

## **INFORMA**

### **HONORABLE TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**ENRIQUE VERGARA VIAL**, Fiscal Nacional Económico (S), en representación de la Fiscalía Nacional Económica, en los autos sobre consulta de NESTLE Chile S.A. sobre alianza estratégica con SOPROLE S.A., Rol NC 138-06, al Honorable Tribunal con respeto digo:

Conforme lo resuelto a fojas 113, informo acerca de la operación de concentración consultada en autos, la que, a juicio de esta Fiscalía, impediría y restringiría la competencia, por las siguientes razones:

#### **I. CUESTIONES PREVIAS.**

##### **I.1. El Carácter Unilateral de la Consulta.**

En opinión de esta Fiscalía, constituye operación de concentración la adquisición o establecimiento, directa o indirectamente, por una o más personas, sea por compra, arrendamiento, participación en activos, asociación u otras figuras análogas, o por la combinación de cualquiera de las anteriores, del control total o significativo en todo o parte de los negocios de un competidor, proveedor o comprador, o por la creación de sociedades de propiedad común.

En tal sentido, la operación consultada no puede sino calificarse de operación de concentración, cuyos efectos previsibles en un análisis preliminar, ameritan desde luego su consulta al H. Tribunal.

No obstante, esta Fiscalía estima pertinente hacer presente a ese H. Tribunal su preocupación por el carácter unilateral de la consulta: En autos sólo ha consultado NESTLE Chile S.A. (“NESTLE”) y no SOPROLE S.A. (“SOPROLE”), señalando la primera que la segunda no ha tenido ningún conocimiento de la propuesta antes de su comunicación al H. Tribunal.

La preocupación de la Fiscalía dice relación con la posibilidad de que una manifestación unilateral de voluntad respecto de una operación de concentración, cuyo perfeccionamiento requerirá el consentimiento de un tercero, que incluso en el caso no conocería la propuesta, pueda tener la virtud de poner en marcha el aparato jurisdiccional, aún en su faz voluntaria o “no contenciosa”.

Este asunto podría tener implicancias legales de relieve, como lo relativo al alcance subjetivo del fallo que se dicte, pero desde luego tiene también implicancias prácticas, pues no parece existir un grado de certeza suficiente acerca de la probabilidad de perfeccionamiento de la operación consultada, ni acerca de las condiciones específicas con que pretende llevarse a cabo, lo cual condiciona el análisis y la decisión respecto de su aprobación o rechazo.

De hecho, la información proporcionada por el consultante al H. Tribunal y la que fue posible recabar a esta Fiscalía en el plazo otorgado para informar, es de carácter general, y hasta vaga e imprecisa, todo lo cual obliga a razonar sobre la base de supuestos.

## **I.2. La Operación Consultada. Generalidades.**

NESTLE pretende ofrecer a SOPROLE la integración en ciertos mercados, mediante la creación, con participaciones similares, de una nueva empresa destinada a la producción, comercialización y venta de leche líquida, yogures, postres refrigerados y no refrigerados y jugos. La alianza permitiría reducir a una las funciones y operaciones hoy duales tanto en determinadas áreas de negocios como en la totalidad de la cadena productiva.

Sin embargo, es pública y notoria la alianza a nivel internacional entre NESTLE SUIZA y FONTERRA, controladores de las involucradas en la consulta. Y aún más, la misma consultante ha señalado que, si los beneficios de la operación permiten ampliar su alcance (en especial en la adquisición del insumo básico para los productos involucrados en la operación, como es la leche fluida), lo intentarán. Esto significaría que la nueva sociedad centralizaría las compras de leche fresca para ella y sus matrices (NESTLÉ y SOPROLE), situación que ex-ante incrementa el poder de mercado ya existente respecto de los productores de leche, que enfrentan el mercado atomizados y con una oferta inelástica.

Lo anterior debe tenerse en cuenta al evaluar la operación, que en principio afectaría el mercado de la leche fluida en tanto insumo, mercado en el cual se relacionan los productores de leche con las empresas lácteas; así como los mercados de productos finales, en los cuales estas empresas (elaboradoras de leche fluida, yogures, postres y jugos) se relacionan con los consumidores finales, principalmente a través de cadenas de supermercados u otros locales de venta minorista.

Los mercados relacionados con la leche en Chile están altamente concentrados. El mercado de leche fluida, insumo para la elaboración de los productos lácteos, es oligopsónico, y los mercados de productos elaborados son en general oligopólicos.

Las cuatro principales empresas compradoras de leche fluida son SOPROLE, NESTLE, COLUN y LONCOLECHE, que compran cerca del 75% del total producido en el país. Por otro lado, las cuatro principales empresas de leche líquida para consumo final son SOPROLE, LONCOLECHE, COLUN y SURLAT (esta última contabiliza en su producción la leche fluida que elabora para NESTLE), que elaboran un 93,6% del total nacional. En la elaboración de yogur, los cuatro actores principales son SOPROLE, NESTLE, VIALAT y COLUN, que concentran un 92,3% de la producción<sup>1</sup>.

De la información recabada se deduce que, con la operación en consulta, la nueva empresa alcanzaría una participación de mercado nacional de aproximadamente 70% en yogur y 50% en la elaboración de leche líquida, lo que es de suyo preocupante. A ello debe añadirse que, conforme lo señalado por los propios involucrados, esta operación genere una plataforma de acuerdos o actuaciones conjuntas de los controladores.

## **II. MERCADOS AFECTADOS.**

Los mercados relevantes de la operación son la leche como insumo, la leche como producto de consumo final y los demás mercados de productos elaborados en los que participan las empresas involucradas. Los efectos directos de la creación de la nueva empresa se observarían en los mercados de insumo y productos en los que ésta participaría; sin embargo los efectos probables de la

---

<sup>1</sup> Datos de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA.

operación alcanzan a todos los mercados de productos en los que participan las empresas controladoras.

Considerando la escasa información disponible para los mercados de postres y jugos, el presente informe se centrará en las líneas de productos terminados leches líquidas y yogures.

El mercado relevante geográficamente hablando es el territorio nacional, sin perjuicio de que hay áreas menores en las cuales es posible que un hipotético monopolista pueda imponer y mantener un cambio favorable y significativo en precio del insumo o del bien final. Esto merece un análisis mayor:

### **II.1. Mercado Geográfico del Insumo.**

En las distintas regiones del país se observan poderes compradores de relieve, pero no son siempre las mismas empresas<sup>2</sup>.

