

59

BUENOS AIRES, 19 MAY 2000

21

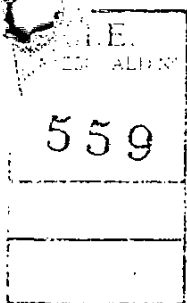
VISTO el Expediente N° 064-001859/2000 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

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

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en los términos del referido artículo 8° de la Ley N° 25.156 y con relación a la operación de concentración económica llevada a cabo, por la cual la firma estadounidense BESTFOODS toma indirectamente el control de la empresa brasileña ARISCO PRODUTOS ALIMENTICIOS S.A., a través de su subsidiaria REFINACOES DE MILHO, operación que tiene efectos en la REPUBLICA ARGENTINA debido a que BESTFOODS y ARISCO PRODUTOS ALIMENTICIOS S.A. controlan en nuestro país a REFINERIAS DE MAIZ



W  
D.  
S.T.E.



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

S.A.C.I.F. y a ARISCO ARGENTINA S.A., acto que encuadra en los artículos 3° y 6°, inciso c), de la Ley N° 25.156.

Que la operación de concentración económica que se notifica con incidencia en los mercados nacionales de aceite de oliva y Ketchup, 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 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA dependiente de la SECRETARÍA 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.

Por ello,

EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizar la operación de concentración económica notificada por la cual la firma estadounidense BESTFOODS toma el control de la empresa ARISCO ARGENTINA S.A., a través de su subsidiaria REFINACOES DE MILHO, 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 18 de mayo del

M.E.  
PROCESAL 11  
550

592



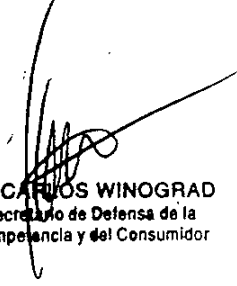
Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del  
Consumidor

año 2000, que en VEINTIUN (21) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTÍCULO 3º. – Regístrese, comuníquese y archívese.

J.P.  
S.N.E.

RESOLUCIÓN Nº **69**



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

M.E.
559



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

ES COPIA  
 FIEL DEL ORIGINAL

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

69

Expte. N° 064-001859/00

DICTAMEN CONCENT. N° 59

BUENOS AIRES, 18 MAY 2000

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica por la cual la firma estadounidense BESTFOODS toma el control de la empresa brasileña ARISCO PRODUTOS ALIMENTICIOS S.A. (en adelante, ARISCO BRASIL) a través de su subsidiaria, REFINAÇÕES DE MILHO. La operación tiene efectos en la Argentina debido a que BESTFOODS y ARISCO BRASIL controlan en nuestro país a REFINERÍAS DE MAÍZ S.A.C.I.F. (en adelante, REFINERÍAS) y a ARISCO ARGENTINA S.A. (en adelante, ARISCO ARGENTINA), respectivamente.

Las empresas involucradas dieron cumplimiento en tiempo y forma a lo dispuesto en el artículo 8° de la norma legal precitada, notificando en forma completa la operación a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA (CNDC).

I. NATURALEZA DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

La operación

1. La operación notificada consiste en la toma de control de la empresa brasileña ARISCO BRASIL por parte de REFINAÇÕES DE MILHO, empresa subsidiaria de la firma estadounidense BESTFOODS.
2. En nuestro país, posee el 100% de ARISCO ARGENTINA, mientras que BESTFOODS posee el 100% del capital social de REFINERÍAS. En virtud de ello, ARISCO y REFINERÍAS serán ambas controladas por el grupo BESTFOODS como consecuencia de la operación notificada.

M.E. PROESGRALD N°
559

CW  
 J.P.  
 S.T.E.  
 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  
 FIEL DEL ORIGINAL

69

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

**La actividad de las partes**

3. BESTFOODS, empresa que se dedica a la producción y venta de productos alimenticios, posee en Argentina el 100% del paquete accionario de REFINERÍAS, firma también dedicada a la elaboración y comercialización de productos alimenticios. En particular, REFINERÍAS se dedica a la elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y a la elaboración de almidones y productos derivados del almidón. Asimismo, REFINERIAS controla en Argentina, a TRIANGULO ALIMENTARIA S.A., empresa dedicada también a la elaboración y comercialización de alimentos: a los efectos de clarificar la exposición, la producción de ambas empresas será considerada en forma conjunta al momento de analizar los efectos de la operación de concentración sobre la competencia.
4. En Brasil, BESTFOODS controla a REFINAÇOES DE MILHO, firma que adquirió el paquete accionario de ARISCO BRASIL el 7 de febrero de 2000. De este modo, BESTFOODS pasó a controlar a esta última empresa, que se dedica a la elaboración y comercialización de productos alimenticios. En nuestro país, ARISCO BRASIL posee el 100% del capital accionario de la empresa alimenticia ARISCO ARGENTINA, cuyas actividades principales son la producción de aceite de oliva, aceitunas en conserva y pasta de ajo.
5. En virtud de los elementos expuestos, se advierte que los efectos de la operación notificada en nuestro país consisten en que REFINERÍAS y ARISCO ARGENTINA, ambas empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de productos alimenticios, quedarán bajo el control de BESTFOODS. Como consecuencia de ello, REFINERÍAS y ARISCO ARGENTINA desarrollarán sus actividades en el país bajo una misma dirección y administración, aunque no se fusionarían en el futuro próximo.

M.E.  
 PROESGRALD Nº  
 559

J.P. W  
 S.H.E.

**Naturaleza de la operación**

6. Tanto ARISCO ARGENTINA como REFINERÍAS se dedican principalmente a la elaboración y comercialización de productos alimenticios. Sobre la base de la información suministrada por ambas empresas, se ha verificado la existencia de relaciones horizontales en la comercialización de algunos de dichos productos.



