



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

2



BUENOS AIRES, 11 ENE 2011

VISTO el Expediente N° S01:0141715/2009 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que, en 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, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, en virtud de lo dispuesto y por la integración armónica de los Artículos 6° a 16 y 58 de dicha ley.

Que la operación de concentración económica que se notifica se celebró en la REPÚBLICA DE CHILE el día 12 de noviembre de 2008, fecha en la cual las empresas COMPAÑÍAS CERVECERÍAS UNIDAS S.A., VIÑA SAN PEDRO S.A., COMPAÑÍA CHILENA DE FÓSFOROS S.A., TERCADOS Y ELABORACIÓN DE MADERAS S.A. y VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., celebraron un "Acuerdo de Fusión por Incorporación", mediante el cual la empresa VIÑA SAN PEDRO S.A. absorbió por fusión a la empresa VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A.

Que las empresas involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

2



uso de las atribuciones conferidas por el Artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 8° de dicha norma.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos de los Artículos 3° y 6°, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas afectadas supera el umbral previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, y la operación no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones dispuestas en dicha norma.

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no tiene suficiente entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general.

Que, por este motivo, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior autorizar la operación de concentración económica por medio de la cual la empresa VIÑA SAN PEDRO S.A. absorbe a través de una fusión a la firma VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., dando nacimiento a una nueva empresa denominada VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A., que incluye la adquisición por parte de la firma COMPAÑÍAS CERVECERÍAS UNIDAS S.A. del VEINTICINCO POR CIENTO (25 %) de las acciones de la empresa VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., en poder de la empresa TERCADOS Y ELABORACIÓN DE MADERAS S.A., todo ello en los

11



términos del Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del Dictamen N° 848 de fecha 28 de diciembre de 2010 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y es parte integrante de la presente resolución.

Que el infrascripto es 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 COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Autorízase la operación de concentración económica por medio de la cual la empresa VIÑA SAN PEDRO S.A. absorbe a través de una fusión a la firma VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., dando nacimiento a una nueva empresa denominada VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A., que incluye la adquisición por parte de la firma COMPAÑÍAS CERVECERÍAS UNIDAS S.A. del VEINTICINCO POR CIENTO (25 %) de las acciones de la empresa VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., en poder de la empresa TERCIADOS Y ELABORACIÓN DE MADERAS S.A., todo ello en los términos del Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Considerase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 848 de fecha 28 de diciembre de 2010 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior



FINANZAS PÚBLICAS, que en TREINTA Y DOS (32) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN Nº 2

Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Expediente N° S01:0141715/2009 (Conc.752) RAN/AP-MM-MPM-VB

Dictamen N° 848

BUENOS AIRES,

28 DIC 2010

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el N° S01: 0141715/2009 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, caratulado "VIÑA SAN PEDRO S.A. Y OTRA S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 752)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

I.1. LA OPERACIÓN.

1. El día 16 de abril de 2009, esta Comisión Nacional recibió la notificación de una operación de concentración económica celebrada en la República de Chile el día 12 de noviembre de 2008, fecha en la cual las empresas COMPANÍAS CERVECERAS UNIDAS S.A. (en adelante "CCU"), VIÑA SAN PEDRO S.A. (en adelante "VIÑA SAN PEDRO"), COMPAÑÍA CHILENA DE FÓSFOROS S.A. (en adelante "CIA. DE FÓSFOROS"), TERCADOS Y ELABORACIÓN DE MADERAS S.A. (en adelante "TEMSA") y VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A. (en adelante "VIÑA TARAPACÁ"), celebraron un "Acuerdo de Fusión por Incorporación" (en adelante "Acuerdo de Fusión"), mediante el cual VIÑA SAN PEDRO absorbió por fusión a VIÑA TARAPACÁ.
2. Como consecuencia de la operación, VIÑA TARAPACÁ se disuelve incorporándose en VIÑA SAN PEDRO, de manera tal que los accionistas de la primera pasarán a ser accionistas de la segunda, adquiriendo VIÑA SAN PEDRO, la totalidad de activos y pasivos de VIÑA TARAPACÁ y sucediendo a esta empresa en todos los derechos y obligaciones.
3. De acuerdo a lo que resulta del Acuerdo de Fusión-punto 1.1.2-, como parte de la operación se contempla la adquisición por parte de CCU del 25% de las acciones emitidas por VIÑA TARAPACÁ, ocurriendo la materialización de la fusión cuando

[Handwritten signatures and initials]



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2



MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

se haya celebrado la compraventa referida, se haya suscripto el pacto de accionistas entre CCU y CIA. DE FÓSFOROS, concluido la legalización de la fusión y efectuado el canje de acciones de los accionistas de VIÑA TARAPACÁ por acciones de VIÑA SAN PEDRO, siendo esta última la contraprestación de la fusión¹.

4. La nueva sociedad, resultante de la fusión se denomina VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A. (en adelante "VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ"), la que será controlada por CCU con el 50,01% de las acciones. La restante composición accionaria será la siguiente: i) CIA. DE FÓSFOROS con el 30 % de las acciones; ii) Administradora de Fondos y Pensiones con el 19 % del capital social².
5. Con fecha 12 de noviembre de 2008 CCU por un lado y CIA. DE FÓSFOROS por el otro suscribieron un pacto de accionistas, el cual tendrá efecto y vigencia a partir de la fecha de reducción a escritura pública de las juntas de fusión, lo cual ocurrió el día 5 de diciembre de 2008³ y por un plazo de diez (10) años contados a partir de esa fecha⁴.
6. En el pacto de accionistas se regula la elección de directores, cuestiones relativas a la estructura organizativa de la nueva empresa, política de dividendos, opciones de venta de VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ, entre otras materias.
7. Finalmente, el día 3 de diciembre de 2008 CCU y el GRUPO FÓSFOROS (integrado por CIA. DE FÓSFOROS y TEMSA) suscribieron el contrato de compraventa de acciones, en virtud del cual CCU adquirió 2.700.092 acciones de VIÑA TARAPACÁ representativas del 25% del capital social de esta empresa, en poder de TEMSA.

¹Ver cláusula 2.2 del Acuerdo de Fusión. De este resulta que, para la incorporación de la totalidad de los accionistas de Tarapacá como nuevos accionistas de San Pedro, se someterá a consideración de estos últimos accionistas un aumento de capital de \$30.193.541.232 (pesos chilenos) mediante la emisión de 15.987.878.653 acciones de pago que serán adquiridas por los accionistas de Tarapacá, de acuerdo a la relación de canje acordada en las juntas de fusión; b) la relación de canje de los patrimonios para la fusión será de un 60% para los accionistas de San Pedro y un 40% para los accionistas de Tarapacá. Por consiguiente los accionistas de Tarapacá recibirán acciones equivalentes a un 40% del total de acciones de la sociedad fusionada.

² Ver organigrama de fs.35.

³ Ver fs.558.

⁴ Ver cláusula 11 del Pacto de Accionistas.

[Handwritten signatures and marks]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2
MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



- 8. Como consecuencia de la operación, las dos filiales argentinas de VIÑA SAN PEDRO, denominadas FINCA LA CELIA S.A. (en adelante "FINCA LA CELIA") y FINCA EUGENIO BUSTOS S.A. (en adelante "FINCA EUGENIO BUSTOS") y la filial argentina de VIÑA TARAPACÁ, BODEGA TAMARÍ S.A. (en adelante "BODEGA TAMARÍ") quedarán bajo el control común de la nueva sociedad, VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ.
- 9. De acuerdo a lo informado por las partes, la fecha de cierre de la operación fue el día 19 de diciembre de 2008, fecha en la que se concluyó con los trámites de legalización de la fusión⁵.

