

797

"2009 - Año de Homenaje a Raúl SCALABRINI ORTIZ"

Conc. 668



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

273



BUENOS AIRES, - 8 JUL 2009

VISTO el Expediente N° S01:0463644/2007 del Registro del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, y

CONSIDERANDO:

Que la Resolución N° 239 de fecha 25 de noviembre de 2008 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, subordinó al cumplimiento de una condición la autorización de la operación económica consistente en la adquisición por parte de la empresa MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE ALIMENTOS S.A. del CIEN POR CIENTO (100 %) de las cuotas de capital de la firma BLUE HORIZON TRADING CO., LLC. a los señores Don Luis Miguel BAMEULE (M.I. N° 7.374.831), Don Guillermo Carlos BAMEULE (M.I. N° 10.498.736) y Don Adrián BAMEULE (M.I. N° 11.317.035).

Que la condición mencionada consistió en subordinar la autorización de la operación, de conformidad con lo previsto en el Artículo 13, inciso b) de la Ley N° 25.156, a que tanto la parte vendedora como la compradora presenten una Addenda al "Contrato de Compraventa de Cuotas", suscripto el día 13 de noviembre de 2007, reduciendo el plazo establecido en la Cláusula 9.3 de CINCO (5) a DOS (2) años.

Que con fecha 26 de febrero de 2009 la empresa MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE ALIMENTOS S.A. y los señores Don Luis Miguel BAMEULE, Don Guillermo Carlos BAMEULE y Don Adrián BAMEULE presentaron ante la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA una copia del Primer Acuerdo Modificatorio al "Contrato de Compraventa de Cuotas" de fecha 30 de diciembre de 2008, en virtud del cual se reduce a DOS (2) años el plazo de duración de la obligación de no competencia asumida por los



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

273



señores Don Luis Miguel BAMEULE, Don Guillermo Carlos BAMEULE y Don Adrián BAMEULE en la Cláusula 9.3 del "Contrato de Compraventa de Cuotas".

Que en virtud del análisis realizado por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, se desprende el cumplimiento de la condición impuesta mediante la Resolución N° 239/08 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR.

Que por este motivo la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior: a) tener por cumplido el condicionamiento establecido por la Resolución N° 239/08 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR; y b) autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de la empresa MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE ALIMENTOS S.A. del CIEN POR CIENTO (100 %) de las cuotas de capital de la firma BLUE HORIZON TRADING CO., LLC. a los señores Don Luis Miguel BAMEULE, Don Guillermo Carlos BAMEULE y Don Adrián BAMEULE, de conformidad con lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

Que el infrascrito resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 13 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Tiénese por cumplido el condicionamiento establecido por la Resolución N° 239 de fecha 25 de noviembre de 2008 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del ex - MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

ARTICULO 2º.- Autorízase la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de la empresa MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior



ALIMENTOS S.A. del CIEN POR CIENTO (100 %) de las cuotas de capital de la firma BLUE HORIZON TRADING CO., LLC. a los señores Don Luis Miguel BAMEULE (M.I. N° 7.374.831), Don Guillermo Carlos BAMEULE (M.I. N° 10.498.736) y Don Adrián BAMEULE (M.I. N° 11.317.035), de conformidad con lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

ARTICULO 3°.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 727 de fecha 23 de marzo de 2009, emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS, que en TRES (3) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTICULO 4°.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 273

Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



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

DR. ANA VICTORIA CHAZ VILLA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



Expte. S01: 0463644 /2007 (Conc. 668) DP/PDP-VB

DICTAMEN N° 727

BUENOS AIRES, 23 MAR 2009

SEÑOR SECRETARIO:

Elevo para su consideración el presente dictamen referido al cumplimiento de la condición que fuera impuesta en los términos del artículo 13 inciso b) de la Ley N° 25.156, por la Resolución N° 239 de fecha 25 de noviembre de 2008 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR para la autorización de la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de MARFRIG FRIGORÍFICOS e COMERÇIO DE ALIMENTOS S.A. del 100% de las cuotas de capital de BLUE HORIZON TRADING CO., LLC. a los señores Luis BAMEULE, Guillermo BAUMELE y Adrián BAMEULE.

I. ANTECEDENTES

1. La Resolución N° 239/08 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR, de fecha 25 de noviembre de 2008, subordinó la autorización de la operación mencionada precedentemente al cumplimiento de una condición.
2. Tal condición contenida en la mencionada Resolución, consistió en subordinar su autorización, de conformidad a lo previsto en el artículo 13, inciso b) de la Ley N° 25.156, a que tanto la parte vendedora como la compradora presenten una Addenda al "Contrato de Compraventa de Acciones", suscripto el día 13 de noviembre de 2007, reduciendo el plazo establecido en la cláusula 9.3 de CINCO (5) a DOS (2) años.
3. Con fecha 26 de febrero de 2009 la empresa MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE ALIMENTOS S.A y los señores Luis BAMEULE, Guillermo

[Handwritten signature and scribbles]

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



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

273

MANA VICTORIA DIAZ VILLA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



BAUMELE y Adrián BAMEULE presentaron una copia del Primer Acuerdo Modificadorio al Contrato de Compraventa de Cuotas de fecha 30 de diciembre de 2008, celebrado entre MARFRIG y los Vendedores, en virtud del cual se reduce de DOS (2) años el plazo de duración de la obligación de no competencia asumida por los señores Luis BAMEULE, Guillermo BAUMELE y Adrián BAMEULÉ en la cláusula 9.3 del Contrato de Compraventa de Cuotas.

4. Asimismo, en dicho instrumento las partes acuerdan sustituir totalmente la Sección 9.3 del Contrato de Compraventa de Cuotas por la siguiente: "9.3. Prohibición de no competir. Los vendedores y sus familiares directos (cónyuges, padres e hijos) no podrán, directa o indirectamente a través de una sociedad de la que formen parte actualmente o en el futuro o a través de interpósitas personas, participar en calidad de socios, accionistas, directores o ejecutivos, o a través de interpósitas personas, tomar parte, por el plazo de dos (2) años a contar a partir de la Fecha de Cierre, en cualquiera de las actividades o negocios que Quickfood realiza en la actualidad en la República Argentina, Uruguay, Chile o cualquier otro país. Los Vendedores declaran que la asunción de este compromiso de no competencia es razonable y justificado debido a que tanto los Vendedores como el Comprador lo han tenido en cuenta al momento de establecer el Precio de Compraventa".
5. De lo expuesto en el párrafo anterior se desprende el cumplimiento de la condición impuesta mediante Resolución N° 239/2008 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

II. CONCLUSIONES

6. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



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

2008

DR. MERSA VICTORIA DEAZ VILLALBA
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA



DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS PUBLICAS:

- a) Tener por cumplido el condicionamiento establecido por la Resolución N° 239/2008 de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR DEL ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCIÓN.
- b) Autorizar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de MARFRIG FRIGORÍFICOS e COMERÇIO DE ALIMENTOS S.A. del 100% de las cuotas de capital de BLUE HORIZON TRADING CO, LLC. a los señores Luis BAMEULE, Guillermo BAUMELE y Adrián BAMEULE, de conformidad con lo previsto en el artículo 13, inciso a) de la Ley N° 25.156.