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

FIEL  
 69  
 Dr. Alejandro...  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

**II. ENCUADRE LEGAL**

7. Debido a que tanto ARISCO BRASIL como BESTFOODS controlan empresas en nuestro país, la toma de control de la primera por parte de la segunda encuadra en los artículos 3 y 6, inciso c), del artículo 6 de la Ley N° 25.156.
8. De acuerdo a lo informado en la presentación, el volumen de negocios en el ámbito nacional de las empresas afectadas es superior a los doscientos millones de pesos (\$200.000.000). Por tal motivo, se supera el umbral establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, quedando por ende esta operación sujeta a la obligación de notificación prevista en el mismo.

**III. PROCEDIMIENTO**

9. El 14 de febrero de 2000, las empresas intervinientes notificaron la operación conforme a lo establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156. Tras analizar la información suministrada por las empresas en ocasión de la notificación, la CNDC comprobó que la misma no satisfacía los requerimientos establecidos en el Formulario F1, por lo que las partes fueron notificadas, con fecha 22 de febrero, de las observaciones formuladas de conformidad a lo normado por el artículo 4° de las Normas de Procedimientos establecidas por la Resolución de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería N° 726 del 28 de septiembre de 1999.

10. El 24 de febrero de 2000, las partes se presentaron y dieron cumplimiento a los requerimientos del formulario F1, comenzando entonces a computarse el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

11. Con fecha 15 de marzo de 2000, se presentó ARISCO voluntariamente ante esta Comisión Nacional a fin de proveer información adicional.

12. A efectos de determinar adecuadamente la existencia de barreras que limiten el ingreso de nuevos competidores al mercado nacional de aceite de oliva, así como el rol que las importaciones de dicho producto tienen en la competencia del mencionado mercado, se requirió a las partes notificantes respondan un formulario F2 a fin de posibilitar un completo y actualizado análisis de la concentración objeto

M.E. PROESGRALD N°
559

J. C. W  
 S.E.

J.P.

*[Handwritten signatures]*



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

69

*Handwritten signature*

Dr. Alejandro J. Anguita  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

de la presente. A tal fin, se notificó a las partes y se suspendieron los plazos el 19 de abril de 2000 hasta tanto se diera respuesta al mismo.

13. Las partes dieron cumplimiento al formulario F2 el día 12 de mayo de 2000, reanudándose el cómputo del plazo del artículo 13 de la ley, cuyo vencimiento está previsto para el día 22 de mayo de 2000.

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

14. Según fuera mencionado anteriormente, ARISCO ARGENTINA se dedica a la comercialización de productos alimenticios, como ser frutas y verduras enlatadas, aceitunas en conserva, puré de tomate, ketchup, aceite de oliva y pasta de ajo. Por su parte, REFINERIAS se dedica también a la elaboración de alimentos, entre los cuales se pueden mencionar diversos aderezos (mayonesa, ketchup, mostaza, etc.); aceites de maíz, girasol y oliva; jugos de soja; caldos; sopas; pastas; arroz y bebidas en polvo.

M.E. PROESGRALD N°
559

15. Sobre la base de los elementos mencionados, se puede afirmar que REFINERÍAS y ARISCO ARGENTINA mantienen una relación de tipo horizontal en la elaboración de aceite de oliva y de ketchup. Debido a la diferente naturaleza y realidad económica que se observa en los mercados de cada uno de estos productos, el impacto de la operación sobre cada uno de ellos será analizado por separado.

*J.P. W*  
S.M.E.

*J.P.*

*Handwritten signatures and initials*

16. En primer lugar, el apartado IV.1 evaluará los efectos de la operación sobre la competencia en el mercado nacional de aceite de oliva. Posteriormente, en el apartado IV.2., se analizará el modo en el cual la competencia en el mercado nacional de ketchup se ve afectada por la operación notificada.



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

ES COPIA  
 FIEL ORIGINAL

69

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

**IV.1. Evaluación de los efectos de la operación de concentración sobre la competencia en la producción nacional de aceite de oliva**

**Definición del mercado relevante**

17. Tanto REFINERÍAS como ARISCO ARGENTINA elaboran y comercializan aceite de oliva, la primera bajo la marca MAZOLA, y la última bajo las marcas COPISI y ARISCO DE ARGENTINA. Las empresas involucradas sostienen que el aceite de oliva es un sustituto de otros aceites de uso doméstico, como ser el de girasol, maíz, canola y soja, siendo que todos ellos tienen igual aplicación para el consumidor en lo que respecta a su ocasión de consumo (frituras, ensaladas, etc.).

18. No obstante ello, se analizará el impacto de la operación en el mercado de aceite de oliva, en virtud de que las diferencias de precios entre éste y los restantes tipos de aceite, así como la percepción de los consumidores, permiten suponer que el aceite de oliva no conforma un mismo mercado con los otros aceites mencionados.<sup>1</sup> Adicionalmente, se debe señalar que si la operación no despierta problemas competitivos en el mercado de aceite de oliva, tampoco lo hará en un mercado más amplio conformado por todos los aceites.

19. En cuanto al alcance geográfico del mercado analizado, se puede afirmar que el mismo reviste una dimensión nacional. En efecto, alrededor del 90% de las plantaciones de olivares actualmente en producción se concentran en las provincias de Mendoza, Córdoba, San Juan y La Rioja, y un grado de concentración similar se observa en la localización de las plantas productivas. Desde estas regiones, el producto es distribuido a todo el país con un costo de transporte promedio que representa alrededor del 9% del costo del producto. ARISCO ARGENTINA, por ejemplo, elabora aceite de oliva en Mendoza y luego centraliza la producción en la localidad de San Justo (Pcia. de Buenos Aires), desde donde la distribuye a todo el país. Por su parte, REFINERÍAS aplica un procedimiento similar, elaborando en Mendoza y concentrando la producción para su distribución en la localidad de Escobar, Provincia de Buenos Aires.

