

Conc. 1090  
CASA SOLIS



ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



*[Firma manuscrita]*

Dra. MARÍA VICTORIA RÍAZ VERA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Expediente N° S01:0190208/2013 (CONC. 1090) SeA-ADG

DICTAMEN CONC. N° 45

BUENOS AIRES, 02 MAR 2017

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0190208/2013 del registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, CARATULADO "ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A. Y GRUPO MODELO S.A.B. DE C.V. S/NOTIFICACIÓN ART. 8° DE LA LEY 25.156 (CONC. 1090)".

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

**I.1. LA OPERACIÓN - ANTECEDENTES**

1. La presente concentración tiene origen en el exterior y consiste en la adquisición por parte de ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A. (en adelante "ABI") del control exclusivo de la firma GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V (en adelante "GM"). ABI es una empresa cervecera belga y GM es una empresa cervecera mexicana. La operación fue notificada en las jurisdicciones de EE.UU., México y Unión Europea, entre otras.
2. Con anterioridad a la operación que se notifica, ABI, indirectamente, era titular del 35,29% de las acciones de GM, lo que le otorgaba 43,9% de los derechos de voto de dicha sociedad. Adicionalmente, ABI también era titular, indirectamente, del 23,25% de las acciones de DIBLO S.A. DE C.V. (en adelante, "DIBLO"), la subsidiaria operativa de GM.
3. Con fecha 28 de junio de 2012, ABI, ANHEUSER-BUSCH INTERNATIONAL HOLDINGS, INC., (en adelante "ABI HOLDINGS."), ANHEUSER-BUSCH MÉXICO HOLDING, S. DE R.L. DE C.V., (en adelante, "ABI SUB") -ambas empresas controladas por ABI-, GM, y DIBLO, una subsidiaria de GM, celebraron un Acuerdo de Transacción, mediante el cual se acordaba la adquisición por parte de ABI de las restantes acciones de GM que no fueran ya de su propiedad.
4. La transacción fue estructurada en una serie de pasos que han resultado en la

*[Firmas manuscritas]*

IF-2017-03069052-APN-CNDC#M.P



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



DRS. MARÍA VICTORIA RUIZ YERMA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

- adquisición por parte de ABI del control exclusivo, de forma indirecta, de GM. Luego de satisfechas o dispensadas ciertas condiciones estipuladas para el cierre, DIBLO fue fusionada con GM y, simultáneamente, DIRECCIÓN DE FÁBRICAS, S.A. DE C.V. (en adelante, "DIFA"), una empresa fabricante de botellas de vidrio líder en México cuya producción se destina principalmente a GM y donde DIBLO poseía una participación minoritaria, fue fusionada con GM.
5. Luego de concluidas las Fusiones, ABI SUB comenzó una oferta pública de adquisición en efectivo por las acciones en circulación de GM que no eran de su propiedad en ese momento.
  6. Con fecha 4 de junio de 2013, ABI completó la fusión con GM, al adquirir las acciones remanentes de GM que aún no eran de su propiedad. Como consecuencia de todo lo anterior, ABI adquirió, indirectamente, aproximadamente el 95% de de las acciones remanentes comunes de GM.
  7. Cabe agregar que con fecha 13 de agosto de 2012, se presentan ante esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA los apoderados de las partes, solicitando una opinión consultiva respecto a si la operación precedentemente mencionada se encontraba exenta de la notificación prevista en el artículo 8° de la Ley N° 25.156.
  8. La mencionada consulta tramitó bajo el Expediente N° S01:0302829/2012 caratulado: "ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A. Y GRUPO MODELO SAP DE CV S/ CONSULTA INTERPRETACION LEY 25.156 (OPI N° 224)", en el cual se resolvió que la operación consultada debía ser notificada ante esta Comisión Nacional, mediante Resolución N° 102, firmada por el Secretario de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, de fecha 16 de septiembre de 2013.
  9. En cuanto al cierre de la operación notificada, cabe mencionar que el mismo ocurrió con fecha 4 de junio de 2013, según se desprende del "Anuncio de Liquidación de la Oferta Pública de Adquisiciones de Acciones", emitido por la firma GM y acompañada por las partes en el marco del Expediente N° S01:0302829/2012 caratulado: "ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A. Y GRUPO MODELO SAP DE CV S/ CONSULTA INTERPRETACION LEY 25.156 (OPI N° 224)", a fs. 357.

*[Firmas manuscritas]*



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



DR. MARIA VICTORIA RIAZ YER  
SECRETARÍA LEYDADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

10. Considerando que la Opinión Consultiva efectuada por las partes fue presentada con fecha 13 de agosto de 2012, suspendiendo el plazo establecido en el artículo 8 de la Ley N° 25.156, corresponde tener por notificada en tiempo y forma la presente operación de concentración económica.

