

ANT.: Investigación Rol N°2700-22
FNE.
MAT.: Informe de Archivo.

Santiago, 27 de febrero de 2025

A: FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
DE : JEFE DIVISIÓN ANTI-CARTELES

Por medio de la presente, se recomienda al señor Fiscal disponer el archivo de la investigación del antecedente, en virtud de las razones que a continuación se exponen.

I. ANTECEDENTES

1. Durante el mes de abril de 2022, la Fiscalía Nacional Económica ("**FNE**" o "**Fiscalía**") recibió una serie de denuncias de parte de parlamentarios y alcaldes¹ ("**Denuncias**") por eventuales infracciones al artículo 3° letra a) del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973 ("**DL 211**"), en cuanto se habrían incrementado de forma simultánea y sostenida los precios en el mercado de la distribución y comercialización minorista de aceites comestibles vegetales a lo largo de todo el territorio nacional; los que involucran, en particular, a los aceites producidos en base a semillas de soya, maravilla y otros compuestos por la mezcla de dos o más semillas en distintas proporciones ("**Aceites de cocina**").

2. Con fecha 25 de agosto de 2022, la FNE ordenó instruir una investigación reservada con el objetivo de comprobar o descartar una eventual infracción de conductas anticompetitivas, señaladas en los incisos primero y segundo letra a) del artículo 3° del DL 211, en el mercado de la distribución y comercialización minorista de aceites comestibles vegetales en el territorio nacional, bajo el Rol interno N°2700-22 ("**Investigación**"), cuyos resultados se describen en el presente informe.

3. Para tales efectos, la FNE procedió a solicitar información a las principales importadoras y cadenas de supermercados, encargadas de la distribución y comercialización mayorista y minorista de aceites de maravilla y de soya a lo largo del país. Principalmente, se requirió información detallada sobre los distintos productos del mercado del aceite que dichos agentes económicos hubiesen comercializado, en particular sobre

¹ Denuncia ingresada por Oficio N°940 de 6 de abril de 2022, remitido por Prosecretario de la Cámara de Diputados, por parte del Diputado don Jorge Brito Hasbún; denuncia ingresada por Oficio N°233 de 12 de abril de 2022, remitido por Secretario General del Senado, por parte del Senador don Esteban Velásquez Núñez; denuncia ingresada por Oficio N°1211 de 12 de abril de 2022, remitido por Prosecretario de la Cámara de Diputados, por parte de la Diputada doña María Luisa Cordero Velásquez; denuncia ingresada por Oficio N°1414 de 14 de abril de 2022, remitido por Prosecretario de la Cámara de Diputados, por parte de la Diputada doña Érika Olivera De la Fuente; denuncia ingresada por Oficio N°1403 de 14 de abril de 2022, remitido por Prosecretario de la Cámara de Diputados, por parte de los Diputados señores Sergio Bobadilla Muñoz, Fernando Bórquez Montecinos, Juan Fuenzalida Cobo, Christian Moreira Barros y Renzo Trisotti Martínez; denuncia ingresada por Oficio Ordinario N°287 de 14 de abril de 2022, remitido por el Alcalde de Río Claro, don Américo Guajardo Oyarce y el Diputado don Hugo Rey Martínez; y denuncia ingresada por Oficio N°1670 de 20 de abril de 2022, remitido por Prosecretario de la Cámara de Diputados, por parte de la Diputada doña Marcela Riquelme Aliaga.

ventas y adquisiciones del producto, durante el período comprendido entre enero de 2019 y diciembre de 2022. Además, se recopiló información útil de fuentes públicas para complementar el propósito de la Investigación.

4. El presente informe inicia con una descripción de la Industria de los aceites y los Aceites de cocina en particular, y sus actores en distintos eslabones de la cadena del producto; continúa con una síntesis de acontecimientos que han impactado en el mercado internacional de los Aceites de cocina; para, luego, realizar un análisis de los efectos de la transmisión de precios internacionales a precios locales que explican las alzas de los precios locales observados; y, finalmente, terminar con las conclusiones respecto de la Investigación.

II. INDUSTRIA

5. Los aceites vegetales se definen como una sustancia líquida y grasa, que se obtienen de diversas materias primas vegetales, sometidas a diversos procesos de extracción y refinamiento². Estos productos representan un componente básico en la canasta de consumo humano, desempeñando un papel fundamental principalmente en la preparación y cocción de alimentos. Dentro de esta categoría, se distinguen diversas variantes, entre las cuales destacan el aceite de maravilla o girasol, soya, oliva, canola, maíz, mezcla de estos ("**aceite vegetal**"), entre otras. La presente Investigación se enfoca en los aceites con mayor prevalencia en el consumo nacional, siendo estos los aceites de maravilla y de soya, así como la mezcla de estos últimos, vendido como "aceite vegetal"³.

6. El consumo nacional de Aceites de cocina en Chile asciende, aproximadamente, a 184 mil litros anuales. Del total de aceite consumido en el país, más del 60% corresponde a aceite de soya, seguido por el aceite de girasol o maravilla, con un 25%, seguido por el aceite de oliva y luego el de canola⁴.

