Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Comercio Interior

643
CONC 639

BUENOS AIRES,

VISTO el Expediente Nº S01:0298822/2007 del Registro del MINISTERIO D ECONOMIA Y PRODUCCION, y

CONSIDERANDO:

Que el Artículo 58 de la Ley Nº 25.156 faculta a la Autoridad de Aplicación de Ley Nº 22.262 a intervenir en las causas que se inicien durante la vigencia de la primera de l normas legales citadas, subsistiendo sus funciones hasta que se constituya y se ponga funcionamiento el TRIBUNAL NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA en ámbito del MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION.

Que, en las operaciones de concentración económica en las que intervenga empresas cuya envergadura determine que deban realizar la notificación prevista en Artículo 8º de la Ley Nº 25.156, procede su presentación y tramitación por los obligados an la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organism desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR d MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, en virtud de lo dispuesto y por l integración armónica de los Artículos 6º a 16 y 58 de dicha ley.

Que las presentes actuaciones dan cuenta de la notificación presentada en le términos del referido Artículo 8º de la Ley Nº 25.156 con relación a la operación d concentración económica llevada a cabo, consistente en la adquisición por parte de la firm ADECOAGRO LLC. del control de la empresa LA LACTEO S.A. a través de la compra d

Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Comercio Interior

CIEN POR CIENTO (100 %) de la participación accionaria de esta última.

Que la operación de concentración económica que se notifica no infringe Artículo 7º de la Ley Nº 25.156 al no disminuir, restringir o distorsionar la competencia, modo que pueda resultar perjuicio al interés económico general.

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISI NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo y es parte integrante de la prese resolución.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en vir de lo establecido en el Artículo 2º de la Resolución Nº 40 de fecha 22 de febrero de 2001 de ex – SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR del – MINISTERIO DE ECONOMIA.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Autorízase la operación de concentración notificada, consistente en adquisición por parte de la firma ADECOAGRO LLC. del control de la empresa I LACTEO S.A. a través de la compra del CIEN POR CIENTO (100 %) de la participaci accionaria de esta última de acuerdo a lo previsto en el Artículo 13, inciso a) de la Ley 25.156.

ARTICULO 2º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al dictamen emiti por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organis

desconcentrado en la órbita de la SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION, de fecha 26 de diciembre de 2007, en VEINTINUEVE (29) hojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTICULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION SCI Nº :

Expte. S01:0298822/2007 (Conc. 639) DP/RN-DO-VB-YDC
DICTAMEN CONCENT. Nº 643
BUENOS AIRES, - 2007

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos para su consideración el presente dictamen referido a la operación de concentración económica que tramita bajo el Expediente N° S01:0298822/2007 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, caratulado "ADECOAGRO LLC Y OTROS S/ NOTIFICACIÓN ARTÍCULO 8° LEY N° 25.156 (CONC. 639)".

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

I.1. LA OPERACIÓN.

1. La operación que se notifica se produce en la República Argentina y consiste en la adquisición por parte de ADECOAGRO LLC. (en adelante "ADECOAGRO") del 100% del capital accionario de LA LÁCTEO S.A. (en adelante "LA LACTEO"), que anteriormente era propiedad de los Sres. Alejandro Héctor Mauro, Gustavo Gabriel Mauro, Jorge Osvaldo Mauro, Fernando Javier Mauro, Jorge Alfredo Mauro, todos éstos respectivamente y en forma individual en una cantidad equivalente al 18% de dichas tenencias, y del Sr. Marcos Oscar Martini, quien era propietario de las acciones representativas del 10% de su capital social.

I.2. LA ACTIVIDAD DE LAS PARTES.

LA EMPRESA COMPRADORA

2. **ADECOAGRO LLC.** es una empresa constituida y vigente en el estado de Delaware, Estados Unidos de América, inscripta en la Inspección General de Justicia como empresa extranjera según el artículo 123 de la Ley de Sociedades Comerciales, controlada en forma directa por AFI LIMITED e indirectamente – a través de otros vehículos societarios- por INTERNATIONAL FARMLAND

HOLDINGS LLC., ambas compañías extrajeras que no realizan actividades directas en la República Argentina

3. ADECOAGRO controla en forma directa a: i) LETERTON ESPAÑA SL (en adelante "LETERTON"), de quien detenta el 100% de sus tenencias accionarias, ii) KADESH HISPANIA SL (en adelante "KADESH"), propietaria también del 100% de sus acciones; iii) PILAGÁ S.A.G. (en adelante "PILAGA"), de quien posee el 99,84% de su capital accionario. Todas estas empresas están constituidas fuera de nuestro país y no realizan actividades directas en el mismo. ADECOAGRO es titular también en forma directa del ESTABLECIMIENTO LA ALEGRÍA (en adelante "LA ALEGRÍA"), un establecimiento agropecuario que tiene por actividad principal en Argentina la producción agrícola tradicional de cereales como el trigo y el maiz, y de oleaginosas como la soja y el girasol.