## I.2. La actividad de las partes.

### La Compradora

11. ABI es una compañía cervecera constituida en Bélgica, resultante de la unión entre la compañía norteamericana ANHEUSER-BUSCH COMPANIES, INC. y la compañía belga INBEV N.V./S.A., que opera realizando sus ventas en Norteamérica, Latinoamérica, Europa del Oeste, Europa Central y del Este, y Asia.
12. ABI, a través de las sociedades inversoras AB INBEV NEDERLAND HOLDING BV, INTERBREW INTERNATIONAL B.V. y AMBREW S.A., controla a COMPANHIA DE BEBIDAS DAS AMERICAS – AMBEV (en adelante, “AMBEV”), una sociedad constituida en Brasil.
13. AMBEV, por su parte, controla en la Argentina a HOHNECK S.A., una compañía holding, con una participación de 50.69%; a LAMBIC HOLDINGS S.A., una compañía holding, con una participación del 87,1%; y a MALTERÍA PAMPA S.A., una sociedad dedicada a la producción y comercialización de malta y cebada cervecera, con una participación del 60%.
14. Paralelamente, AMBEV controla indirectamente en la Argentina a CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A. (en adelante, “CMQ”), una compañía constituida en nuestro país dedicada a la fabricación y comercialización de cervezas, gaseosas y bebidas isotónicas, así como también a la fabricación de malta. Asimismo, AMBEV participa en la Argentina, en forma directa, en ECO DE LOS ANDES S.A. (en adelante, “ECO DE LOS ANDES”), una compañía que se dedica a la investigación, exploración, producción, tratamiento, venta y distribución, importación y exportación de agua envasada y de otras bebidas sin alcohol, donde participa con el 48.94%. A este respecto se informa que NESTLÉ S.A., una sociedad registrada en Francia y que no tiene vinculación societaria alguna con ABI ni con sus afiliadas, detenta el 50,95% de las acciones de ECO DE LOS ANDES, estando el remanente en manos de accionistas minoritarios.



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dr. MARÍA VICTORIA PÉREZ VERA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

15. CMQ, por su parte, participa en la Argentina en PUBLICIDAD RELATOR S.A.C. DE MANDATOS Y SERVICIOS (en adelante, "RELATOR"), en la que posee una participación del 95%. RELATOR es una compañía constituida en nuestro país que se dedica a prestar el servicio de agencia de publicidad.
16. Por otro lado, ABI también controla indirectamente en la Argentina a ANHEUSER BUSCH LATIN AMERICA DEV (en adelante, "ABLAD"), que es una subsidiaria de ANHEUSER BUSCH, INC. La actividad principal de ABLAD es administrar el Contrato de Licencia celebrado entre AB-LLC y COMPAÑÍA CERVECERÍAS UNIDAS ARGENTINA S.A., en relación a la marca de cerveza *Budweiser*.

#### Objeto de la operación

17. GM es una compañía holding, cuyo principal activo es la participación mayoritaria del 76,75% en el capital de la sub-holding de acciones denominada DIBLO, que controla a un grupo de empresas dedicadas, en su mayoría, a la producción, distribución, venta, exportación e importación de cerveza, a través de las cuales se consolida como líder en la elaboración, distribución y venta de cerveza en México.
18. GM exporta seis marcas y tiene presencia en más de 180 países. Además, GM es importador y distribuidor exclusivo en México de algunas de las cervezas producidas por ABI.
19. Finalmente, GM tiene también participación en el mercado de agua embotellada mexicano mediante una alianza estratégica con Nestlé Waters.
20. Cabe destacar que GM no posee activo alguno en la Argentina, aunque sí exportaciones significativas. Hasta 2014 las cervezas marca Corona Extra y Negra Modelo fueron importadas al país por COMPAÑÍA INDUSTRIAL CERVECERA S.A. (en adelante, "CICSA"), ello en virtud de un Contrato Internacional de Importación que esta última celebrara con CERVECERÍA MODELO S.A. DE C.V. (en adelante, "CM"), el Convenio Modificatorio al Contrato Internacional de Importación, y un Contrato de Sub-licencia que celebrara con MARCAS MODELO S.A. DE C.V. (en adelante, "MM"), dos compañías controladas por GM.
21. Como se anticipó, el objeto de la operación es el remanente de acciones de GM que no estaban en poder de ABI.