7. En el mercado chileno, prácticamente la totalidad de aceites de soya y maravilla - tanto en bruto como refinados- son importados. En efecto, más del 90% del aceite comercializado en el país proviene del exterior. En este sentido, Argentina constituye el principal proveedor de aceites de maravilla y soya para el país, pues abastece alrededor del 98% del aceite de maravilla y el 95% del aceite de soya consumido en Chile⁵.

8. Los Aceites de cocina se comercializan a través de diversos canales de venta a lo largo del país. Dentro de los principales canales se encuentran establecimientos físicos como supermercados, tiendas de abarrotes, ferias y locales especializados en productos

² Descripción construida en base de las distintas acepciones de aceite realizadas por la Real Academia Española, disponible en: <https://dle.rae.es/aceite?m=form> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

³ Para efectos de los análisis esta Investigación se agrupó con el aceite de soya, pues este último es dominante en la mezcla de aceites, con proporciones que van hasta un 98% de soya.

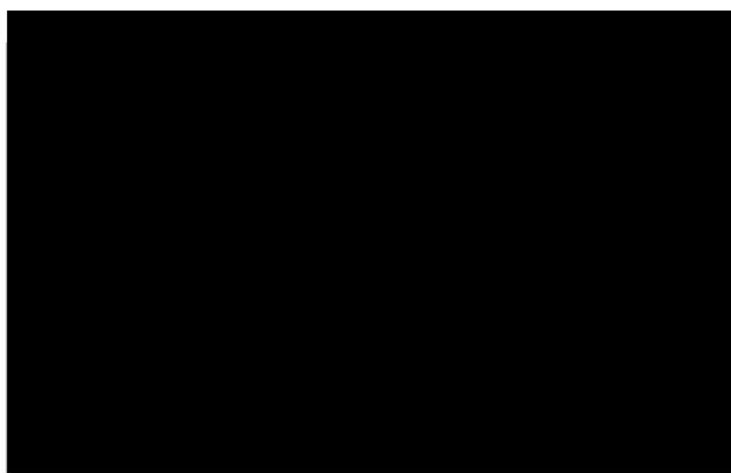
⁴ Información disponible en: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/como-opera-el-mercado-del-aceite-en-chile/XVIWO6QBDVAMRJY5YIWIVEAPDI/> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

⁵ Ibid. El aceite de canola, por su parte, cuenta con abastecimiento mixto (producción local e importaciones, principalmente desde Canadá); mientras que el aceite de oliva es esencialmente de producción nacional, según información del Servicio Nacional de Aduanas ("**Aduanas**") y estimaciones de producción local de la *Food and Agriculture Organization of the United Nations* ("**FAO**"), disponibles en la plataforma de estadísticas FAOSTAT publicadas en la web <https://www.fao.org/faostat> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

alimenticios, siendo puntos de venta directa para los consumidores, así como también la venta por internet a través de plataformas en línea y sitios web de supermercados y comercializadoras. El canal de distribución minorista de aceite se abastece aguas arriba desde distribuidores, importadores y/o comercializadores mayoristas.

9. En relación con las empresas importadoras objeto de análisis, se seleccionaron a las siete principales para solicitar información a ser analizada⁶, a saber: [REDACTED] (en conjunto, "Importadoras"). Las participaciones de mercado de las Importadoras en términos de volúmenes de producto importado, tanto para girasol como para soya y mezcla de aceites, se presentan en el Gráfico 1 a continuación.

Gráfico 1. Participación de mercado de empresas Importadoras oficiadas (%), 2019 – 2023



Fuente: Elaborado por la FNE en base a información de Aduanas.

10. Así, puede verse que, en el caso del aceite de maravilla, entre 2019 y 2023, [REDACTED] lidera con una participación de mercado del [REDACTED] en promedio, seguido por [REDACTED] con un [REDACTED] y [REDACTED] con un [REDACTED]

11. [REDACTED] también lidera la categoría "soya y mezcla de aceites"⁷, con una participación de mercado promedio de [REDACTED] en el mismo periodo de tiempo anteriormente referido. Le sigue [REDACTED] con un [REDACTED] y luego [REDACTED] con un [REDACTED] de participación.

12. Respecto al canal minorista, se optó por analizar las cuatro principales empresas de supermercados del mercado durante los últimos 4 años⁸. Estos son: [REDACTED] (en conjunto, "Supermercados"). El Gráfico 2, a continuación, presenta las participaciones de mercado, en términos de volúmenes de producto, en canal minorista desde 2019 hasta 2022, en base a la información entregada por los Supermercados ante

⁶ Se identificaron las siete empresas con mayores volúmenes de importaciones anuales entre los años 2012 y 2022, a partir de información de Aduanas. Éstas representan más del 50% de las importaciones de Aceites de cocina.

⁷ La mezcla hace referencia a la combinación de aceites en distintas proporciones. Ver nota 3.