I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

PARTE ABSORBENTE

10. **CCU** es una sociedad anónima abierta constituida conforme las leyes de Chile dedicada a la producción y comercialización de diversas bebidas tales como cerveza, gaseosa, pisco, aguas minerales, aguas saborizadas entre otras, y golosinas. De acuerdo a lo informado por las partes esta empresa comercializa en Argentina vinos y cerveza, este último producto a través de **COMPAÑÍA INDUSTRIAL CERVECERA S.A.** (en adelante "CICSA"). Es controlada directamente con el 66,1% por la firma **INVERSIONES Y RENTA S.A.**, una sociedad holding, cuyos accionistas son **QUIÑENCO S.A.** y **HEINEKEN CHILE LTDA.** quienes detentan respectivamente el 50% de su capital social. El resto de las acciones-33,9%- de CCU se encuentra en poder de **ADRs ADMINISTRADORA DE FONDOS DE PENSIÓN Y OTROS.**

11. **VIÑA SAN PEDRO** es una sociedad anónima abierta constituida de conformidad con las leyes de la República de Chile dedicada a la producción y comercialización de vino. Esta empresa es controlada directamente con el 63,14 % del capital social por CCU, estando la restante participación accionaria del 36,86% en poder de **ADMINISTRADORAS DE FONDOS Y PENSIÓN.**

PARTE ABSORBIDA

12. **CIA. DE FÓSFOROS**, es una sociedad anónima constituida conforme las leyes de

Ver presentación de fecha 13-10-2009.



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Chile, dedicada a la fabricación y comercialización de fósforos, productos derivados, similares o sucedáneos. Esta empresa es controlada directamente por INVERSIONES CELL CHILE S.A. una empresa holding constituida de conformidad con las leyes de Chile que posee el 55,51% de las acciones, mientras que el restante capital social está distribuido de la siguiente manera: i) INMOBILIARIA MONTE ALTO S.A.(8,09%), una empresa holding constituida conforme a las leyes de Chile; ii) RENTAS MASSU S.A. (5,07%), una empresa holding constituida de conformidad con las leyes de Chile; iii) ADMINISTRADORAS DE FONDOS PENSIÓN Y OTROS (31,33%).

13. Vale aclarar que INVERSIONES CELL CHILE S.A., es controlada por INVERSIONES SAN MARTÍN S.A. que posee el 99,9% de sus acciones. Está ultima firma tiene como principales socios a VOLCAN AZUL S.A. y VOLCAN VERDE S.A. con el 37,59% y 37,44% de las acciones respectivamente. Los controlantes de estas dos firmas son los señores José Luis Bender Bresciani y Gustavo Romero Zapata.

14. **TEMSA**, es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República de Chile, cuya actividad es la fabricación y elaboración de productos de madera. Esta empresa es controlada directamente por CIA. DE FÓSFOROS con el 99,99% de las acciones.

15. **VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA**, es una sociedad anónima abierta constituida conforme con las leyes de la República de Chile dedicada a la producción y comercialización de vinos. Esta empresa es controlada directamente con el 74,83% de las acciones por CIA. DE FOSFOROS, estando la restante participación accionaria del 25,17% en poder de TEMSA.

EMPRESAS INVOLUCRADAS PARTE ABSORBENTE

16. CCU controla indirectamente a las siguientes empresas con actividad en Argentina:

17. **FINCA LA CELIA**, es una empresa constituida conforme las leyes de la República Argentina cuya actividad es la producción y comercialización de vinos, controlada indirectamente por CCU a través de VIÑA SAN PEDRO quien posee el 98,69 % de las acciones. La restante participación accionaria (1,31%) está en poder de VIÑA

**COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

2

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



SANTA HELENA S.A., una empresa constituida de conformidad con las leyes de Chile dedicada a la producción y comercialización de vinos que no tiene actividad en Argentina.

18. FINCA EUGENIO BUSTOS, es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la Republica Argentina dedicada a la producción y comercialización de vinos, controlada indirectamente por CCU a través de FINCA LA CELIA quien detenta el 99,90% de las acciones.

19. CICSA, es una firma constituida conforme las leyes de la República Argentina, dedicada a la producción y comercialización de cerveza, controlada directamente por COMPANÍA CERVECERAS UNIDAS ARGENTINA S.A. (en adelante "CCU ARGENTINA"), una empresa holding argentina que posee el 99,73% del capital social de CICSA. CCU ARGENTINA es controlada indirectamente por CCU a través de INVEX CCU LIMITADA, una empresa holding constituida de conformidad con las leyes de Chile que posee el 95,97% de CCU ARGENTINA.

20. ANDINA DE DESARROLLO S.A., una empresa constituida conforme las leyes de la República Argentina dedicada a la actividad agrícola. Esta empresa es controlada directamente por CICSA con el 59,20% de las acciones, mientras que el 40,80% de las acciones está en poder de accionistas minoritarios.

EMPRESAS INVOLUCRADAS PARTE ABSORBIDA

21. CIA. DE FOSFOROS controla indirectamente a través de VIÑA TARAPACA con el 98% de las acciones a BODEGA TAMARI S.A., una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República Argentina cuya actividad es la producción y comercialización de vinos.

EMPRESA RESULTANTE DE LA FUSIÓN

22. **VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ**, es una empresa constituida de conformidad con las leyes de la República de Chile, cuya actividad consiste en la producción y comercialización de vinos.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

23. Las empresas involucradas dieron cumplimiento a los requerimientos de esta



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA RETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA efectuados en uso de las atribuciones conferidas por el artículo 58 de la Ley N° 25.156, notificando la operación en tiempo y forma de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 8 de dicha norma.

24. Cabe aclarar que la notificación de la presente operación se produjo como consecuencia de lo ordenado por la Resolución N° 65/09 dictada en fecha 31 de marzo de 2009 por el Señor SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR que recibió el Dictamen N° 726 emitido por esta Comisión Nacional, en el marco del Expediente caratulado: "VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A. S/ CONSULTA DE INTERPRETACIÓN LEY 25156 (OPI N° 166) S/ CONSULTA INTERPRETACIÓN LEY 25.156 (OPI N°166)". Las partes fueron notificadas de la mencionada resolución el día 6 de abril de 2009.

25. Por otra parte la operación notificada constituye una concentración económica en los términos de los Artículos 3° y 6°, inciso a) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.

26. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas involucradas, a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. PROCEDIMIENTO.

27. Con fecha 16 de abril de 2009, la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ, presentó el respectivo Formulario F1 a fines de notificar la operación de concentración económica en los términos del artículo 8° de la Ley N° 25.156.

28. El día 20 de abril de 2009 la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ adjuntó el respectivo soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada el día 16 de abril de 2009.

29. Tras analizar la información y documentación presentada, el día 22 de abril de 2009 esta Comisión Nacional requirió a las partes que dieran cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001. Asimismo con fecha 24 de abril de



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN RATAEFE
SECRETARÍA DE TRABAJO
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

2



2009 se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido, no comenzaría a correr el plazo previsto en el artículo 13 de la Ley 25.156.

30. El día 26 de mayo de 2009 la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ efectuó una presentación acompañando determinada documentación, tras lo cual el día 1° de junio de 2009 esta Comisión Nacional consideró que las partes debían dar estricto cumplimiento a lo requerido mediante Resolución SDCyC N° 40/2001. Asimismo se les comunicó el día 2 de junio de 2009 que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo requerido, no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

31. El día 18 de junio de 2009 la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ efectuó una presentación. El día 24 de junio de 2009 esta Comisión Nacional consideró que la misma no se ajustaba plenamente a lo dispuesto por la Resolución SDCyC N° 40/2001, debiendo las empresas CCU, CIA. CHILENA DE FÓSFOROS y TEMSA acreditar personería, atento el carácter de parte que revestían en la presente operación. El día 25 de junio de 2009, esta Comisión Nacional les hizo saber que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

32. El día 30 de junio de 2009 la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ efectuó una presentación, la cual el día 7 de julio de 2009 esta Comisión Nacional consideró incompleta en los términos de la Resolución SDCyC N° 40/2001. El día 13 de julio de 2009 esta Comisión Nacional les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo requerido no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

33. El día 28 de julio de 2009 la apoderada de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ efectuó una presentación, la cual no daba estricto cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/2001. Por ello el día 10 de agosto de 2010, esta Comisión Nacional les hizo saber que hasta tanto dieran total cumplimiento a lo solicitado no comenzaría a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

34. El día 11 de septiembre de 2009 las partes efectuaron una presentación. Tras

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

2

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



analizar la misma, el día 16 de septiembre de 2009 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron las primeras observaciones al Formulario F1, las que fueron notificadas a las partes el día 17 de septiembre de 2009. Asimismo en dicha fecha se les hizo saber a las partes que el plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156 quedaba suspendido.