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



## II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

22. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
23. La operación notificada constituye una concentración económica en los términos del Artículo 6° inciso c) de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia.
24. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas afectadas, 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. EL PROCEDIMIENTO

25. El día 3 de septiembre de 2013 las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación del Formulario F1.
26. Tras analizar la presentación efectuada, con fecha 10 de septiembre de 2013 esta Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta debiendo las partes adecuar su presentación a lo dispuesto en la Resolución N° 40/2001, advirtiendo a las mismas que hasta tanto no fueran subsanadas las advertencias señaladas, no se daría curso a la presentación ni comenzaría a correr el plazo previsto en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156.
27. Asimismo, el día 24 de octubre de 2013 esta Comisión Nacional consideró que el Formulario F1 para la Notificación de Operaciones de Concentración Económica se hallaba incompleto debiendo las partes adecuar su presentación a lo dispuesto en la Resolución N° 40/2001, y haciendo saber a las empresas notificantes que hasta tanto no se diera cumplimiento a lo solicitado suministrando en forma completa la información y/o documentación requerida, quedaría suspendido el plazo previsto en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156. Dicho plazo comenzó a correr el día hábil posterior al desglose realizado en el Expediente N° S01:0302829/2012 caratulado: "ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A. Y GRUPO MODELO SAP DE CV S/ CONSULTA INTERPRETACION LEY 25.156 (OPI N° 224)", realizado con fecha 22

IF-2017-03069052-APN-CNDC#MP



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



DR. MARIA VICTORIA RIAZ YRBA  
ABOGADA INSCRITA  
EN EL ROL NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

de octubre de 2013, a pedido de las partes, y en virtud de la documentación requerida por esta CNDC en las presentes actuaciones.

28. El día 7 de noviembre de 2014 las partes efectuaron una presentación, en virtud de la cual esta Comisión Nacional, consideró que se encontraba completo el Formulario F1 acompañado, reanudándose el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado, quedando nuevamente suspendido, el día 13 de noviembre de 2014 con el requerimiento del Formulario F2 mediante Nota N° 2364/14.
29. Finalmente, luego de varias presentaciones parciales, con fecha 2 de diciembre de 2016 las partes notificantes dieron total cumplimiento a lo solicitado por esta Comisión Nacional, teniéndose por completo el Formulario F2 acompañado y reanudando el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

#### IV. EVALUACION DE LOS EFECTOS DE LA OPERACION DE CONCENTRACION SOBRE LA COMPETENCIA.

##### IV.1. Naturaleza de la operación

30. La presente operación se produjo en el exterior y tiene efectos en la República Argentina, toda vez que tanto el grupo comprador como el objeto operaban en el país a través de firmas vinculadas. ABI, a través de su controlada CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A. (CMQ) y GM a través de contratos de importación y licencia con Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA), según los cuales CICSA hasta 2014 ha importado y distribuido en Argentina las cervezas marca Corona Extra y Negra Modelo de GM. Por tanto la operación notificada es de naturaleza horizontal en el mercado de cerveza.

##### IV.2. Definición del mercado relevante

31. La cerveza es una bebida alcohólica producida por la fermentación en agua de la malta (granos germinados de cebada), y aromatizada con lúpulo. Existen distintos tipos de cervezas con diferentes sabores, básicamente ellos son: lager (cerveza blanca), stout (cerveza negra) y ale (cerveza roja).

c.

6

IF-2017-03069052-APN-CNDC#MP



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARÍA VICTORIA RÍAZ YEMA  
SECRETARIA LEYTRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



32. Esta Comisión ha sostenido en ocasión del análisis de la operación que involucró a CMQ en el año 2003 que el mercado relevante es nacional y comprende sólo los diversos tipos de cerveza y, por tanto, excluye tanto a otras bebidas alcohólicas como a las bebidas no alcohólicas. Ver Dictamen CNDC N° 332 Exp. N°S01:8000099/02 "CCBA S.A. Y CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES S.A. (C.0376) S/ NOTIFICACION ART. 8° DE LA LEY N° 25.156" (numerales 129 a 159).
33. Dicho parecer se mantiene para este caso, por cuanto no ha surgido en el marco de las presentes actuaciones informaciones suficientes para alterar el alcance de la definición del mercado relevante. Se destaca en los Estados Unidos en ocasión del análisis de esta misma operación se ha considerado que el mercado de producto relevante comprende sólo a la cerveza. *"La cerveza es el mercado de producto relevante a efectos de la Sección 7 de la Clayton Act. El vino, el licor y otras bebidas alcohólicas o no alcohólicas no limitan sustancialmente los precios de la cerveza, y un hipotético monopolista en el mercado de cerveza podría aumentar los precios de manera rentable. Generalmente, ABI y otras cerveceras a los fines internos clasifican las cervezas en diferentes segmentos según su precio: subpremium, premium, premium plus y high-end. Sin embargo, las cervezas de las diferentes categorías compiten entre sí, particularmente cuando están en segmentos adyacentes"*<sup>1</sup>. Es decir, que estamos ante un mercado caracterizado por la diferenciación de productos, que comprende productos muy similares pero no sustitutos perfectos desde el punto de vista del consumidor final. Los productos se distribuyen a lo largo de un espacio donde algunos productos son competidores más cercanos que otros en términos de marca, calidad, características y otros atributos.