En particular, en las regiones octava y décima NESTLE y SOPROLE cuentan con plantas receptoras de leche fluida, de modo que la nueva empresa representaría un aumento considerable del poder de compra al sumar las actuales participaciones de sus controladoras en dichas regiones.

Lo anterior no es óbice a la coordinación de NESTLE y SOPROLE en todo el mercado nacional, tanto por la manifestación de intenciones en tal sentido -de la que ya se ha dado cuenta- como porque los equilibrios regionales en los que una es el agente dominante, están actualmente determinados por la amenaza de entrada potencial de la otra.

### **II.2. Mercado Geográfico del Producto Final.**

Como se ha señalado, el presente informe considera solamente dos líneas de productos terminados, la leche fluida líquida procesada y el yogur, las que serán abordadas desde la perspectiva geográfica nacional.

La leche fluida es un bien perecible, aún cuando el desarrollo tecnológico la ha convertido en “de larga vida” (un año aproximadamente). Por esto, las empresas productoras deben disponer de una logística especializada (cadena de frío en la producción y en el transporte), que implica costos de bodegaje y transporte desde las zonas más apartadas a los centros de consumo. Esto puede limitar la

---

<sup>2</sup> Sobre el particular, hay abundante información en la causa Rol N° C 01-2004 TDLC

incipiente competencia externa acaecida en los últimos años, principalmente desde Argentina y Uruguay hacia algunas cadenas de supermercados.

El yogur, de características similares es, no obstante, más perecible que la leche fluida, lo que impone costos de entrada adicionales a las importaciones, aunque de todos modos existe cierta competencia externa.

### **II.3. Mercado del Producto.**

#### **II.3.1. Mercado del Insumo.**

El insumo leche cruda es esencial para la elaboración de leche fluida, leche en polvo, yogures, quesos, quesillos, leche condensada y otros. La leche en polvo puede sustituirla sólo en un limitado número de productos.

La leche cruda, altamente perecible, proviene de productores nacionales que representan una oferta bastante atomizada y que enfrentan un poder de compra concentrado en un grupo de trece empresas. En general, la relación entre productores y empresas procesadoras está determinada por la cercanía entre los lugares de producción de leche cruda y las plantas receptoras.

#### **II.3.2. Mercado del Producto Final.**

Como se ha expresado, dada la insuficiente información disponible, el mercado del producto final abarca los de la leche fluida y el del yogur, bienes perecibles, pero con características propias.

La leche fluida se presenta en diferentes formatos (tetra pack, bolsa y botellas), además de diferentes sabores y contenido de materia grasa. El uso final de este producto es el consumo directo y como parte de otros alimentos. La leche fluida como bien final de consumo no tiene sustitutos aunque, ante un incremento importante en sus precios, los consumidores podrían reemplazarla por leche en polvo, asumiendo, eso sí, costos de cambio, amén de que es casi imposible sustituir totalmente las variedades de leche líquida a disposición de los consumidores.

El yogur también es presentado en diferentes envases (plásticos, botellas, bolsas, entre otros), en diversos sabores y tipos (batido, con frutas, americano, etc.). El yogur envasado tiene un sustituto natural, pero no cercano, puesto que su elaboración por parte de un consumidor requiere tiempo y materiales específicos.<sup>3</sup>

### **III. ENTRADA AL MERCADO.**

Para esta Fiscalía, la factibilidad de una entrada oportuna de un potencial competidor debe no solamente ser viable y sostenida, sino también en escala y alcance suficientes.

En el año 2000, el total de plantas receptoras y elaboradoras de lácteos que estaba en operación era de 28, distribuidas en 4 regiones del país<sup>4</sup>, con diferentes tamaños de escala y productos distintos; de estas, en la actualidad, operan sólo 24, sin que se hayan desmantelado las restantes, por lo que existe capacidad instalada ociosa (un buen ejemplo lo constituye una de las plantas que posee VIALAT en la Novena Región). Es dable esperar entonces que, frente al eventual ingreso de un nuevo actor al mercado, las plantas disponibles sean habilitadas y puestas en operación, lo que bloquea o desincentiva dicho ingreso.

A ello debe sumarse que el entrante debe contar, como se ha dicho, con una cierta logística (transporte, cadena de frío, entre otros), de modo que existe un alto costo que se suma a la anterior barrera.

Por otro lado, la elaboración de ciertos productos, como el yogur, se centra en la Región Metropolitana, lo que indica la importancia de producir en lugares cercanos a los grandes centros de consumo, lugares que pueden no ser muy accesibles, por razones de costo.

Además, la leche es insumo de una amplia gama de productos, lo que conlleva economías de alcance o de ámbito para la industria, esto es, el costo total de producir conjuntamente dos o más bienes es menor que el de producirlos en forma separada. Ello obligaría a un entrante a ingresar al mercado con una escala significativa de producción, para rentabilizar su proyecto.

---

<sup>3</sup> No sido posible –dentro del plazo concedido para informar- realizar test o análisis de sustituibilidad.

<sup>4</sup> De acuerdo a información de ODEPA, en la Región Metropolitana hay cuatro plantas elaboradoras de lácteos; en la Octava Región operan 3 plantas, en la Novena Región, 6 plantas y la Décima Región, 15.

Finalmente, la evolución de los hábitos alimenticios obliga a los fabricantes de lácteos a ofrecer una amplia variedad de productos, lo que implica un proceso de investigación y desarrollo que sólo algunas empresas pueden afrontar.

Lo expuesto determina que la entrada de nuevos agentes sea difícil, limitándose en los hechos a alguna multinacional con fortaleza financiera, como es el caso de DANONE, que por lo demás ha ingresado sólo al mercado del yogur y con productos importados desde Argentina, representando actualmente un 1,5% de este mercado.

#### IV. CONCENTRACION.

##### IV.1. Recepción de leche fluida

Durante los últimos seis años el mercado nacional viene experimentado un activo crecimiento en términos de recepción de leche. Ésta, que se concentra en cuatro regiones, ha pasado de 1.447 millones de litros en el año 2000 a 1.750 millones en el año 2005, lo que equivale a un crecimiento de 21% para el período. Las regiones Novena y Décima han mostrado una tasa de crecimiento cercana al 30% en la recepción, situación que dista del estancamiento de la Octava Región, y de la contracción de 12% en la Región Metropolitana.