⁸ C. Farias (2023). Caracterización de las importaciones de aceites comestibles a base de soya y de maravilla envasados en formatos de venta al consumidor, junio 2023. ODEPA | Oficina de Estudios y Políticas Agrarias. Disponible en: <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/articulos/caracterizacion-de-las-importaciones-de-aceites-comestibles-a-base-de-soya-y-de-maravilla-ensados-en-formatos-de-venta-al-consumidor-junio-2023> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

la solicitud de antecedentes de esta Fiscalía, junto con información de Aduanas.

Gráfico 2. Participación de mercado canal minorista (%), 2019 – 2022

(a) Girasol/Maravilla

(b) Soya y mezcla de aceites



Nota: Ventas totales estimadas a partir de importaciones

Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada de empresas oficiadas y Aduanas.

13. En el Gráfico 2 se observa que los Supermercados tienen una participación de mercado menor del 40% respecto del total importado y comercializado en el país, dando cuenta de la relevancia de los demás canales de venta minoristas de los productos objeto de la Investigación. Por el lado del aceite de maravilla, la participación de Supermercados fluctúa entre el 30 y 40%. Por otra parte, la participación promedio de estos en la categoría del aceite de soya y mezcla de aceites se encuentra en torno a un 20%.

14. Centrándonos exclusivamente en las ventas de los Supermercados, el Gráfico 3 ilustra la participación de mercado entre los cuatro principales ya señalados (*intragrupa*), según ventas realizadas entre los años 2019 y 2022. Del gráfico se desprende que el supermercado dominante en ventas de aceite de maravilla en este canal de ventas es [REDACTED] con una participación de mercado promedio de [REDACTED], le sigue [REDACTED] con una participación del [REDACTED], luego está [REDACTED] con un [REDACTED] y finalmente [REDACTED] con un [REDACTED]. En relación con la cuota de mercado en el segmento de "aceite de soya y mezcla de aceites", [REDACTED] lidera una vez más con una participación promedio del [REDACTED], seguido por [REDACTED] con un [REDACTED] continúa [REDACTED] con un [REDACTED] y [REDACTED] cierra la lista con un [REDACTED].

Gráfico 3. Participación de mercado canal minorista supermercadista (%), 2019 - 2022

(a) Girasol/Maravilla

(b) Soya y mezcla de aceites



Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada de empresas oficiadas.

15. En síntesis, Chile importa casi la totalidad de los Aceites de cocina que se consumen localmente, teniendo como proveedor principal Argentina, los cuales son adquiridos a precio internacional y están sujetos a las condiciones del mercado global. La principal empresa Importadora es [REDACTED], mientras que el principal actor en el canal minorista es [REDACTED].

16. Las características de este mercado dan cuenta de la comercialización de un producto homogéneo, con diversos actores presentes en las distintas etapas de la cadena del producto: numerosos importadores, donde más de la mitad de las importaciones se distribuyen entre siete empresas; y canales de venta minoristas diversos, donde los Supermercados no superan el 20% y 40% de las ventas del aceite de soya y maravilla, respectivamente. Lo anterior da cuenta de un mercado que no cuenta con barreras de entrada significativas. Todos estos son factores que dificultarían la ejecución de acuerdos anticompetitivos¹⁰.

III. MERCADO INTERNACIONAL DE ACEITES

17. La evolución del precio local de los Aceites de cocina está ligada al contexto tanto nacional como internacional, dada la magnitud del aceite proveniente de importaciones comercializado en el país. En los últimos años, y sobre todo en el contexto que antecedió a las denuncias que dieron origen a la Investigación, se evidencian una serie de acontecimientos que resultan explicativos de las continuas fluctuaciones en el precio de los aceites, que se detallarán a continuación¹¹.

18. El primer acontecimiento relevante corresponde a la llegada de la pandemia del Covid-19. El aumento de los precios se comenzó a percibir en junio del año 2020 a causa tanto de un incremento en la demanda de aceites por las medidas de confinamiento establecidas a nivel mundial, como de la menor disponibilidad de producto por las dificultades logísticas consecuencias de las medidas regulatorias. Posteriormente, diversos acontecimientos acaecidos en la zona del Mar Negro¹² y Sudamérica¹³ impactaron en una reducción de la oferta y un aumento de la incertidumbre en el mercado internacional de los aceites durante el segundo semestre del año, lo que hizo mantener la tendencia al alza de los precios internacionales.

⁹ La participación de mercado del "Resto", superior al 60% en el canal minorista, da cuenta de la atomización en la comercialización minorista del producto.

¹⁰ Motta, M. (2004). *Competition policy: Theory and practice*, Cambridge University Press, pp. 194-217.

¹¹ A partir de antecedentes expuestos en publicaciones mensuales de la FAO de índices de precios de oleaginosas, aceites y alimentos. Información disponible en: <https://www.fao.org/markets-and-trade/resources/newsletters/oilcrops-newsletter-archive/en> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

¹² La zona del Mar Negro es una de las principales fuentes de aceites en el mundo. La región es conocida por su diversidad agrícola y por la producción de diversas semillas oleaginosas utilizadas para la extracción y producción de aceites comestibles. A mediados de septiembre de 2020, la producción de maravilla disminuyó considerablemente, debido a una sequía en el Mar Negro, lo que llevó a una reducción en las exportaciones de los países circundantes a la región y, como consecuencia, a una nueva alza en el precio internacional del aceite de maravilla, así como también de aquellos sustitutos como el aceite de soya. Ver nota 11.