35. El día 13 de octubre de 2009 las partes efectuaron una presentación, que el día 21 de octubre de 2009 esta Comisión Nacional ordenó agregar, pasando las actuaciones a despacho. En dicha oportunidad se les requirió a las notificantes que acompañaran el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada. Asimismo, el día 22 de octubre de 2009 se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

36. El día 3 de noviembre de 2009 las partes efectuaron una presentación acompañando el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada el día 13 de octubre de 2009. Por ello el día 11 de noviembre de 2009 y, considerando que la información aportada se hallaba incompleta, esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 12 de noviembre de 2009 esta Comisión Nacional hizo saber a las partes que el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156 continuaba suspendido.

37. El día 11 de diciembre de 2009 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 30 de diciembre de 2009 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho. Asimismo se les hizo saber a las partes que debían acompañar el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada y se les comunicó el día 5 de enero de 2010 que hasta tanto dieran cumplimiento a lo solicitado continuaba suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

38. El día 23 de diciembre de 2009 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 7 de enero de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho. En dicha oportunidad se les requirió a las partes que acompañaran el soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada. Asimismo el día 8 de enero de 2010 se les comunicó a las partes que hasta tanto

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

2

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

MARTÍN H. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

39. El día 6 de enero de 2010 las partes acompañaron el soporte magnético correspondiente a las presentaciones de fecha 11 y 23 de diciembre de 2009, tras lo cual el día 14 de enero de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar la presentación efectuada y pasar las actuaciones a despacho.

40. El día 2 de febrero de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 4 de febrero de 2010 se les comunicó a las partes que continuaba suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

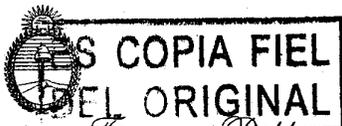
41. El día 31 de marzo de 2009 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 12 de abril de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.

42. El día 23 de abril de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 26 de abril de 2010 esta Comisión Nacional les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

43. El día 31 de mayo de 2010 las partes efectuaron una presentación, que el día 3 de junio de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.

44. El día 10 de junio de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 13 de junio de 2010 se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

45. El día 24 de junio de 2010 las partes efectuaron una presentación, la cual el día 29 de junio de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho. En dicha oportunidad se les requirió a las partes que acompañen el



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

soporte magnético correspondiente a la presentación efectuada. Asimismo el día 1° de julio de 2010 se les comunicó a las notificantes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

46. El día 2 de julio de 2010, las partes efectuaron una presentación, la cual el día 8 de julio de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar pasando las actuaciones a despacho.

47. El día 19 de julio de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1, comunicándoles a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

48. El día 18 de agosto de 2010 las partes efectuaron una presentación, que esta Comisión Nacional ordenó agregar el día 20 de agosto de 2010, pasando las actuaciones a despacho.

49. El día 1° de septiembre de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1. Asimismo el día 3 de septiembre de 2010 se les hizo saber a las partes que hasta tanto dieran cumplimiento a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

50. El día 26 de octubre de 2010 las partes efectuaron una presentación, tras lo cual el día 1° de noviembre de 2010 esta Comisión Nacional ordenó agregar la presentación efectuada y pasar los autos a despacho.

51. El día 23 de noviembre de 2010 esta Comisión Nacional consideró que la información aportada se hallaba incompleta, por lo que se efectuaron nuevas observaciones al Formulario F1, haciéndoles saber a las partes que hasta tanto dieran respuesta a lo requerido continuaría suspendido el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

52. El día 29 de noviembre de 2010 las partes efectuaron una presentación que esta Comisión Nacional ordenó agregar, pasando las actuaciones a despacho. Queda

**COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



**MARTÍN R. STAEFE
SECRETARÍA DE TRABAJO
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA**

en consecuencia aprobado el Formulario F1 en dicha fecha, continuando el cómputo del plazo del artículo 13 de la Ley N° 25.156 desde el primer día hábil posterior al indicado.

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

Naturaleza Económica de la operación.

53. Como se ha mencionado precedentemente, la presente operación de concentración económica notificada se produce en Chile y consiste en la fusión de VIÑA SAN PEDRO, filial de CCU y VIÑA TARAPACÁ, filial de CIA. DE FÓSFOROS. Mediante dicha fusión VIÑA TARAPACÁ se disolvió y fue absorbida por VIÑA SAN PEDRO, conformando una nueva sociedad denominada VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ.

54. VIÑA SAN PEDRO controla directa e indirectamente en Argentina a FINCA LA CELIA y FINCA EUGENIO BUSTOS, empresas dedicadas a la producción y comercialización de vinos. FINCA LA CELIA posee una bodega propia y 511 hectáreas de las cuales 374 están en producción ubicadas en la localidad de Eugenio Bustos, Departamento de San Carlos, Provincia de Mendoza. FINCA EUGENIO BUSTOS no posee bodega ni fincas, sino que comercializa por cuenta y orden de FINCA LA CELIA vinos producidos por dicha bodega pero únicamente en el mercado externo. En consecuencia, la mencionada empresa no participa de la comercialización de vinos dentro del territorio nacional.

55. Por otra parte, VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA controla en el país a BODEGA TAMARÍ, dedicada a la producción y comercialización de vinos. La mencionada firma posee una bodega propia y 10 hectáreas no cultivadas en la provincia de Mendoza, proviniendo toda su producción de vinos de uvas compradas a terceros.

56. Por todo lo expuesto, esta Comisión Nacional entiende que la presente operación da lugar a relaciones de naturaleza horizontal en los mercados de vinos, particularmente en el mercado de vinos finos, en el mercado de vinos Premium y en el mercado de vinos icono.

57. Asimismo, se presentan relaciones verticales derivadas de la producción de uvas



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



2
ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

por parte de FINCA LA CELIA y de la fabricación de vinos por parte de BODEGA TAMARÍ.

Definición de los mercados relevantes

58. Los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas Resolución 164/2001 (en adelante "LOS LINEAMIENTOS") establecen que, a los efectos de determinar si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar los mercados que se verán afectados por la operación. Estos se denominan mercados relevantes y tienen dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.
59. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor, dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo o utilización en el proceso productivo.
60. El mercado geográfico se define como la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.
61. Tal como ha sido indicado en la naturaleza económica de la operación, los mercados del producto afectados por la operación son los de comercialización de vinos finos, premium e icono y el mercado de producción de uvas.
62. Dado que cada uno de estos mercados tiene una dimensión geográfica específica, la misma será analizada en cada caso particular.

Mercados relevantes de producto

Mercados de vino fraccionado

63. Tanto FINCA LA CELIA como BODEGA TAMARÍ producen y venden vinos de diferentes niveles de precio y calidad.
64. Para definir el mercado relevante de estos productos debemos evaluar, en primer lugar, si el resto de las bebidas tales como la cerveza, las gaseosas y el agua



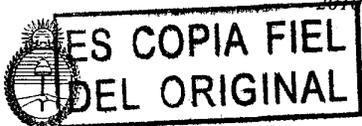
*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA TETRAEDA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



mineral, pueden considerarse sustitutos del vino en los términos establecidos por LOS LINEAMIENTOS.