<b>CUADRO N° 1</b>							
<b>RECEPCIÓN DE LECHE FLUIDA, POR REGION</b>							
<b>(millones de litros)</b>							
<b>REGION</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>Var 05/00</b>
METROPOLITANA	176	180	171	155	156	155	-12,0%
OCTAVA	134	149	140	118	124	134	1,4%
NOVENA	186	231	229	245	229	240	29,0%
DECIMA	951	1.076	1.065	1.044	1.168	1.220	28,3%
<b>TOTAL</b>	<b>1.447</b>	<b>1.636</b>	<b>1.605</b>	<b>1.563</b>	<b>1.676</b>	<b>1.751</b>	<b>21,0%</b>
<b>VARIACION ANUAL</b>		<b>13,10%</b>	<b>-1,90%</b>	<b>-2,60%</b>	<b>7,20%</b>	<b>4,40%</b>	

Fuente: ODEPA

Cabe resaltar la importancia relativa de la Décima Región, ya que en ella se registra cerca del 70% del total nacional recibido por las plantas procesadoras de leche.

En el año 2000 había en Chile 16 empresas receptoras de leche, con plantas en cuatro regiones; sólo 13 de aquéllas estaban en operación en 2005.

<b>CUADRO N° 2</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO EN LA RECEPCION LECHE FLUIDA (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SOPROLE	26,5	24,4	24,2	22,6	22,5	23,9
NESTLE CHILE S.A.	23,2	21,2	21,1	19,3	19,9	19,6
COLUN	15,6	16,0	16,7	18,0	18,5	19,2
LONCOLECHE	15,0	14,8	14,4	13,5	14,1	12,2
CUMELÉN. Mulpulmo	3,6	3,8	4,1	4,7	5,5	5,7
VIALAT S.A.	7,1	7,8	7,5	7,7	4,2	5,5
SURLAT S.A.	0,0	3,4	3,5	4,5	5,3	5,2
QUILLAYES – PETEROA	2,1	2,2	2,2	2,2	2,1	2,2
LACTEOS FRUTILLAR	2,6	2,5	2,0	2,1	1,9	1,7
AGROLACTEOS CUINCO LTDA.	0,5	0,8	1,0	1,4	1,4	1,6
CHILOLAC	1,9	1,9	1,8	2,1	2,3	1,5
LACTEOS PTO. VARAS	0,7	0,5	0,6	1,1	1,8	1,2
VITALAC S.A.	0,9	0,8	0,8	0,8	0,6	0,5
LB IND. ALIMENTOS S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CAMPO LINDO	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>1789</b>	<b>1624</b>	<b>1615</b>	<b>1507</b>	<b>1537</b>	<b>1580</b>
<b>C4</b>	<b>80,3%</b>	<b>76,5%</b>	<b>76,3%</b>	<b>73,3%</b>	<b>75,0%</b>	<b>75,0%</b>

**Fuente: ODEPA**

De acuerdo a las participaciones de mercado indicadas en el Cuadro N° 2, hay cuatro empresas (SOPROLE, NESTLE, COLUN y LONCOLECHE) que reciben el 75% de la leche fluida nacional, cifra algo menor que la recepción en el año 2000, cuando las mismas cuatro empresas concentraban el 80% de la recepción de leche; dicha disminución se debe al fuerte crecimiento de SURLAT<sup>5</sup> (que en estos momentos concentra un 5,2% del mercado) y de Mulpulmo (5,7% del mercado). El índice de concentración de Herfindahl en el año 2005 alcanza a 1.579 unidades, cifra inferior a la del 2000 en que ascendía a 1.788, con lo cual estas cifras indican que podría estar en curso un proceso de desconcentración, el que se verá afectado por la operación consultada.

La recepción de leche se lleva a cabo en las regiones Metropolitana, Octava, Novena y Décima. En la Región Metropolitana las empresas receptoras demandan el 9% de la leche fluida nacional; NESTLE recibe cantidades menores del insumo en esta región, aunque gran parte de sus procesos productivos se concentran en ella. Tal como se observa en el cuadro N° 3, SOPROLE es la principal empresa receptora de la región, muy por encima de las otras tres.

<sup>5</sup> SURLAT es una empresa formada de la asociación entre productores lechero e IPARLAT S.A. (empresa de capitales españoles), que en conjunto compraron en 2001 la planta de NESTLE en la Novena Región.



<b>CUADRO N° 3</b>						
<b>RECEPCION LECHE FLUIDA REGION METROPOLITANA (millones de litros)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SOPROLE	144	145	137	122	127	124
QUILLAYES – PETEROA	19	21	20	21	18	22
VITALAC S.A.	13	13	13	12	10	9
NESTLE CHILE S.A.	3	5	8	4	5	3
<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>185</b>	<b>179</b>	<b>159</b>	<b>161</b>	<b>158</b>

Fuente: ODEPA y NESTLE

SOPROLE concentra el 78% de la recepción de leche en la Región Metropolitana, lo que refleja una concentración muy por encima de lo observado a nivel nacional.

<b>CUADRO N° 4</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO RECEPCION LECHE FLUIDA REGION METROPOLITANA (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SOPROLE	80,2	78,7	76,8	76,6	79,3	78,2
QUILLAYES – PETEROA	10,6	11,6	11,3	13,3	11,3	14,0
VITALAC S.A.	7,5	7,1	7,5	7,4	6,5	5,6
NESTLE CHILE S.A.	1,8	2,6	4,4	2,7	2,9	2,2
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>6600</b>	<b>6381</b>	<b>6102</b>	<b>6100</b>	<b>6465</b>	<b>6352</b>

FUENTE: ODEPA y NESTLE

La situación de la Octava Región no difiere demasiado de lo que ocurre en la Región Metropolitana: allí se recibe el 8% de la leche a nivel nacional, a través de tres empresas establecidas en la región, dos de las cuales (NESTLE y SOPROLE) son los principales actores en ella.

<b>CUADRO N° 5</b>						
<b>RECEPCION LECHE FLUIDA VIII REGION (millones de litros)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
NESTLE CHILE S.A.	60	65	62	52	59	55
SOPROLE	51	51	51	47	48	53
VIALAT S.A.	24	32	27	20	17	28
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>149</b>	<b>140</b>	<b>118</b>	<b>124</b>	<b>136</b>

Fuente: ODEPA

Del cuadro siguiente se desprende que la concentración que muestra la VIII Región, con un índice de Herfindahl cercano a las 3.600 unidades, es superior a la realidad nacional.