<sup>1</sup> Departamento de Justicia de EE.UU., U.S. V. ANHEUSER-BUSCH INBEV SA/NV AND GRUPO MODELO S.A.B. DE C.V. *Competitive Impact Statement* (April 19, 2013). Página 6. "Beer is a relevant product market under Section 7. Wine, distilled liquor, and other alcoholic or non-alcoholic beverages do not substantially constrain the prices of beer, and a hypothetical monopolist in the beer market could profitably raise prices. ABI and other brewers generally categorize beers internally into different tiers based primarily on price, including subpremium, premium, premium plus, and high-end. However, beers in different categories compete with each other, particularly when in adjacent tiers". Traducción CNDC.



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ YOMA  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

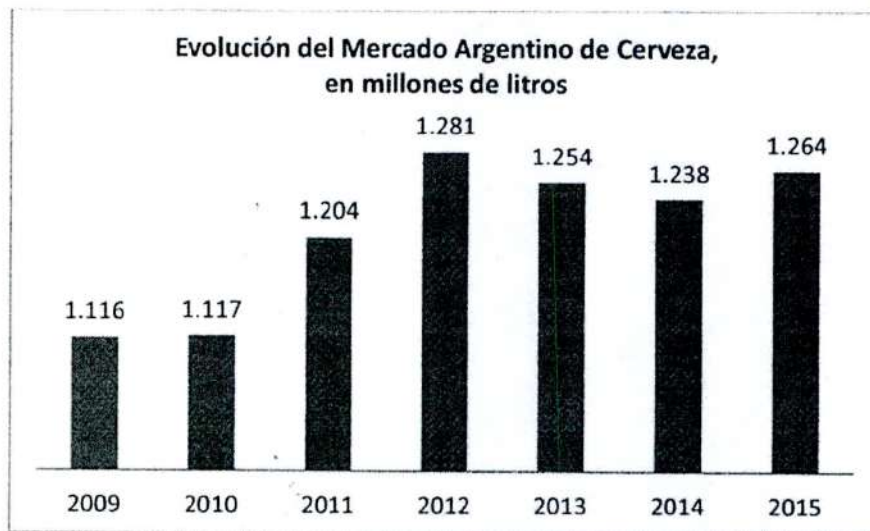


### IV.3. Concentración del mercado y participaciones de los principales actores

#### Caracterización general del sector

34. El tamaño del mercado cervecero argentino es del orden de los 1.264 millones de litros y \$ 33.905 millones al año 2015, sobre la base de la información de la consultora Nielsen. La evolución de la oferta ha sido positiva entre 2009 y 2015, según se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 1



Fuente CNDC en base a datos de la consultora Nielsen, provistos por las partes.

35. La oferta la conforman tres principales firmas que conjuntamente representan el 99% del mercado: Cervecería y Maltería Quilmes S.A. (CMQ), Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA) y Compañía Argentina S.A. Isenbeck (CASA Isenbeck). Todas ellas fabrican marcas propias o explotan licencias de marcas reconocidas a nivel mundial. El resto está conformado por pequeñas firmas cerveceras, de tipo artesanal.

36. **Cervecería y Maltería Quilmes S.A. (CMQ)** es una de las compañías de bebidas más importantes del cono sur. Produce, elabora, distribuye y comercializa cervezas, gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos. Cuenta con más de 5.000 empleados, 11 establecimientos industriales, una maltería, nueve centros de distribución y 192 distribuidores independientes. La firma fue fundada en 1888 por

IF-2017-03069052-APN-CNDC#MP





Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

DR. MANUEL TORRES  
SECRETARÍA DE COMERCIO  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



el inmigrante alemán Otto Bemberg bajo el nombre "Cervecería Argentina". Actualmente la empresa pertenece a Anheuser-Busch InBev (ABI), la compañía cervecera internacional líder y una de las cinco empresas de consumo masivo más grandes del mundo, con sede en Leuven, Bélgica, que cuenta con un portfolio de más de 200 marcas y con operaciones en 24 países. Las principales marcas de cerveza comercializadas por CMQ/ABI en Argentina son: Quilmes, Brahma, Stella Artois, Iguana, Andes, Norte y Patagonia<sup>2</sup>. La participación de mercado de CMQ/ABI en la Argentina ha sido del orden del 76% en promedio para los últimos cuatro años, en base a los datos que releva la consultora Nielsen. El porcentaje asciende a 79% si se lo estima en base a la facturación y no al volumen físico de las ventas.