65. Luego debemos analizar si el mercado de vinos es un solo mercado relevante o, si por el contrario, dentro del mismo conviven distintos mercados relevantes más restringidos.
66. Para ello, resulta útil analizar qué segmento de la población consume estos productos, en qué ocasiones, en qué puntos de venta los adquiere y a qué precios. También es importante tener en cuenta las presentaciones, la importancia de las marcas y la incidencia de la publicidad.
67. Las bebidas son un conjunto de productos destinados a saciar la sed o acompañar el consumo de alimentos. Éstas se adquieren en establecimientos minoristas para consumir en el hogar (canal cerrado) o se consumen servidos en cafés, bares y restaurantes (canal abierto).
68. Tradicionalmente, el vino era consumido preferentemente acompañando las comidas y la cerveza se consumía en otras ocasiones. Sin embargo en los últimos años se observa un cambio de hábitos de la población, la cerveza está penetrando los espacios de consumo que estaban tradicionalmente reservados al vino. Este fenómeno es particularmente significativo en el caso del vino común de mesa, consumido por consumidores jóvenes y de poder adquisitivo medio a bajo.
69. Otra característica que incide en la sustitución del vino por la cerveza es el envase o presentación. Hoy los vinos comunes se presentan mayormente en Tetra Brik. Este envase ha permitido superar a bajo costo los antiguos problemas logísticos y de calidad que tenían las botellas retornables, pero ha restringido el consumo al hogar, dejando para el canal abierto el consumo de cervezas y vinos de más alta gama.
70. En lo que respecta a los precios, podemos afirmar que el mercado de vinos es un mercado de productos diferenciados. De hecho, se estima que la diferencia de precios entre los vinos comunes y los de más alto precio llega hasta las 91 veces.
71. Es sabido que el consumo de vinos comunes ha caído en los últimos años, de modo que la demanda por este producto se ha trasladado a otras bebidas, entre



2



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

ellas, la cerveza. Sin embargo, este cambio de hábitos de consumo debe ser interpretado en una dimensión estructural, debido ésto a que a lo largo de los años han existido factores (por ejemplo, promociones, publicidad, etc.) que han actuado a favor de estas bebidas, como la cerveza, en desmedro del vino común.

- 72. Estos factores han influenciado un cambio en el patrón de consumo haciendo que a lo largo del tiempo el consumo de vino común sea sustituido por el de, por ejemplo, cerveza, aguas minerales, aguas saborizadas, gaseosas, etc.
- 73. Sin embargo, lo explicado precedentemente no permite concluir que el vino de mesa y otras bebidas sean sustitutas a la hora de definir un mercado relevante de producto en términos de defensa de la competencia⁶.
- 74. En lo que se refiere a la definición de los mercados relevantes dentro del mercado de vino esta Comisión ha considerado los siguientes argumentos⁷.
- 75. El mercado de mayor relevancia es el que corresponde a los vinos de mesa denominados "Comunes", comercializados tanto en Tetra Brik como en botellas.
- 76. Por reglamentación del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Resolución N° C. 12 con fecha el 11 de abril de 2003, las denominaciones "Vino Común", "Vino Selección", "Vino Fino" y "Vino Premium" no pueden utilizarse en las etiquetas de los vinos que se comercializan en el mercado.
- 77. Por otra parte, toda la información que brinda el INV sobre despacho para consumo de vinos, se brinda desagregada por tipo de envase (Tetra Brik, botella, damajuana o granel), y por tipo de vino: con denominación varietal o sin denominación varietal.
- 78. No obstante, a efectos del análisis económico, se estima que las cuatro categorías antes mencionadas resultan adecuadas. Ello teniendo en cuenta que los consumidores perciben a cada una de estas categorías de vino de una forma muy particular y diferenciada, otorgándoles ocasiones de consumo y finalidades diferentes.

⁶Es dable mencionar que esta Comisión Nacional posee vasta jurisprudencia que justifica que las bebidas antes mencionadas conforman mercados relevantes de producto distintos. En este sentido, en el Dictamen CNDC N° 322 del año 2003 se definió que la cerveza, las gaseosas, las aguas minerales constituyen mercados diferentes.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



79. En cambio, esta Comisión entiende que resulta innecesaria una eventual distinción entre vino tinto, blanco o rosado, pues desde el punto de vista de la oferta no existe mayor diferencia entre producir un vino de una u otra categoría.
80. En función de todo lo hasta aquí expuesto se adoptarán definiciones de mercados de producto diferentes para los vinos finos, Premium e Icono de forma tal que de no existir motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia en cada uno de ellos, tampoco existirán en un mercado más amplio que incluya a estos tres. Lo mismo cabría esperar si se incluyera dentro del mercado al vino común ya que las notificantes no ofrecen este tipo de vino.

Proceso productivo del vino.

81. El proceso productivo del vino en general se detalla a continuación: la primera de las etapas de este proceso es la recepción de la vendimia donde la uva, cuidadosamente seleccionada en la viña, es conducida al lagar y volcada en unas tolvas de bandas que permiten transportarla con cuidado camino de la primera operación del proceso de vinificación: el despalillado. Este proceso se da tanto para uvas propias como para uvas adquiridas a terceros.
82. La segunda etapa consiste en la molienda y maceración, la misma se realiza la separación de las bayas del escobajo (despalillado), proceso en el cual puede hacerse el agregado de anhídrido sulfuroso y enzimas pectolíticas. El jugo obtenido debe encontrarse a una temperatura de 20 °C +/- 5°, adecuada para la fermentación alcohólica. Para la fermentación, es factible agregar al mosto – con orujo en el caso de los vinos tintos – levaduras seleccionadas y nutrientes, ambos en dosis controladas, dependiendo de tipo de vino que se quiere lograr. Durante la fermentación, se realizan remontes (reciclajes del vino en la cuba) regulares. La fermentación suele durar una media de cinco días. Una vez concluida la fermentación, el azúcar natural de la uva se ha transformado por completo en alcohol; el vino puede permanecer aún en la cuba durante unos diez días.
83. Una tercera etapa es el Descube. Esta operación consiste en separar el vino elaborado de lo que se denomina el orujo (constituido por el conjunto de pieles, pulpa y semillas). El vino elaborado es enviado a otro depósito y el orujo es

⁷ Ver Dictamen CNDC N° 613 del año 2007 Resero/Fecovita.



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2

MARTIN F. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



sometido a la operación de prensado.

84. El Prensado del orujo consiste en transportar a las prensas el orujo contenido en la cuba y comprimirlo para extraer el vino que todavía contiene. Se obtiene así el vino de prensa. Los sólidos prensados son desechados.

85. La siguiente etapa es la fermentación maloláctica. Esta fermentación se produce de forma natural tras la fermentación alcohólica, gracias a unas bacterias lácticas naturales procedentes también del vino y de las cepas. Estas bacterias transforman los ácidos naturales del vino (ácido málico) en ácido láctico, que es menos ácido que el ácido málico. Esta fermentación, denominada fermentación maloláctica, dura aproximadamente unos quince días, suaviza el vino y elimina la acidez de la uva fresca. En este proceso se mantiene la temperatura controlada alrededor de 22 +/- 5°C, y se agregan bacterias según las necesidades.

86. Una etapa muy importante en el proceso de elaboración del vino es el ensamblaje, la misma consiste en elegir de entre todas las cubas recolectadas en una cosecha, aquellas que por su calidad serán seleccionadas para formar un gran vino. Es necesario buscar las mejoras cubas y asegurarse de que la sinergia resultante de su mezcla desarrollará una mayor armonía y una mayor complejidad en el vino elaborado. Esta operación se realiza una vez concluidas las fermentaciones alcohólica y maloláctica. Son necesarias sucesivas operaciones de ensamblaje para juzgar su calidad. Progresivamente a lo largo de estas catas se realiza la mejor elección.