<b>CUADRO N° 6</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO RECEPCION LECHE FLUIDA VIII REGION (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
NESTLE CHILE S.A.	44,5	43,8	44,2	43,8	47,4	40,5
SOPROLE	37,8	34,5	36,5	39,7	38,6	39,2
VIALAT S.A.	17,7	21,7	19,3	16,5	14,0	20,3
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>3721</b>	<b>3580</b>	<b>3657</b>	<b>3769</b>	<b>3933</b>	<b>3590</b>

Fuente: ODEPA

La Novena Región, a través de las cuatro empresas receptoras de leche, concentra el 14% de la recepción nacional, siendo la región que desde el año 2000 a la fecha ha experimentado el mayor incremento en la recepción de leche.

<b>CUADRO N° 7</b>						
<b>RECEPCION LECHE FLUIDA IX REGION (millones de litros)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SURLAT S.A.		55	57	70	88	90
VIALAT S.A.	80	95	93	101	53	66
LONCOLECHE	48	52	50	44	47	42
SOPROLE	28	29	29	30	41	42
LB IND. ALIMENTOS S.A.	0,6	70	10			
NESTLE CHILE S.A.	29					
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>231</b>	<b>229</b>	<b>245</b>	<b>229</b>	<b>240</b>

FUENTE: ODEPA

En relación a las participaciones de mercado de las empresas en esta región, las cuatro principales concentran el 100% de la recepción de leche; además el índice de concentración de Herfindahl se eleva a las 2.770 unidades, siendo superior, al igual que en las dos regiones anteriores, al índice nacional.

<b>CUADRO N° 8</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO RECEPCION LECHE FLUIDA IX REGION (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SURLAT S.A.	0,0	23,7	24,8	28,6	38,6	37,3
VIALAT S.A.	42,8	41,0	40,7	41,3	23,0	27,7
LONCOLECHE	26,0	22,5	21,8	17,9	20,4	17,6
SOPROLE	15,1	12,7	12,7	12,2	18,0	17,4
LB IND. ALIMENTOS S.A.	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
NESTLE CHILE S.A.	15,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>2986</b>	<b>2915</b>	<b>2910</b>	<b>2990</b>	<b>2758</b>	<b>2770</b>

Fuente: ODEPA

La Décima Región, principal región receptora de leche del país, cuenta con 10 empresas que reciben más de 1.200 millones de litros anuales.

<b>CUADRO N° 9</b>						
<b>RECEPCION LECHE FLUIDA X REGION (millones de litros)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
COLUN	225	263	267	281	310	332
NESTLE CHILE S.A.	247	281	277	249	274	283
LONCOLECHE	168	190	181	166	189	196
SOPROLE	161	173	172	154	162	193
CUMELEN. Mulpulmo	52	61	65	74	92	98
CAFRA	37	41	32	33	32	29
AGROLACTEOS CUINCO LTDA.	8	12	17	22	23	27
CHILOLAC	28	31	28	33	38	25
LAC. PUERTO VARAS	10	7	10	18	31	20
QUILLAYES – PETEROA	12	14	15	13	17	16
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,8	0,4				
CAMPO LINDO	1	1	1	1		
<b>TOTAL</b>	<b>951</b>	<b>1.076.</b>	<b>1.065</b>	<b>1.044</b>	<b>1.168</b>	<b>1.220</b>

**Fuente: ODEPA**

La X Región, en la cual se recepciona cerca del 70% del total nacional, muestra participaciones de mercado de las empresas receptoras semejantes a las observadas a escala nacional. Las cuatro principales empresas en este segmento concentran el 82% del total de la región, situación que se mantiene estable desde el año 2000. La concentración, medida por el índice de Herfindahl, es baja en relación al resto del país, 1.870 unidades. Sin embargo, aún este valor es considerado alto de acuerdo los estándares internacionales.

Más aún, COLÚN es fruto de la decisión de un grupo de productores lecheros en orden a integrar verticalmente sus actividades, de modo que no compite por proveedores, pudiendo excluirse sus recepciones del mercado “abierto”. Por esto, al final del cuadro siguiente, en el que se presentan las participaciones de mercado regional, se consignan indicadores de concentración que excluyen a la empresa COLUN. De esta manera, se aprecia que la concentración efectiva en el mercado podría alcanzar un HHI de 2.138 unidades.

<b>CUADRO N° 10</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO RECEPCION LECHE FLUIDA X REGION (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
COLUN	23,7	24,4	25,1	26,9	26,6	27,2
NESTLE CHILE S.A.	25,9	26,2	26,0	23,9	23,5	23,2
LONCOLECHE	17,7	17,7	17,0	15,9	16,2	16,1
SOPROLE	17,0	16,1	16,1	14,8	13,8	15,8
CUMELLEN. MULPULMO	5,5	5,7	6,1	7,1	7,9	8,1
CAFRA	3,9	3,8	3,0	3,1	2,7	2,4
AGROLACTEOS CUINCO LTDA.	0,8	1,1	1,6	2,1	2,0	2,2
CHILOLAC	2,9	2,9	2,7	3,1	3,3	2,1
LAC. PUERTO VARAS	1,1	0,7	1,0	1,7	2,6	1,6
QUILLAYES – PETEROA	1,3	1,3	1,4	1,3	1,5	1,3
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CAMPO LINDO	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>1894</b>	<b>1911</b>	<b>1910</b>	<b>1846</b>	<b>1803</b>	<b>1870</b>
<b>C4</b>	<b>84,3</b>	<b>84,4</b>	<b>84,1</b>	<b>81,5</b>	<b>80,1</b>	<b>82,3</b>
<b>HHI sin COLUN</b>	<b>2290</b>	<b>2305</b>	<b>2288</b>	<b>2094</b>	<b>2034</b>	<b>2138</b>
<b>C4 sin COLUN</b>	<b>86,64</b>	<b>86,89</b>	<b>87,09</b>	<b>84,27</b>	<b>83,57</b>	<b>86,81</b>

**FUENTE: ODEPA**

En síntesis, de acuerdo a información de ODEPA, en el mercado de recepción de leche fluida es posible determinar que:

- Desde el año 2000 a la fecha, el número de empresas incorporadas que reciben leche de los productores, ha pasado de 16 a 13 en todo el país.
- Los precios reales pagados a los productores, con bajas en determinados períodos, se han mantenidos relativamente estables.
- Las principales cuatro empresas del país (SOPROLE, NESTLE, COLUN y LONCOLECHE), reciben en el año 2005 el 75% de la leche fluida, porcentaje ligeramente menor al observado el año 2000.
- Salvo la Décima Región, que representa cerca del 70% de la recepción de leche fluida en el país, las demás regiones receptoras de leche fluida muestran índices de concentración de Herfindahl muy superiores al promedio nacional.