M.E.  
 PROESGRALD N°  
 559

J.P. aw  
 S.M.E.

J.P.

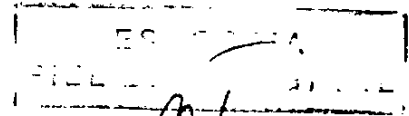
J.P.  
 J.P.

<sup>1</sup> Al respecto, ver COMISIÓN NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, Aceite de Oliva, septiembre de 1998.





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



69

Secretario

**Características básicas del aceite de oliva**

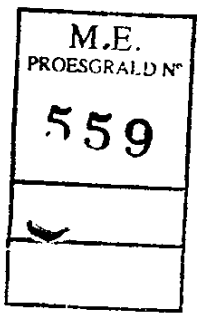
20. Según sus características, el aceite de oliva puede ser virgen, refinado o puro. Se denomina aceite virgen al que se obtiene por procedimientos mecánicos y técnicos adecuados, siendo sólo sometido a procesos de purificación por lavado, sedimentación, filtración y/o centrifugación. Por su parte, el aceite de oliva refinado se elabora mediante métodos químicos a partir de aquellos aceites de oliva vírgenes que presentan ciertos defectos (muy ácidos o rancios), permitiendo la recuperación de estos últimos mediante el proceso de refinación. En cuanto al aceite puro, esta variedad surge de la mezcla entre aceite de oliva virgen y aceite refinado. Se debe destacar que, si bien estas características sirven para diferenciar a los distintos tipos de aceite de oliva entre sí, ellas no constituyen un motivo suficiente como para conformar mercados relevantes distintos, siendo que existe un alto grado de sustitución en la oferta entre ellas.

21. El aceite de oliva se utiliza como aceite comestible en la alimentación humana y en la industria de la conserva. Marginalmente, es utilizado en la fabricación de jabón, perfume, pinturas y barnices. En estos últimos casos, el aceite de oliva refinado es el más requerido, al mantener las propiedades químicas del aceite de oliva sin aportar olor ni sabor.

**Aspectos relacionados con la producción nacional de aceite de oliva**

22. La producción nacional de aceite de oliva se remonta a la década del '30, cuando las importaciones provenientes de España se vieron interrumpidas debido a la Guerra Civil desatada en dicho país. Como consecuencia de ello, se comenzó a promover el sector olivícola nacional, el cual llegó a contar con más de 4,6 millones de olivos en 1965. Hacia la década del '70, el aumento del consumo de aceite mezcla de girasol y maíz produjo una reducción del mercado de aceite de oliva, por lo cual se eliminaron plantaciones en forma masiva: en 1984, el número de olivos existentes en el país se había reducido a 3,6 millones.

23. En los últimos años, los cambios producidos en los hábitos de consumo, por un lado, y los diferimientos contemplados en la normativa impositiva aplicable al



S.M.E.



sector, por el otro, han llevado a que la producción de aceite de oliva se encuentre nuevamente en expansión.<sup>2</sup>

24. Con respecto a la normativa impositiva aplicable al sector, el Cuadro N° 1 muestra las hectáreas de olivares que se encontraban plantadas con anterioridad a su aplicación y con posterioridad a ella, permitiendo apreciar el impacto que ha tenido en la industria. En efecto, el incremento de la superficie de olivares permite prever en los próximos años un aumento significativo de la oferta de aceitunas y aceite de oliva.

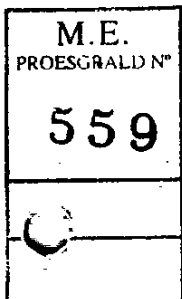
**Cuadro N° 1: Superficie de olivares previa a la aplicación de la Ley N° 22.021 y superficie afectada a la misma (en hectáreas)**

Provincia	Superficie previa	Superficie a diferir
MENDOZA	13.700	300
CÓRDOBA	5.000	470
SAN JUAN	4.800	13.800
LA RIOJA	2.900	27.000
BUENOS AIRES	1.800	0
CATAMARCA	1.400	30.000
TOTAL	26.000	71.570

Fuente: CNDC sobre información de la Dirección Nacional de Alimentación.

25. Con respecto al cambio registrado en los patrones de consumo, se puede señalar que en los últimos tres años, y a pesar de que el mercado total de aceites comestibles se ha mantenido estable, el consumo de aceite de oliva ha registrado un crecimiento acumulado del orden del 10%, mientras que el consumo de aceites de maíz y mezcla ha disminuido.
26. No obstante esta tendencia de crecimiento observada en el mercado nacional de aceite de oliva, se debe tener en cuenta que Argentina reviste una importancia poco significativa a nivel internacional. En términos de toneladas producidas, se puede señalar que el mercado argentino representa menos del 0,4% de la

<sup>2</sup> La Ley N° 22.021 contempla que empresas de cualquier sector puedan diferir el pago de impuestos nacionales durante un período determinado, utilizando ese monto para realizar inversiones en el sector agropecuario. En la plantación de olivos el lapso es de 14 años, después de los cuales comienza la devolución sin intereses.



W

J.P.

S.M.E.

J.P.

*Handwritten signatures and initials*



ES COPIA  
 FIEL DEL ORIGINAL

producción mundial de aceite de oliva. Asimismo, el nivel de consumo observado en la Argentina es relativamente bajo. A modo de ejemplo, se puede mencionar que países como España e Italia tienen un consumo per cápita del orden de los 11 kg. por año, mientras que en Grecia dicha cifra asciende aproximadamente a los 14 kg. por año. Por su parte, el consumo per cápita anual de Argentina ascendió en 1997 a 230 gr., mientras que en 1991 dicho consumo era de tan sólo 30 gr. por año.