87. Después del ensamblaje, se realiza la clarificación del vino mediante la adición controlada de agentes clarificantes. Una vez clarificado, se realiza la estabilización del vino mediante el enfriamiento de éste a - 4°C y la adición de bitartratos, los que actúan como núcleos de cristalización, produciendo la precipitación de los tartratos disueltos en el vino. El vino estabilizado es filtrado a presión y se almacena en cubas con temperatura controlada y gas inerte para evitar la oxidación.

88. La última etapa es la Filtración y llenado. Antes de que el vino sea enviado a la planta de envasado, se ajusta el nivel de SO2. Los diferentes productos terminados van entonces al proceso de llenado, donde se envasan en sus distintos

N
S



2



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

formatos. Luego, en un proceso continuo, los envases son etiquetados, codificados, encajonados y paletizados, para posteriormente ser almacenados y distribuidos.

Mercados de producción de uvas Malbec y Cabernet Sauvignon.

89. Según datos del INSTITUTO NACIONAL DE VITIVINICULTURA, la cantidad de viñedos del país en el 2009 fue de 26.175, con una superficie de 228.575 has. Del total implantado, el 93,2% corresponde a variedades para vinificación.

90. La producción de uvas se concentra principalmente en las provincias de San Juan y Mendoza. En este sentido, esta última provincia reúne para el 2009 160.704 has, lo que corresponde a alrededor del 70% de las hectáreas a nivel nacional.

91. Dentro de las uvas para vinificación, existen distintas calidades. Al respecto, como se mencionó en oportunidades anteriores⁸, el vino común se produce a partir de las variedades cereza, criolla, Pedro Giménez y moscatel, mientras que los vinos de mayor calidad, como los que ofrecen la partes, llevan uvas de alta calidad enológica.

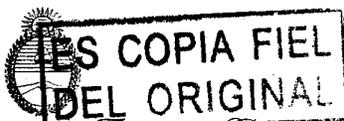
92. Dentro de las uvas de alta calidad enológica se encuentran las tintas malbec, cabernet sauvignon, bonarda, syrah, merlot, tempranillo y pinot noir, entre otras, y las blancas chardonnay, viognier y ttorrontés riojano, entre otras.

93. Asimismo, los vinos de mayor calidad poseen mención varietal, lo que implica que cada uno se elabora a partir de una uva determinada, llevando en la etiqueta la denominación correspondiente.

94. En este sentido, cada una de las variedades de uvas de alta calidad son insustituibles desde el punto de vista de la producción de vinos de dicha variedad. Por esto, es que cada una conforma un mercado de producto relevante distinto.

95. En este caso, las uvas que elabora FINCA LA CELIA y que utiliza en la producción de sus vinos Reserva BODEGA TAMARÍ, son las denominadas Malbec y Cabernet Sauvignon. En consecuencia, existen dos mercados de producto, correspondientes a las uvas de las variedades mencionadas.

⁸ Ver dictamen de concentración Resero - Fecovita



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTÍN R. ATAËFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Mercados geográfico de los vinos fraccionados (Finos, Premium e Icono).

96. En lo que respecta a la definición del mercado geográfico, debemos que tener en cuenta en primer lugar, que por cuestiones legales y productivas el fraccionamiento se encuentra concentrado en las provincias de Mendoza y San Juan.
97. Además, tanto las partes como los demás actores de importancia tienen canales de distribución que les permiten llegar a todo el país.
98. El transporte de vino fraccionado se realiza principalmente en camiones normales, y en un menor porcentaje en ferrocarril. No se requieren características especiales que incidan en los costos o que dificulten la posibilidad de cualquier transportista de ofertar la prestación de dichos servicios a la industria de las bebidas. En resumen, los productos pueden ser transportados a todo el país de manera rentable.
99. Por otra parte, las empresas involucradas compiten a nivel nacional, la publicidad de sus marcas más importantes también tiene alcance nacional y sus políticas de precios no difieren sustancialmente según las regiones.
100. En conclusión, los mercados geográficos relevantes a considerar tienen alcance nacional, tanto en el caso del vino fino, del vino Premium como del vino Icono. Ello no significa que no existan diferencias regionales en relación con la mayor o menor presencia de las empresas competidoras en diferentes regiones del país, y que existan particularidades con relación a la fortaleza o debilidad de determinadas marcas, atribuibles a razones históricas, de costumbre o fidelidad.

Mercado geográfico del mercado de uvas malbec y cabernet Sauvignon.

101. El mercado geográfico está limitado por restricciones técnicas que enfrenta el transporte de uva (temperaturas e inicio de procesos biológicos no deseados tales como el desarrollo de levaduras y bacterias). En este sentido, al ser consultada BODEGA TAMARÍ por la localización de sus proveedores de uva, se obtuvo que los mismos pertenecen a distintas localidades de la Provincia de Mendoza.
102. De esta manera, el mercado geográfico relevante se circunscribe entonces al ámbito local de la provincia de Mendoza, tanto para las uvas Malbec como para las Cabernet Sauvignon.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2



MARTIN R. ATAEFE
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

Evaluación de los efectos de la operación sobre competencia en los mercados afectados.

103. Definidos los mercados relevantes en el punto anterior, en lo que sigue se analizarán los potenciales efectos que la operación notificada podría tener sobre los mismos.
104. Para ello se determinará el nivel de concentración inicial, la participación de mercado de las notificantes y la concentración del mercado producto de la misma.

Relaciones Horizontales.

Mercado de vinos finos.

105. El valor total del mercado de vinos finos ascendió para el año 2009 a 305.045 miles de pesos argentinos, mientras que el valor total de vinos, en general, ascendió a \$2.798.580 (en miles) para el mismo año.
106. Las participaciones de mercado correspondientes al segmento de vinos finos son las siguientes:

Vino Fino / hasta \$34,99
Facturación

Bodega (% Share)	2007	2008	2009
La Rural Viñedos Y Bodegas S.A.	7,46	7,84	9,96
Chandon	10,46	10,23	8,85
Casa Nieto Y Senetiner	10,42	7,78	8,46
Trapiche	7,9	8,01	8,22
Catena Zapata	6,3	7,77	7,85
Bodegas Norton	4,39	5,83	6,63
Luigi Bosca	6,09	6,13	6,09
Diageo S.A	9,02	7,44	5,05
Finca Flichman	4,15	3,72	4,04
Familia Zuccardi	2,5	2,74	3,11
Pernod Ricard Argentina	2,23	2,59	2,25
Finca La Celia	2,89	2,38	2,64
Tamarí	SV	SV	SV
Resto	26,19	27,54	26,86

Fuente: CNDC en base a datos provistos por las partes en el marco del presente expediente.

107. Como puede observarse del cuadro anterior, las participaciones de mercado de



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



las empresas involucradas resultan ser marginales para el año 2009⁹.

108. Por tanto, como resultado de la presente operación de concentración, esta Comisión Nacional no advierte preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de vinos finos.

Mercado de vinos Premium.

109. El valor total del mercado de vinos premium ascendió para el año 2009 a 323.942 miles de pesos argentinos.

110. La bodega que posee mayor participación en términos de facturación es la Bodega Luigi Bosca con un 18,68% para el año 2009, seguida en segundo lugar por la Bodega Chandon con aproximadamente un 9% de la facturación del mercado.

111. Por su parte, las empresas involucradas poseen las siguientes participaciones de mercado: FINCA LA CELIA (2,35%) y BODEGA TAMARÍ (0,1%), las cuales son expuestas en el cuadro que sigue a continuación:

⁹Es importante señalar que la sigla SV correspondiente a las participaciones de mercado de la BODEGA TAMARÍ significa según han informado las partes, que el vino de la BODEGA TAMARÍ Varietal se ha destinado exclusivamente a exportación en estos años, siendo su principal destino, Brasil.