## IV.2. Elaboración de leche.

La elaboración de leche fluida (en sus diferentes formas) en el mercado nacional ha mostrado un crecimiento de un 8,3% para el periodo comprendido entre los años 2000 y 2005, cifra inferior a la experimentada por la recepción de leche fluida (21%).

La Región Metropolitana y la Novena Región elaboran el 76% de la leche fluida, por el hecho de que en la Región Metropolitana se concentra gran porcentaje de la población y, por ende, del consumo. En años recientes, la Novena Región ha incrementado su producción como resultado de la entrada de la empresa SURLAT, que desde un tiempo a la fecha se ha transformado en un significativo actor en este mercado a nivel nacional, especialmente en virtud de su elaboración y envasado de leche fluida para NESTLE.

<b>CUADRO N° 11</b>						
<b>ELABORACION LECHE FLUIDA POR REGION</b>						
<b>(millones de litros)</b>						
<b>REGION</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
METROPOLITANA	114	114	136	141	128	127
OCTAVA	39	33	18	7	5	11
NOVENA	55	63	60	88	98	101
DECIMA	67	81	73	56	59	59
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>291</b>	<b>287</b>	<b>293</b>	<b>289</b>	<b>298</b>
<b>VARIACION ANUAL</b>		<b>5,8%</b>	<b>-1,6%</b>	<b>2,2%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>3,0%</b>

Fuente: ODEPA

En el año 2000 elaboraban leche 11 empresas en todo el país, de las que actualmente quedan 7. De éstas, las cuatro principales elaboradoras en el año 2005 (SOPROLE, LONCOLECHE, COLUN y SURLAT) concentran el 87,2%<sup>6</sup> del mercado, cifra que se ha mantenido desde el año 2000 evidenciando un mercado con un grado de concentración por sobre lo normal, reflejado en un índice de Herfindahl de 2.568 en 2005.

<sup>6</sup> En la participación de SURLAT se ha excluido la producción y envasado de leche líquida para NESTLE.

<b>CUADRO N° 12<sup>7</sup></b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO EN LA ELABORACIÓN DE LECHE FLUIDA (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SOPROLE	49,1	44,8	49,3	47,4	43,9	42,3
LONCOLECHE	19,8	21,2	18,7	16,4	17,7	17,8
COLUN	13,5	16,4	17,0	17,3	18,8	17,5
SURLAT S.A.	0,0	0,0	1,7	6,5	9,2	9,5
NESTLE CHILE S.A.	8,8	8,6	6,6	6,5	6,5	6,5
VIALAT S.A.	6,6	6,1	4,6	3,4	1,9	3,8
LACTEOS FRUTILLAR	2,0	2,8	2,0	1,9	1,6	2,3
VITALAC S.A.	0,0	0,0	0,1	0,6	0,3	0,2
CHILOLAC	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
LACTEOS PTO. VARAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
AGROLACTEOS CUINCO LTDA.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HII</b>	<b>3.111</b>	<b>2.843</b>	<b>3.144</b>	<b>2.916</b>	<b>2.730</b>	<b>2.568</b>
<b>C4</b>	<b>91,2</b>	<b>91,0</b>	<b>91,6</b>	<b>87,6</b>	<b>89,7</b>	<b>87,2</b>

Fuente: ODEPA

En el mercado de la elaboración de leche fluida es necesario considerar lo siguiente:

- La producción de leche para consumo final ha tenido un crecimiento inferior al de la recepción del insumo, debido a las importaciones directas efectuadas por otros agentes del mercado y al desarrollo de usos alternativos como insumo.
- El número de empresas elaboradoras ha pasado de 11 en el año 2000 a 7 en 2005.
- Durante estos años solo una empresa (SURLAT) ha ingresado al mercado, obteniendo una participación considerable por elaborar y envasar la leche para NESTLE, que luego ésta comercializa.

<sup>7</sup> En la participación de SURLAT se ha excluido la producción y envasado de leche líquida para NESTLE.

### IV.3. Elaboración de yogur.

Durante los últimos seis años el mercado nacional del yogur tuvo un incremento de 77%. La Región Metropolitana concentra parte importante (71,4%) de la producción total.

CUADRO N° 13							
ELABORACION DE YOGUR POR REGION (millones de litros)							
REGION	2000	2001	2002	2003	2004	2005	VAR 05/00
METROPOLITANA	77	66	95	103	115	135	75%
OCTAVA	16	17	18	15	10	21	31%
NOVENA	7	7	8	13	14	10	43%
DECIMA	6	5	6	9	21	23	283%
<b>TOTAL</b>	<b>107</b>	<b>95</b>	<b>127</b>	<b>139</b>	<b>160</b>	<b>189</b>	<b>77%</b>
<b>VARIACION ANUAL</b>		<b>-10,70%</b>	<b>33,40%</b>	<b>9,70%</b>	<b>14,70%</b>	<b>18,50%</b>	

Fuente: ODEPA

A diferencia de lo sucedido para otros productos lácteos, en la producción de yogur ha habido durante los seis años aquí considerados, ingresos y salidas de empresas, de modo que actualmente hay en Chile diez empresas productoras de yogur, con diversos niveles de producción. Pese a ello, las cuatro empresas principales (SOPROLE, NESTLE, VIALAT y COLUN) representan el 92,3% de la producción nacional de yogur, cifra que no dista mucho de la del año 2000 cuando dichas empresas concentraban el 95% de la citada producción. El índice de concentración de Herfindahl ascendió a 3.253 unidades en el año 2005.