37. **Compañía Industrial Cervecera S.A. (CICSA)** pertenece a Compañías Cerveceras Unidas SA de Chile (CCU Chile), motivo por el cual CICSA es también conocida como CCU Argentina. CCU Chile es una empresa diversificada de bebidas, con operaciones principalmente en Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay. CCU es el mayor cervecero chileno, el segundo mayor productor de bebidas gaseosas y el mayor embotellador de aguas y néctares en Chile, el segundo mayor cervecero en Argentina, el tercer mayor productor de vinos domésticos en Chile y el mayor distribuidor de pisco, según se dice en su sitio oficial en internet<sup>3</sup>. La holandesa Heineken detenta una participación de co-control en CCU Chile, a través de Inversiones y Rentas S.A.<sup>4</sup> CCU Argentina (CICSA) es la operación más importante de CCU Chile en el exterior. La firma emplea de modo directo a más de 1.430 personas en Argentina y Uruguay; posee 8 plantas industriales, oficinas en Buenos Aires y Montevideo, 3 centros de distribución propios y trabaja con una red de más de 170 distribuidores. Es propietaria y productora de las marcas argentinas Schneider, Imperial, Córdoba, Santa Fe, Salta, Palermo y Bieckert. A su vez, elabora y comercializa cervezas líderes a escala mundial, como Heineken, Budweiser, Sol y Amstel y es distribuidora exclusiva en Argentina de Kunstmann y Guinness<sup>5</sup>. La

<sup>2</sup> En base a información provista por las partes e información obrante en el sitio oficial de CMQ firma en internet, consultado el 21 de febrero de 2017 (<http://www.cerveceriaymalteriaquilmes.com>)

<sup>3</sup> Información para inversores obrante en [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl), consultada 22 febrero 2017.

<sup>4</sup> Información para inversores obrante en [www.ccu.cl](http://www.ccu.cl), consultada 22 febrero 2017.

<sup>5</sup> Sitio oficial de CCU Argentina en internet, consultado el 22 de febrero de 2017



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. M. VICTORIA RÍAZ YARZA  
SECRETARÍA EJECUTIVA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



distribución de la cerveza Otro Mundo fue realizada por CCU Argentina – CICSA hasta agosto de 2014, cuando la distribución fue retomada por sus dueños<sup>6</sup>. Como se anticipó, hasta la operación notificada CCU Argentina – CICSA era la firma que importaba y comercializaba las marcas Corona y Negra Modelo en Argentina, lo cual pasaría a ser realizado por CMQ/ABI como resultado de la operación notificada. La participación de mercado de CICSA en la Argentina ha sido del orden del 20% en promedio para los últimos cuatro años, en base a los datos que releva la consultora Nielsen.

38. **Compañía Argentina S.A. Isenbeck (CASA Isenbeck)** ha sido la filial en Argentina de la cervecera alemana Warsteiner hasta el año 2010 cuando fue vendida al del grupo cervecero británico SAB Miller plc. La firma cuenta con una planta industrial en Zárate. Fabrica y comercializa las marcas Isenbeck y Warsteiner, la primera como marca propia y la segunda mediante una licencia de largo plazo con su anterior casa matriz. Adicionalmente ha desarrollado la marca Diosa Tropical, para el circuito específico ligado a los locales de música tropical. La participación de mercado de CASA Isenbeck en la Argentina ha sido del orden del 4% en promedio para los últimos cuatro años, en base a los datos que releva la consultora Nielsen.

39. Las tres firmas descriptas utilizan un similar esquema de distribución, conformado por dos canales principales: el canal abierto que agrupa a todos los comercios- en los que la cerveza se consume dentro del local (cervecerías, restaurantes, bares, discotecas o salones de baile y similares) y el canal cerrado, en el cual el consumidor adquiere el producto el algún tipo de local de venta alimentos y bebidas (como hiper y supermercados y comercios de proximidad) y lo consume en otro lugar. La mayor parte de la distribución se realiza a través del segundo canal mencionado, el cual se conoce en la industria como canal "off premise" (85% del total, promedio para el periodo 2011-2016), conforme a datos de la consultora Nielsen.

Estructura del mercado previa y posterior a la operación

40. La operación notificada no implica una concentración de la fabricación de cervezas

(www.ccu.com.ar)

<sup>6</sup> Según ha sido informada esta CNDC en el marco del expte S01:0462129/2016 (Conc. 1375), fs 1134.

*[Firmas manuscritas]*



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARÍA VICTORIA RÍAZ YUNA  
REGISTRADA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

en Argentina, ya que se trata de marcas importadas, producidas únicamente en México. Por la operación notificada las cervezas importadas marca Corona y Negra Modelo - ambas elaboradas en México - han pasado a ser comercializadas en Argentina por CMQ a partir de junio de 2014 cuando se produjo la rescisión del contrato de licencia entre Grupo Modelo y CICSA-CCU Argentina. Cabe destacar que, en reemplazo de estas marcas, CICSA-CCU Argentina comenzó a fabricar y comercializar la marca Sol, a partir de septiembre de 2014. Sol también es una cerveza mexicana de larga tradición, como Corona.

41. En términos de ventas, la marca transferida más importante es Corona. Corona es una cerveza tipo pilsener muy conocida a escala global. Es la cerveza más vendida en México y la primera cerveza de importación en los Estados Unidos. Negra Modelo ha presentado históricamente un volumen muy bajo de ventas, que nunca ha superado el 5% de las ventas Corona. Nótese también que en ningún caso las participaciones de dichas marcas han superado el 0,8% en volumen o el 2% en valor del mercado argentino (ver tabla siguiente).