**Impacto de la operación notificada sobre el mercado nacional de aceite de oliva**

27. La producción nacional de aceite de oliva alcanzó en 1999 un volumen aproximado de 8.200 toneladas. La principal empresa productora fue MOLINOS RIO DE LA PLATA, con 2.000 toneladas (24,4% del total), seguida por ARISCO ARGENTINA y REFINERÍAS, cuyos niveles de producción respectivos alcanzaron las 1.900 (23,2% del total) y las 1.000 (12,2% del total) toneladas. Considerando estos datos, se puede afirmar que la operación notificada convertirá a BESTFOODS en la mayor productora doméstica de aceite de oliva, con una participación aproximada del 35,4% sobre la producción total del país.

28. No obstante lo antedicho, se debe considerar que ARISCO ARGENTINA exporta alrededor del 92% de su producción, porcentaje que destina hacia países del MERCOSUR, principalmente a Brasil. Es dable destacar que la empresa no posee contratos de exportación, sino que la cantidad exportada varía año a año según las condiciones que se registren en los mercados internos de los países referidos. Una consecuencia del elevado porcentaje de la producción que ARISCO destina a la exportación es que la participación de esta empresa en las ventas domésticas es considerablemente menor a la que ostenta en la producción de aceite de oliva.

29. En efecto, cuando se analiza el mercado doméstico de aceite de oliva se advierte que el principal competidor es MOLINOS RÍO DE LA PLATA, que con sus marcas COCINERO OLIVA y LAURA tiene una participación del 31,8% sobre el total de litros vendidos a nivel nacional. En cuanto a ARISCO ARGENTINA y REFINERÍA, sus ventas representan el 10,5% y 9,9% del mercado, respectivamente. El Cuadro

M.E.  
 PROESGRALD N°  
 559

J.P. W  
 S.M.E.

J.P.

*[Handwritten signatures and initials]*



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

ES  
 FIEL DEL ORIGINAL  
 [Handwritten signature]

69

Nº 2 contiene las participaciones de los principales competidores en el mercado nacional de aceite de oliva.

**Cuadro Nº 2: Participación de los principales competidores en el mercado nacional de aceite de oliva - 2º semestre de 1999**

<u>Empresa</u>	<u>Participación (s/litros vendidos)</u>
MOLINOS RIO DE LA PLATA	31,8%
ARISCO ARGENTINA	10,5%
REFINERÍAS	9,9%
TITATERLLI	5,3%
VICENTIN	4,4%
LA ESPAÑOLA	3,1%
ANGULO HNOS.	1,9%
OTROS	30,2%
TOTAL	100,0%

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

30. Tal como se desprende del cuadro precedente, la participación conjunta de las empresas involucradas en la operación notificada asciende aproximadamente al 20%. Esta participación convertirá a BESTFOODS en la segunda competidora del mercado, detrás de MOLINOS RÍO DE LA PLATA. En términos de concentración, se puede afirmar que el índice HHI (Herfindahl - Hirschmann) aumentará en 200 puntos (crecimiento del 15,2%), de un valor aproximado de 1.300 a alrededor de 1.500 puntos.

31. A modo de recapitulación, se puede afirmar que la operación de concentración notificada convertirá al grupo BESTFOODS en el principal productor de aceite de oliva a nivel nacional, con un 35,4% de la producción, y en el segundo competidor en el mercado interno detrás de MOLINOS RÍO DE LA PLATA, empresa que lidera las ventas con un 31,8% del mercado.

32. En lo que respecta a la capacidad de producción de las distintas empresas que hoy operan en el mercado nacional, se advierte que ARISCO ARGENTINA y REFINERÍAS ostentan en ella una participación conjunta del 26,8%; la cual

M.E.  
 PROESGRALD Nº  
 559

J.P. CW  
 S.M.E.  
 J.P.

[Handwritten signatures]



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

BO. COPA  
 FIEL DEL ORIGINAL

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

69

ubicaría a ambas empresas en un segundo lugar detrás de MOLINOS RÍO DE LA PLATA (ver Cuadro N° 3).

**Cuadro N° 3**  
**Capacidad de elaboración instalada por los principales competidores en el mercado nacional de aceite de oliva**

<u>Empresa</u>	<u>Capacidad instalada (tons/año)</u>	<u>Participación (s/ total)</u>
MOLINOS RÍO DE LA PLATA	6.000	34,3%
ARISCO ARGENTINA REFINERÍAS	3.000	17,1%
SOL FRUT S.A.	1.700	9,7%
LAUR DIVISIÓN ACEITE	1.400	8,0%
SAN JUAN DE LOS OLIVOS S.A.	1.200	6,9%
VARGAS ARIZU	1.000	5,7%
DARDO GABUTTI	600	3,4%
OLEOFRUT S.A.	600	3,4%
GERONIMO DEMALDE	500	2,9%
REFINERIAS TAURO	500	2,9%
NASER MANSUR S.A.	400	2,3%
<b>TOTAL</b>	<b>17.500</b>	<b>100%</b>

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

33. En términos de concentración de la capacidad instalada, la operación notificada implicaría un incremento del 19% en el indicador HHI, el cual aumentaría de un valor de 1.764 puntos a 2.097 puntos. Un aspecto adicional que se desprende de considerar el Cuadro N° 3 en forma conjunta con la información referida a la producción nacional de aceite de oliva, es la existencia de un grado significativo de capacidad ociosa en la industria, la cual representa aproximadamente un 53% de la capacidad total instalada.

W  
 M.E.  
 PROESGRALD N°  
 559

J.P.  
 S.N.E.

J.P.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



FIEL DEL ORIGINAL

69

SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 SECRETARÍA

**Impacto competitivo del comercio exterior sobre la competencia en el mercado nacional de aceite de oliva**

34. A los efectos de evaluar el impacto del comercio exterior sobre la competencia en el mercado nacional de aceite de oliva, resulta clave analizar la evolución reciente de las importaciones. Las importaciones de aceite de oliva virgen y refinado registraron un crecimiento significativo durante los últimos años, aumentando de menos de 500 toneladas en 1993 a más de 7.000 toneladas en 1998.