CUADRO N° 14						
PARTICIPACION DE MERCADO EN PRODUCCION DE YOGUR (%)						
NOMBRE DE LA EMPRESA	2000	2001	2002	2003	2004	2005
SOPROLE	49,0	42,6	48,5	48,9	51,9	51,2
NESTLE CHILE S.A.	23,7	26,4	26,0	24,6	19,9	19,3
VIALAT S.A.	18,6	21,0	16,8	14,4	9,0	11,2
COLUN	3,8	4,5	3,6	3,8	9,8	10,6
LONCOLECHE	3,5	4,3	3,7	5,5	5,3	4,1
LACTEOS PTO. VARAS	0,6	0,3	1,0	2,3	2,9	1,3
SURLAT S.A.	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8	1,3
QUILLAYES – PETEROA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8
CHILOLAC	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,1
VITALAC S.A.	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
LACTEOS FRUTILLAR	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI</b>	<b>3333</b>	<b>2993</b>	<b>3333</b>	<b>3254</b>	<b>3299</b>	<b>3253</b>
<b>C4</b>	<b>95 %</b>	<b>94,5</b>	<b>95 %</b>	<b>93,4</b>	<b>90,5</b>	<b>92,3</b>

Fuente: ODEPA

En síntesis, en el mercado nacional del yogur nos ha sido posible observar lo siguiente:

- En Chile participan en la elaboración de yogur cerca de 10 empresas, con diferentes escalas de producción.
- La producción ha crecido en 77% entre los años 2000 y 2005, concentrada en la Región Metropolitana, por la cercanía que deben tener las plantas productoras con los grandes centros de consumo.
- Medida por el índice de Herfindahl, la concentración del mercado nacional es de 3.253 unidades.

## **V. EFECTOS DE LA OPERACION.**

De llevarse a cabo la alianza estratégica entre NESTLE y SOPROLE, se generarían efectos en los mercados nacionales y en los regionales.

En lo nacional se incrementará el poder de negociación ante los proveedores de leche fluida, toda vez que la nueva empresa permitirá aunar esfuerzos de adquisición e impactará, presumiblemente, no sólo aquellas zonas geográficas en las que NESTLE Y SOPROLE se encuentran actualmente presentes, regiones Octava y Décima, sino también el poder de compra a nivel nacional.

La nueva entidad abarcaría directamente (incluidas las compras de leche líquida para los productos considerados en la alianza) el 16,2% de la recepción de leche líquida en el país. Las tres empresas eventualmente relacionadas abarcarían más del 44% de la recepción de leche como insumo, siendo sus competidores más cercanos COLUN, con 19,2% del mercado, cuyo peso es relativo, atendida la integración vertical que la caracteriza, y Loncoleche con 12.2%.



<b>CUADRO N° 15</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO EN LA RECEPCION LECHE FLUIDA (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
SOPROLE	13,60	14,00	11,60	9,40	10,00	11,00
NESTLE CHILE S.A.	19,80	18,10	17,90	17,10	18,00	17,50
<b>NESTLE-SOPROLE</b>	<b>16,40</b>	<b>13,50</b>	<b>15,90</b>	<b>16,70</b>	<b>15,50</b>	<b>16,20</b>
CONJUNTA	49,80	45,60	45,40	43,20	43,50	44,70
QUILLAYES - PETEROA	2,10	2,20	2,20	2,20	2,10	2,20
VITALAC S.A.	0,90	0,80	0,80	0,80	0,60	0,50
VIALAT S.A.	7,10	7,80	7,50	7,70	4,20	5,50
LONCOLECHE	15,00	14,80	14,40	13,50	14,10	12,20
SURLAT S.A.	0,00	3,40	3,50	3,30	4,10	4,10
LB IND.ALIMENTOS S.A.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COLUN	15,60	16,00	16,70	18,00	18,50	19,20
LACTEOS FRUTILLAR	2,60	2,50	2,00	2,10	1,90	1,70
CHILOLAC	1,90	1,90	1,80	2,10	2,30	1,50
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,10	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
LACTEOS PTO. VARAS	0,70	0,50	0,60	1,10	1,80	1,20
AGROLACTEOS CUINCO LTDA.	0,50	0,80	1,00	1,40	1,40	1,60
CAMPO LINDO	0,10	0,10	0,10	0,10	0,00	0,00
CUMELEN . Mulpulmo	3,60	3,80	4,10	4,70	5,50	5,70
<b>TOTAL</b>	<b>100 %0</b>	<b>100 %0</b>	<b>100 %0</b>	<b>100 %0</b>	<b>100 %0</b>	<b>100 %0</b>

Fuente: ODEPA

Por otro lado, los productores de leche -dispersos geográficamente, lo que determina costos de transporte del insumo- enfrentan poderes compradores locales que han ubicado estratégicamente sus plantas. Sin embargo éstos, a pesar de contar con la dificultad de sustitución de comprador, están normalmente limitados por la amenaza de entrada de un rival. Pues bien, la disminución o desaparición de la rivalidad entre NESTLE y SOPROLE eliminaría esa amenaza, afectando a los proveedores.

Por ejemplo, NESTLE elabora sus productos lácteos frescos en Santiago, para lo cual cuenta con plantas industriales en la Región Metropolitana; no obstante, NESTLE realiza la mayor parte de la compra del insumo en la Décima Región, absorbiendo los costos de transporte y logística en general. SOPROLE, en cambio, es quien representa el gran poder comprador en las regiones Metropolitana, V y VI, siendo probable que mantenga esta calidad mediante la fijación de un precio de compra que impide el amenazante ingreso de NESTLE.

La materialización de la alianza que tiene como parte a NESTLE, elimina definitivamente esta amenaza para SOPROLE, dejando a la nueva empresa en una posición de dominio aún mayor que la de esta última.

En cuanto a la elaboración de leche fluida para consumo final, la operación generaría una participación de mercado de 48,8%, muy por encima del segundo actor del mercado, LONCOLECHE, que tiene el 17,8%; ello otorga a las empresas eventualmente relacionadas un mayor poder de negociación ante los canales de distribución de sus productos, especialmente los de menor tamaño.