HUMBERTO GUARDIA MENDONCA
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Dx. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

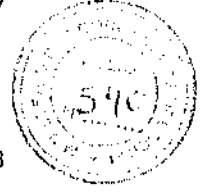


Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN R. ATAEFF
SECRETARÍA DE TRABAJO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

273



Expte. S01: 0463644 /2007 (Conc. 668) DP/PDP-DO-VB-MA-WB
DICTAMEN CONCENT: N° 692
BUENOS AIRES, 18 NOV 2008

SEÑOR SECRETARIO:

Elevo para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0463644/2007 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, caratulado "MARFRIG FRIGORIFICOS E COMERCIO DE ALIMENTOS S.A. Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY 25.156 (CONC. 668)".

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

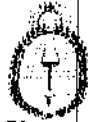
I.1. La operación

- 1 La operación que se notifica se produce en la República Argentina y consiste en la adquisición por parte de MARFRIG FRIGORÍFICOS e COMERCIO DE ALIMENTOS S.A. (en adelante "MARFRIG") del 100% de las cuotas de capital de BLUE HORIZON Co. LLC (en adelante "BLUE") a los señores Luis BAMEULE, Guillermo BAUMELE y Adrián BAMEULE (en adelante, conjuntamente "LOS VENDEDORES").
- 2 Cabe destacar que BLUE es titular del 70,51% del capital accionario de QUICKFOOD S.A. (en adelante "QUICKFOOD") y que el 29,49% del capital accionario restante de QUICKFOOD cotiza en la Bolsa de Comercio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

I.2. La actividad de las partes.

La empresa compradora

- 3 MARFRIG es una sociedad anónima constituida en la República Federativa del BRASIL que tiene como objeto ser una sociedad cartera.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

272

MARFRIG S.A.
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



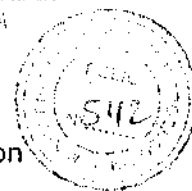
- 4 ARGENTINE BREEDER & PACKERS S.A. (en adelante "AB&P"), es una sociedad constituida en la República Argentina que tiene como objeto la producción y provisión de carne para comercios minoristas, supermercadistas, restaurantes, distribuidores y procesadores tanto en nivel internacional como nacional, y es controlada por MARFRIG.
- 5 MARFRIG es controlada por MMS PARTICIPAÇÕES (en adelante "MMS") con una participación del 65,02% de su capital social.
- 6 A su vez, dentro de los accionistas que poseen más del 5% del capital accionario de MARFRIG se encuentra la firma FRANKLIN TEMPLETON INVESTMENTS FUNDS (en adelante "FTIF") con un 5,02% del capital social. FTIF es una sociedad inversora.
- 7 Cabe mencionar que el 24,42% de MARFRIG cotiza en la Bolsa de Comercio de San Pablo (BOVESPA).
- 8 MMS es controlada directamente por los Sres MARCOS MOLINA dos SANTOS y MÁRCIA MARÇAL dos SANTOS.

Las partes vendedoras

- 9 Los vendedores son personas físicas que son accionistas de BLUE HORIZON CO. LLC, con los porcentajes que a continuación se detallan: Luis Miguel BAMEULE (34,2233%), Guillermo Carlos BAMEULE (34,3633%) y Adrián BAMEULE (31,4134%).

La sociedad objeto de compra

- 10 BLUE es una sociedad holding constituida en el estado de Delaware, Estados Unidos. La misma es propietaria del 70,51% del capital social de QUICKFOOD.
- 11 Si bien la operación bajo análisis consiste en la compra de BLUE por parte de MARFRIG, es menester identificar la actividad de la firma QUICKFOOD puesto que consiste en su principal activo.
- 12 QUICKFOOD es una sociedad constituida en nuestro país cuyo objeto social es la industria frigorífica. Su actividad principal es el faenamiento, la elaboración y la comercialización de una numerosa gama de productos cárnicos de origen vacuno y porcino. QUICKFOOD ha desarrollado diversos productos elaborados bajo marcas



comerciales, constituyéndose como una empresa de envasado de carnes con marcas tales como "Paty", "Patyviena", "La morocha".

- 13 El resto del capital accionario de QUICKFOOD se encuentra distribuido de la siguiente forma: (i) 8,99% en poder de JP Morgan Chase Bank, National Association; y (ii) 29,49% Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

II. ENCUADRAMIENTO JURÍDICO

- 14 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.
- 15 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 y con efectos en el mercado local de conformidad con lo previsto en el Artículo 3° de la Ley N° 25.156.
- 16 La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y los objeto de las operaciones, 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

- 17 El día 27 de noviembre de 2007 las partes notificaron la operación de concentración económica mediante la presentación del Formulario F1.
- 18 Con fecha 4 de diciembre de 2007, en mérito de la presentación efectuada, esta Comisión Nacional hizo saber que de acuerdo a la información presentada y conforme lo dispuesto en la Resolución N° 40/01 de la SDCyC (B.O. 22/02/01) la misma resultaba incompleta, en razón de ello se efectuaron las observaciones obrantes a fs. 196 y 197.
- 19 El día 21 de diciembre de 2007, las personas físicas notificantes dieron cumplimiento a lo solicitado precedentemente.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