Tabla 1: Ventas de Corona, 2011/2015 y participación en el mercado argentino

Año	Miles de litros	% del total	Millones de \$	% del total
2011	4.667	0,39%	\$ 114	1,09%
2012	5.544	0,43%	\$ 178	1,18%
2013	5.907	0,47%	\$ 245	1,28%
2014	4.752	0,38%	\$ 256	1,03%
2015	6.764	0,51%	\$ 496	1,46%

Fuente: CNDC en base a datos de Nielsen aportados por las partes.

Tabla 2: Ventas de Negra Modelo, 2011/2015 y participación en el mercado argentino

Año	Miles de litros	%	Millones de \$	%
2011	-	0,00%	\$ 0,0	0,00%
2012	164	0,01%	\$ 6,5	0,04%
2013	141	0,01%	\$ 7,2	0,04%
2014	83	0,01%	\$ 5,1	0,02%
2015	55	0,00%	\$ 4,3	0,01%

Fuente: CNDC en base a datos de Nielsen aportados por las partes.

42. Adicionalmente, las tablas que siguen muestra que la operación notificada no altera en lo sustancial la cuota de mercado de CMQ/ABI. Se observa que la concentración

IF-2017-03069052-APN-CNDC#MP



ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA HAZ  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



Ministerio de Producción

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

en general de la oferta no ha aumentado, según surge de los valores que toma el Índice de concentración Herfindahl-Hirschman (HHI).

Tabla 3. Estructura de la oferta en el mercado de cerveza, 2013/2015, según ventas en miles de litros.

	2013		2014		2015	
1° CMQ/ ABI	983.489	77,79%	965.949	76,96%	969.151	73,59%
Corona *	-	-	-	-	6.764	0,51%
Negra M. *	-	-	-	-	55	0,00%
2° CICSA/ CCU ARG.	240.698	19,04%	239.358	19,07%	271.557	20,62%
Corona *	5.907	0,47%	4.752	0,38%	-	-
Negra M. *	141	0,01%	83	0,01%	-	-
3° CASA ISENBECK	39.342	3,11%	48.868	3,89%	75.169	5,71%
RESTO	686	0,05%	923	0,07%	1.053	0,08%
TOTAL	1.264.215	100,00%	1.255.098	100,00%	1.316.931	100,00%
HHI	6.424		6.302		5.874	
VAR. HHI			-122		-428	

Fuente: CNDC en base a datos de Nielsen provistos por las partes. (\*) Las ventas de Corona y Negra Modelo se encuentran comprendidas en las ventas totales de CICSA/CCU ARG. Hasta 2014 y a las ventas totales de CMQ/ABI a partir de 2015, conforme lo que ha efectivamente acaecido en el mercado.

43. La tabla precedente muestra que en términos de volumen de ventas estimados en miles de litros la participación de CMQ/ABI en promedio ha sido del 75,6% en los últimos tres años, notándose una baja en 2015, cuando empieza a sumar las ventas de Corona y Negra Modelo. La concentración general de la oferta baja levemente hasta el año 2015, según lo indican los valores en descenso del HHI.

44. En términos generales, el mercado presenta las mismas características cuando se utiliza como métrica las ventas en valor, según se muestra en la tabla siguiente. Nótese que, en términos de valor, la participación de CMQ/ABI arroja una estimación superior, de 80% promedio para los últimos cuatro años. Consistente con la tabla precedente dicha participación ha bajado no obstante la suma de las ventas de Corona y Negra Modelo y la oferta se ha desconcentrado levemente, según lo



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA RIAZ KEMM  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



indican los valores del HHI.

**Tabla 4. Estructura de la oferta en el mercado de cerveza, 2013/2015, según ventas en millones de pesos.**

	2013		2014		2015	
1° CMQ/ ABI	\$ 14.927	77,69%	\$ 19.190	77,27%	\$ 25.731	75,89%
Corona *					\$ 496	1,46%
Negra M *					\$ 4	0,01%
2° CICSA/ CCU ARG.	\$ 3.655	19,02%	\$ 4.725	19,03%	\$ 6.725	19,84%
Corona *	\$ 245	1,28%	\$ 256	1,03%		
Negra M *	\$ 7	0,04%	\$ 5	0,02%		
3° CASA ISENBECK	\$ 598	3,11%	\$ 884	3,56%	\$ 1.401	4,13%
RESTO	\$ 33	0,17%	\$ 34	0,14%	\$ 49	0,14%
TOTAL	\$ 19.213	100,00%	\$ 24.833	100,00%	\$ 33.905	100,00%
HHI	6.407		6.346		6.170	
VAR. HHI	41		-61		-176	

Fuente: CNDC en base a datos de Nielsen provistos por las partes. (\*) Las ventas de Corona y Negra Modelo se encuentran comprendidas en las ventas totales de CICSA/CCU ARG. Hasta 2014 y a las ventas totales de CMQ/ABI a partir de 2015, conforme lo que ha efectivamente acaecido en el mercado.

