretario

del Estatuto). Actualmente comercializa la marca de agua mineralizada artificialmente "Fresh Water" que se extrae de una napa subterránea ubicada en la localidad de Francisco Alvarez, Provincia de Buenos Aires, y es presentada en bidones de 12 y 20 litros sin gas y en envases plásticos, con y sin gas, de 500 ml, 1,5 y 2 litros y en envases de vidrio de 500 ml y en sifones con gas de 1,5 litros.

7. ECO DE LOS ANDES y HIELO MERLO han acordado una escisión de activos previa a la transferencia de acciones por la cual HIELO MERLO venderá, mediante el procedimiento de Transferencia de Fondo de Comercio, a una sociedad que los vendedores designen, los activos relacionados con el negocio del hielo y el de los envases y bidones de plástico desarrollados actualmente por HIELO MERLO. De las descripciones realizadas se desprende que las empresas notificantes son competidoras en el mercado de aguas minerales, sean naturales o artificiales, por lo que la operación llevada a cabo es de naturaleza horizontal.
8. La operación objeto de la presente notificación se haya sujeta a la aprobación por parte de esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (CNDC) (fs. 304 del Considerando d) del Contrato de Compraventa).

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

9. Siendo que la operación notificada se refiere a la adquisición del total del paquete accionario de HIELO MERLO por parte de ECO DE LOS ANDES, lo que implica un cambio de control, la misma encuadra en las previsiones del artículo 6º, inciso c) de la Ley Nº 25.156.
10. La obligación de notificar la transferencia de acciones referida esta dada, de acuerdo a la información brindada por las partes que refiere a los estados contables consolidados del grupo Nestlé correspondientes al ejercicio económico cerrado el 31 de diciembre de 1998, por el volumen de negocios total a nivel mundial del grupo económico que controla a ECO DE LOS ANDES que es de PESOS CINCUENTA Y



S.T.E.

[Handwritten signatures and initials]



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

ES COPIA

OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

ES COPIA
 ORIGINAL

44

Dr. [Signature] Encargado
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 Secretario

DOS MIL QUINIENTOS NOVENTA MILLONES QUINIENTOS CINCUENTA Y UN MIL (\$ 52.590.551.000.-), por lo que supera el umbral establecido en el artículo 8° de PESOS DOS MIL QUINIENTOS MILLONES (\$2.500.000.000.-) a nivel mundial. En la Argentina el volumen de negocios de ECO DE LOS ANDES es de PESOS NUEVE MILLONES QUINIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE (\$9.549.439.-).

11. El volumen de negocios en el país de HIELO es de PESOS ONCE MILLONES TRESCIENTOS NUEVE MIL CIENTO CUARENTA Y CINCO (\$ 11.309.145.-), correspondiente al ejercicio económico iniciado el 1° de enero de 1998 y concluido el 31 de diciembre del mismo año.

III. PROCEDIMIENTO

12. Con fecha 24 de enero de 2000, las empresas involucradas notificaron la operación a esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
13. El día 31 de enero de 2000, se informó a las notificantes acerca de la necesidad de presentar nueva documentación a efectos de completar la notificación, la cual fue completada satisfactoriamente el día 2 de febrero de 2000.
14. El 23 de marzo la CNDC solicitó a las empresas involucradas que completaran el formulario F2, a fin de profundizar el estudio de la concentración notificada. Dicho cuestionario fue respondido el día 24 de marzo, por lo que el plazo de 45 días establecido en el artículo 13 de la Ley de Defensa de la Competencia se cumple el día 7 de abril del corriente año.

| |
|------------------|
| M.E. PROCESAL |
| 370 |
| |

S.M.E.



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

ES COPIA
 OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

COPIA DEL ORIGINAL

44

Dr. Alejandro J. Angaut
 Secretario

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

15. El producto involucrado en esta operación está dado por la relación horizontal que existe entre las empresas ECO DE LOS ANDES, BAESA y HIELO MERLO en la producción y distribución de agua mineral natural y mineralizada artificialmente, con y sin gas.

16. Si bien el agua mineral está incluida, junto con las sodas, las gaseosas y los jugos, en el mercado más amplio de las bebidas sin alcohol, en este caso el análisis es acotado al mercado más restringido del agua mineral natural y mineralizada artificialmente, con y sin gas.

17. Las sodas, cuyo consumo per capita fue de 110 litros por habitante para el año 1995, es de las bebidas envasadas la de mayor consumo. La tendencia indica que las aguas minerales están sustituyendo a las sodas como la tradicional bebida de la mesa de los consumidores argentinos. Este cambio se evidencia en la reconversión de algunas fábricas de soda, que cuentan actualmente con su propia marca de agua mineral. Las sodas son producidas a partir de agua de red, sometida a procesos de filtración y ozonificación, envasada en sifones con el agregado de gas carbónico.

18. Las gaseosas totalizaron un volumen de ventas, en el año 1996, de aproximadamente 2.200 millones de litros, representando el 27% del volumen total comercializado de bebidas sin alcohol. El crecimiento con respecto a 1990 fue del 100%, principalmente por la expansión de la demanda interna. Por su parte, el valor de la producción para el mismo año alcanzó los 2.560 millones de dólares.

19. Son elaboradas con agua de red procesada y filtrada, jugos de frutas concentrados, edulcorantes o azúcares, colorantes, conservantes, ácido fosfórico, caramelo, cafeína, extractos vegetales, gas y un jarabe específico que las principales empresas importan desde la casa matriz. La gama de sabores son cubiertos por los principales

| |
|------|
| M.E. |
| 170 |
| |
| |

S.M.E.
 w J.P.
 [Handwritten signatures]



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

ES COPIA

 OSCAR ROBERTO BEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

ES COPIA
 DEL DEL ORIGINAL

44

Oscar Roberto Bematine
 Secretario

productores, siendo los cinco sabores principales la cola, lima limón, naranja, pomelo y tónica.

20. Los jugos pueden dividirse en cuatro segmentos, los puros, los preparados en polvo, los concentrados y los superconcentrados. Los concentrados y superconcentrados son los de mayor venta. Del volumen total de jugos concentrados destinados al mercado interno, la mitad son adquiridos por las fábricas de bebidas gaseosas que los utilizan como insumo. La demanda restante está compuesta por las elaboradoras de bebidas para diluir a base de jugo, en su mayor parte, polvos con sabores frutales y jugos puros, en menor medida.

21. Las aguas minerales, consideradas por los consumidores como un producto saludable y puro, incluyen dos productos de características similares para el público, el agua mineral natural y el agua mineralizada artificialmente, pero diferentes en cuanto a su origen, a su forma de extracción y elaboración, como así también las normativas para su envasado y comercialización.

22. Las aguas minerales naturales deben ser envasadas junto a la fuente de origen, según lo determina el Código Alimentario Argentino. A diferencia de esto, las aguas mineralizadas artificialmente no tienen exigencias respecto de la ubicación geográfica, por lo que las plantas elaboradoras se localizan en los grandes centros de consumo a fin de minimizar los costos de transporte.

23. Por lo precedentemente expuesto, el mercado analizado en la presente operación que se notifica es el de la producción y distribución de agua mineral natural y mineralizada artificialmente, con y sin gas. ECO DE LOS ANDES, produce agua mineral natural de manantial, en su planta localizada en Tunuyán, y HIELO MERLO agua mineralizada artificialmente, extraída de una napa ubicada en la zona de Francisco Alvarez.

24. Asimismo, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entiende que la relación horizontal se extiende a la empresa QUILMES, que a partir de la operación por la cual adquirió el control accionario de la empresa BAESA, aprobada

M.E.
 1070

S.N.E.



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

COPIA
 OSCAR ROBERTO DEMATINE
 DIRECCION DESPACHO

ES COPIA
 DEL ORIGINAL

44

Dr. Alejandro Anguit
 Secretario

por Resolución de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería N° 885 del 29 de noviembre de 1999, produce y distribuye agua mineral bajo la marca "Glaciar", como así también distribuye el agua mineral "Eco de los Andes".