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



- 20 Con fecha 8 de enero de 2008, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia consideró que la misma resultaba incompleta, ante lo cual, se realizaron observaciones referidas a ciertos cambios en la composición accionaria de la parte compradora, solicitando adjunten un organigrama que contenga el tipo de actividad y tipo de control de las empresas involucradas, además de otras cuestiones que resultaban de relevancia para el análisis a efectuar.
- 21 El día 11 de enero de 2008, las firmas notificantes contestaron el requerimiento efectuado.
- 22 Con fecha 30 y 31 de enero de 2008 y teniendo a la vista los ejemplares del diario INFOBAE PROFESIONAL.COM y CLARIN de fecha 2 de noviembre de de 2007 y 3 de enero de 2008, respectivamente, y como medida para mejor proveer, certificadas que fueran por Secretaria Letrada de esta Comisión Nacional, se agregaron al expediente de referencia.
- 23 El día 31 de enero de 2008 esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones, las cuales fueron contestadas con fecha 14 de marzo de 2008.
- 24 Con fecha 3 de abril de 2008, atento al estado de las presentes actuaciones y en uso de las facultades conferidas por el Artículo 24, inciso II) de la Ley N° 25.156, y como medida para mejor proveer, el Vocal Instructor ordenó la inspección ocular de la planta de QUICKFOOD S.A., requiriendo a la firma mencionada que disponga la presencia de un representante del lugar, idóneo para evacuar dudas o consultas que puedan plantear los funcionarios de esta Comisión Nacional.
- 25 El día 4 de abril de 2008, se realizó la inspección ocular precedentemente mencionada, labrándose el Acta de Inspección Ocular obrante a fs. 302/304.
- 26 Asimismo, con fecha 6 de mayo de 2008 en uso de las facultades emergentes del Artículo 24 inciso b) de la Ley N° 25.156, se citó a prestar declaración testimonial en la sede de esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia al Gerente de Producción de las hamburguesas marca GOODMARK perteneciente a la firma MOLINOS RIO DE LA PLATA S.A. para el día 14 de mayo de 2008 a las 15:00 hs, labrándose el Acta de la Audiencia testimonial obrante a fs. 321 a 323 de las presentes actuaciones.
- 27 El día 16 de mayo de 2008 esta Comisión Nacional efectuó nuevas observaciones las cuales fueron contestadas el 19 de junio de 2008.



- 28 Con fecha 3 de julio de 2008 esta Comisión Nacional solicitó información adicional, la cual fue suministrada por las partes notificantes con fecha 19 de agosto de 2008.
- 29 Finalmente, el día 28 de agosto de 2008 esta Comisión Nacional realizó un pedido de información, el cual fue contestado con fecha 12 de Septiembre de 2008 por las firmas notificantes.
- 30 El día 19 de septiembre de 2008 esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, le requirió a la Dirección de Transferencia de Tecnología dependiente del INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, informase si existe algún registro de transferencia de tecnología entre empresas dedicadas a la producción de hamburguesas, y en caso afirmativo, indique qué empresas registraron dicha operación y en qué consiste la tecnología que fuera transferida.
- 31 Con fecha 30 de septiembre de 2008 la Dirección de Transferencia de Tecnología dependiente del INSTITUTO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL contestó el requerimiento.

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

1. Naturaleza de la operación

- 32 La presente operación consiste en la adquisición por parte de MARFRIG del 100% de las cuotas de capital de BLUE y de todas sus firmas controladas. Dado que BLUE es una sociedad holding, el análisis económico de la concentración debe centrarse en los efectos que acarrea el control por parte de MARFRIG de la sociedad que es controlada por BLUE, es decir, QUICKFOOD.
- 33 Tal como se mencionara anteriormente, QUICKFOOD es un frigorífico. Su actividad principal es el faenamiento de ganado, la comercialización de cortes de carne, subproductos y menudencias, y la elaboración y comercialización de hamburguesas, saichichas y fiambres.
- 34 Por su parte, MARFRIG es una sociedad cartera que posee el 100% del capital accionario de la firma AB&P.



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTÍN MATAFFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA




- 35 ABP es una sociedad anónima inscripta en el Registro Público de Comercio de la Ciudad de Rosario. Su actividad principal viene dada por el faenamiento de ganado vacuno y la comercialización de cortes de carne, subproductos, menudencias y la elaboración de hamburguesas. ABP ofrece en el mercado sus productos a través de marcas tales como Good Beef, Gauchos Beef, Aberdeen Angus, Estancias del Sur, Lolita, Best Beef y Vivorata.
- 36 Cabe destacar que ninguno de los dos frigoríficos ofrece servicios de faenamiento para terceros, con lo cual el faenamiento se considera como el proceso productivo de los cortes de carne.
- 37 En consecuencia, la operación de concentración económica presenta relaciones horizontales en la producción de cortes de carne bovina, menudencias, subproductos y hamburguesas, y relaciones verticales fruto de la producción de cortes de carne que pueden servir como insumos para productos con mayor valor agregado por parte de ABP y la elaboración de productos en base a carne procesada por parte de Quickfood.

2. Definición de Mercado Relevante

- 38 Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas (en adelante "los Lineamientos"), aprobados por Resolución 164/2001 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.
- 39 El marco metodológico para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Referido al mercado del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio.
- 40 Referido al mercado geográfico, el test define como mercado relevante a la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL


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

273

MARTIN R. STAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.

Mercado del producto

I. Mercado de carne bovina

- 41 En primer lugar, de acuerdo con la sustitución por el lado de la demanda, y debido a la diferencia de los productos que pueden elaborarse a partir de cada tipo de ganado, el ganado vacuno no puede ser sustituido por otro tipo de ganado.
- 42 A su vez, las diferentes formas de producción del mismo (engorde a corral, o cría tradicional principalmente) arrojan el mismo producto. Por lo tanto, más allá de los distintos requerimientos técnicos para cada una de estas formas de elaboración, es posible verificar significativos traspasos de demanda desde el ganado de cría hacia el de feedlot o engorde a corral¹.
- 43 En segundo lugar, con respecto a los distintos cortes de carne, desde el punto de vista de la demanda puede encontrarse en algunos casos que su consumo está asociado a diferentes poderes adquisitivos. Sin embargo, la frecuencia de compra es similar y los momentos de consumo son también los mismos, estando asociada la carne tanto a almuerzos como cenas.
- 44 En cuanto a los precios, las diferencias entre los distintos cortes de carne son significativas. Tal es así, que el precio del corte más caro del mercado puede llegar a cuadruplicar el precio del corte más barato.
- 45 No obstante, en el mercado existen gran cantidad de cortes cuyos precios corresponden a diferentes niveles, de modo tal que no puede considerarse que el mercado está segmentado debido que a pesar de que los primeros cortes no compiten directamente con los cortes más baratos, cada corte compete con los más próximos.
- 46 Sí puede existir una segmentación con marcas premium como "Cabaña Las Lilas" o "Aberdeen Angus", que se diferencian por marca, presentación y precio con los denominados cortes "en general". Sin embargo, en la presente concentración no será analizado este segmento en particular, puesto que QUICKFOOD no posee

¹ En tal sentido, ver el Dictamen emitido en el marco del Expediente S01:0288092/2005 (Conc. N° 528) caratulado "INMOBILIARIA CERVERA S.A., CRESUD SACIFIA E INVERSIONES GANADERAS S.A. S/



una línea de productos diferenciados por marca, precio y presentación, es decir, no ofrece productos premium.