(Handwritten signatures and scribbles)



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
 Secretaría de Comercio Interior
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2
 MARTÍN R. ATAEFE
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA



Vino Premium / hasta \$60
 Facturación

Bodega (% Share)	2007	2008	2009
Luigi Bosca	19,4	20,12	18,68
Chandon	9,91	11,69	8,64
Catena Zapata	8,82	9,17	8,51
Bodegas Salentein S.a.	8,82	8,25	7,74
Casa Nieto Y Senetiner	6,23	6,13	7,11
Trapiche	8,25	6,69	6,56
La Rural Viñedos Y Bodegas S.a.	5,13	5,41	5,58
Bodegas Norton	3,37	3,3	4,03
Lagarde	3,29	2,83	3,63
Finca La Celia	2,57	2,12	2,35
Tamarí	0,13	0,07	0,1
Resto	24,08	24,22	27,08

Fuente: CNDC en base a datos provistos por las partes en el marco del presente expediente.

112. Por tanto, y como resultado de la presente operación de concentración, el Grupo Absorbente ostentará el 2,45% del mercado de vinos Premium.
113. En virtud de lo anterior, esta Comisión Nacional considera que no existe preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de vinos Premium.

Mercado de vinos Icono.

114. El valor total del mercado de vinos Icono ascendió para el año 2009 a 39.034 miles de pesos argentinos.
115. La bodega que posee mayor participación en términos de facturación es la Bodega Familia Zuccardi con un 25,42% para el año 2009, seguida en segundo lugar por la Bodega Domaine Vistalba S.A. con aproximadamente un 12% de la facturación del mercado.
116. Por su parte, las empresas involucradas poseen participaciones insignificantes en este mercado, las cuales son expuestas en el cuadro que sigue a continuación:



**COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*



MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Vino Icono / superior a \$60
Facturación

Bodega (% Share)	2007	2008	2009
Familia Zuccardi	11,84	13,86	25,42
Domaine Vistalba S.a.	8,96	9,64	12,18
Trapiche	15,26	13,37	11,1
Capizzano	1,8	1,69	3,35
Casa Nieto Y Senetiner	4,65	5,39	2,21
Bodega Y Cavas De Weinert	2,34	3,89	1,87
Finca Las Moras	2,19	7,98	1,85
Diageo S.A	7,16	4,39	1,84
Catena Zapata	3,11	2,48	1,45
La Rosa	0	1,91	1,12
Finca La Celia	0,96	0,8	0,88
Tamarí	0,06	0,03	0,05
Resto	41,67	34,57	36,69

Fuente: CNDC en base a datos provistos por las partes en el marco del presente expediente.

117. Por tanto, y como resultado de la presente operación de concentración, las condiciones de competencia del mercado de vinos icono no se verán alteradas. En virtud de lo anterior, esta Comisión Nacional considera que no existe preocupación desde el punto de vista de la competencia en el mercado de vinos Icono.

Relaciones Verticales.

118. La importancia de analizar las relaciones verticales fruto de la presente operación, se deben a la eventual capacidad de la firma resultante de excluir competidores y generar barreras a la entrada tanto en el mercado de uvas "aguas arriba", como en el mercado "aguas abajo" de vinos, debido a su doble condición de proveedor de uvas, mediante FINCA LA CELIA, y elaborador de vinos, por parte de BODEGA TAMARÍ.

Uvas Malbec (Mercado Aguas Arriba) y Vinos Finos, Vinos Premium y Vinos Icono (Mercados Aguas Abajo).

119. El total de uvas Malbec producidas en la Provincia de Mendoza ronda los 2 millones de quintales, aunque su producción se redujo de forma poco significativa en los últimos tres años.



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

2

120. Respecto de la participación de FINCA LA CELIA en el total, la misma es muy reducida, no alcanzando ni el 1% del mercado, como se observa en el cuadro que sigue.

Producción de uvas Malbec en quintales y participación de Finca La Celia.

Años 2007 a 2009.

	2007	2008	2009
Mendoza	2.015.013	1.738.266	1.993.475
Finca La Celia	6.840	6.000	12.120
Participación FLC	0,34	0,35	0,61

Fuente: CNDC en base a información presentada por las partes en el marco del presente expediente.

121. Adicionalmente, FINCA LA CELIA adquiere para su producción de vinos uva malbec a terceros, que representa en el año 2007 y 2008 casi el mismo monto que la de su producción propia. Dada esta participación y la que tendría la firma resultante en los mercados de vinos fraccionados no se identifica ninguna hipótesis respecto de efectos verticales bajo consideración que ameriten continuar con el análisis de los mismos.

Cabernet Sauvignon (Mercado Aguas Arriba) y Vinos Finos, Vinos Premium y Vinos Icono (Mercados Aguas Abajo)

122. El total de uvas cabernet sauvignon producidas en la Provincia de Mendoza se redujo entre los años 2007 y 2009 alrededor de un 21%, pasando de 1.169.000 quintales a 925.295 quintales, respectivamente.

123. Como se observa en el cuadro que sigue, la participación de mercado de FINCA LA CELIA dentro de la Provincia de Mendoza es insignificante, llegando a poseer en 2009 el 1,12% de la producción total.

Producción de uvas Cabernet Sauvignon en quintales y participación de Finca La Celia. Años 2007 a 2009.

	2007	2008	2009
Mendoza	1.169.029	1.014.217	925.295
Finca La Celia	9.040	9.340	10.330
Participación FLC	0,77	0,92	1,12

Fuente: CNDC en base a información presentada por las partes en el marco del presente expediente.

124. Asimismo, como en el caso del Malbec, FINCA LA CELIA adquiere uva

(Handwritten signatures and scribbles)



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



MARTIN R. ATAEF
SECRETARÍA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Cabernet Sauvignon de terceros productores, salvo en la cosecha 2009 que le bastó con su propia producción.

- 125. Dada esta participación y la que tendría la firma resultante en los mercados de vinos fraccionados no se identifica ninguna hipótesis respecto de efectos verticales bajo consideración que ameriten continuar con el análisis de los mismos.
- 126. Por último y a modo de conclusión, esta Comisión Nacional no advierte motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia en cuanto a los efectos horizontales y verticales de la presente operación.

V. CLAUSULAS DE RESTRICCIONES ACCESORIAS.

- 127. Habiendo analizado la documentación aportada en la presente operación, esta Comisión Nacional advierte que la cláusula 10° "DESARROLLO DEL NEGOCIO VITIVINÍCOLA Y OTROS POR LAS PARTES" del Pacto de Accionistas, constituye una cláusula de no competencia.
- 128. Este tipo de cláusulas, llamadas por la jurisprudencia comparada como "restricciones directamente vinculadas a la operación de concentración" o "restricciones accesorias", cuando son cláusulas que no causan detrimentos a terceros, deben considerarse conjuntamente con la misma operación de concentración.
- 129. Esto es así ya que las restricciones acordadas por las partes participantes en una operación de concentración limitan su propia libertad de acción en el mercado.
- 130. El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente una empresa semejante que compita con la recientemente vendida con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado.
- 131. De allí que se imponga esta obligación de no competencia por determinado plazo para permitirle al comprador conocer el negocio y el mercado y no verse enfrentado a la competencia de aquel que había dirigido la empresa y que, en algunos casos, conoce a la misma y al mercado mejor que el reciente comprador.

[Handwritten mark]

[Handwritten signatures and marks]



2



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

132. Este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia deben ser analizadas a la luz de lo que en el derecho comparado se denomina como "restricciones accesorias" a una operación de concentración económica.

133. La doctrina de las "restricciones accesorias" establece que las partes involucradas en una operación de concentración económica pueden, sujeto a ciertos requisitos, convenir entre ellas cláusulas por las cuales el vendedor se compromete a no competirle al comprador en la actividad económica de la empresa o negocio transferido.

134. El fundamento que se invoca para permitir este tipo de cláusulas inhibitorias de la competencia es que las mismas sirven para que el comprador reciba la totalidad del valor de los activos cedidos, utilizándose las como una verdadera "protección" a la inversión realizada.

135. Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional¹⁰, esta Comisión Nacional ha establecido en numerosos precedentes los requisitos que estas cláusulas inhibitorias de la competencia deben guardar para ser consideradas "accesorias" a la operación de concentración.

136. Dichos requisitos están referidos a su alcance, a su vinculación con la operación, a su necesidad, ámbito geográfico y extensión temporal y al contenido de la misma.

137. En cuanto al alcance, las cláusulas no deben estar referidas a terceros sino sólo a los participantes en la operación de concentración, quienes limitan su propia libertad de acción en el mercado.

138. Estas cláusulas deben tener vinculación directa con la operación principal: las restricciones deben ser subordinadas en importancia a la operación principal, esto es, no pueden ser restricciones totalmente diferentes en su sustancia de la operación principal, además deben ser necesarias.

139. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones

¹⁰ Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations – (90/C 203/05)

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2
MARTIN R. A.
SECRETARÍA LETRA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA
FOLIO
Nº 1143
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS

mucho más inciertas, con un coste sustancialmente mayor, durante un período de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.

140. En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales, ha considerado que un plazo razonable es aquel que permite al adquirente asegurar la transferencia de la totalidad de los activos y proteger su inversión.

141. Dicho plazo puede variar según las particularidades de cada operación, pero siguiendo los precedentes mencionados en reiteradas oportunidades se ha dispuesto que es aceptable una prohibición de competencia por el plazo de cinco años cuando mediante la operación se transfiere el "know how", mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el "goodwill" (clientela, activos intangibles) sólo es razonable un plazo de dos años¹¹.

142. Con referencia al ámbito geográfico se entiende que debe circunscribirse a la zona en donde hubiera el vendedor introducido sus productos o servicios antes del traspaso.

143. En cuanto al contenido, la restricción sólo debe limitarse a los productos o servicios que constituyan la actividad económica de la empresa o parte de empresa transferida, ya que no resulta razonable, desde el punto de vista de la competencia, extender la protección brindada por este tipo de cláusulas a productos o servicios que el vendedor no transfiere o no comercializa.

144. No obstante los lineamientos establecidos en los puntos precedentes, y tal como lo ha señalado reiteradamente esta Comisión Nacional, el análisis de este tipo de restricciones debe efectuarse a la luz de las condiciones en que se desenvuelve la competencia en cada mercado y sobre la base de un análisis caso por caso.

145. Habiendo analizado la documentación presentada por las partes en la concentración económica bajo examen, esta Comisión Nacional ha detectado que en la cláusula 10° del Pacto de Accionistas suscripto entre CCU y CIA. DE FÓSFOROS, la siguiente cláusula denominada "DESARROLLO DEL NEGOCIO

¹¹ Entre otros ver Dictamen recaído en el expediente N° S01:0296087/2002 (Conc. N° 392) y más recientemente en el expediente N° S01:0008372/2006 (Conc.594)

(Handwritten signatures and initials)

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

2



MARTIN R. JATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

VITIVINÍCOLA Y OTROS POR LAS PARTES:" *Se deja expresa constancia que la celebración del presente Pacto de Accionistas no limitará de manera alguna a cualquiera de las partes para desarrollar otros negocios o actividades relacionados con la producción, elaboración y comercialización de bebidas alcohólicas o analcohólicas de cualquier naturaleza u otras actividades afines, salvo el desarrollo de negocios o actividades del Giro Vitivinícola, según este se define en el párrafo 3 de la cláusula II precedente, que quedará prohibido a CCU y sus filiales y Fósforos y sus filiales, mientras este pacto se encuentre vigente. Sin perjuicio de lo anterior, CCU y sus filiales y Fósforos y sus filiales podrán desarrollar el Giro Vitivinícola mediante la tenencia de bodegas, viñedos u otras, asociados o no con terceros, en países distintos a Chile y Argentina, siempre y cuando Viña SPT no se encuentre desarrollando el Giro Vitivinícola mediante la tenencia de bodegas, viñedos u otras, asociados o no con terceros, en dichos países."*

Aspecto temporal de la cláusula.-

146. Primeramente es dable recordar que el tipo de acto y las características del contrato en el que se hallan insertas, son aspectos a tener en cuenta al momento de analizar las cláusulas de no competencia, las que en cada caso requieren un análisis pormenorizado, concreto y particular.

147. En el presente, y como consecuencia de la operación, VIÑA TARAPACÁ se disuelve incorporándose en VIÑA SAN PEDRO, dando nacimiento a una nueva empresa denominada VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ, la que será controlada por CCU.

148. Más allá de lo expuesto, no debe perderse de vista que CCU y CIA. DE FÓSFOROS suscribieron un Pacto de Accionistas en el que expresamente se consignó que la operación implicó para ambas empresas una alianza estratégica que se llevaría al efecto mediante la fusión de VIÑA SAN PEDRO y de VIÑA TARAPACÁ¹².

149. Puede verse que el acto de concentración notificado no posee las típicas características de una transferencia de activos en la que claramente se vislumbra a un vendedor y a un adquirente, estando dirigida en esos casos la introducción de una cláusula con restricciones accesorias a proteger al adquirente, entrante en un

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



determinado mercado ante la posibilidad de que el vendedor conozca las particularidades del negocio transferido con la consiguiente ventaja que ello conllevaría.

150. Hecha la salvedad de las características de la operación, corresponde analizar concretamente, el aspecto temporal de la cláusula de no competencia. La cláusula 10° consigna que su duración será: "...mientras dicho pacto se encuentre vigente...". Corresponde entonces determinar la vigencia de éste. Efectivamente la cláusula 11-VIGENCIA- establece: "El presente pacto estará vigente desde la fecha de reducción a escritura pública de las Juntas de Fusión, sujeto a la legalización de las mismas, y por el plazo de 10 años contados desde esa fecha."

151. De acuerdo a las constancias del expediente la reducción a escritura pública de las Juntas de Fusión ocurrió el día 5 de diciembre de 2008, con lo cual en dicha fecha comienza la vigencia del Pacto de Accionistas, la que se prolongará por el término de diez (10) años, siempre y cuando no se produzca algún supuesto de terminación anticipada.

152. Como puede apreciarse la prohibición de actividades en competencia se limita exclusivamente al tiempo que dure el acuerdo de accionistas. Resulta lógico y hasta justificado que quienes conjuntamente forman parte de VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ, habiendo realizado una alianza estratégica como parte de la operación, posean una restricción a fin de no competir con el negocio desarrollado por la empresa de la que ellos mismos forman parte, ni por sí, ni a través de sus filiales o controladas.

153. La no competencia mientras las partes sean accionistas de una sociedad es algo necesario a fin de no crear conflictos de intereses entre los socios, siendo razonable y adecuado que no desarrollen actividades en competencia con VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ o en perjuicio de esta. Ello es un principio básico en el que está inspirado el régimen societario y es precisamente la prohibición de que los socios desempeñen actividades en perjuicio de la sociedad de la que forman parte o contrarios a los intereses de esta¹³.

¹² Ver fs.387.

¹³ En este sentido, Autos: "COVISAN S.A. Y SYMBIOS CAPITAL B.V. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8 LEY 25.156. (Conc.121) de fecha 29 de septiembre de 2000-Resolución de la ex SDCyC N° 207, cuya operación consistía en un acuerdo de accionistas, en el que estipulaba una cláusula de no competencia por la que ninguno de los accionistas existentes, podía competir con las actividades de la empresa

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**



MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

154. Dicho plazo resulta adecuado a fin de no crear conflictos de intereses entre quienes los principales socios de VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ, como consecuencia de la operación, ya que no solo la restricción está limitada al plazo de duración del Pacto de Accionistas, sino que está expresamente contemplado en dicho instrumento que el Pacto se extinguirá si alguna de las partes deja de ser propietaria y titular de al menos el 15% de las acciones con derecho a voto de VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ, o si el controlante de alguna de las partes pierde el control de esa sociedad por cualquier motivo que ello ocurra, entre otros supuestos. Ello implica que la restricción tiene una directa vinculación temporal con el hecho de que quienes suscriben el Pacto de Accionistas sean efectivamente los principales socios de VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ.