¹³ A finales de 2020, la oferta de aceites en Sudamérica se vio afectada por la disminución del rendimiento de cultivos en Brasil, y por la incertidumbre en las exportaciones argentinas debido a huelgas portuarias, provocando un aumento adicional en el precio del aceite de soya. Ver nota 11.

19. El año 2021 siguió marcado por eventos adversos para el mercado del aceite, tanto por el lado de la oferta, con la reducción de las exportaciones en la zona del Mar Negro¹⁴, como de la demanda, con sobredemanda producto de políticas de impulso económico ejecutadas en India¹⁵ y por la elaboración de biocombustibles por parte de países de Asia¹⁶.

20. El 2022 continuó la tendencia alcista en el precio de los aceites. El factor principal que contribuyó al aumento del precio de los aceites fue la guerra entre Rusia y Ucrania a inicios del año, países conocidos como “el granero de Europa”. En efecto, el 2021 ambos países concentraron el 71% de las exportaciones de aceite de maravilla¹⁷. La guerra redujo el suministro a niveles mínimos, lo que se sumó a la decreciente producción de los últimos años, generando un problema de escasez en el mercado global del aceite y, en consecuencia, un incremento de los precios. Argentina también contrajo su producción y redujo las exportaciones de semillas y alimentos en base a soya durante el mismo año¹⁸.

21. Sin embargo, estos efectos comenzaron a disiparse a mediados de 2022 debido a las expectativas de desaceleración económica a nivel mundial, para luego, en 2023, comenzar una tendencia a la baja de los precios internacionales de los aceites, aproximándose cada vez más a los niveles registrados a principios de 2020.

IV. ANÁLISIS DE IMPACTO DE PRECIOS INTERNACIONALES SOBRE LOS PRECIOS LOCALES

22. A continuación, se analiza la influencia de los precios internacionales sobre los precios nacionales de los Aceites de cocina. Para visibilizar este impacto, el Gráfico 4 compara índices de precios promedio mensuales¹⁹ de Aceites de cocina en el mercado nacional con los precios internacionales. Por un lado, los precios nacionales se ilustran a través del Índice de Precios al Consumidor (“IPC”) de aceites²⁰⁻²¹. Por otro lado, los índices de precios internacionales se construyen a partir de los precios promedios mensuales de aceite de maravilla y soya²² comercializado en Argentina (“ARG”)²³ y Holanda (“NLD”)²⁴,

¹⁴ A inicios de este año, cayeron nuevamente las exportaciones mundiales de maravilla, debido a fuertes nevadas en la zona del Mar Negro. Ver nota 11.

¹⁵ En India, la demanda de las distintas variedades de aceites aumentó, generando presiones inflacionarias y alzas en sus precios. Como respuesta a esta inflación interna, se llevó a cabo una importante adquisición de aceites a través de importaciones, gestionada mediante licitaciones, con el propósito de conseguir mejores precios de compra en el mercado internacional por los volúmenes licitados a modo de contener el impacto económico interno que estaba produciendo el alza de precios de estos productos. Ver nota 11.

¹⁶ Hacia la mitad del año, se registró un aumento en la demanda de aceites vegetales en China e India, impulsado por la industria de biocombustibles. Ver nota 11.

¹⁷ Información disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-61387963> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

¹⁸ Un factor adicional a esta bajada de producción argentina fue el aumento de los aranceles a las exportaciones, como medida de proteccionismo del país. Ver nota 11.

¹⁹ Se elaboró un índice del promedio de los precios mensuales de los Aceites de cocina, teniendo como base enero de 2020 (2020m1 = 100).

²⁰ IPC Aceites corresponde al ítem cuya glosa indica “Aceite Vegetal”, contenido en la canasta para el cálculo IPC general, publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas (“INE”).

²¹ Cabe destacar que el IPC Aceite es mayor que el IPC general en el periodo de alzas, indicando que los precios de los aceites subieron considerablemente más que la inflación presente en la economía nacional.