47. En tal sentido, esta CNDC ha sostenido reiteradas veces que cuando la diferencia en calidad existente entre los productos analizados es "discreta", en el sentido de que existen productos de "superior" e "inferior" calidad, ellos pueden ser incluidos en mercados separados. Caso contrario, cuando existe una diferencia continua entre los productos, de modo que existe un abanico de bienes de diversa calidad y precio, la imposibilidad de trazar una línea divisoria en un punto determinado del espectro lleva a que generalmente sea recomendable la inclusión de todos ellos dentro de un mismo mercado relevante².
48. Por todo lo antedicho, esta CNDC considera que el ganado vacuno ya faenado constituye el menor grupo de productos para el cual un hipotético monopolista podría aplicar en forma rentable un incremento significativo y no transitorio de precios.

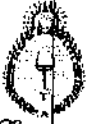
II. Subproductos.

49. Los subproductos son el cuero, sangre, huesos, cabeza, blandos de playa de faena, bilis y tripas. Dentro del grupo, cada uno pasa a formar parte de un mercado distinto, que en general no tienen relación con el mercado de la carne.
50. Sin embargo, esta CNDC entiende que no es necesario indagar en cada mercado de destino en particular, ya que la cantidad de subproductos realizada por las empresas involucradas es proporcional a la cantidad de cabezas que faenan y, por lo tanto, a la participación en el mercado de carne vacuna³.
51. Por todo lo antedicho, se considerará al mercado de los subproductos aquél en el cual un hipotético monopolista podría implementar un aumento no transitorio y significativo de precios.

NOTIFICACIÓN ART. 8 DE LA LEY 25.156 (C.528)².

² Ver al respecto el Dictamen emitido en el marco del expediente N° 064-002907/97 (Conducta 432), caratulado "Procter & Gamble Interamericas inc. Sucursal Argentina c/ Unilever de Argentina S.A., Ariel del Plata S.A., Ammitari Puris Lintas Argentina"

³ Ver al respecto el dictamen emitido en el marco del expediente N° S01:0026810/2007 caratulado "HUANCAYO S.A.F. (CONSIGNACIONES RURALES S.A.) Y SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA S/ NOTIFICACIÓN ARTICULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 618)"



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

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

273



III. Menudencias.

52. Con respecto a las menudencias, desde el punto de vista de la demanda a algunas se las puede considerar como distintas variedades de un mismo producto.
53. Sin embargo, a pesar de que ciertas menudencias puedan integrar otro proceso productivo, sin ser comercializadas en "estado natural", esta CNDC entiende que no es necesario indagar en cada mercado de destino en particular. Siguiendo la misma interpretación que la brindada en el mercado de los subproductos, la cantidad de menudencias realizada por las empresas involucradas es proporcional a la cantidad de cabezas que faenan y, por lo tanto, a la participación en el mercado de carne vacuna⁴.
54. En consecuencia, esta Comisión Nacional entiende que las menudencias constituyen el menor grupo de productos para el cual un hipotético monopolista podría aplicar en forma rentable un incremento significativo y no transitorio de precios.

IV. Mercados de productos elaborados con insumos cárnicos.

55. Dentro de los productos elaborados con insumos cárnicos se pueden mencionar a las conservas de carne, las salchichas y las hamburguesas. Dentro de ellos, los considerados en el marco de la presente operación son las salchichas y hamburguesas. La primera, por relaciones verticales, y las segundas, por relaciones tanto horizontales como verticales.
56. En ocasiones anteriores, esta CNDC consideró a la producción y comercialización de hamburguesas y de salchichas como dos mercados en sí mismos, distintos de las conservas de carne y entre ellas⁵. Esto, debido a las diferencias en la ocasión de consumo entre salchichas, hamburguesas y conservas; y, a disparidades de precios significativas entre los dos productos involucrados.
57. Adicionalmente, esta CNDC entiende que de no existir problemas en el mercado restringido del producto tampoco los habrá en el ampliado. En consecuencia, los

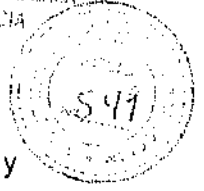
⁴ Ver al respecto el dictamen emitido en el marco del expediente N° S01:0026810/2007 caratulado "HUANCAYO S.A.F. (CONSIGNACIONES RURALES S.A.) Y SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 618)"

⁵ Ver al respecto el dictamen emitido en el marco del expediente N° S01:0026810/2007 caratulado "HUANCAYO S.A.F. (CONSIGNACIONES RURALES S.A.) Y SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 618)"



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

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



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

mercados del producto aguas abajo están conformados por el de hamburguesas y el de salchichas.

Mercado geográfico

58 El mercado geográfico relevante para el análisis de la presente operación es la totalidad del territorio nacional, pues es donde se lleva a cabo la producción de carne, menudencias y subproductos, ya que existen frigoríficos en toda la extensión del territorio nacional y los precios son similares en todo el país.

59 A su vez, en cuanto al mercado geográfico de productos elaborados con base cárnica, también cabe definirlos como nacionales, puesto que las hamburguesas y salchichas se comercializan en todo el país.

3. Efectos de la operación sobre el nivel de concentración del mercado

I. Efectos horizontales.

Mercado de carne bovina

60 En el año 2007, la producción de carne vacuna se ubicó en las 5.159.745,15 toneladas, fruto del faenamiento de 14.742.129 cabezas de ganado.

61 El mercado de frigoríficos que se dedican al faenado de ganado vacuno se encuentra altamente atomizado. En tal sentido, de un total de 490 firmas que se encuentran registradas en la Oficina de Control Comercial Agropecuario (en adelante "Oncca"), las primeras 30 empresas explican solamente alrededor del 43% de la producción del año 2007. Asimismo, la empresa con mayor participación de mercado es Mattievich S.A., que concentra el 3,55% de la producción de carne, seguida por Swift, con el 3,14%.