45. Cabe destacar que, según se anticipó, para recomponer su cartera de cervezas, CICSA/CCU Argentina ha reemplazado las marcas Corona y Negra Modelo que por la presente operación transfiere a CMQ/ABI con la marca Sol, que es un nuevo producto que ingresa al mercado argentino. El gerente de marketing de dicha firma en audiencia testimonial ha explicado que se trataba de un producto destinado a competir directamente con Corona en el segmento super premium.<sup>7</sup> El producto sería importado en una primera etapa, para luego ser fabricado directamente en el país en instalaciones donde CICSA/CCU Argentina produce sus otras marcas<sup>8</sup>. El

<sup>7</sup> Sol también es una marca de origen mexicano cuyo lema en las campañas de publicidad fue "Viví el espíritu libre de México".

<sup>8</sup> La audiencia se tomó el 14 de noviembre de 2014.



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL

DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO  
SECRETARÍA DE COMERCIO  
COMISIÓN NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



testigo indicó que el posicionamiento que tiene y tendrá la marca Sol será similar al que tiene Corona en cuanto a calidad, precio, imagen de marca, canales de comercialización, etc.

46. El ingreso de Sol ha provocado un aumento de la oferta de cervezas de tipo superpremium o high end. Según datos provistos por las partes, y que tienen como fuente a la consultora A. C. Nielsen, el total de cerveza superpremium comercializada en la Argentina en agosto de 2014 (es decir, un mes antes del ingreso de Sol) fue de 479.151 litros, pero esta cifra se elevó a 769.053 litros en agosto de 2015 (lo cual representó un incremento del 60,5%). Dicho aumento fue notoriamente superior al aumento de las ventas de cerveza en general producido durante el precitado periodo, que fue sólo de un 5%.
47. En el Gráfico siguiente se presentan los precios promedios relativos correspondientes a las marcas Sol y Corona, tomando como base el promedio del mercado total de cerveza. Puede observarse cómo durante los primeros meses en los cuales Sol se comercializó en la Argentina (septiembre-diciembre 2014), el producto se vendió a un precio relativo equivalente a más de 3 veces el promedio de la cerveza en general. Luego el precio relativo fue bajando sostenidamente hasta ubicarse en un valor equivalente a 2,21 veces el precio promedio de la cerveza en general, en el mes de junio de 2016. En el caso de Corona que en septiembre de 2014 muestra un precio relativo equivalente a 2,97 veces el precio promedio de la cerveza en general, en junio de 2016 muestra valores que equivalentes a 2,39 veces el precio promedio de la cerveza en general. En suma, la brecha de precios entre ambos productos y el nivel promedio del mercado se redujo.



Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio

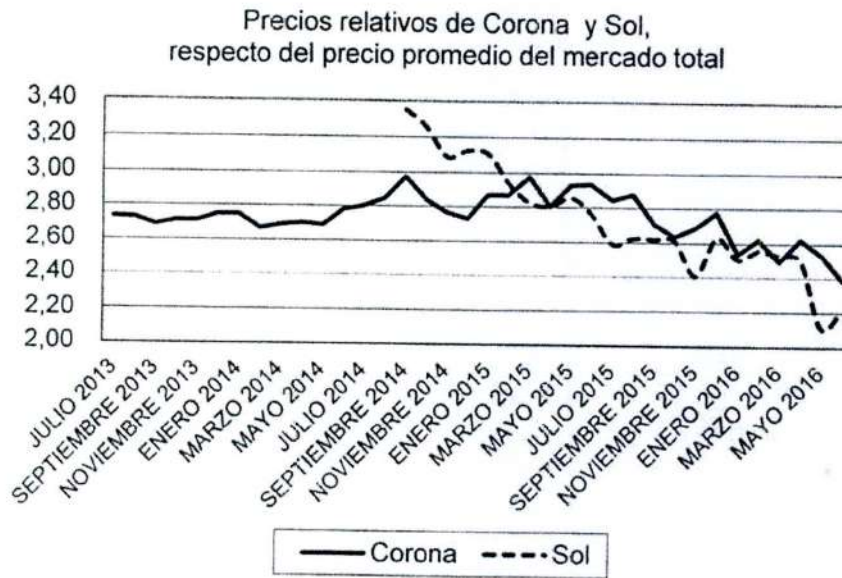
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



DR. VICTORIA RAZZYNA  
SECRETARÍA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Gráfico 2



Fuente: CNDC en base a información de A. C. Nielsen, provista por las partes

48. En síntesis, sobre la base de lo expuesto, no hay elementos indicativos de que la operación notificada presente elementos capaces de alterar sustancialmente las condiciones de competencia en el mercado argentino de cervezas, de modo tal que resulte perjuicio para el interés económico general.

Cláusulas de restricciones accesorias

49. En los instrumentos acompañados por las partes no se advierte la existencia de acuerdos ni cláusulas de no Competencia.