25. El agua mineral natural producida por ECO DE LOS ANDES es distribuida en todo el territorio de la República Argentina y exportada a Uruguay y Chile. A su vez HIELO MERLO distribuye sus productos en la zona geográfica comprendida por la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires. Por lo tanto el mercado geográfico tiene alcance nacional.
26. Resulta adecuado definir las características más importantes del mercado en el que se produce la concentración económica. Una primera aproximación al mismo debe hacerse teniendo en cuenta cuál es, en el mercado de aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente en Argentina, la posición relativa de las empresas en las participaciones de venta por año en el país.
27. La empresa HIELO MERLO comercializa la mayor parte del agua que produce en bidones de 12 y 20 litros que, para su consumo, requiere de un dispositivo o "dispenser" del cual puede obtenerse tanto agua fría como caliente. De acuerdo a la información presentada por la empresa, en promedio para los años 1996, 1997 y 1998, estos formatos comercializados representaron más del 97% de su volumen de producción, expresado en litros.
28. Las participaciones a nivel nacional de las empresas involucradas en el mercado de las aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente, con y sin gas, de acuerdo a la información brindada por las partes en base a las estimaciones realizadas por las consultoras AC Nielsen y Databank Group, fueron en volumen, para el año 1998 y para envases de hasta dos litros, del 11,3% para ECO DE LOS ANDES, del 8,8% para BAESA y del 0,1% para HIELO MERLO, siendo la participación conjunta de las empresas involucradas en la operación del 20,2%.
29. En el caso de las aguas minerales comercializadas en botellones de más de dos litros, sin gas, tanto ECO DE LOS ANDES como BAESA no tuvieron ninguna participación,

| |
|------------|
| N.E. 70 |
| |
| |

S.F.E.
 [Handwritten signatures and initials]



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

OSCAR ROBERTO DEMATINI
 DIRECCIÓN DESPACHO

ES COPIA
 DEL ORIGINAL

44

Dr. *[Signature]* Anguit
 Secretario de la Competencia

mientras que HIELO MERLO lo hizo con el 16,8% del mercado medido en litros para el año 1998.

30 Finalmente, tomando el total del mercado de las aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente, con y sin gas, comercializadas tanto en envases de hasta dos litros como de más de dos litros, las participaciones, considerando el volumen en litros para el año 1998 son: para ECO DE LOS ANDES del 8,9%, para BAESA del 7% y para HIELO MERLO del 3,6%. La participación conjunta de las empresas involucradas es del 18,5%. Cabe agregar que la variación del Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH)¹, antes y después del cierre de la operación, ha sido la siguiente: antes 2722.52, después 2845.16, lo que implica un incremento del 4,5%, que no representa una modificación de importancia, desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

31 En el cuadro N° 1, se presentan las principales empresas del mercado de las aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente con sus respectivas marcas y estimaciones de las participaciones en volumen para el año 1999. En él se observa que del volumen de ventas al mercado de las aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente, con y sin gas, en sus presentaciones de hasta dos litros (SB1), el grupo Danone tiene el 56,3%, ECO DE LOS ANDES el 12,4%, BAESA el 9,2%, de manera que su participación conjunta es del 21,6% del mercado.

* 32 En el segmento de los botellones de más de dos litros (SB2), para el mismo año, se destacan las empresas US Filter Argentina S.A. con el 43,3%, el grupo Danone con el 20% y HIELO MERLO también con el 20%.

33 Tomando el total del mercado de aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente, con y sin gas, en cualquier formato de envase, la participación

¹ El Índice de Herfindahl-Hirschmann es una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado; se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de las empresas que actúan en el mercado. Los valores del HHI oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopólico).

| |
|-----------------|
| M.I. N.º 370 |
| |
| |

S.P.E.
[Handwritten signatures and initials]



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

SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

ES COPIA
DEL ORIGINAL

44

Angarín
Secretario

resultante es del 48,8% para el grupo Danone, 18,8% para las empresas involucradas en la operación y 9,1% para US Filter Argentina S.A.