62 En particular, Quickfood y Marfrig (a través de ABP) poseen una participación de mercado reducida, que alcanza el 2,53% y 0,95%, respectivamente. De esta manera, luego de concretada la presente operación de concentración económica, la firma resultante pasaría a concentrar el 3,484% de la producción de carne.

Cuadro 1. Participaciones por empresa en el mercado de ganado vacuno, en toneladas de carne. Año 2007.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTÍN H. ATALSEP
SECRETARÍA LEYENDA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

273



Empresa	Volumen (toneladas)	Participación (%)
Mattievich S.A.	183.421,35	3,55
Swift Armour S.A. Argentina	162.193,50	3,14
Quickfood S.A.	130.758,95	2,53
Frigorífico Rioplatense S.A.	116.583,25	2,26
Finexcor S.A.	87.485,30	1,70
Coóp. de Trabajo Coop. Trá. Fri. Ya. Ltda.	72.898,35	1,41
Coto Centro Integral de Com. S.A.	68.021,45	1,32
Ecocarnes S.A.	77.266,70	1,50
Frigorífico Gorina S.A.I.C.	83.559,70	1,62
Frigorífico Penta S.A.	70.439,25	1,37
La Ganadera Nueva Escocia S.A.	64.158,15	1,24
Frigorífico Regional Gral. Las Heras S.A.	41.944,00	0,81
Planta Faenadora Bancalari S.A.	64.023,05	1,24
Matadero Frigorífico Federal S.A.	60.941,30	1,18
Amancay S.A.I.C.A.F.I.	60.368,70	1,17
Frigolar S.A.	59.213,35	1,15
Finlar S.A.	60.235,00	1,17
Arre Beef S.A.	69.424,25	1,35
Panamericana Exportadora y Cia. S.A.	60.632,60	1,18
Velsud Sociedad Anónima	67.984,35	1,32
Agroflex S.A.	70.373,10	1,36
Frigorífico Visom S.A.	52.370,85	1,01
Estancias Del Sur S.A.	39.407,90	0,76
Ganadera San Roque S.A.	57.822,45	1,12
Matadero y Frigorífico Merlo S.A.	53.634,00	1,04
Frigorífico y Matadero Chivicoy S.A.	52.539,20	1,02
Jorge L. Tolosa S.A.	53.518,50	1,04
Frig. Reg. Ind. Al. Reconquista Friar S.A.	62.511,75	1,21
La Huella Industrias Cárnicas S.A.	50.480,85	0,98
Argentine Breeders & Packers S.A.	48.987,75	0,95
Resto	2.956.546,25	57,30
Total	5.159.745,15	100,00

3,484

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

63 En el mismo sentido, la caracterización del mercado como atomizado se refuerza con los datos que arroja el índice Herfindahl - Hirschman⁶, que pasa de 99 puntos a 104 puntos luego de concretada la presente operación de concentración económica.

⁶ El Índice de Herfindahl-Hirschmann es el índice más Standard encontrado en la Organización Industrial y es el más frecuentemente utilizado en el análisis antitrust para la medición de la concentración de un mercado. Se define como la sumatoria de los cuadrados de las participaciones de mercado de las empresas que actúan en la industria analizada. Los valores del HHI oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10.000 (mercado monopólico).



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN R. VIALI
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

273



64 En consecuencia, esta CNDC entiende que la presente operación de concentración económica no generaría preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado de carne bovina.

Subproductos y menudencias

65 Tal como ha sostenido esta CNDC en dictámenes anteriores⁷, si bien ambos tipos de productos tienen trayectorias muy disímiles, se los puede agrupar en tanto las consecuencias de la presente operación en cada uno de los mercados son similares.

66 Dentro de los subproductos se engloban a la sangre, huesos, cuero, cálculos biliares, grasa y blandos de faena.

67 Los mismos tienen usos muy diversos y se comercializan en distintos estados. En particular, la sangre se utiliza en raciones alimentarias para animales, con los huesos se realiza harina de hueso y de carne que también se usan para alimentos balanceados, los cálculos biliares se venden a la industria farmacéutica, con la grasa se produce primer jugo bovino que se utiliza en la industria del panificado, y los blandos de faena van al proceso de grasería, de la cual se obtienen sebos o harina de carne y huesos. Finalmente, el cuero comercializado por las empresas involucradas opera como insumo para los fabricantes de productos en base a cuero como son las camperas o las carteras.

68 En cuanto a las menudencias, las mismas tienen tres destinos: la exportación, el procesamiento para la elaboración de productos en base a carne y su comercialización en el mercado interno.

69 En relación a los efectos de la presente operación sobre cada uno de estos mercados, esta CNDC entiende que la participación de QUICKFOOD y la de MARFRIG (a través de ABP) es reducida en cada uno de ellos, dado que la misma puede aproximarse a partir de la participación de los mismos en el total de cabezas faenadas (3,48% en conjunto).

70 En consecuencia, dado que la participación en la faena de la firma resultante de la presente operación es reducida, esta CNDC considera que la misma no tiene

⁷ Ver al respecto el dictamen emitido en el marco del expediente N° S01:0026810/2007 caratulado "HUANCAYO S.A.F. (CONSIGNACIONES RURALES S.A.) Y SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA S/ NOTIFICACIÓN ARTICULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 618)".

Handwritten notes and signatures on the left margin.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



potencial capacidad de distorsionar las condiciones de competencia en los mercados de subproductos y menudencias.

Hamburguesas

- 71 Tal como fuera especificado anteriormente, tanto MARFRIG como QUICKFOOD son productores de hamburguesas. MARFRIG ofrece hamburguesas a través de sus marcas Aberdeen Angus y Lolita y QUICKFOOD a través de PATY8, Barfy, ICB y El novillo Juan9.
- 72 El mercado de hamburguesas se ubicó en las 33.479 toneladas, lo que representa un 16% más que el año anterior y un 35% más que en el 2005.
- 73 Tal como se puede apreciar del cuadro que sigue, con respecto a las empresas involucradas, Quickfood es líder en el mercado de hamburguesas, poseyendo una participación total de alrededor del 59,7% del mercado. Por su parte, ABP concentra solamente el 0,04% del mismo. Es decir, una vez concretada la concentración bajo análisis, la firma resultante concentrará el 59,74 % del mercado.
- 74 De esta manera, si bien Quickfood es el líder indiscutido del mercado, la participación de la firma casi no varía como consecuencia de la presente operación.

