República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria

Resolución

Número: RESOL-2018-474-APN-SECC#MP

CIUDAD DE BUENOS AIRES
Viernes 10 de Agosto de 2018

Referencia: EX-2018-31028252- -APN-DGD#MP - OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA (CONC. 1324)

VISTO el Expediente EX-2018-31028252- -APN-DGD#MP, 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 Nº 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados ante la ex 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 en fecha 10 de mayo de 2016, consiste en una transacción por medio de la cual las firmas COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., e IDEAL S.A., adquieren el control exclusivo de la firma GENERAL MILLS ARGENTINA S.A., a las firmas GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, GENERAL HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V., y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESS, INC.

Que, dicha transacción se instrumentó mediante una Carta Oferta de compraventa de acciones entre las firmas COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., IDEAL S.A., GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, GENERAL HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V., y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESS, INC., el día 15 de abril de 2016.

Que, como consecuencia de la citada operación económica la firma COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., tendrá una participación del NOVENTA Y CINCO POR CIENTO (95 %) de las acciones de la firma GENERAL MILLS ARGENTINA S.A., mientras que la firma IDEAL S.A., tendrá el CINCO POR CIENTO (5 %) restante.

Que el cierre de la operación mencionada ocurrió el día 2 de mayo de 2016.

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

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

Que la obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y el objeto de la operación en la REPÚBLICA ARGENTINA supera la suma de PESOS DOSCIENTOS MILLONES ($ 200.000.000) 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 ex COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7° de la Ley N° 25.156, toda vez que de 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 ex Comisión Nacional emitió Dictamen de fecha 26 de julio de 2018 correspondiente a la "CONC 1324" donde aconseja al señor Secretario de Comercio: autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de la firma COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., y la firma IDEAL S.A., del control exclusivo de la firma GENERAL MILLS ARGENTINA S.A. a las firmas GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V., y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESS, INC., todo ello de acuerdo a lo previsto por el inciso a) del Artículo 13 de la Ley Nº 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, cabe destacar, que si bien con fecha 15 de mayo de 2018 fue publicada en el Boletín Oficial la Ley N ° 27.442, su Decreto Reglamentario N° 480 de fecha 23 de mayo de 2018 estableció en el Artículo 81 que los expedientes iniciados en los términos del Capítulo III de la Ley N° 25.156 y sus modificaciones continuarán su tramitación hasta su finalización conforme a lo establecido en la ley mencionada en último término

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, 81 de la Ley N° 27.442 y los Decretos Nros. 89 de fecha 25 de enero de 2001, 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones, 350 de fecha 20 de abril de 2018 y el Artículo 5° del Decreto N° 480/18.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Autorizase la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de las firmas COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., e IDEAL S.A., del control exclusivo de la firma GENERAL MILLS ARGENTINA S.A., a las firmas GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, GENERAL HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V., y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESS, INC., todo ello de acuerdo a lo previsto por el inciso a) del Artículo 13 de la Ley Nº 25.156

ARTÍCULO 2°.- Considérase al Dictamen de fecha 26 de julio de 2018 correspondiente a la “CONC 1324” 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-2018-35863048-APN-CNDC#MP, forma parte integrante de la presente medida.

ARTÍCULO 3°.- Notifíquese a las firmas interesadas.

ARTÍCULO 4°.- Comuníquese y archívese.

Digitally signed by BRAUN Miguel
Date: 2018.08.10 18:12:22 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: 2018.08.10 18:12:31 -03'00'

República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
2018 - Año del Centenario de la Reforma Universitaria

Dictamen firma conjunta

Número: IF-2018-35863048-APN-CNDC#MP

CIUDAD DE BUENOS AIRES
Jueves 26 de Julio de 2018

Referencia: CONC. 1324 - Dictamen ART. 13 A.

SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el EX-2018-31028252-APN-DGD#MP (anteriormente Expediente Nº S01:0187091/2016) del Registro del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, caratulado: "COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A., IDEAL S.A., GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, HAAGEN-DAZS NEDERLAND B.V. y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESSESS/ NOTIFICACIÓN ART 8 DE LA LEY 25156 (Conc.1324)".

I. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN Y ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I.1. La operación

1. La operación que se notifica consiste en una transacción efectuada en la República Argentina, por medio de la cual COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A. (en adelante "FARGO") e IDEAL S.A. (en adelante "IDEAL"), y en conjunto ("LOS COMPRADORES") adquieren el control exclusivo de GENERAL MILLS ARGENTINA S.A. (en adelante "GENERAL MILLS ARGENTINA"), a GENERAL MILLS CANADA HLDING THREE CORPORATION, (en adelante "GENERAL MILLS CANADA"), HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V. (en adelante "HAAGEN DAZS") y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESSES, INC. (en adelante "GENERAL MILLS INTERNATIONAL") y en conjunto ("LOS VENDEDORES").

2. Luego del cierre de la operación, FARGO tendrá una participación del 95% de las acciones correspondientes a GENERAL MILLS ARGENTINA, en tanto que IDEAL será la titular del 5% restante.

3. Dicha transacción se instrumentó mediante una Carta Oferta de Compraventa de Acciones entre LOS COMPRADORES y LOS VENDEDORES, y fue aceptada por LOS COMPRADORES el 15 de abril de 2016.

4. Además de la Carta Oferta de Compraventa de Acciones suscripta por entre las partes, en dicha oportunidad, las mismas acordaron la celebración de un Contrato de Servicios Transitorios, que fue firmado el 2 de mayo de 2016, y con una duración de 6 (seis meses) desde la firma del referido contrato[1].

5. Cabe aclarar, que la aceptación de la oferta del acuerdo ocurrió el 15 de abril de 2016, y que la fecha de

cierre de la presente operación ocurrió el 2 de mayo de 2016, conforme se acredita con la documentación acompañada a fs. 73 A 78/200 del IF-2018-31620187-APN-DR#CNDC (anteriormente fs. 291/293).

6. Las partes notificaron la transacción el sexto día hábil posterior al 2 de mayo de 2016, dentro de las 2 (DOS) primeras horas.

I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES

I.2.1. Por la Parte compradora

7. FARGO es una empresa argentina, y su principal accionista es BAKERY IBERIAN INVESTMENTS SLU[2], con el 99,99% de las acciones. Se encuentra activa en la producción y/o elaboración de productos derivados de la industria de la alimentación, en particular panificación.

8. IDEAL, es una empresa debidamente constituida bajo las leyes de Chile, y se encuentra activa en el rubro alimenticio.

9. Cabe destacar, que tanto FARGO como IDEAL, pertenecen al GRUPO BIMBO SAB DE CV (en adelante "GRUPO BIMBO")[3].

10. En la República Argentina, las subsidiarias de GRUPO BIMBO, son las siguientes:

11. BIMBO DE ARGENTINA S.A. (en adelante "BIMBO ARGENTINA"), cuyos accionistas son BIMABEL DE ESPAÑA S.L., titular del 95% del capital social y BIMBO HOLANBDA B.V. titular del 5% restante. Su actividad consiste en la producción, industrialización, envasado, distribución y venta de productos panificados.

12. BIMAR ARGENTINA S.A., sus accionistas son TIA ROSA DE ESPAÑA S.L., titular del 95% del capital social y LEONEL CARRASCO TALAMANTES, titular del 5% restante. Su actividad es la celebración de contratos de alquiler en el marco de la Ley 25.248 (contrato de leasing).

13. PANIFICADORA ARGENTINA S.A., sus accionistas son FARGO con el 99,99% y accionistas no identificados con el 0,01%. La actividad de la misma es la producción y/o elaboración de productos derivados de la industria de la alimentación, en particular panificación.

14. CAPITAL FOODS S.A., sus accionistas son FARGO, con el 99,99% y PANIFICACIÓN ARGENTINA S.A.I.C. con el 0,01% restante. Su actividad es la producción y/o elaboración de productos derivados de la industria de la alimentación, en particular, panificación.

15. FRESH FOODS S.A., sus accionistas son FARGO con el 99,99% de las acciones y PANIFICACIÓN ARGENTINA S.A.I.C. con el 0,01% restante. Su actividad es la elaboración y venta de productos panificados y afines.

16. SACAAN S.A., sus accionistas son FARGO con el 99,98% de las acciones y PANIFICACIÓN ARGENTINA S.A.I.C. con el 0,02% restante. Se dedica a la producción y/o elaboración de productos derivados de la industria de la alimentación, en particular panificación.

17. ALIMENTOS VALENTE ARGENTINA S.A., sus accionistas son BIMBO HOLANDA B.V. con un 15% y BIMABEL DE ESPAÑA S.L., con el 85% restante. Su actividad es la elaboración de vainillas, madalenas, muffins, budines, bizcochuelos y pan dulces.

I.2.2. Por la Parte Vendedora

18. GENERAL MILLS CANADA, es una empresa holding, constituida en los Estados Unidos de Norteamérica, controlada, en un 100%, por GENERAL MILLS CANADA HOLDING ONE

CORPORATION.

19. GENERAL MILLS INTERNATIONAL, es una empresa debidamente constituida en los Estados Unidos de Norteamérica, controlada en un 100% por GENERAL MILLS INTERNATIONAL LIMITED (US). Es una empresa que, a nivel global, se dedica a la producción y venta de productos alimenticios varios.

20. HAAGEN DAZS, es una empresa debidamente constituida en los Países Bajos.

I.2.3. EL Negocio Transferido (Objeto de la Operación)

21. GENERAL MILLS ARGENTINA, es una empresa constituida de acuerdo a las leyes de la República Argentina, con presencia en el mercado de alimentos congelados. Su portfolio incluye una amplia variedad de productos en panadería, facturería y pastelería, (panificados congelados).

II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

22. En el presente caso, corresponder destacar que si bien el día 15 de mayo de 2018 fue publicada en el Boletín Oficial la nueva Ley de Defensa de la Competencia Nº 27.442, su Decreto Reglamentario Nº 480/2018-publicado el 24 de mayo de 2018 y con vigencia a partir del 25 de mayo de 2018[4], estableció en el artículo 81, que: "Los expedientes iniciados en los términos del Capítulo III de la Ley Nº 25.156 y sus modificaciones continuarán su tramitación hasta su finalización conforme lo establecido en dicha norma." Por ende, al análisis de la presente operación de concentración económica, le serán aplicables las disposiciones de la Ley Nº 25.156 y sus modificatorias.

23. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

24. 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.

25. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y el objeto de la operación, superan los DOSCIENTOS MILLONES de PESOS ($200.000.000.-) por encima del 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.

III. PROCEDIMIENTO

26. El día 10 de mayo de 2016, las partes, notificaron la operación conforme a lo establecido en el artículo 8º de la Ley de Defensa de la Competencia.

27. Luego de varias presentaciones efectuadas sin cumplir con lo dispuesto en la Resolución SDCyC N° 40/01, con fecha de 13 de julio de 2016, habiendo analizado la presentación a despacho, esta Comisión Nacional consideró que la información presentada se hallaba incompleta, procediéndose a realizar las respectivas observaciones, haciéndoles saber a las partes notificantes que hasta tanto no se diera cumplimiento a dicho requerimiento, suministrando en forma completa la información y/o documentación requerida, quedaba suspendido el plazo del Artículo 13 de la Ley Nº 25.156, a partir del primer día hábil posterior a la presentación efectuada con fecha 5 de julio de 2016, notificándose en el mismo día.

28. El día 10 de julio de 2017 compareció a prestar declaración testimonial el Director Comercial de la firma SAPORE DI PANE S.A.

29. El día 10 de octubre de 2017, compareció a prestar declaración testimonial el Director Comercial de la firma LAGOMARSINO S.A., quien, en fecha 18 de octubre de 2017, acompañó información que le fuera

requerida en ocasión de la audiencia testimonial.

30. El día 21 de noviembre de 2017, compareció a prestar declaración testimonial el Director de Panificados Congelados de la firma MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A.

31. El 14 de diciembre de 2017 y en virtud de las facultades emergentes del artículo 20 inciso f) y 1º inciso d) de la Resolución Nº 190-E/2016, esta Comisión Nacional efectuó un requerimiento de información a la FEDERACIÓN ARGENTINA DE LA INDUSTRIA DEL PAN Y AFINES (FAIPA), al Encargado o Responsable de Compras de los Centros Comerciales DE LAS ESTACIONES FULL DE YPF, y al Encargado o Responsable de Compras de ARCOS DORADOS ARGENTINA SOCIEDAD ANÓNIMA (MC. DONALDS), respondiendo los requerimientos efectuados las empresas OPERADORA DE ESTACIONES DE SERVICIOS (OPESSA) (YPF), en fecha 9 de enero de 2018, y ARCOS DORADOS ARGENTINA S.A., en fecha 11 de enero de 2018.

32. Finalmente, el día 11 de junio de 2018, luego de varias presentaciones parciales, las partes dieron respuesta a la presentación efectuada, comenzando a correr el plazo establecido en el artículo 13 de la Ley Nº 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

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

IV. 1. Naturaleza de la operación

33. De acuerdo a lo previamente expuesto, la presente operación consiste en la compra de acciones de GENERAL MILLS por parte de COMPAÑIA DE ALIMENTOS FARGO S.A. (“FARGO”) e IDEAL S.A. A continuación, se listan las empresas afectadas y su actividad económica en Argentina.

Tabla 1: Comparación de las actividades de las empresas afectadas (compradora y objeto) en Argentina

Grupo comprador	
COMPAÑIA DE ALIMENTOS FARGO S.A. [5]	Elaboración de productos alimenticios, entre ellos panificados envasados y congelados
BIMBO DE ARGENTINA S.A.	Producción, envasado, distribución y venta de productos panificados
BIMAR DE ARGENTINA S.A.	Celebra contratos de alquiler
PANIFICADORA ARGENTINA S.A	Elaboración de productos alimenticios (panificados)
CAPITAL FOODS S.A.	Elaboración de productos alimenticios (panificados)
FRESH FOODS S.A.	Elaboración de productos alimenticios (panificados)
SACAAN S.A.	Elaboración de productos alimenticios (panificados)
ALIMENTOS VALENTE ARGENTINA S.A.	Elaboración de vainillas, madalenas, muffins, budines, bizcochuelos y pan dulces.
Empresa objeto	
GENERAL MILLS	Elaboración y comercialización de panificados congelados

Fuente: CNDC en base a información aportada por las notificantes.

34. De la tabla precedente surge que GENERAL MILLS y FARGO son competidores directos en la elaboración y comercialización de panificados congelados, por lo que la operación presenta una relación de naturaleza horizontal.

IV. 2. Definición del Mercado Relevante

35. El portfolio de las empresas involucradas incluye una amplia variedad de productos congelados de panadería, como facturas y medialunas (crudos y pre fermentados), panes (pre cocidos, pre fermentado, etc.), pasteles y productos de pastelería[6].

36. En antecedentes previos[7] esta Comisión ha definido al pan como aquel producto obtenido por la cocción de una masa, fermentada o no, hecha con harina y agua potable, con o sin el agregado de levadura, sal u otras sustancias permitidas. Además, dentro de esta categoría consideró que los panificados envasados difieren de los artesanales tanto desde el punto de la oferta como de la demanda, y que por lo tanto conforman mercados relevantes separados.

37. Actualmente, el sector se encuentra liderado por el pan artesanal de panadería, que representa el 88% de las ventas, mientras que el resto está explicado por el segmento Industrial. Dentro de éste último, las ventas de pan envasado representan un 7%, mientras que los panificados congelados explican un 5%.

38. La categoría panificados congelados se ha desarrollado fuertemente en los últimos años, gracias a la mejora en las tecnologías de producción y refrigeración del pan. Esto permitió que los comercios dispongan de productos frescos "recién horneados" (también denominados Backed-off), adaptándose a las nuevas necesidades y gustos de los consumidores. Además, permite a restaurantes y hoteles contar a cualquier hora del día con un stock de productos listos para su consumo.

39. Estos productos son elaborados en base a masas fermentadas que en alguna etapa de su proceso productivo se congelan para ser comercializadas. Se incluyen en esta categoría a las facturas congeladas (medialunas, rejillas, vigilantes, entre otras), panes congelados (francés, flautitas, mini baguette, mignon), productos de pastelería congelados (cookies, muffins, etc.) y pasteles fritos congelados (donuts, pastelitos, etc.).

40. Los panificados congelados son ofrecidos a sus clientes con distintos grados de fermentación y cocción, permitiendo elegir con qué grado de avance estiman preferente demandar dicho producto de acuerdo a las necesidades y posibilidades que tengan en sus comercios. Las distintas presentaciones que frecuentemente se ofrecen por las empresas del sector son:

a) Producto crudo congelado: entre sus etapas de procesamiento no existe ninguna relacionada con la fermentación ni cocción, y como etapa final es sometido a temperaturas entre -12°C/-18°C para su congelamiento. El producto que llega al cliente no está listo para consumir, y por el contrario necesita de etapas de fermentación y cocción según corresponda.

b) Producto crudo fermentado congelado: este caso es similar al anterior, con la diferencia que se adiciona la etapa de fermentación antes del proceso de congelado.

c) Producto pre-cocido congelado: como paso clave son sometidos a temperaturas de cocción. La temperatura y el tiempo restante debe proporcionarla el cliente.

41. Todas estas presentaciones, si bien contemplan distintas etapas productivas en función del momento en el que se enfrían, desde el punto de vista de la demanda pueden ser considerados sustitutos.

42. Ahora bien, cabe analizar si los panificados congelados constituyen un mercado en sí mismo, o si el mismo debe ser considerado un segmento específico dentro de un mercado más amplio, como el de panificados industriales o artesanales. Para ello, primero se describirán las diferencias que tienen en común el pan congelado y el resto de los panes, para luego detallar las diferencias particulares con los envasados,

por un lado, y con los artesanales, por el otro.

43. En ese sentido, lo que caracteriza a los panificados congelados y los distingue del resto es que son entregados a sus clientes sin haber completado el proceso de cocción. Estos son considerados productos "semi elaborados, que siempre se terminan en un punto de venta, es decir, en un restaurant, hotel, supermercado, etc.".[8] En consecuencia, las características físicas y las condiciones a las que deben ser sometidos para ser finalmente consumidos difieren significativamente del resto de los panificados.

44. Además, la conservación de los panificados congelados se realiza entre los -12° C y -18°C, lo que hace que la vida útil sea mayor en comparación con los no congelados al lograr que las reacciones de deterioro se retarden entre 90 y 180 días.

45. En particular respecto de los panes envasados, si bien los congelados presentan algunas similitudes (el proceso de elaboración de ambos es esencialmente automatizado y los clientes intermedios en algunos casos son similares), también muestran características específicas que los diferencian del resto de los panificados industriales.

46. Desde el punto de vista de la oferta, los envasados utilizan algunos ingredientes específicos, como emulsionantes y enzimas, que tienen la finalidad de aportar mayor suavidad, soportar una mayor vida útil a temperatura ambiente, e impedir desarrollo de hongos.

47. Asimismo, la comercialización y distribución de los panificados congelados se realiza a través de camiones furgonados con equipos de refrigeración a temperatura de -15º C, mientras que la distribución de los panificados envasados sólo requiere de camiones furgonados a temperatura ambiente. La frecuencia de entrega de los productos congelados a sus clientes es terciada o semanal, mientras que en el caso de los panificados envasados es diaria.

48. Desde el punto de vista de la demanda, los panificados congelados una vez horneados suelen ofrecerse frescos para ser consumidos en el momento, dado que una de las cualidades más valoradas del pan recién horneado es la frescura. La vida útil del producto horneado es de cómo máximo 2 días, y son consumidos en las distintas comidas del día. En cambio, la posibilidad de almacenar por semanas el pan envasado hace que sus consumidores valoren la comodidad de no tener que abastecerse con tanta frecuencia, prefiriendo el consumo de este producto en los desayunos y meriendas.

49. En relación a los precios, los panes envasados son ofrecidos a los consumidores finales casi al doble de precio que los panificados congelados horneados[9].

50. Además, cabe mencionar que los consumidores que optan por pan envasado suelen reconocer distintas marcas, y diferenciar distintas calidades en base a sus preferencias, mientras que los congelados en general son comercializados a los clientes finales, previo descongelamiento y cocción, sin marcas comerciales y en la mayoría de los casos por peso.

51. En relación a los canales comerciales, los panificados envasados son demandados principalmente por supermercados, hipermercados, autoservicios y almacenes (canales que representan el 80% del total), mientras que los congelados, además de supermercados e hipermercados (20% de las ventas), son demandados principalmente por cafeterías, bares y restaurantes, estaciones de servicio, comercios de fast food y empresas de catering. Es relevante resaltar que, considerando específicamente la comercialización dentro del canal supermercados e hipermercados, la localización de los productos en los puntos de venta es distinta, dado que los congelados se ofrecen horneados en el sector panadería, y los envasados se ubican en las góndolas.

52. Por su parte, si se contrastan las características que presentan los panificados congelados frente a los artesanales, si bien desde la oferta la diferencia es indudablemente distinta[10], desde la demanda tal diferenciación no sería tan evidente dado que poseen momentos similares de consumo y características físicas semejantes. No obstante, tal similitud es evidente sólo una vez que los panificados congelados son

horneados. La venta de este tipo de productos supone necesariamente que los mismos serán transformados en el futuro mediante un proceso de cocción a través de "intermediarios" interesados en revenderlo. Es decir, para el consumo final de panificados congelados intervienen un mayor número de etapas y actores para su consumo final.

53. En consecuencia, los canales comerciales en los que se ofrecen ambos productos difieren sustancialmente toda vez que los artesanales son demandados directamente por consumidores finales habitualmente en panaderías, mientras que los congelados son consumidos por distintos actores que deben fermentar y/o cocinar el producto para su venta final.

54. En relación a los precios, los panificados congelados son comercializados (una vez horneados) a $65 por kg., mientras que los artesanales son ofrecidos en promedio a $50 por kg[11].

55. En conclusión, puede afirmarse que el segmento de panificados congelados cuenta con numerosas particularidades que lo diferencia de los envasados y los artesanales, lo que permite acotar el análisis a este conjunto de productos de forma independiente[12].

56. Dentro de ese segmento, FARGO comercializa casi exclusivamente panes, mientras que en el caso de GENERAL MILLS sólo un tercio de las ventas corresponde a pan, siendo mayoritario el peso de las ventas de medialunas congeladas.

57. Sin realizar una definición taxativa del mercado, a los fines del presente análisis, y en función de la información estadística disponible, serán analizados los efectos considerando la comercialización nacional de panificados congelados, incluyendo tanto a los panes como a las facturas.

IV.3. Efectos Económicos de la Operación

58. Considerando el volumen estimado de ventas de panificados congelados totales en el año 2015, ambas empresas involucradas presentan participaciones de mercado muy similares. Tras la operación, el grupo comprador detentará un 32,7% del mercado.

Tabla 2: Volumen comercializado y participaciones en el mercado de panificados

congelados (considerando panes y facturas), años 2013, 2014 y 2015.

Empresa	Ventas (en tn)			Participación (en %)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Fargo	10.573	12.156	10.753	15,4%	17,7%	16,5%
General Mills	12.997	12.301	10.504	19,0%	18,0%	16,2%
Total mercado	68.500	65.700	65.000	100,0%	95,9%	100,0%
General Mills + Fargo	23.570	24.457	21.257	34,4%	35,7%	32,7%

Fuente: Elaboración propia en base a información estimada por las partes.

Nota: Las mediciones fueron estimadas en base a información sectorial que manejan las partes, debido a la escasa información pública disponible. Dicha información está basada en la capacidad instalada que posee cada empresa, a partir de las maquinarias con las que cuentan y su correspondiente capacidad productiva.

59. Tal como se observa en la tabla 2, la empresa objeto mostró una caída en el volumen comercializado en los últimos años de casi 3 puntos porcentuales, situación que se acentuaría más en el 2016 debido a la pérdida de clientes importantes.

60. En la actualidad existen diversos competidores que ofrecen panificados congelados. Entre los principales pueden mencionarse a SAPORE DI PANE, especializada en la comercialización una gran variedad de panes con una estrategia "de nicho", CREMACHEL, integrada verticalmente a

LAGOMARSINO S.A., que además de comercializar pan, se destaca por contar con una amplia variedad de facturas congeladas y desarrollar permanente nuevas presentaciones, y MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A., activo en ambos segmentos con una presencia creciente, potenciada por la ventaja de estar activo en la comercialización de diversos productos de consumo masivo y tener acceso a canales tradicionales de comercialización.

61. Cabe resaltar que, sólo CREMACHEL (LAGOMARSINO S.A.) y MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A. se encuentren verticalmente integradas en la molienda de harina[13], mientras que ninguna de las partes está en esta situación.

62. Las empresas involucradas y sus competidoras coinciden en afirmar que, desde su ingreso, MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A., juega un rol fundamental en la dinámica del mercado. En efecto, MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A. entró en el mercado de panificados congelados en el año 2015, con una fuerte inversión destinada a la planta de Carlos Spegazzini que fue financiada con un crédito internacional[14]. En poco tiempo ganó una fuerte presencia en el mercado y garantizó la rápida expansión de la empresa.

63. En audiencia, el Director Comercial de SAPORE DI PANE S.A. declaró que "Molino Cañuelas, recién hace algo más de un año que empezó a producir. Está con una política terriblemente agresiva". En igual sentido, el director comercial de Cremachel, afirmó que "con la aparición de Cañuelas si ha aumentado la capacidad de producción, y ha sido muy importante esa inversión en relación al tamaño del mercado de congelados" (…) "se ha transformado en un mercado más competitivo desde todo punto de vista. Hemos perdido algunos clientes a manos de esa competencia".

64. MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A., al ser consultado sobre las acciones comerciales que realizaron al ingresar al mercado para posicionarse, declaró "salimos básicamente con precios y buen producto". Ante esto, "las empresas adaptaron su comportamiento, se pudo observar que se pusieron más agresivos con los precios también, como ser GENERAL MILLS y LAGOMARSINO, para el caso de facturería, y FARGO para el caso de los panes, con estas políticas dichas empresas lograron retener algunos clientes, como por ejemplo en el caso de los panes y facturas en CENCOSUD y en el caso de MC DONALDS, no. En todos los clientes donde ganamos mercados, de alguna manera estaban los principales competidores, como ser GENERAL MILLS, FARGO, BIMBO o LAGOMARSINO".

65. En efecto, su ingreso en el mercado se consolidó rápidamente mediante el establecimiento de relaciones comerciales con clientes líderes en distintos canales comerciales -como los de fast food (Mc Donalds) y estaciones de servicio (YPF)- cuyo proveedor principal era GENERAL MILLS. Esto explica la caída de las ventas de esta empresa evidenciada en la Tabla 2.

66. A su vez, si bien el mercado de panificados congelados está en proceso de crecimiento, actualmente tiene una capacidad instalada que excede a la demanda, por lo que existe una sobreoferta que no logra ser absorbida. En ese sentido el Director Comercial de SAPORE DI PANE S.A. afirmó que "a partir de la incorporación al mercado de Molino Cañuelas S.A.C.I.F.I.A. el mercado tiene una oferta mayor a lo que el mercado puede demandar en Argentina"[15], por lo que los incentivos a aumentar los precios en este contexto serían bajos. De acuerdo al testimonio de CREMACHEL, el exceso de oferta "impacta con ofertas agresivas de precios en clientes por conquistar, básicamente. Esto sucede en el mercado ahora, especialmente con los grandes clientes".

67. Por lo tanto, las audiencias confirman que MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A. es caracterizado como un competidor vigoroso y efectivo que en un período significativamente corto de tiempo logró insertarse en el mercado con estrategias comerciales agresivas, y cuya presencia demuestra ejercer una presión competitiva eficaz.

68. El reciente ingreso de MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A., además, da muestra de que el mercado es desafiable y que el mismo no cuenta con barreras a la entrada significativas.

69. Cabe mencionar que existen también otros participantes, tales como Mondo Frizzata, Almar, Pastelino

Cordoba, Hornet Rosario y Pan Fresh que, si bien individualmente aportan poco volumen al mercado, en conjunto ejercen una presión competitiva sustancial.

70. Por último, debe tenerse en cuenta que el mercado de panificados congelados es incipiente y se encuentra aún en expansión con una capacidad potencial de crecimiento muy alta, la cual podría incluso ser incentivada por las propias panaderías que, al abandonar el proceso productivo artesanal, comiencen a demandar este tipo de producto para comercializarlo en sus puntos de venta.

71. Por todo lo expuesto, considerando la estructura del mercado y su dinámica y el reciente ingreso de un competidor vigoroso y efectivo, esta CNDC entiende que la presente operación no despierta preocupación desde el punto de vista de la competencia.

IV.4.-Cláusulas de Restricciones Accesorias

72. Las cláusulas con restricciones accesorias deben considerarse en el marco de la evaluación integral de los efectos que la operación notificada tendría sobre la competencia, tal como ha sido explícitamente recogido como fundamento de la decisión revocatoria de la Resolución SC N° 63/2012 realizada por la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal-Sala 1 en la Causa 25.240/15/CA.

73. Habiendo analizado la información y documentación aportada por las partes, esta Comisión Nacional advierte la presencia de cláusulas referidas a "Obligaciones de no competir y de no Captación", como así también de "Confidencialidad", todo ello en la Propuesta de Venta de Acciones de fecha 15 de abril de 2016, las cuales se describirán a continuación.

Cláusulas de no competencia y no captación

74. Así la cláusula 6- Compromisos, (d) cada una de LAS VENDEDORAS acuerdan que durante un período de dos (2) años, desde la fecha de cierre hasta el cumplimiento de dicho término, se abstendrá y procurará que sus Afiliadas se abstengan de, en forma directa e indirecta a través de cualquier persona o arreglo contractual involucrarse en cualquier negocio en cualquier parte del Territorio que compita con los productos de la Sociedad, o desarrolle funciones de gestión, ejecutivas o de supervisión, desviar negocios de cualquier cliente de la sociedad, referir negocios de cualquier cliente de la Sociedad a cualquier Persona, o inducir a cualquier Cliente de la Sociedad a extinguir, cancelar, discontinuar o reducir el negocio con la Sociedad.

75. Asimismo, en la Cláusula 9- No Captación, las partes han acordado, que LA VENDEDORA y sus Afiliadas se comprometen a no contratar o captar empleados de la Sociedad o a incentivar a que alguno de esos empleados deje su empleo durante un período de dos (2) años con posterioridad al cierre.

76. Analizadas las cláusulas de no competencia y no captación, no se advierte que las mismas tengan virtualidad para desvirtuar o restringir la competencia en ninguno de los mercados analizados, en los términos del Artículo 7 de la Ley Nº 25.156, por cuanto su objeto, duración y sujetos a quien está dirigidas están dentro de los parámetros aceptados para este tipo de restricciones.

Cláusulas de confidencialidad

77. Por otra parte, en la cláusula 22 de la referida Propuesta de Venta de Acciones de fecha 15 de abril de 2016, se advierte una cláusula de "confidencialidad" (cláusula 22) en los siguientes términos: las partes mantendrán la operación en estricta confidencialidad, así como toda información recibida u obtenida sobre la Parte en relación con la negociación y la implementación de la presente Propuesta, asimismo, (b) cada Parte se compromete, a partir del Cierre y con posterioridad al Cierre, a tratar toda información de titularidad exclusiva u otra información de carácter no público que se encuentre en su posesión, en relación con la otra Parte y sus Afiliadas, el Negocio y la Sociedad con carácter confidencial; asimismo, cada parte se compromete a no divulgar dicha información en la medida de lo posible, a los efectos de cumplir con alguna Ley, Orden o algún requerimiento de Autoridades Gubernamentales, a cuyos términos remitimos en

honor a la brevedad.

78. Por último, en Contrato de Servicios Transicionales, de fecha 2 de mayo de 2016, en la cláusula Sexta se previó que el Acuerdo de Confidencialidad relacionada con el referido contrato, cuyo plazo de duración fue acordado por las partes en seis (6) meses), conforme surge de fs. 61/89 del IF-2018-31622900-APN-DR#CNDC (anteriormente fs. 530 vta).

79. Vistas estas cláusulas, se concluye que las mismas resultan ser típicas de protección de los términos propios del acuerdo y de la información obtenida como consecuencia de ella. Recae sobre información comercial y técnica que el comprador ha procurado que el vendedor no divulgue a terceros, en el marco de las negociaciones del acuerdo.

V. CONCLUSIONES

80. De acuerdo a lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que la operación de concentración económica notificada no infringe el Artículo 7º de la Ley Nº 25.156, al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia de modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

81. Por ello, esta COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO: autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de COMPAÑÍA DE ALIMENTOS FARGO S.A. e IDEAL S.A. del control exclusivo de GENERAL MILLS ARGENTINA S.A. a GENERAL MILLS CANADA HOLDING THREE CORPORATION, HAAGEN DAZS NEDERLAND B.V. y GENERAL MILLS INTERNATIONAL BUSINESSES, INC., todo ello en virtud de lo establecido en el Artículo 13 inciso a) de la Ley N° 25.156.

82. 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.

Se deja constancia que el Dr. Pablo Trevisan no suscribe el presente por encontrarse en uso de licencia.

[1] El referido contrato fue suscripto por entre BIMBO FROZEN ARGENTINA S.A. y LA SALTEÑA S.A., por el cual LA SALTEÑA S.A.se comprometía a brindar a BIMBO FROZEN ARGENTINA S.A., ciertos servicios necesarios para la correcta conducción del negocio transferido y objeto de la transacción. El referido contrato fue ejecutado y no ha tenido prórroga alguna, tal como surge de lo acompañado por las partes en su presentación de fecha 19 de abril de 2018.

[2] Las partes informan, que BAKERY IBERIAN INVESTMENTS SLU, ha absorbido a BIMABEL DE ESPAÑA, SANALP 2005 SL, TIA ROSA DE ESPAÑA SL, y que dicho trámite se realizó ante el Registro Público de Sociedades de Córdoba, de acuerdo a la publicación del edicto de fecha 19 de septiembre de 2017.

[3] De conformidad con lo manifestado por las partes en su presentación de fecha 11 de junio de 2018, GRUPO BIMBO, es una empresa que cotiza en la bolsa de valores de México, y que no tiene ningún accionista con una participación mayor al 5%.

[4] Cfe. artículo 8 del Decreto Nº 480/2018.

[5] Cabe aclarar que el GRUPO BIMBO adquirió el control sobre FARGO, transacción fue notificada a esta Comisión el 23 de julio de 2003 (Expte.: S01: 0131738/2004 – Conc. 418). La aprobación de dicha transacción ha sido subordinada (Res. N° 131/2004), y estuvo en etapa de control hasta diciembre de 2017, cuando se dieron por cumplidos todos los condicionamientos impuestos (Res. N° 931/2017).

[6] Además, el grupo comprador comercializa pan industrial envasado, bollería (pan para hamburguesa, pan blanco, para pancho) y pan de molde (blanco, especial, integral, salvado) así como también productos horneados (bizcochuelos, pionono, budines, muffins, galletas, madalenas, tostadas, pan dulce, vainillas, entre otros)

[7] Expte.: S01: 0131738/2004, Conc. 418, Res. N° 131/200

[8] Afirmación realizada por el Director Comercial de SAPORE DI PANE S.A. en Audiencia de 10 de Julio de 2017.

[9] A marzo de 2017, el precio por kg de los panes congelados fue aproximadamente $65, mientras que en el caso de los envasados (exclusivamente de marca FARGO) el precio era de $119,5 el kg (Fuente: información aportada por las partes en base a Nielsen).

[10] En efecto, el artesanal es elaborado en panaderías con un proceso tradicional no automatizado, bajos niveles de tecnificación e intensivos en mano de obra, mientras que el congelado se fabrica en plantas industriales con líneas de producción automatizadas o semi automatizadas, con una tecnología intensiva en capital.

[11] Información provista por las partes basada en fuentes públicas (publicada en portales digitales y datos internos de las empresas involucradas.

[12] Esto es coherente con lo concluido por la Comisión Europea, que distinguió a los panes frescos, industrial, pre-envasados, de los productos listos para hornear o recién horneados (masas, pasteles, productos de repostería y productos semiacabados no horneados y parcialmente horneados) (Case No COMP/M.5286).

[13] Actualmente MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A. está tramitando ante esta CNDC la adquisición del negocio de molienda de trigo de CARGILL (Conc. 1358). En caso de aprobarse dicha operación, Cremachel y MOLINO CAÑUELAS S.A.C.I.F.I.A. concentrarían más del 30% del mercado de molienda de trigo (medido en tn de trigo efectivamente procesado).

[14] Información pública disponible en http://www.ambito.com/835987-molino-canuelas-logro-financiamiento-del-bm-por-us-80-mil lones

[15] Las partes estiman que, tras la pérdida de clientes entre 2015 y 2016, la empresa objeto tiene una capacidad ociosa de 40% aproximadamente.

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: 2018.07.26 16:57:31 -03'00'

Roberta Marina Bidart
Vocal
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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: 2018.07.26 19:43:58 -03'00'

Eduardo Stordeur
Vocal
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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: 2018.07.26 19:51:25 -03'00'

María Fernanda Viecens
Vocal
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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: 2018.07.26 19:52:28 -03'00'

Esteban Greco
Presidente
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

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: 2018.07.26 19:52:29 -03'00'