35. Este crecimiento se debió en gran medida a la importación de aceite de oliva proveniente de la Unión Europea (en adelante, UE), la cual se incrementó en un 115% en 1996 y en un 364% durante 1997, representando prácticamente la totalidad de las importaciones argentinas durante ambos años. Asimismo, los precios FOB del aceite importado se redujeron entre un 13% y un 36% durante 1997.

36. El motivo detrás del crecimiento de las importaciones provenientes de la UE, así como de la caída registrada en sus precios, se encuentra fundamentalmente en los subsidios que reciben los productores de aceite de oliva de aquella región, la cual aporta aproximadamente el 70% de la producción mundial. A modo de ejemplo, se puede señalar el caso de los productores españoles, quienes en 1997 recibieron una "adición" de 230 pesetas (en ese entonces, aproximadamente U\$S 1,87) por kilo de aceite elaborado, monto que representó alrededor del 75% del precio promedio CIF del aceite importado de la UE durante dicho año.

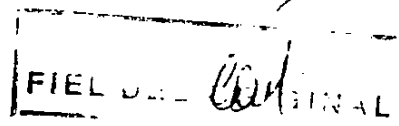
37. Esta situación motivó la Resolución 136/97 de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería, la cual declaró la apertura de la investigación en materia de subvenciones a la importación de aceite de oliva originario de la UE, especialmente de España. El resultado fue la imposición de un arancel compensatorio para los aceites de oliva de la UE a partir de junio de 1998, de \$1.000/Ton para aceites fraccionados y de \$800/Ton para aceites a granel, independientemente del tipo de aceite de oliva del que se trate. Asimismo, se declaró la obligatoriedad de indicar el origen de todos los productos exportados a la Argentina. En principio, el arancel

M.E. PROESGRALD Nº
559

W  
 J.P.  
 S.M.E.

J.P.

J.P.  
 J.P.



complementario tiene vigencia hasta julio de 2000, aunque la autoridad de aplicación se encuentra actualmente estudiando su prórroga a partir de esa fecha.

38. Podría interpretarse que la imposición de un arancel como el mencionado incrementa las preocupaciones competitivas que despierta la operación notificada, puesto que ella limita la importación de aceite de oliva y le puede otorgar un mayor grado de libertad a los productores domésticos y, por ende, poder de mercado para fijar precios elevados. Sin embargo, ello no necesariamente es así, debido a que el arancel puede no ser lo suficientemente significativo como para conferirle a los productores domésticos un poder de mercado tal que les permita incrementar los precios del producto por encima de los costos locales de producción.

39. A modo de ejemplo, supóngase un producto que se elabora en el país en condiciones de monopolio, de modo que existe un único productor nacional. Asimismo, se le impone un arancel compensatorio al producto importado, debido a que los subsidios que éste recibe en su país de origen generan precios de importación inferiores al costo de elaboración del producto. Si el arancel se impone de manera tal que el precio de importación se incrementa hasta igualarse con los costos de elaboración del producto, la medida no le conferirá poder de mercado alguno al monopolista doméstico. En efecto, si este último intenta fijar precios sustancialmente superiores a los costos de producción, sus clientes trasladarán su demanda hacia el producto importado. Por estos motivos, la existencia de un arancel compensatorio no necesariamente despierta preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia, si su magnitud realmente compensa el subsidio recibido por el productor extranjero.

40. En el caso argentino, la imposición de un arancel compensatorio al aceite de oliva proveniente de la UE implicó un reemplazo de dichas importaciones por aceite proveniente de otros orígenes, como Turquía. En efecto, la participación del producto proveniente de la UE pasó de representar el 99% de las importaciones totales de aceite de oliva en 1997, a menos del 40% en 1998 y 1999. Al mismo

M.E. COESGRALD N°
559

*Handwritten notes:*  
 S.M.E.  
 J.P.  
 [Signature]



tiempo, se registró un incremento en el precio nacionalizado promedio<sup>3</sup> del aceite importado, el cual aumentó de \$4,86/kg. a \$5.48/kg. (12,8%) entre 1997 y 1999 para el caso del aceite virgen, y de \$2.59/kg. a \$3.20/kg. (23,6%) para el caso del aceite refinado y las mezclas. Por su parte, el precio promedio de las importaciones provenientes de la UE aumentó de \$4,85/kg. a \$6.64/kg. (36,9%) y de \$2.59/kg. a \$4.50/kg. (73,7%) para los aceites vírgenes y los refinados y mezclas, respectivamente, durante el mismo período.

41. Más allá del aumento observado en el precio de las importaciones, se debe señalar que éste es similar al precio de salida de fábrica que registra la producción local de aceite de oliva. Según surge de la información reunida a lo largo de la presente investigación, el precio promedio de salida de fábrica del aceite de oliva doméstico fue de aproximadamente \$5,75/kg. entre 1997 y 1999. En el caso de los aceites refinados y las mezclas, su precio promedio de salida de fábrica fue de \$3,83 durante el mismo período. Según se puede apreciar, los niveles observados en los precios de las importaciones de aceite de oliva permite presumir que ellas operan como una fuerza competitiva efectiva en el mercado doméstico.

42. Adicionalmente, se debe señalar que los precios promedios referidos corresponden a la totalidad de las importaciones de aceite de oliva, incluidas tanto las de la UE como las que provienen de otros países. Si se calcula el precio nacionalizado promedio de estas últimas, se advierte que durante 1999 él ascendió aproximadamente a \$4/kg. y \$2.7/kg. para los aceites vírgenes y refinados y mezclas, respectivamente. Si bien la importación proveniente de países no pertenecientes a la UE comenzó a incrementarse sólo recientemente y como consecuencia de la imposición del arancel compensatorio referido, sus precios de importación los posicionan favorablemente al momento de competir con el aceite doméstico.