Cuadro 2. Participaciones de las principales firmas en el mercado de hamburguesas, en volumen. Año 2007.

⁸ A través de la marca PATY, QUICKFOOD ofrece diferentes variedades de hamburguesas entre las que se encuentran las siguientes: i) Paty congelado, Paty supercongelado, Patynesa, Paty estilo casero y Paty listo.

⁹ Cabe mencionar que QUICKFOOD produce medallones de carne con proteína de soja para cadenas de supermercado. En tal sentido produce los medallones marca UNO (marca de Carrefour), JUMBO (para la cadena Jumbo Retail, y CIUDAD DEL LAGO (marca de Coto).



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

273

MARTIN R. AYARCE
 SECRETARIA LETRADA
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA



Empresa	Volumen (miles de toneladas)	Participación (%)
Quickfood	19.987,0	59,7
Molinos Río De La Plata	4.318,8	12,9
Marca De Distribuidor	3.883,6	11,6
Swift	2.042,2	6,1
Friar	502,2	1,5
ABP	13,4	0,04
Resto	2.778,8	8,3
Total	33.479,0	100,1

59,74

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

Nota: El HHI fue calculado considerando a marcas de distribuidor y resto como diez jugadores con idénticas participaciones, respectivamente.

- 75 Los escasos efectos de la presente operación en el mercado de hamburguesas pueden vislumbrarse también a partir del Índice Herfindahl – Hirschman. Sin perjuicio de caracterizarse como un mercado altamente concentrado, a causa de la operación entre Quickfood y Marfrig, el índice pasa de 3790 puntos a 3795 puntos, es decir que solamente se incrementa en 5 puntos.
- 76 De esta manera, por lo anteriormente expuesto, esta CNDC entiende que la presente operación no genera preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado de hamburguesas.

ii. Efectos verticales

- 77 La importancia de analizar los efectos verticales derivados de la presente operación se refiere al eventual fortalecimiento de la capacidad de la empresa resultante para cerrar mercados y/o aplicar algún tipo de acción con efectos exclusorios sobre competidores en los mercados de productos involucrados en esta concentración, a raíz de su doble condición de productor de insumos cárnicos para la elaboración de hamburguesas y salchichas, y competidor en estos últimos mercados.
- 78 En este sentido, esta CNDC ha sostenido que existe un mercado de insumos cárnicos para las empresas elaboradoras de productos procesados. Sin perjuicio de lo cual, la mayoría de las empresas se encuentran integradas verticalmente¹⁰.

¹⁰ Ver al respecto el dictamen emitido en el marco del expediente N° S01:0393717/2007 caratulado "COL-CAR Y SWIFT ARMOUR S.A. ARGENTINA S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (Conc.N° 656)".



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN H. AMEYRE
SECRETARÍA LLAMADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



- 79 De esta manera, el mercado de carne constituye el mercado "aguas arriba" de provisión de insumos para los productos elaborados en base a carne procesada; mientras que los mercados de salchichas y hamburguesas representan los de "aguas abajo". Dentro del primero, los cortes que sirven de insumo para los productos cárnicos son los de menor valor, incluidos los recortes.¹¹
- 80 Ahora bien, con respecto a la presente operación, como se observó con anterioridad, el mercado de carne está altamente atomizado y dentro de él, la participación de las empresas notificantes es reducida, ascendiendo al 3,48% del mismo. De esta manera, se advierte que la presente operación no le otorga a MARFRIG un poder de mercado que le permita desabastecer a cualquier competidor del mercado aguas abajo de carne procesada, ni constituye una barrera para potenciales entrantes a los mismos. Por consiguiente, no se modifican las condiciones comerciales de la oferta de productos elaborados en base a carne.
- 81 Con respecto a los mercados aguas abajo, en el de hamburguesas, la presente operación modifica mínimamente la participación de los jugadores. Es decir, si bien la participación en el mercado analizado es alta, la presente operación no modifica virtualmente las condiciones de competencia previas.
- 82 En relación al mercado de salchichas, en el cuadro que sigue se puede observar que la participación de QUICKFOOD asciende al 11,9% del mercado, mientras que otros jugadores como Molinos Río de la Plata y Paladini detentan el 41,7% y el 14,4%, respectivamente.

Cuadro 3. Participaciones de las principales firmas en el mercado de salchichas, en volumen. Año 2007.

¹¹ En el análisis que sigue se ha adoptado un criterio estricto asumiendo que las notificantes fueran oferentes efectivos de insumos cárnicos para productores de hamburguesas y salchichas, y demandantes efectivos de dichos insumos a otros frigoríficos. De no verificarse motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia bajo estos supuestos tampoco los habrá en caso de que sólo sean oferentes potenciales en dichos mercados.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTIN ROJAYE
SECRETARÍA LEYDADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Empresa	Volumen (miles de toneladas)	Participación (%)
Molinos Río De La Plata	21.528	41,7
Paladini	7.434	14,4
Quickfood	6.144	11,9
Mastellone	4.130	8
Marca De Distribuidor	2.323	4,5
Frigorífico Rafaela	2.168	4,2
Carcaraya	1.394	2,7
Swift	1.291	2,5
Baik S.A.	671	1,3
La Piamontesa	671	1,3
Resto	3.872	7,5
Total	51.627	100

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

83 En consecuencia, la presente operación no le otorga a Marfrig la capacidad de excluir competidores en el mercado aguas arriba de carne, ni limita la entrada al mismo de posibles competidores.

84 Finalmente, nótese que el mercado aguas arriba de producción de insumos para hamburguesas y salchichas no se puede considerar en forma aislada de toda la oferta de carne que realizan los frigoríficos, de la cual éstos insumos son una mínima proporción. Así, su comercialización a productores de hamburguesas y salchichas es su única colocación posible. Esto implica que aún cuando los mercados aguas abajo de hamburguesas y salchichas se encontraran en manos de un solo jugador, no sería un limitante para la instalación firmas en el mercado de producción de carne.

85 De acuerdo a lo expuesto, y desde el punto de vista del análisis vertical, los efectos de la presente operación en los mercados involucrados no revisten entidad como para que puedan resultar en un perjuicio al interés económico general, por lo que la operación en cuestión no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia.

iii. Análisis de la oferta de carne en los mercados externos. Cuota Hilton.