**V. CONCLUSIONES**

50. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que las operaciones de concentración económica notificadas no infringen el Artículo 7º de la Ley N° 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al

*[Handwritten signatures and initials]*



*Ministerio de Producción  
Secretaría de Comercio*

*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

ES COPIA FIEL  
DEL ORIGINAL



Dra. MARÍA VICTORIA RÍAZ YRMA  
SECRETARIA LETRADA  
COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

interés económico general.

51. Por ello, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A., de forma indirecta, del control exclusivo de la firma GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V, de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.
52. Elévese el presente Dictamen al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO, previo paso por la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN para su conocimiento.

*[Signature]*  
María Fernanda Viecens  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa  
de la Competencia

*[Signature]*  
PABLO TREVISÁN  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa  
de la Competencia

*[Signature]*  
MARINA VIDARI  
vocal  
Comisión Nacional de Defensa  
de la Competencia

*[Signature]*  
ESTEBAN M. GRECO  
PRESIDENTE  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA

*[Signature]*  
EDUARDO STORDEUR (h)  
Vocal  
Comisión Nacional de Defensa  
de la Competencia





República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
2017 - Año de las Energías Renovables

### Resolución

**Número:** RESOL-2017-257-APN-SECC#MP

CIUDAD DE BUENOS AIRES

Jueves 30 de Marzo de 2017

**Referencia:** EXP-S01:S01:0190208/2013 - OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA (Cons. 1090)

VISTO el Expediente N° S01:0190208/2013 del ex 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, procedese presentación y tramitación por los obligados ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, 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 notificada el día 3 de septiembre de 2013, tiene origen en el exterior y consiste en la adquisición por parte de la firma ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA del control exclusivo de la firma GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE.

Que anteriormente, la firma ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA, indirectamente, era titular del TREINTA Y CINCO COMA VEINTINUEVE POR CIENTO (35,29 %) de las acciones de la firma GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE.

Que, el día 28 de junio de 2012 se celebró un “Contrato Maestro” entre las firmas ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA, GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE y diferentes subsidiarias de las firmas mencionadas, en el cual se acordó la adquisición por parte de la firma ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA del capital accionario restante de la firma GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE que no fueran ya de su propiedad.

Que el día 4 de junio de 2013, fue la fecha de cierre de la operación al perfeccionarse la fusión de las firmas ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA y GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE mediante el anuncio de Liquidación de la Oferta Pública de Adquisiciones de Acciones.

Que luego de la transacción notificada la firma ANHEUSER-BUSCH INBEV NV/SA adquirió el NOVENTA Y CINCO POR CIENTO (95 %) de las acciones remanentes comunes de la firma GRUPO MODELO SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE.

Que las empresas involucradas notificaron la operación de concentración económica, en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

Que la operación notificada constituye una concentración económica en los términos del inciso c), Artículo 6° de la Ley N° 25.156.

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las empresas involucradas y el objeto de la operación en la REPÚBLICA ARGENTINA asciende a la suma de PESOS DOSCIENTOS MILLONES (\$ 200.000.000) superando el umbral 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.

Que en virtud del análisis realizado, la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que los elementos reunidos en el expediente citado en el Visto no se desprende que tenga entidad suficiente para restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que, la mencionada Comisión Nacional emitió el Dictamen N° 45 de fecha 2 de marzo 2017 aconsejando al señor Secretario de Comercio, autorizar la operación notificada consistente en la adquisición por parte de ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A., de forma indirecta, del control exclusivo de la firma GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V, de acuerdo a lo previsto en el inciso a), Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del mencionado dictamen, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, incluyéndose como Anexo de la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13, 18, 21 y 58 de la Ley N° 25.156 y los Decretos Nros. 89 de fecha 25 de enero de 2001, 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones y 718 de fecha 27 de mayo de 2016.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorízase la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de la firma ANHEUSER-BUSCH INBEV N.V./S.A., de forma indirecta, del control exclusivo de la firma GRUPO MODELO, S.A.B. DE C.V, de acuerdo a lo previsto en el inciso a), Artículo 13 de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2°.-Considérase al Dictamen N° 45 de fecha 2 de marzo de 2017 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en el ámbito de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, que como Anexo, IF-2017-03069052-APN-CNDC#MP , forma parte integrante de la presente medida.



ARTÍCULO 3°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by BRAUN Miguel  
Date: 2017.03.30 18:09:56 ART  
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Miguel Braun  
Secretario  
Secretaría de Comercio  
Ministerio de Producción

Digitally signed by GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA -  
GDE  
DN: cn=GESTION DOCUMENTAL ELECTRONICA - GDE, c=AR,  
o=MINISTERIO DE MODERNIZACION, ou=SECRETARIA DE  
MODERNIZACION ADMINISTRATIVA, serialNumber=CUIT  
30715117564  
Date: 2017.03.30 18:10:09 -0300