43. Debido a estas consideraciones, se puede afirmar que el arancel compensatorio impuesto al aceite de oliva proveniente de la UE no representa una barrera

<sup>3</sup> Los precios nacionalizados promedio han sido calculados sobre la base de los precios CIF del producto, los gastos de internación correspondientes y el arancel compensatorio en el caso del aceite proveniente de la UE.

M.E. PROESGRALD Nº
559

J.P. M  
 S.M.E.  
 J.P.  
 F. O. F.





significativa desde el punto de vista de la defensa de la competencia, en el sentido de que él no reviste entidad suficiente como para otorgarle poder de mercado a las empresas domésticas y permitirle a estas últimas fijar precios superiores a sus costos de producción. Ello parece confirmarse cuando se analizan los precios promedio de venta al mercado interno de las empresas involucradas en la operación notificada, los cuáles no sólo no han aumentado a partir de la imposición del arancel referido, sino que han registrado disminuciones entre 1997 y 1999 (del orden del 11%).

44. Un elemento adicional que debe ser analizado es el rol de las exportaciones argentinas de aceite de oliva, las cuales registraron un crecimiento del 15% entre 1993 y 1999, de 5.945 a 6.807 toneladas. En lo que respecta al destino de las exportaciones argentinas, ellas se dirigen mayoritariamente hacia los países del MERCOSUR, principalmente Brasil.

45. Por su parte, ARISCO ARGENTINA es el principal exportador nacional, con una participación aproximada del 75% sobre las exportaciones totales. Tal como fuera mencionado anteriormente, ARISCO ARGENTINA exporta alrededor del 92% de su producción, porcentaje que destina principalmente al mercado brasileño. Asimismo, se mencionó que la empresa no posee contratos de exportación, sino que la cantidad exportada varía año a año según las condiciones que se registren en los mercados internos de los países referidos.

46. Debido a ello, cabe analizar brevemente las condiciones internas del mercado brasileño de aceite de oliva, a los efectos de determinar si ellas permiten prever el mantenimiento futuro de las exportaciones de ARISCO ARGENTINA hacia dicho país. De lo contrario, se podría producir un vuelco de las mismas hacia el mercado doméstico argentino, lo cual situaría la participación correspondiente de las empresas involucradas por encima de los niveles analizados anteriormente.

47. El mercado brasileño de aceite de oliva ha registrado un importante crecimiento a lo largo de los últimos años: concretamente, el consumo de aceite de oliva aumentó en un 33% entre 1996 y 1999, de 23.000 a 30.480 toneladas anuales. Durante este último año, el proceso de crecimiento se revirtió levemente debido a

M.E. PROCESOS N°
559

J.P. w  
S.H.E.

J.P.  
F. B. U. S. I.



*[Handwritten signature]*

la devaluación del real. Como consecuencia de ello, el mercado proyectado para el año 2000 de aproximadamente 29.830 toneladas.

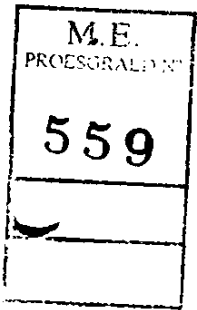
48. No obstante ello, el bajo grado de penetración del aceite de oliva en los hogares brasileños permite prever que el mercado reviste un importante potencial de crecimiento futuro, y que continuará constituyendo un destino importante para las exportaciones argentinas. En este sentido, cabe destacar que, si bien el consumo promedio por hogar y per cápita han crecido en dicho país entre 1996 y 2000, sus valores respectivos de 1,4 kg. y 176 gramos anuales son relativamente bajos, ubicándose inclusive por debajo de los que registra el mercado argentino.

**Existencia de barreras a la entrada en el mercado nacional de aceite de oliva**

49. Una vez analizado el rol del comercio exterior sobre la competencia registrada en el mercado nacional de aceite de oliva, cabe evaluar la existencia de barreras a la entrada que limiten el ingreso al mercado nacional de aceite de oliva. Un primer aspecto a considerar es el impacto de la operación de concentración sobre la provisión de aceitunas, insumo que representa alrededor del 62% del costo medio unitario del aceite de oliva virgen.<sup>4</sup> Si además de la importancia de la aceituna en la elaboración de aceite de oliva se considera que un olivar comienza a producir aceitunas entre el séptimo y el décimo año, se advierte claramente que el acceso a este insumo puede constituir una barrera importante que limite el ingreso al mercado por parte de nuevos competidores.

50. No obstante estas consideraciones, se debe señalar que la operación notificada no afecta la disponibilidad de aceitunas para terceros productores. En efecto, ni ARISCO ARGENTINA ni REFINERÍAS poseen producción propia de aceitunas, sino que la adquieren en su totalidad a acopiadores y productores. ARISCO ARGENTINA, por ejemplo, celebra contratos anuales con productores de aceitunas a los efectos de asegurarse cantidades y plazos de entrega, quedando el precio final sujeto a las condiciones de mercado. Según estos contratos, la empresa ayuda al productor en la financiación de las labores agrícolas, a la vez que supervisa la evolución de la cosecha.

<sup>4</sup> Información suministrada en el expediente de referencia.



*[Handwritten notes and signatures]*  
 S.M.E.  
*[Signature]*  
*[Signature]*  
*[Signature]*

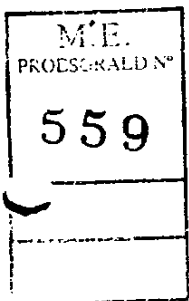


Handwritten initials and a large number '7' in the top right corner.