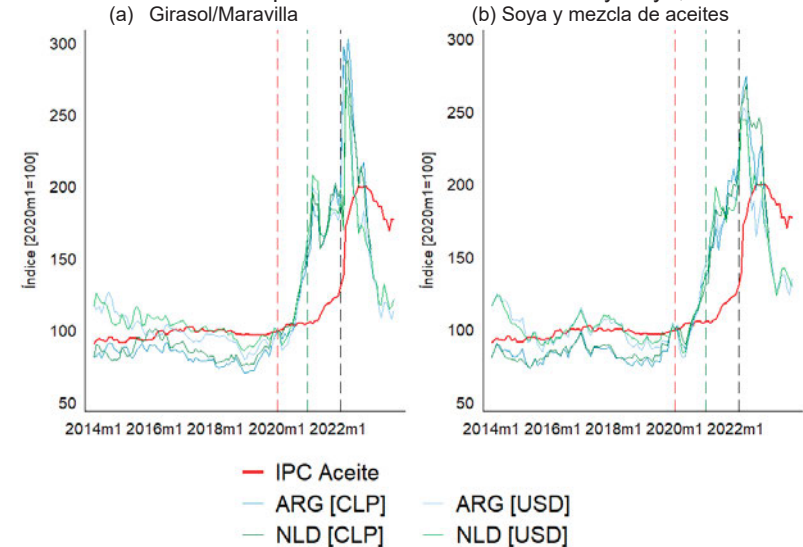
²² Fuente: ODEPA con información de bolsas, Reuters y Mercado de Liniers.

²³ Precios internacionales de Aceite de maravilla y soya crudo exportación, FOB Buenos Aires, Argentina [USD/ton] (Precios nominales sin IVA).

²⁴ Precios internacionales de Aceite de maravilla y soya crudo exportación, FOB Rotterdam, Holanda [USD/ton] (Precios nominales sin IVA).

tanto en dólares (“USD”) como en pesos chilenos (“CLP”)²⁵. Los índices de precios internacionales muestran una alta correlación entre sí²⁶, por lo que los análisis que se exhibirán más adelante se realizan en base al precio del producto de origen argentino, principal fuente de abastecimiento nacional de Aceites de cocina, como se señaló en el párrafo 7.

Gráfico 4. Evolución del precio de aceites de Maravilla y Soya, 2014 - 2022



Nota 1: Precios presentados como índices relativos a enero de 2020 (marcado en línea vertical segmentada roja).

Nota 2: El gráfico destaca enero de 2021 (línea vertical segmentada verde) y febrero de 2022 (línea vertical segmentada negra) en particular por el comienzo del conflicto entre Rusia y Ucrania.

Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada por ODEPA, INE y el Banco Central de Chile.

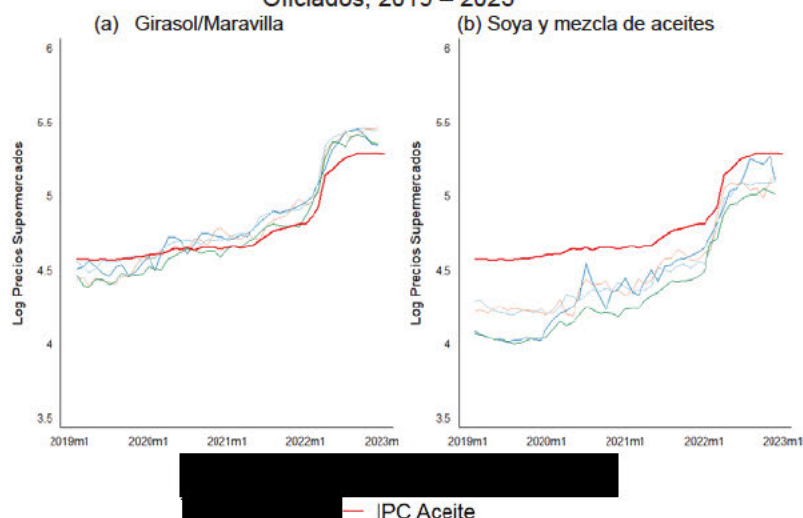
23. A mayor abundamiento, y a partir de la información de los Supermercados oficiados, se obtuvieron las variaciones de los precios promedios de los Aceites de cocina²⁷ que se muestran en el Gráfico 5, del cual se puede constatar cierta diferencia de precios entre sí, con [REDACTED] teniendo precios más económicos que el resto de los Supermercados.

²⁵ Para caracterizar la influencia del tipo de cambio sobre los precios de importación observados en el mercado local.

²⁶ En efecto, las correlaciones de los precios entre ambos países son muy cercanas a 1, lo que implicaría que los precios de estos países se mueven de forma similar a través del tiempo. Dado esto, observar los precios de transacción de un país u otro no cambiaría sustancialmente los resultados.

²⁷ Calculados a partir de la división de ventas y cantidades vendidas.

Gráfico 5. Evolución de precios (log) de aceites de Maravilla y Soya para Supermercados Oficiados, 2019 – 2023²⁸



Nota: logaritmo de índice de precios relativos a enero de 2020.

Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada por empresas oficiadas.