155. Recientemente en un operación que consistía en la celebración de un joint venture entre ADIDAS INTERNATIONAL B.V y VULCABRAS S.A., cuyo plazo de duración era de siete (7) años, en ocasión de emitir el correspondiente dictamen esta Comisión Nacional hizo mérito de la decisión adoptada en dicho caso por la Autoridad en materia de Defensa de la Competencia de la República Federativa de Brasil, Organismo que tiene establecidos parámetros similares a la jurisprudencia sentada por esta Comisión Nacional en cuanto a las restricciones accesorias a la competencia. Allí se dispuso, en referencia a los aspectos temporales de la cláusula de no competencia que: *"Del análisis de los autos se verifica la existencia de una cláusula de no competencia (...) limitada al periodo del contrato. Se destaca que el contrato tiene vigencia hasta el año 2015 y por lo tanto se encuentra por encima del período consagrado por este Consejo como razonable para su admisibilidad, como ser el margen de 5 (cinco) años (...). Se entiende que dicho plazo no es absoluto y deben analizarse las particularidades que envuelven la operación. En el caso en estudio la operación trata de la constitución, por las partes envueltas en ella, de una Joint Venture con plazo limitado de duración."*(...) *"La cláusula de no competencia es válida en este acto. De hecho no sería*

adquirida mientras sean accionistas de la sociedad (COVISAN), También Expediente N° S01: 0374549/2008 (Conc.722), caratulado: "LUIS ROQUE OTERO MONSEGUR, CARLOS JOSÉ MIGUENS Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ART.8 LEY 25.156". y más recientemente Expediente N° S01: 0200807/2009 (Conc.758), caratulado: "LEDESMA Y CORN MILLING S.R.L S/NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8 LEY 25.156"

[Handwritten signatures and marks]

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTÍN R. ATAEFE
SECRETARÍA VETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



coherente que uno de los socios compitiese con la *Joint Venture*, perdiendo el foco en el negocio original y además obteniendo información de las dos empresas, ya que en este caso, a diferencia de una venta tradicional de activos, ambas solicitantes continúan en el mercado. Luego una *joint venture* es un instituto diferente de la adquisición. Así en los casos de adquisición rutinarios considerados por este Consejo, la cláusula de no competencia limitada a 5 años se acepta como una forma de proteger al adquirente ante el vendedor, durante el período de adaptación y fijación del negocio. Esta protección es fundamental por el hecho de que el vendedor conoce los procedimientos y los clientes de la empresa objeto de la operación, lo que generaría una captación indebida de clientes. El mismo Código Civil en su artículo 1147 prevé la ilicitud de la competencia por el plazo de cinco años, salvo disposición expresa en contrario. Por otra parte en el caso de la *joint venture* ambos socios están en el mercado, uniendo esfuerzos para aumentar la eficiencia del negocio, lo que puede ser benéfico para la sociedad, dado que hay competencia efectiva en los mercados relevantes en los que ellos van a actuar. Por eso este consejo posee reiteradas decisiones autorizando un plazo mayor para la cláusulas anticompetencia en estos tipos de concentración, no observándose divergencia en la jurisprudencia en relación a las decisiones que limitan el plazo de esas cláusula a cinco años."

156. Asimismo esta Comisión Nacional no objetó desde lo temporal la cláusula de no competencia, en cuanto el plazo de duración abarcaba siete (7), es decir la vigencia del *joint venture*¹⁴.

157. Teniendo en cuenta las razones expuestas, esta Comisión Nacional entiende que la cláusula bajo análisis no merece objeciones en cuanto a su aspecto temporal desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

Objeto de la cláusula de no competencia

158. En cuanto a los negocios que abarca la cláusula de no competencia, preguntadas que fueran las partes acerca de lo que se entiende por Giro Vitivinícola a los fines del Pacto de Accionistas, las partes informaron en la

¹⁴ Ver Expediente N° S01: 0225212/2008 (Conc.708) "ADIDAS INTERNATIONAL B.V Y VULCABRAS S.A. S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8 LEY 25.156", Dictamen CNDC N° 794 y Resolución SCI N° 169/10 del 18 de mayo de 2010.

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

MARTÍN R. ATAËFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



presentación del 29-11-2010 que consiste en la producción, comercialización, distribución y/o venta de uvas viníferas, mostos, vinos y bebidas alcohólicas no destiladas que tengan como principal componente uva vinífera o vino.

159. Asimismo requeridas a fin de que informen concretamente que actividades tienen prohibido desarrollar CCU y sus filiales y CIA. DE FÓSFOROS y sus filiales, durante la vigencia del Pacto de Accionistas, las mismas respondieron en la presentación del 29-11-2010 que: *"en virtud del alcance dado a la expresión giro vitivinícola, conforme lo establecido en la cláusula II.3, apartado (d), del Pacto de Accionistas, CCU y sus filiales y FÓSFOROS y sus filiales no podrán durante la vigencia del Pacto de Accionistas, realizar las siguientes actividades: producción, comercialización, distribución y/o venta de uvas viníferas, mostos, vinos y bebidas alcohólicas no destiladas, que tengan como principal componente uva vinífera o vino."*

160. En cuanto a las filiales, alcanzadas por la prohibición, las partes consignaron que se refieren a: CCU ARGENTINA., CICSA, ANDINA DE DESARROLLO S.A., mientras que en relación a CIA. DE FÓSFOROS esta empresa no cuenta con actividades en la República Argentina.

161. Teniendo en cuenta las respuestas referidas esta Comisión Nacional entiende que los negocios objeto de la cláusula se circunscriben al objeto de la operación. Ello es así porque mediante la cláusula no se limita a las partes a que produzcan, elaboren y comercialicen otras bebidas alcohólicas, fuera de las comprendidas en el giro vitivinícola, el que se refiere al objeto de la operación.

162. Por ello esta Comisión Nacional entiende que la cláusula bajo análisis no merece ningún tipo de objeción en cuanto a su objeto.

Ámbito geográfico.

163. En cuanto al ámbito geográfico la cláusula abarca Chile y Argentina, como así también los países en donde VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ desarrolle el giro vitivinícola mediante la tenencia de bodegas, viñedos u otras, asociados o no con terceros.

**ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL**



*Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

MARTÍN RIATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

164. Teniendo en cuenta que la cláusula abarca a nuestro país, y que como se ha consignado en el presente los mercados geográficos relevantes a considerar tienen alcance nacional, tanto en el caso del vino fino, como del vino Premium e icono, la cláusula de no competencia no merece objeciones en cuanto al ámbito geográfico que comprende este territorio, no correspondiendo que esta Comisión Nacional se expida en relación a un ámbito geográfico extraterritorial.

VI. CONCLUSIONES.

165. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada, no tiene suficiente entidad como para disminuir, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general (artículo 7 de la Ley N° 25.156).

166. Por ello, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS autorizar la operación de concentración económica por medio de la cual VIÑA SAN PEDRO S.A absorbe a través de una fusión a VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., dando nacimiento a una nueva empresa denominada VIÑA SAN PEDRO TARAPACÁ S.A. que incluye la adquisición por parte de COMPAÑÍA CERVECERAS UNIDAS S.A. del 25% de las acciones de VIÑA TARAPACÁ EX ZAVALA S.A., en poder de TERCADOS Y ELABORACIÓN DE MADERAS S.A., todo en ello en los términos del artículo 13 inciso a) de la Ley N°25.156.

DR. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

RICARDO GUARDO MENDONZA
PRESIDENTE
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Lic. CARLOS M. PETTIGREW
VOCAL
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA