

Advierten que no será fácil aprobar la fusión de Quilmes e Isenbeck

CONCENTRACIÓN. La nueva compañía pasaría a controlar el 78% del mercado cervecero local; antecedentes de desinversión

Alfredo Sainz
LA NACION

La megafusión a nivel mundial entre las cerveceras AB InBev (dueña de Quilmes) y SAB Miller (dueña de la marca Isenbeck) no será tan fácil de aprobar en el mercado argentino. Tomando en cuenta los últimos antecedentes de grandes compras de empresas, los especialistas en defensa de la competencia advierten que la operación tendrá que salvar varios obstáculos para lograr la aprobación de la Secretaría de Comercio.

Anteayer, el grupo de capitales ingleses y sudafricanos SAB Miller aceptó la oferta que le hizo su rival AB InBev (controlada por socios norteamericanos, belgas y brasileños) para fusionar sus operaciones en una compra valuada en US\$ 104.000 millones. La transacción tendrá un impacto directo en el negocio cervecero local, ya que el grupo comprador tiene un fuerte liderazgo en el mercado argentino—con una participación cercana al 75%—, pero la empresa vendedora (conocida en la jerga de las fusiones y adquisiciones como

el “target”) también está presente. Si bien su participación con Isenbeck es relativamente pequeña—ronda el 3% del mercado—, un dato a tener en cuenta es que en esta plaza sólo existen tres jugadores, y de aprobarse la fusión el negocio quedaría en dos manos: AB InBev—que controla Quilmes, Brahma, Stella Artois y ahora sumaría a Isenbeck, Warsteiner y Miller—y CCU, que es la dueña de Heineken, Schneidery Amstel, y además tiene la licencia local de Budweiser.

“Lo más probable es que la operación traiga ruido, y en este sentido va a ser clave lo que haga CCU”, advirtió Diego García Sáenz, socio del estudio Llerena & Asociados, que hoy no asesora a ninguna de las empresas que participan de la operación, pero en 2002 defendía los intereses de Isenbeck, que tuvo un papel muy activo en los tribunales (y en los medios) oponiéndose a la compra de Quilmes por parte de la brasileña Brahma.

“En principio podría pensarse que no habría muchos cambios entre tener 75 y 78% del mercado, pero acá los trámites de aprobación de estas operaciones son siempre engorrosos”, explicó Alberto Tujman, socio

del estudio Tujman & Asociados. “Todo indica que la operación no va a ser de fácil resolución y no sería extraño que terminara teniendo un componente político, en el que una eventual aprobación esté ligada a otras negociaciones, como los acuerdos de precios o planes de inversión”, explicó un abogado especializado en fusiones y adquisiciones.















En el estudio Beccar Varela, por su parte, advierten que la eventual aprobación de la operación demandará su tiempo. “Lo previsible es que la operación sea tomada por el gobierno que asuma en diciembre”, explicó Agustín Waisman, director del departamento de defensa de la competencia del estudio.

El carácter más político que técnico que adquieren este tipo de autorizaciones también se desprende de los antecedentes que existen en el mercado local. Cuando se aprobó la polémica compra de Cablevisión por parte de Multicanal sólo se obligó a las empresas a “garantizar la libre disponibilidad de señales de TV para los operadores de cable que lo soliciten”.

En cambio, en otros casos las autoridades se mostraron más duras,

Fusiones en la mira

Principales operaciones aprobadas por Defensa de la Competencia

Fecha de fusión	Empresas fusionadas	Condicionamientos
2000 Agosto	Carrefour - Norte  	No realizar aperturas durante un año
2002 Julio	Bimbo - Fargo  	Vender una planta y la marca Lactal
2003 Enero	Unifón - Movicom  	Reducir nivel de concentración radioeléctrica
2005 Octubre	Pernod - Allied Domecq  	No crear marcas y vender Old Smuggler
2006 Agosto	Arcor - La Campagnola  	Restringir publicidad y no crear marcas nuevas
2008 Diciembre	Cablevisión - Multicanal  	Garantizar la libre disponibilidad de señales
2010 Diciembre	Quilmes - Brahma  	Vender una planta y las marcas Bieckert, Palermo y Andes

Fuente: Beccar Varela / LA NACION

como cuando a Brahma la obligaron a desprenderse de su planta de Luján y de las marcas Bieckert, Palermo y Andes para adquirir Quilmes, o a Bimbo, que para quedarse con Fargo tuvo que vender una fábrica y la marca Lactal. Más radical aún fue el veredicto ante la propuesta que hizo Aeropuertos Argentina 2000 para comprar la aerolínea LAPA. En este caso, Defensa de la Competencia directamente falló que para aprobar la venta AA2000 debía desprenderse de los activos de LAPA, lo que terminó abortando la operación.

Plazos

Los abogados consultados por LA NACION destacaron que la aprobación de compras de empresas en la Argentina demora en promedio dos años cuando se trata de operaciones simples y que no despiertan grandes oposiciones, mientras que las fusiones más complejas pueden superar los cinco o seis años. “Los tiempos locales son directamente desastrosos, y cuando se trata de fusiones multijurisdiccionales, que involucran a varios países, no es extraño que la resolución en la Argentina sea la que salga última”, señalaron en un estudio de abogados especializado.

El otro tema a tener en cuenta en el caso de Quilmes e Isenbeck es cómo puede tallar el hecho de que AB InBev (dueña de Quilmes) también controla a nivel mundial la marca Budweiser, cuya licencia para el mercado local hasta 2025 está en manos de CCU. Budweiser no es un jugador menor en el negocio cervecero argentino y por sí sola controla 5% de las ventas totales del mercado. ●

● Además El pacto AB InBev-SAB, malo para Coca-Cola

The Wall Street Journal América, Página 20