El aludido incremento en la concentración que habría en la oferta nacional se refleja en que las cuatro principales empresas elaboradoras de leche fluida incrementarían su participación de mercado desde 87,2% a 93,7%, hecho que incrementa el índice de Herfindahl desde los 2.568 puntos a los 3.119 puntos.<sup>8</sup>

<b>CUADRO N° 16</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO EN LA ELABORACION LECHE FLUIDA (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
NESTLE – SOPROLE	57,9	53,4	55,9	53,9	50,4	48,8
LONCOLECHE	19,8	21,2	18,7	16,4	17,7	17,8
COLUN	13,5	16,4	17,0	17,3	18,8	17,5
SURLAT S.A.	0,0	0,0	1,7	6,5	9,2	9,5
VIALAT S.A.	6,6	6,1	4,6	3,4	1,9	3,8
LACTEOS FRUTILLAR	2,0	2,8	2,0	1,9	1,6	2,3
VITALAC S.A.	0,0	0,0	0,1	0,6	0,3	0,2
CHILOLAC	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HII EX – ANTE</b>	<b>3.111</b>	<b>2.843</b>	<b>3.144</b>	<b>2.916</b>	<b>2.730</b>	<b>2.568</b>
<b>C4 EX – ANTE</b>	<b>91,2</b>	<b>91,0</b>	<b>91,6</b>	<b>87,6</b>	<b>89,7</b>	<b>87,2</b>
<b>HII EX – POST</b>	<b>3.976</b>	<b>3.615</b>	<b>3.795</b>	<b>3.533</b>	<b>3.301</b>	<b>3.119</b>
<b>C4 EX – POST</b>	<b>97,8</b>	<b>97,1</b>	<b>96,2</b>	<b>94,1</b>	<b>96,2</b>	<b>93,7</b>

Fuente: ODEPA

En el mercado del yogur, las tres empresas relacionadas superarían el 70% de participación, seguidas por un actor que apenas supera el 11%. El índice de Herfindahl pasaría de las 3.253 unidades a 5.227 unidades. El nuevo poder de mercado podría, entre otras cosas, levantar barreras estratégicas a la entrada, frenando, por ejemplo, los actuales esfuerzos de Danone.

En los mercados de productos finales, por lo demás, la alianza podría generar, por sí sola, una fuerza exclusiva y una barrera a la entrada, al aumentar la brecha entre sus estructuras de costos y, por ende, su precio mínimo eficiente, en relación con los de sus competidores actuales y potenciales, los que serían, entonces, más fácilmente excluibles.

<sup>8</sup> Para el cálculo de la producción conjunta NESTLE-SOPROLE se ha asumido el término de contrato entre NESTLE y Surlat, en virtud del cual actualmente se provee el 6,5% del mercado nacional.

<b>CUADRO N° 17</b>						
<b>PARTICIPACION DE MERCADO EN PRODUCCION DE YOGUR (%)</b>						
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>NESTLE - SOPROLE</b>	<b>72,7</b>	<b>69,0</b>	<b>74,5</b>	<b>73,5</b>	<b>71,8</b>	<b>70,5</b>
VIALAT S.A.	18,6	21,0	16,8	14,4	9,0	11,2
COLUN	3,8	4,5	3,6	3,8	9,8	10,6
LONCOLECHE	3,5	4,3	3,7	5,5	5,3	4,1
LACTEOS PTO. VARAS	0,6	0,3	1,0	2,3	2,9	1,3
SURLAT S.A.	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8	1,3
QUILLAYES - PETEROA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,8
CHILOLAC	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,1
VITALAC S.A.	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
LACTEOS FRUTILLAR	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0
UNIVERSIDAD AUSTRAL	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>HHI EX – ANTES</b>	<b>3.333</b>	<b>2.993</b>	<b>3.333</b>	<b>3.254</b>	<b>3.299</b>	<b>3.253</b>
<b>HHI EX – POST</b>	<b>5651</b>	<b>5243</b>	<b>5853</b>	<b>5661</b>	<b>5365</b>	<b>5227</b>

Fuente: ODEPA

En lo que dice relación con los consumidores finales, considerando la información proporcionada por las empresas involucradas en la operación, la concreción de ésta concentraría el 50% de las ventas de leche líquida a nivel nacional, aumentando el poder de negociación frente a los canales de distribución, especialmente los de menor tamaño.

En el mercado del yogur la situación es aún más crítica, ya que la nueva empresa alcanzaría una participación de mercado cercana al 68%, medida como porcentaje de las ventas. En este segmento, el tamaño de la empresa formada por esta alianza, inhibe significativamente el ingreso de un nuevo actor al mercado doméstico.

Finalmente, en el mercado de los postres<sup>9</sup>, la alianza estratégica da como resultado que una sola empresa controlaría cerca del 100% del mercado.

En todos estos mercados de productos finales, la alianza crea un poder de mercado que inhibiría el traspaso de las eventuales eficiencias pues, como se señaló, ese poder puede ser utilizado para excluir a los competidores actuales y potenciales.

<sup>9</sup> La participación de mercado de los postres refrigerados y no refrigerados fue estimada por esta Fiscalía en base a información proporcionada por las empresas.

## VI. LA PROPUESTA EN PARTICULAR.

- “Se propone que NESTLE CHILE y SOPROLE formen una sociedad anónima cerrada, en la que cada una participe con el 50% de sus acciones, con idénticos derechos y obligaciones. A la nueva sociedad NESTLE CHILE y SOPROLE deberán contribuir con los activos fijos necesarios para la elaboración de los productos comprendidos en la Alianza Estratégica, a excepción de las marcas comerciales, y demás derechos de propiedad intelectual”.

El aporte de capital de las partes involucradas en la operación corresponde a los activos empleados en la producción de las cuatro áreas de negocio relevantes, pero no se especifica de qué clase de activos se trata ni la ubicación geográfica de las plantas productoras.

Al respecto, debe además considerarse que en sus respectivas plantas cada empresa elabora más de un producto, no sólo el involucrado en la operación, lo que dificulta la medición de sinergias y eficiencias generadas por la alianza, aumentando de paso la probabilidad de coordinación, pese a que se declare, por ejemplo, que *“El objeto social de la Alianza Estratégica se limitará a la producción, distribución, venta y comercialización de los productos que comprende”*.

- *“El acceso a los derechos de propiedad intelectual e industrial, tales como marcas comerciales, patentes y propiedades intelectuales, de los accionistas de SOPROLE y NESTLE CHILE, y sus matrices, se logrará a través de contratos de licencia, bajo condiciones y términos de mercado, que mutuamente sean acordados. Cabe destacar que los accionistas retendrían la propiedad de sus derechos de propiedad intelectual e industrial y compartirían legalmente la propiedad de los nuevos derechos que se desarrollen a través de la nueva sociedad”*.