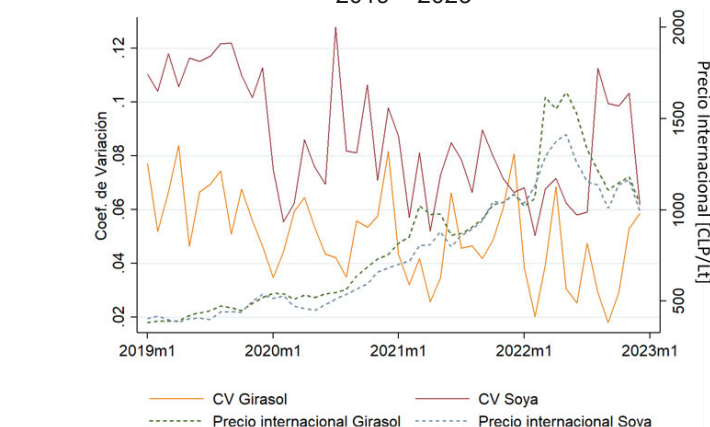
24. Tal como se ilustra en el gráfico anterior, y como se comentaba *supra*, se percibe un incremento de los precios en 2022, tanto para los aceites de maravilla como de soya. En efecto, los precios se encontraban con una tendencia alcista desde el 2020 hasta mediados de 2022, cuando se alcanzó un punto de inflexión y los precios de ambos tipos de aceites comienzan a bajar paulatinamente. Adicionalmente, se identifica un comportamiento tendencial similar de los Supermercados en relación con el mercado investigado, en línea con el mercado general a través del IPC de los aceites. Los precios de cara al consumidor final responden rezagadamente a las variaciones de los precios internacionales, lo que da cuenta de rigideces de precios nominales presentes en el mercado que pueden deberse a factores económicos como: disponibilidades de inventario, costos de menú, existencia de contratos de aprovisionamiento, sensibilidad al precio de los clientes, entre otros²⁹.

25. Por otra parte, se calculó el Coeficiente de Variación ("CV") de los precios de Supermercados para estudiar posibles tendencias en los comportamientos durante el periodo denunciado sobre los precios al consumidor final, pues, la coordinación entre actores implicaría una mayor similitud de precios entre éstos, lo que se reflejaría en una caída sistemática del CV. La evolución del CV de los Aceites se muestra en el Gráfico 6, a continuación.

²⁸ El IPC Aceite comprende los distintos tipos de aceite vegetal indistintamente. Cabe destacar que la cantidad de aceite de soya vendido es superior al de maravilla. Para el año 2019, del total de la cantidad vendida de aceites por Supermercados, el aceite de girasol representó un 20,2% y el de Soya y mezcla de aceites un 73,5%. Debido a que el precio del aceite de maravilla es superior al de soya, se observa en el Gráfico 5 un precio superior del primero en comparación al del IPC.

²⁹ Fuente: <https://dealhub.io/glossary/sticky-prices/> [Fecha de consulta: 27 de febrero de 2025].

Gráfico 6. Coeficiente de Variación de precios de Aceites de cocina en Supermercados, 2019 – 2023

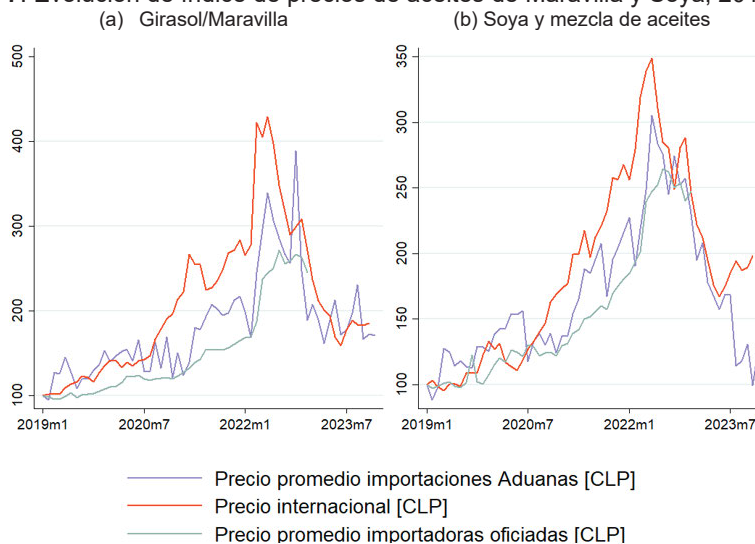


Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada por empresas oficiadas.

26. Como se puede ver en el Gráfico 6, no se distingue algún comportamiento tendencial entre los años 2019 a 2023 en cuanto a los precios promedios de venta entre los Supermercados en el mercado. Más aún, no se percibe algún patrón de tendencia en la similitud de precios locales frente a las mayores alzas o bajas en los precios internacionales.

27. Por otra parte, el Gráfico 7 a continuación ilustra la evolución de los índices del precio promedio de importación del aceite de maravilla y de soya, obtenido a partir de información de Aduanas. Adicionalmente, se incluyen los precios internacionales de Aceites y el precio promedio de Aceites de las Importadoras oficiadas en la Investigación.

Gráfico 7. Evolución de índice de precios de aceites de Maravilla y Soya, 2019 – 2023



Nota: índice de precios relativos a enero de 2019.

Nota: el precio de Aduanas y precio internacional se llevaron de USD a CLP con el tipo de cambio promedio mensual del Banco Central.

Fuente: Elaborado por la FNE en base a información recopilada por empresas oficiadas.