86 Esta CNDC entiende que la presente operación afectará al mercado de exportación de carne vacuna. Por esta razón, esta Comisión Nacional estima que un correcto análisis de la misma requiere un estudio sobre las implicancias



económicas que genera sobre la oferta de carne a nivel mundial bajo el régimen comercial conocido como "Cuota Hilton".

- 87 Resultado de un convenio de exportación con la Unión Europea (UE), la cuota Hilton es un cupo de importación que determina una cierta cantidad fija de toneladas, conformada por un conjunto de cortes especiales de carne vacuna de calidad y precios elevados, a ser exportados al mercado europeo. La carne exportada de este cupo puede ser colocada en la UE con un arancel equivalente al 20%.
- 88 El cupo está integrado por cortes enfriados y deshuesados, que deben provenir de animales de una edad comprendida entre los veintidós y los veinticuatro meses, con dos incisivos permanentes, criados exclusivamente con pastos, cuyo peso vivo en el momento del sacrificio no exceda los 460 Kg., de calidad especiales o buenas denominados "cortes especiales de vacuno", en cartones special boxes beef, cuyos cortes estén autorizados a llevar la marca SC (special cuts).
- 89 El cupo asignado por la Comunidad se hizo efectivo hacia 1980 y Argentina fue beneficiada con una cuota anual de 5.000 toneladas, Estados Unidos con 10.000, Australia con 5.000 y Uruguay con 1.000. La cantidad de cuota concedida a los diferentes países fue creciendo con el paso del tiempo, a la vez que nuevas naciones se fueron sumando al reparto del cupo de cortes de calidad. Por su parte, el monto de cuota asignado a Argentina fue ascendiendo desde 5000 toneladas iniciales, hasta 28.000 toneladas en la actualidad.
- 90 La cuota Hilton fue variando a través del tiempo y con ello también las resoluciones de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos del Ministerio de Economía y Producción, respecto de la manera en que serán distribuidas las toneladas asignadas al país, entre los diferentes establecimientos cárnicos (frigoríficos).
- 91 La resolución 113/2004 de fecha 22 de enero de 2004, establece un tope máximo al cupo susceptible de ser adjudicado a cada planta, garantizando una cuota igualitaria a todas las empresas, a fin de evitar un beneficio extraordinario para algunas plantas en detrimento de las restantes.
- 92 También fija que la adjudicación de cupos se realiza, en todos los casos, teniendo en cuenta circunstancias generales de política económica y muy especialmente condiciones específicas que debe reunir cada empresa, todo lo cual se ve



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

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



desvirtuado en caso que la planta adjudicataria transfiera a otra u otras los cupos adjudicados o parte de ellos. No se puede permitir la producción de cuota en una planta distinta de la considerada para la adjudicación por cuanto ello atenta contra el espíritu de la presente resolución.

93 Asimismo la norma legal aludida establece en forma expresa que las figuras del tipo "Unión Transitoria de Empresas", o "Grupo Económico", o "Empresa Controlante", o filial, o sucursal, u otros, no podrán invocar de modo alguno como adjudicatarios, para solicitar autorización a fin de transferir o ceder parte de cuota para la producción en una planta distinta a la adjudicataria.

94 Según la normativa aludida, se otorgará diferente tratamiento, entre aquellas plantas que sacrifican animales y poseen cámaras frigoríficas, realicen o no tareas de industrialización, y aquellas que solamente practican el despiece del animal en los distintos cortes. Esto tiene justificativo en que las primeras realizan todo el ciclo productivo, desde que el animal esta en pie hasta que el producto está terminado, mientras que la segunda solo se ocupa de su industrialización.

95 El artículo 6 de la mencionada resolución, fija un cupo de exportación el cual cada empresa deberá mantener como mínimo durante los dos primeros ciclos, una proporción en la exportación, que va de DOS a UNO (2 a 1), respecto de los productos sin la denominación HILTON y los que poseen dicha denominación. En caso que de la evaluación de los antecedentes de exportación de cada empresa surgiera una proporción inferior, el tonelaje a adjudicar será reducido en el porcentaje equivalente al incumplimiento de la relación DOS a UNO (2 a 1). En caso que la relación fuese superior, ello no dará derecho a aumento en la adjudicación.

96 Esta normativa fija también la necesidad para ser adjudicatario el haber exportado en el periodo anterior a aquel en el que se realizara la primera solicitud bajo este régimen, DOSCIENTAS (200) toneladas como mínimo de productos del tipo de los descriptos en el Artículo 5, inciso d), apartado II).¹²

¹² Art. 5 Res. 113/2004 inc. d) Apartado II) El restante VEINTICINCO POR CIENTO (25%) se distribuirá en función de la participación relativa de cada empresa en condiciones de ser adjudicataria, en el valor F.O.B. total de las exportaciones a todo destino de cada una de dichas empresas, excluidos los cortes que integran este cupo tarifario; Para cada uno de los ciclos comerciales se tomarán en cuenta los mismos ciclos de antecedentes de exportación y las ponderaciones descriptas en el apartado anterior. Los valores F.O.B. registrados en la SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERIA, PESCA Y ALIMENTOS



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

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



- 97 Se estipula en el artículo 8 de la resolución aludida, que ninguna planta podrá ser adjudicataria de un cupo que exceda el SEIS POR CIENTO (6%) del total que la UNION EUROPEA adjudica a la Republica Argentina para cada periodo. Esta pauta se aplicará a cada una de las plantas frigorificas, independientemente de que DOS (2) o más de ellas pertenezcan a un mismo sujeto de derecho.
- 98 La importancia de analizar el mercado relacionado con la asignación de Cuota Hilton , radica en la significancia de la cuota a nivel económico empresarial.
- 99 De las 28.000 toneladas que tiene asignadas el país, en el último período 1.165,896 toneladas fue el cupo de ABP y 2.097, 405 fue el de Quickfood. Esto implica unas participaciones del 4,16% y 7,49%, respectivamente, y del 11,65% en conjunto.
- 100 De esta manera, esta Comisión Nacional entiende que los notificantes obtendrán un porcentaje que no les otorgará poder de mercado alguno respecto a las exportaciones de carne de alta calidad denominadas Cuota Hilton.