51. Considerando estos elementos, se puede concluir que el acceso a las aceitunas necesarias para la elaboración de aceite de oliva no constituye una barrera a la entrada que despierte preocupaciones desde el punto de vista competitivo. En efecto, la práctica de las empresas involucradas en la operación, consistente en la adquisición de esta materia prima a terceros, sumada a un contexto nacional en el que es dable esperar un fuerte crecimiento de la oferta nacional de aceitunas,<sup>5</sup> permiten afirmar que cualquier competidor que desee acceder no enfrentará desventajas significativas para disponer de la materia prima para hacerlo.

52. En lo que respecta a la inversión necesaria para la instalación de una planta productora de aceite de oliva, la información reunida en el transcurso de la presente investigación indica que ella asciende aproximadamente a \$1.200.000, para una capacidad de producción de 100 toneladas diarias. Considerando que una planta de esas características puede producir, en promedio, unas 3.000 toneladas anuales de aceite virgen, cuyo valor de salida de fábrica supera los \$10.000.000, se puede afirmar que el monto de la inversión no resulta una barrera significativa si ella se considera en forma conjunta con el valor del producto obtenido.<sup>6</sup> Más aún, el tiempo requerido para la puesta en marcha de una planta productora de aceite de oliva de las dimensiones consideradas no supera los doce meses, lapso que no puede ser considerado como una limitación significativa al ingreso de nuevos competidores.

53. En realidad, la limitación principal a la elaboración de aceite de oliva se encuentra en la fuerte estacionalidad de la producción de aceitunas, cuya cosecha se realiza entre los meses de marzo y junio. Debido al limitado tiempo de almacenamiento de las aceitunas, la estacionalidad observada en su producción se traslada a la elaboración del aceite. En consecuencia, el volumen de elaboración de cada empresa está asociada al rendimiento que tenga la cosecha de aceitunas y a su propia capacidad financiera para afrontar los requerimientos de capital de trabajo



J.P. w  
S.M.E.

J.P.

Handwritten signature/initials.

Handwritten signature/initials.

<sup>5</sup> Al respecto, ver párrafo N° 21.

<sup>6</sup> La producción anual de una fábrica de estas características dependerá de la disponibilidad de aceitunas, la cual varía año a año según cuales sean las condiciones de la cosecha. El cálculo efectuado supone una utilización del 50% de la capacidad instalada durante una campaña de 60 días.



durante los meses de producción. A modo de ilustración, se puede señalar que el costo de las aceitunas necesarias para producir 3.000 toneladas de aceite virgen asciende aproximadamente a \$6.000.000, lo cual pone de manifiesto la importancia de los costos variables de producción en relación a los costos de instalar la capacidad productiva.

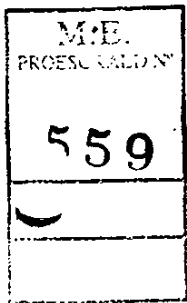
54. Este es el motivo por el cual el elevado grado de capacidad ociosa de la industria - que en 1999 representó alrededor del 53% de la capacidad de elaboración instalada - no constituye una barrera que limite el ingreso de nuevos competidores.<sup>7</sup> En efecto, la producción de aceite de oliva no se encuentra realmente limitada por la capacidad productiva instalada, sino que ella se encuentra estrechamente relacionada con la disponibilidad del insumo variable (aceituna) y del capital de trabajo necesario para llevarla a cabo.

**Consideraciones finales referidas al impacto de la concentración sobre el mercado nacional de aceite de oliva**

55. En el presente apartado se ha analizado el impacto de la operación notificada sobre el mercado nacional de aceite de oliva. En primer lugar, se evaluó el incremento de la concentración como consecuencia de la operación, el cual resultó ser significativo en términos de producción nacional de aceite de oliva, ventas al mercado interno y capacidad instalada de elaboración. En efecto, la operación convertirá a las empresas involucradas en el primer productor nacional de aceite de oliva y en el segundo competidor en términos de ventas al mercado interno y capacidad instalada.

56. Acto seguido, se analizó el impacto del comercio exterior sobre la competencia en el mercado nacional de aceite de oliva. En este contexto, se determinó que la existencia de un arancel compensatorio sobre las importaciones provenientes de la UE no reviste entidad suficiente como para brindarle poder de mercado a los

<sup>7</sup> Se debe señalar que la existencia de capacidad ociosa parece ser una característica estructural del sector, y no responde a la coyuntura del mercado. De hecho, el estudio efectuado por la Comisión Nacional de Comercio Exterior durante 1997 detectó un grado de utilización de la capacidad instalada inferior al 30% entre las empresas que conformaron su muestra.



J. J. W

D.M.E.

J.P.

*[Handwritten signatures]*



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

69

ES COPIA  
 FIEL DEL ORIGINAL  
 Dr. [Signature]  
 [Signature]

productores domésticos, razón por la cual se puede afirmar que la competencia proveniente del exterior continúa constituyendo una cota efectiva al nivel de precios del aceite de oliva doméstico. Adicionalmente, se evaluó la evolución interna del mercado brasileño, la cual permite prever que dicho país continuará representando en el futuro un destino importante para las exportaciones argentinas de aceite de oliva, en particular las de una de las empresas involucradas (ARISCO ARGENTINA).

57. Por último, se evaluó la existencia de barreras a la entrada que limiten el ingreso de nuevos competidores al mercado nacional de aceite de oliva. En primer lugar, se determinó que el acceso a la aceituna, principal insumo en la elaboración del producto involucrado, no se ve afectado por la operación notificada. En efecto, la inexistencia de contratos de largo plazo que vinculen a las empresas involucradas con productores de aceitunas, así como el crecimiento esperado en la oferta futura de este insumo, permiten afirmar que no existen preocupaciones competitivas relacionadas con su disponibilidad para el ingreso o crecimiento de futuros competidores en el mercado de aceite de oliva. Por otra parte, se determinó que la inversión requerida para la instalación de una planta productora de aceite de oliva, considerada tanto en términos monetarios como en el lapso de tiempo necesario para su puesta en marcha, no constituye una barrera a la entrada significativa cuando ella se analiza con relación a los costos variables de producción y al valor del producto obtenido.