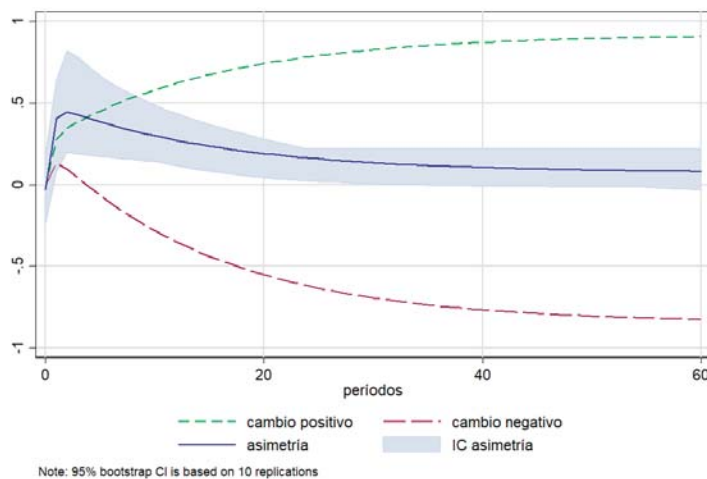
28. Como se evidencia en ambas categorías de aceite, los precios de importación y los precios promedios de las Importadoras exhiben alzas de precios con un rezago natural

respecto de los precios internacionales³⁰. Para el caso del aceite de maravilla, este rezago es levemente mayor que para el caso del aceite de soya, donde se evidencia un incremento más inmediato de los precios tanto de importación como de venta de las Importadoras en relación con el precio internacional de los Aceites.

29. Sin perjuicio de lo anterior, el IPC Aceite se encuentra condicionado principalmente al aceite de soya. En efecto, del total de aceite de soya y maravilla importado desde Argentina el año 2022, el 72% correspondió a aceite de soya. Más aún, el consumo por litro y por persona para el mismo año fue casi el doble para el caso del aceite de soya³¹. Mientras el consumo de aceite de maravilla alcanzó en promedio 2,8 litros por persona, el de soya alcanzó un promedio de 4,4 litros por persona para el año 2022. Debido a esto, los análisis que proceden en la presente Investigación se enfocan en el aceite de soya.

30. En este sentido, se estimaron los efectos que tendrían *shocks* por alzas y bajas de los precios internacionales de Aceite sobre los precios nacionales, medido a través del IPC Aceite. Esto, con el fin de dilucidar de qué forma y con qué magnitud reaccionan los precios nacionales frente a shocks positivos o negativos en los precios internacionales. El Gráfico 8 a continuación muestra sintéticamente los resultados de la estimación³², ilustrando funciones de impulso-respuesta, que muestran los efectos acumulativos de *shocks* positivos y negativos de los precios del aceite de soya argentino sobre el IPC Aceite a nivel nacional. Es decir, expresa cómo se transmiten estos *shocks* para analizar si habría una asimetría en la respuesta ante cambios negativos (línea roja) o positivos (línea verde) del precio internacional, y la diferencia de ambas estimaciones (línea azul).

Gráfico 8. Estimación de funciones impulso-respuesta frente a shocks positivos y negativos del precio internacional del aceite de soya sobre IPC Aceite



Fuente: Elaborado por la FNE en base a información de Aduanas y del INE.

³⁰ Estos rezagos se explican por cuanto los datos de Aduanas indican los montos de compra y cantidades adquiridas, registradas con fecha de internación al país, mas no necesariamente corresponden con exactitud a la fecha de compra, que puede diferir por razones como tiempos de transporte.

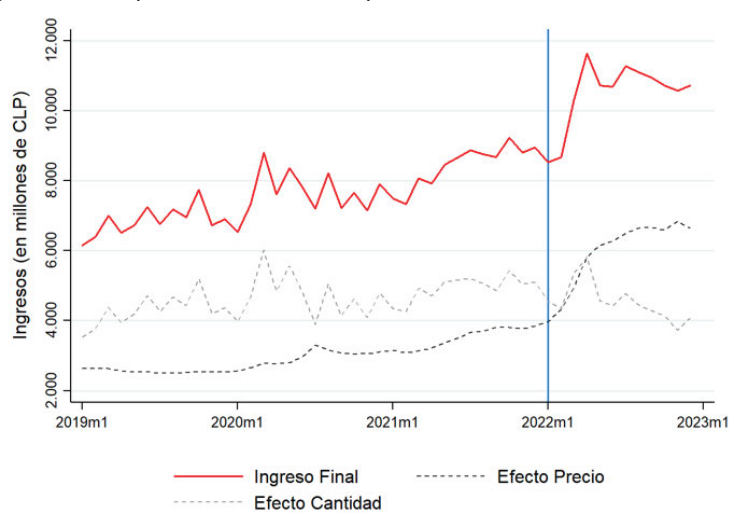
³¹ Información de importaciones obtenida a partir de Aduanas y datos poblacionales de Chile. Para llevar las importaciones a litros por persona se tomó en consideración una densidad del aceite de 920 kg/m³.