V. CLÁUSULAS CON RESTRICCIONES ACCESORIAS

- 101 Resta analizar un aspecto importante que se refiere a la cláusula de no competencia contenida en el "CONTRATO DE COMPRAVENTA DE ACCIONES" suministrado por las partes a los efectos de esta operación, cláusulas que han sido analizadas en numerosos antecedentes por esta Comisión Nacional.
- 102 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. 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.

surgirán de la sumatoria de las exportaciones de carne vacuna de: 1) Productos crudos: Cuartos con o sin hueso, cortes enfriados totales con y sin hueso, cortes congelados con y sin hueso, manufacturas con y sin hueso. 2) Carne cocida cubeteada congelada (Productos I.Q.F.: Individual Quick Frozen) y las denominadas especialidades. 3) Productos termoprocesados: Carnes cocidas y congeladas, viandada, "corned beef", extractos de carne, gelatina de carne y jugo de carne; con las salvedades establecidas en el cuarto párrafo del Artículo 6º de la presente resolución. 4) Menudencias; con las salvedades establecidas en el cuarto párrafo del Artículo 6º de la presente resolución.



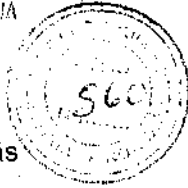
- 103 El objeto de la misma es evitar que aquellos que venden una empresa y que, por lo tanto, conocen en detalle el funcionamiento de la misma y del mercado en el cual se desempeñan, puedan instalar inmediatamente una empresa semejante que compita con la recientemente vendida con la ventaja que le otorga al vendedor el llevar años actuando en un mercado determinado. 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.
- 104 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. 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.
- 105 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.
- 106 Como se ha señalado, siguiendo la jurisprudencia internacional, 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. 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.
- 107 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. 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. Esto significa que en caso de no existir este tipo de cláusulas no podría realizarse la



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARILYN LATAEFF
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



operación de concentración, o sólo podría realizarse en condiciones mucho más inciertas, con un coste sustancialmente mayor, durante un periodo de tiempo mucho más largo, o con una probabilidad de éxito mucho menor.

108 En lo que respecta a la duración temporal permitida esta Comisión Nacional, siguiendo los precedentes internacionales ¹³, 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. 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 (5) años cuando mediante la operación se transfiere el "knowhow", mientras que en aquellas en las que sólo se transfiere el "goodwill" sólo es razonable un plazo de DOS (2) años.

109 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.

110 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.

111 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.

112 Habiendo analizado la documentación presentada por las partes en la concentración económica bajo examen, esta Comisión Nacional ha detectado que en la Cláusula 9.3 del "Contrato de Compra Venta de Acciones", suscripto el día 13 de Noviembre de 2007, se establece que: "Los Vendedores y sus familiares directos (cónyuges, padres e hijos) no podrán, directa o indirectamente a través de una sociedad de la que forman parte actualmente o en el futuro o a través de

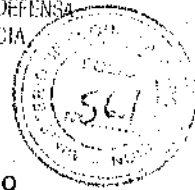
¹³ Commission notice regarding restrictions ancillary to concentrations -- (90/C 203/05)



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

273

MARTÍN RAFAEL
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



interpósitas personas, participar en calidad de socios, accionistas, directores o ejecutivos, o a través de interpósitas personas, tomar parte, por el plazo de CINCO (5) años a contar a partir de la Fecha de Cierre, en cualquiera de las actividades o negocios que QUICKFOOD realiza en la actualidad en la República Argentina, Uruguay, Chile o cualquier otro país. Los Vendedores declaran que la asunción de este compromiso de no competencia es razonable y justificado debido a que tanto los Vendedores como el Comprador lo han tenido en cuenta al momento de establecer el precio de Compraventa".

113 Preguntado durante el trámite del presente expediente a las partes que productos abarcaban transferencia de tecnología, afirmaron que solamente correspondía a los medallones de carne¹⁴: "El know how transferido en la operación notificada (en adelante "La Operación") sólo abarca los medallones de carne conocidos en el mercado como "Paty"¹⁵.

114 De esta manera, en tanto en el resto de los productos comercializados por QUICKFOOD no hay transferencia de tecnología, el plazo de la cláusula de no competencia aceptable es el de 2 años.

115 Con respecto a los medallones de carne marca "Paty", esta Comisión Nacional considera, en primer lugar, que la producción de hamburguesas no requiere de una tecnología compleja y específica, difícilmente replicable. Esto se verifica en la existencia de numerosos competidores en el mercado de hamburguesas y de un número aún mayor de competidores potenciales que representan los frigoríficos.

116 En segundo lugar, referido a los medallones de carne de marca Paty, no ha quedado acreditado en el expediente que su producción involucre un know how específico. En contraposición, su grado de calidad respondería a los ingredientes utilizados y su respectiva proporción.

117 En tercer lugar, se halla el testimonio del Gerente de Investigación de Desarrollo y Calidad de su principal competidor, MOLINOS RÍO DE LA PLATA, productor de hamburguesas de marca "Good Mark", quien afirmó que si bien existe una fórmula precisa para la fabricación de los mencionados medallones de carne, la misma puede ser fácilmente replicada con recursos, en solamente meses.

¹⁴ Ver presentaciones a fs. 203 y 251.

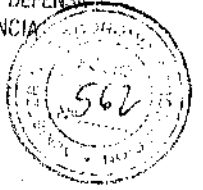
¹⁵ Ver presentación a fs 251



ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

273

MARTÍN ECATEAIEFE
 SECRETARÍA LETRADA
 COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA



118 En virtud del análisis realizado precedentemente, esta Comisión Nacional considera que la cláusula de restricción accesoria contenida en el Contrato de Compraventa de Cuotas, tal como han sido convenidas por las partes, 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).

VI. CONCLUSIONES

119 De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada infringe el artículo 7° de la Ley N° 25.156 por cuanto reviste entidad suficiente para restringir la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

120 Por ello, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al señor Secretario de Comercio Interior subordinar la operación de concentración económica consistente en la adquisición por parte de MARFRIG FRIGORÍFICOS e COMERÇIO DE ALIMENTOS S.A. del 100% de las cuotas de capital de BLUE HORIZON Co. LLC a los señores Luis BAMEULE, Guillermo BAUMELE y Adrián BAMEULE, de conformidad con lo previsto en el artículo 13, inciso b) de la Ley N° 25.156, a que tanto la parte vendedora como la compradora presenten una Addenda al "Contrato de Compraventa de Acciones", suscripto el día 13 de noviembre de 2007, reduciendo el plazo establecido en la cláusula 9.3 a DOS (2) años.

DIEGO PABLO POVOLO
 VOCAL
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

HUMBERTO GUARDIA MENDONCA
 VOCAL
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

DO NAPOLITANI
 ESIDENTE
 CIONAL DE DEFENSA
 COMPETENCIA