Cuadro N° 1: Participaciones de los principales competidores en el volumen de ventas de agua mineral natural y agua mineralizada artificialmente a nivel nacional

| Empresa | Marca | 1999 (estimado) | | |
|--------------------------|----------------------|-----------------|------|-------|
| | | SB1 | SB2 | Total |
| Danone | Villavicencio | 31,6 | - | 25,0 |
| | Villa del Sur | 23,5 | 20,0 | 22,8 |
| | San Francisco | 1,2 | - | 1,0 |
| | Waikiki | S/d | - | S/d |
| ECO DE LOS ANDES | Eco de los Andes | 12,4 | - | 7,3 |
| BAESA | Glaciar | 9,2 | - | 7,3 |
| Coca Cola Argentina S.A. | Kin | 6,1 | - | 4,8 |
| Pritty S.A. | Soldan | 1,2 | - | 0,9 |
| EDISA | Villa de los Arroyos | 1,5 | - | 1,2 |
| US Filter Argentina S.A. | Sparkling | S/d | 43,3 | 9,1 |
| HIELO MERLO | Fresh Water | S/d | 20,0 | 4,2 |

Fuente: Información presentada por las empresas involucradas en base a las estimaciones realizadas por las consultoras AC Nielsen y Databank Group.

34. Además, no se advierten barreras legales ni de otra naturaleza al ingreso de nuevos competidores al mercado en cuestión. Como se dijo, muchos de los productores y comercializadores de soda están incursionando en el mercado de aguas minerales, de lo que se infiere que la actividad no reconoce importantes costos hundidos, ni barreras a la entrada, dado el alto grado de sustitución existente por el lado de la oferta. Cualquier empresa que opere una planta embotelladora, ya sea de bebidas alcohólicas, gaseosas o sodas, podría adaptar rápidamente sus instalaciones para envasar agua mineralizada artificialmente, constituyéndose de esa manera en una competidora potencial inmediata.

35. Siendo que la participación conjunta de ECO DE LOS ANDES, BAESA y HIELO MERLO, una vez concluida la operación que se notifica, sería aproximadamente del 19% en volumen para el año 1999, sumado a la presencia de otros fuertes participantes y a que no se advierten barreras a la entrada, la misma no genera preocupación desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

370

S.E.
aw J.P.
4
A
Q



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

ES C. 1017
 OBRA DE ROBERTO DESTATINE
 UN EJEMPLAR DE LOS 10

RECIBIDO
 44
 Ingresó
 al Departamento de Defensa de la Competencia y del Consumidor

36. Finalmente debe mencionarse que, si en el mercado más restringido, esto es, el de las aguas minerales naturales y mineralizadas artificialmente, con y sin gas, no se advierten efectos adversos en los niveles de concentración, menor preocupación habrá a medida que se considere un mercado ampliado, como podría ser, el de las bebidas sin alcohol.

V. CONCLUSIONES

37. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada, con incidencia en el mercado de las aguas minerales, no infringen en forma alguna 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.

38. Por ello, se aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR 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 la adquisición del 100% de las acciones representativas del capital social y votos de la empresa HIELO MERLO SOCIEDAD ANONIMA COMERCIAL FINANCIERA E INMOBILIARIA por parte de ECO DE LOS ANDES S.A.

M.E.
 370

S.F.E.
 au

[Signature]
 DR. MARIA VIVIANA QUEVEDO
 VOCAL

[Signature]
 LIC. KARINA PRIETO
 VOCAL

[Signature]
 LIC. MAURICIO BUTERA
 VOCAL

[Signature]
 Dr. DIEGO PETRECOLI A
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia y del Consumidor
 PRESIDENTE

[Signature]
 EDUARDO MONTAMAT
 VOCAL

10