³² Para la estimación se utilizó un horizonte temporal de 60 meses a un nivel de confianza del 95%.

31. Del gráfico, se puede apreciar que la transmisión de los shocks tanto positivos como negativos sobre los precios nacionales son cercanos pero inferiores a 1³³, lo que se traduce en que los cambios de precios internacionales se transmiten a precios locales con magnitud levemente menor. Asimismo, los efectos acumulados en el largo plazo dan cuenta que la diferencia o asimetría no es distinta de cero, por lo que los precios nacionales, en el largo plazo, reaccionan similarmente frente a impactos positivos o negativos de los precios internacionales, y no se observan efectos diferenciados permanentes que podrían sostenerse en un escenario de conductas anticompetitivas.

32. Finalmente, se procedió a descomponer el ingreso final de los Supermercados con el fin de analizar si su variación obedece a efectos de precio o cantidad vendida, o a ambos, lo que se presenta en el Gráfico 9, a continuación. Para esto, se fijó en primer lugar el precio promedio base de los Supermercados en enero de 2022³⁴, dejando las cantidades variables para estimar si los cambios de ingresos se deben a variaciones de las cantidades vendidas. Por otra parte, se fijaron las cantidades promedios en la misma fecha, dejando los precios variables a fin de analizar si los cambios de ingresos fueron a razón de cambios de precios³⁵.

Gráfico 9. Efecto precio y efecto cantidad del precio de aceite de soya sobre variación de ingresos de Supermercados con respecto a enero de 2022, 2019 – 2023



Fuente: Elaborado por la FNE en base a información de empresas oficiadas.

33. A partir del Gráfico 9, se puede notar un incremento en el ingreso final de los Supermercados desde principios del año 2022. Al descomponer los efectos, se percibe que el aumento de los ingresos está explicado por el efecto precio, el cual presenta incrementos desde inicios de 2022. Como se ha explicado anteriormente, debido a diversas contingencias internacionales, el precio de los Aceites sufrió alzas que afectaron, a su vez, los precios locales por lo que fueron percibidas por parte del consumidor final en

³³ Por ejemplo, frente a un shock positivo de 1% en el precio internacional del aceite de soya, en el largo plazo, el precio nacional aumenta en un 0,92% y frente a un shock negativo de 1% el efecto es de una disminución de 0,85%.

³⁴ Se determinó esta fecha para hacer el ejercicio debido que fue a principios de 2022 cuando se realizaron las primeras denuncias del mercado en cuestión ante esta Fiscalía.

³⁵ La suma del efecto precio y efecto cantidad resultan en las variaciones de ingreso totales con respecto al mes base señalado.

Supermercados. Por tanto, en resumidas cuentas, los aumentos de ingresos por ventas de Aceites por parte de Supermercados se explican esencialmente por las alzas de precios justificadas en los párrafos precedentes.

34. En concreto, los Aceites son un producto de importación, como se mencionó *supra*, por lo que está expuesto a las diversas contingencias globales señaladas que alteraron el mercado internacional, repercutiendo con alzas a los precios de venta percibidos por los consumidores finales en el mercado local. De este modo, las alzas observadas en la economía local tendrían fundamentos económicos distintos de una posible colusión.

V. CONCLUSIONES

35. Los antecedentes recabados dan cuenta de un mercado que torna improbable la verificación de un acuerdo anticompetitivo como aquel sugerido por las denuncias que dieron origen a la Investigación. En efecto, se trata de la comercialización de un producto homogéneo en que no se aprecian barreras de entrada significativas, lo que resulta en actores atomizados presentes en las distintas etapas de la cadena del producto: numerosos importadores, donde más de la mitad de las importaciones se distribuyen entre siete empresas; y canales de venta minoristas diversos, donde los Supermercados no superan el 20% y 40% de las ventas del aceite de soya y maravilla, respectivamente.

36. Adicionalmente, las alzas de precios de los productos a los que se hizo referencia encuentran una justificación distinta a la existencia de un cartel según lo razonado precedentemente. En este sentido, la tendencia al alza que se verificó ocurrió en una época determinada y fue consecuencia de un aumento de los precios internacionales provocado, a su vez, por contingencias sufridas por el mercado internacional.

37. Ante la ausencia de otros elementos probatorios que sugieran la existencia de colusión en este mercado, esta División considera que no se ha podido comprobar la existencia de hechos, actos o convenciones constitutivos de infracciones al DL 211.

38. Dado lo anterior, se recomienda el archivo de esta Investigación, sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía Nacional Económica de velar permanentemente por la libre competencia en el mercado de la distribución y comercialización minorista de aceites comestibles vegetales, y de abrir investigaciones en caso de contar con nuevos antecedentes que lo ameriten.

Saluda atentamente a usted,

Matías
Nicolás
Belmonte
Parra

Firmado
digitalmente por
Matías Nicolás
Belmonte Parra
Fecha: 2025.02.27
18:07:26 -03'00'

MATÍAS BELMONTE PARRA
JEFE DIVISIÓN ANTI-CARTELES