58. En virtud de estos elementos, se considera que la operación notificada no reviste entidad suficiente como para restringir, limitar o distorsionar la competencia en el mercado nacional de aceite de oliva, de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

**III.2. Impacto de la concentración sobre la competencia en el mercado nacional de Ketchup**

59. Además de la relación horizontal que existe entre ellas en el mercado nacional de aceite de oliva, REFINERÍAS y ARISCO ARGENTINA comercializan ketchup en el

M.E.  
 PROESKALD N°  
 559

J.P.W.  
 S.M.E.

J.P.

[Handwritten signatures]



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

69

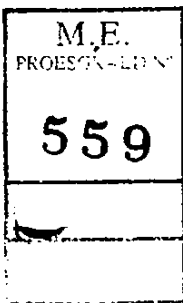
*[Handwritten signature]*

país. REFINERÍAS comercializa las marcas HELLMAN'S y WILDE y - a partir de su adquisición de las marcas de MOLINOS RÍO DE LA PLATA en septiembre de 1999 - FANACOA, SUPRA y RI-K. Por su parte, ARISCO importa ketchup desde Brasil.

60. Según sostienen las empresas involucradas, el ketchup formaría parte de un único mercado de salsas y aderezos, que incluye a la mayonesa, la salsa golf y la mostaza, siendo que todos ellos tienen igual aplicación para el consumidor, en el sentido de que son untables y lubrican la comida. Sobre la base de información suministrada en el expediente de referencia, se puede afirmar que el ketchup representa alrededor del 4% de este mercado más general, siendo que en la Argentina el aderezo preferido por los consumidores es la mayonesa.<sup>8</sup> Por este motivo, según afirman las empresas involucradas, la operación notificada no despierta preocupación alguna desde el punto de vista de la competencia.

61. No obstante estos elementos, se analizará el impacto de la operación en el mercado nacional de ketchup, puesto que si la operación no despierta problemas competitivos en el mercado más reducido, tampoco lo hará en un mercado más amplio conformado por salsas y aderezos, y entonces no será necesario definir en forma precisa al mercado relevante del producto.

62. En términos de ventas, el mercado nacional de ketchup tiene una dimensión aproximada de 2.600 ton./año. Con un 70% de este total, REFINERÍAS es el principal competidor del mercado, elaborando por cuenta propia la marca HELLMAN'S y tercerizando la producción de las restantes marcas que comercializa. En cuanto a ARISCO ARGENTINA, la empresa no cuenta con una planta productiva en el país e importa desde Brasil el ketchup que comercializa. Según manifiesta la empresa, el escaso volumen de sus ventas domésticas no justifica una inversión destinada a elaborar el producto en el país, siendo que ellas representan tan sólo el 2% del mercado nacional. El Cuadro N° 4 contiene las participaciones de las principales empresas competidoras en el mercado nacional de este producto.



*D.P. w*  
S.M.E.

*D.P.*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signature and scribbles]*

**Cuadro N° 4: Participación de los principales competidores en el mercado nacional de ketchup - diciembre de 1999**

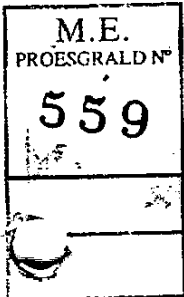
<u>Empresa</u>	<u>Participación (s/kilos vendidos)</u>
REFINERÍAS	70,4%
FLORA DANICA	14,4%
LA CAMPAGNOLA	7,0%
YE OLDE	3,6%
ARISCO ARGENTINA	2,0%
HEINZ	1,4%
OTROS	1,6%
TOTAL	100,0%

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

63. Según se desprende del cuadro precedente, el mercado nacional de ketchup presenta un grado significativo de concentración económica, con un valor del índice HHI cercano a los 5.234 puntos. No obstante ello, se debe tener en cuenta que, como consecuencia de la escasa participación de ARISCO ARGENTINA en el mercado, la operación notificada no tiene un impacto considerable sobre la concentración existente en él, no modificando en forma significativa la situación preexistente.

64. Adicionalmente, se debe destacar que no existen barreras arancelarias o no arancelarias que limiten las importaciones de ketchup al país, razón por la cual se puede afirmar que el mercado no presenta barreras que limiten significativamente el ingreso de nuevos competidores.

65. En virtud de los elementos expuestos, se puede afirmar que la operación notificada no despierta preocupaciones desde el punto de vista de la defensa de la competencia en el mercado argentino de ketchup.



*[Handwritten signatures: J.P. Cu, S.M.E., J.P.]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

<sup>B</sup> A modo ilustrativo, se puede señalar que de las 67.143 toneladas de salsas y aderezos que se vendieron en el país en 1999, 54.608 correspondieron a la venta de mayonesa.



IV. CONCLUSIONES

66. 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 los mercados nacionales de aceite de oliva y ketchup no infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156.

67. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al Sr. SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR autorizar la operación de concentración económica por la cual la cual la firma estadounidense BESTFOODS toma el control de la empresa ARISCO ARGENTINA S.A a través de su subsidiaria, REFINAÇÕES DE MILHO.

*[Signature]*  
 Dra. MARIA VIVIANA QUEVEDO  
 VOCAL

*[Signature]*  
 Dr. DIEGO PETRECOLLA  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 PRESIDENTE

*[Signature]*  
 Lic. MATRICIO BUTERA  
 VOCAL

*[Signature]*  
 EDUARDO MONTAÑA  
 VOCAL

*[Signature]*  
 Lic. KARINA PRIETO  
 VOCAL

M.E.  
 559