Esto no hace más que ratificar las aprensiones en torno a que la operación consultada sea un paso previo a una coordinación general entre NESTLE y SOPROLE.

- *“En cuanto a la compra de leche fresca, **en principio**, la propuesta considera que SOPROLE y NESTLE CHILE continúen comprando la leche fresca necesaria para sus operaciones en forma separada e independiente, conforme a los mismos términos y condiciones que actualmente utilizan, y se pretende que la Nueva Sociedad opere en la misma forma. No obstante,*

***si fruto de las negociaciones con SOPROLE las partes confirman que hay evidentes beneficios para todos los actores involucrados - incluyendo a los productores- en efectuar la compra de leche fresca en forma conjunta, no se excluye que se pueda acordar dicho modelo***<sup>10</sup>

Nuevamente se comprueba la alta probabilidad de una coordinación mayor entre NESTLE y SOPROLE, iniciando con la compra conjunta de leche como insumo para otras áreas de negocios no consideradas en la Alianza Estratégica, lo que otorga a estas empresas un poder de mercado incontrarrestable sobre los productores de leche.

- *“La suscripción de contratos de servicios de distribución y comercialización de las categorías sujetas a la Alianza Estratégica con sus accionistas, en condiciones de mercado”*
- *“La suscripción de contratos de servicios para las actividades no específicas / exclusivas del negocio de la Alianza Estratégica, tales como compras, finanzas, servicios legales y fiscales, recursos humanos, sistemas de información, etc. con sus socias NESTLE CHILE y SOPROLE, en condiciones de mercados”*

También con esto se confirman la probabilidad de coordinación a las que nos hemos estado refiriendo.

En cuando a los eventuales beneficios que se generarían con la operación:

- **Para los accionistas de ambas empresas**

Dichos beneficios provendrían de la creación de una sociedad dominante en el mercado (en el mercado del yogur controlaría alrededor del 70%), lo que podría adicionar al poder de mercado actual la generación de una barrera al ingreso de competidores y, con ello, la posibilidad de controlar tanto el precio de los insumos como de los bienes producidos, ventajas éstas que no pueden sino mirarse como peligros para la competencia.

---

<sup>10</sup> El resaltado de texto nos pertenece.

- **Mercados y productos**

NESTLE arguye que la alianza generará expansión de mercados. Al respecto, es verdad que el sector lácteo ha tenido un crecimiento y un desarrollo importantes en los últimos años, con indicios de que ello se mantendrá, pero orientando la producción al exterior, y resulta que la alianza propuesta no contempla los productos exportables (considera sólo los de corta vida), de modo que es poco probable que se produzca la expansión a que se alude.

- **Producción y abastecimiento de materias primas**

La alianza tiene claras sinergias al respecto, principalmente al evitar duplicidad de funciones y favorecer así reducciones de gastos de administración y ventas y menores costos en la compra conjunta de materias primas, por los volúmenes involucrados. Pero ello no necesariamente significa que los beneficios resultantes sean traspasados a menores precios, atendido el poder de mercado que se crea frente a los canales de distribución, especialmente en los de menor tamaño.

- **Distribución y ventas**

Ambas empresas cuentan al respecto con una cobertura a nivel nacional, y a través de canales de distribución diferentes o paralelos, como el comercio minorista. En consecuencia, la alianza no arroja beneficios en términos de redes de distribución.

- **Administración general**

La integración de determinadas actividades administrativas (Ej: compra conjunta) de esta nueva sociedad, acusa el interés de NESTLE por profundizar la alianza con SOPROLE más allá de la propuesta.

- **Economías previstas**

La propuesta de NESTLE a SOPROLE da a entender que la operación les genera sinergias de entre 4 - 5% de las ventas totales, cifra que parece razonable *ex ante*; pero subsiste el problema de cuál es el origen de esas sinergias, es decir, si son de carácter operativo o provienen del ejercicio del poder de mercado que adquiriría esta empresa.

## VII. SINTESIS Y CONCLUSIONES.

De los antecedentes aportados, del análisis realizado e incluso del tenor de la consulta se desprende que es altamente probable que la alianza que se propone sea un preámbulo de una coordinación general entre NESTLE y SOPROLE, cuyas matrices operan de esta manera en el exterior.

La presentación de esta alianza como una pretensión unilateral de NESTLE, limitada a ciertos productos, mediatizada en una tercera empresa, sin detallar los activos involucrados ni otros aspectos relevantes, a juicio de esta Fiscalía, reafirma lo anterior.

En Chile, esta probable alianza mayor involucraría a las dos empresas más grandes del sector lácteo, tanto en recepción o compra de la materia prima leche, como en venta de productos lácteos finales, todo ello en mercados ya altamente concentrados y con importantes barreras a la entrada, con el peligro de abusos de poder de mercado tanto respecto de los proveedores, como de los consumidores, así como respecto de los competidores actuales y potenciales, por la vía de prácticas exclusorias.

La alianza consultada, incluso en los términos limitados en que se presenta, tiende a eliminar la amenaza del competidor, inhibidora del abuso, en las zonas geográficas en que hay un gran poder comprador, genera un poder de mercado potencialmente creciente en relación con los competidores actuales y potenciales y, con todo ello, un peligro de abuso, también, respecto de los consumidores finales, sin que aparezcan incentivos suficientes para traspasar a ellos las eventuales eficiencias que se generen.

Estos potenciales efectos deben ser ponderados, a juicio de esta Fiscalía, teniendo en consideración que el mercado lácteo, en general, ha sido objeto de examen reciente por ese H. Tribunal, atendidos comportamientos irregulares y poco transparentes por parte de sus agentes<sup>11</sup>, los que motivaron la Sentencia N° 7/2004.

---

<sup>11</sup> Considerando 46 de la Sentencia N° 7/2004 TDLC.

Por todas estas razones, esta Fiscalía es de opinión que la operación consultada tiende a impedir, restringir o entorpecer la competencia, en los términos del artículo 3° del D.L. 211.

**POR LO TANTO,**

**A ESE HONORABLE TRIBUNAL SOLICITO,** conforme lo ordenado a fojas 113, y de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 3°, 18 N° 2, 31 y 39 letra c) del D.L. N° 211, tener por evacuado el informe de la Fiscalía Nacional Económica.

**ENRIQUE VERGARA VIAL  
FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)**