4. A su vez, KADESH es propietaria del 95% de las acciones de: i) ADECO AGROPECUARIA S.R.L. (en adelante "ADECO"); ii) LA AGRARIA S.A. (en adelante "LA AGRARIA"); iii) CAVOK S.A. (en adelante "CAVOK"); y iv) ESTABLECIMIENTOS EL ORDEN S.A. (en adelante "EL ORDEN"). Todas estas compañías están constituidas en la República Argentina y se dedican a la elaboración y comercialización de productos agrícolas, ganaderos y de tambo. El restante 5% de su capital accionario es propiedad de LETERTON.

5. PILAGA es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de nuestro país que se dedica también a la elaboración y comercialización de productos agrícolas, ganaderos y de tambo.

LOS VENDEDORES

6. El Sr. **Jorge Alfredo Mauro**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 4.417.830, propietario de 558.000 acciones ordinarias nominativas no endosables de un voto por acción, equivalente al 18% del capital accionario de LA LACTEO.

7. El Sr. **Alejandro Héctor Mauro**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 21.480.086, propietario de 558.000 acciones ordinarias nominativas no

endosables de un voto por acción, equivalente al 18% del capital accionario de LA LACTEO.

8. El Sr. **Gustavo Gabriel Mauro**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 20.205.945, propietario de 558.000 acciones ordinarias nominativas no endosables de un voto por acción, equivalente al 18% del capital accionario de LA LACTEO.

9. El Sr. **Jorge Osvaldo Mauro**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 18.423.831, propietario de 558.000 acciones ordinarias nominativas no endosables de un voto por acción, equivalente al 18% del capital accionario de LA LACTEO.

10. El Sr. **Fernando Javier Mauro**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 21.980.155, propietario de 558.000 acciones ordinarias nominativas no endosables de un voto por acción, equivalente al 18% del capital accionario de LA LACTEO.

11. El Sr. **Marcos Oscar Martini**, es una persona física de nacionalidad argentina, D.N.I. N° 20.029.208, propietario de 310.000 acciones ordinarias nominativas no endosables de un voto por acción, equivalente al 10% del capital accionario de LA LACTEO.

EL OBJETO

12. **LA LÁCTEO S.A.** es una sociedad constituida y vigente conforme las leyes de la República Argentina que se dedica al procesamiento de leche fluida para la fabricación de productos lácteos. Son propietarios de sus acciones en las proporciones antes descriptas las personas físicas indicadas en el punto anterior.

II. ENCUADRAMIENTO JURIDICO

13. Las empresas involucradas notificaron en tiempo y forma la operación de concentración conforme a lo previsto en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, habiendo dado cumplimiento a los requerimientos efectuados por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.

14. 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.

15. La obligación de efectuar la notificación obedece a que el volumen de negocios de las firmas involucradas y los objeto de las operaciones, a nivel nacional supera el umbral de PESOS DOSCIENTOS MILLONES ($ 200.000.000) establecido en el artículo 8° de la Ley N° 25.156, y no se encuentra alcanzada por ninguna de las excepciones previstas en dicha norma.

III. EL PROCEDIMIENTO

16. El día 9 de agosto de 2007 las partes presentaron en forma conjunta el Formulario F1 respecto de la operación objeto de estudio.

17. Tras analizar la presentación efectuada con fecha 23 de agosto de 2007 esta Comisión Nacional consideró que la misma debía cumplir con lo dispuesto por la Resolución SDCyC N° 40/2001. Consecuentemente se hizo saber a las partes que hasta tanto no se diera cumplimiento a lo requerido no comenzaría a correr el plazo establecido por el artículo 13 de la Ley N° 25.156.

18. Con fecha 14 de septiembre de 2007 dieron cumplimiento a lo solicitado en el punto anterior.

19. El día 18 de septiembre de 2007 tras analizar la información presentada, esta Comisión Nacional tuvo por notificada la operación de concentración económica presentada y con fecha 19 del mismo mes y año efectuó observaciones a las presentaciones realizadas que fueron notificadas las partes con fecha 20 de septiembre. En esa oportunidad se les hizo saber que el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 comenzaría a correr a partir del día 15 de septiembre de 2007 y quedaría suspendido hasta tanto no dieran total respuesta a la solicitud efectuada.

20. Con fecha 5 de octubre de 2007 las partes brindaron la información solicitada mediante la providencia de fecha 19 de septiembre.

21. Tras analizar la información presentada, con fecha 17 de octubre de 2007 esta

Comisión Nacional consideró que la misma se hallaba incompleta, razón por la cual efectuó nuevas observaciones que se notificaron a las partes con fecha 18 del mismo mes y año.

22. El día 2 de noviembre de 2007 las partes dieron respuesta a lo solicitado.

23. Con fecha 20 de noviembre de 2007 tras analizar la información presentada, esta Comisión Nacional consideró nuevamente que la misma se hallaba incompleta, efectuando observaciones que fueron notificadas las partes en la misma fecha.

24. El día 28 de noviembre de 2007 las partes presentaron la información requerida

25. Luego de analizar dicha presentación, con fecha 5 de diciembre de 2007 esta Comisión Nacional resolvió que la información se hallaba incompleta, efectuando observaciones que fueron notificadas a las partes el día 6 del mismo mes y año.

26. Finalmente el día 10 de diciembre de 2007 las partes dieron respuesta al requerimiento efectuado, y siendo suficiente la información presentada en esa misma fecha esta Comisión Nacional tuvo por completo el Formulario F1 acompañado reanudando el plazo establecido en el Artículo 13 de la Ley N° 25.156 a partir del día hábil posterior al enunciado.

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

1. NATURALEZA ECONÓMICA DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN

27. Como ya fuera descripto, mediante la presente operación de concentración económica ADECOAGRO adquiere el 100% del capital social y de los activos, derechos y obligaciones de LA LACTEO.

28. ADECOAGRO es una empresa extranjera controlada por AFI LIMITED. Ninguna de las dos posee actividades directas en el país, aunque ADECOAGRO controla a PILAGA en Argentina y a dos empresas extranjeras que se denominan KADESH y LETERTON.

29. KADESH controla en el país a LA AGRARIA, CAVOK, EL ORDEN, y ésta ultima a LA ALEGRIA. Estas cinco empresas, junto con la firma PILAGA, conforman el denominado "Grupo Adecoagro".

30. Dentro de las mencionadas, como fue dicho, ADECO y LA AGRARIA están dedicadas a la elaboración y comercialización de productos agrícolas, ganaderos y de tambo, mientras que CAVOK, EL ORDEN y PILAGA tienen como actividad principal la elaboración y comercialización de productos agrícolas y ganaderos.

31. Específicamente, a través de la actividad de todas sus controladas, el Grupo Adecoagro está inserto en la producción de trigo, maíz, soja, girasol y arroz; en el acopio, industrialización y comercialización de arroz; en la producción ganadera de cría, engorde y venta de ganado en pie para faena, invernadero y tambo; y en la producción de leche fluida a granel y leche en polvo a fazón para terceros.

32. En cuanto a LA LACTEO, es una empresa láctea que produce leches, manteca, crema, postres, yogures, quesos y dulce de leche.

33. En consecuencia, la operación de concentración económica presenta relaciones verticales entre la leche, tanto fluida como en polvo, que ofrece ADECOAGRO y los productos lácteos de LA LACTEO.

34. Es válido aclarar que ADECOAGRO no posee instalaciones propias para la producción de leche en polvo, sino que mantiene contratos con las firmas S.A. LA SIBILA y con COMPAÑÍA REGIONAL DE LÁCTEOS ARGENTINA S.A (en adelante "CORLASA"), por los cuales la firma remite leche a las plantas de cada una de las mencionadas, hasta un volumen diario acordado de 100.000 litros. Sin embargo, en tanto posee contratos de largo plazo con las firmas, y constituye un oferente en el mercado de leche en polvo, se considera pertinente analizar la relación vertical involucrada.

2. DEFINICIÓN DE MERCADO RELEVANTE

35. Tal como lo establecen los Lineamientos para el Control de las Concentraciones Económicas aprobados por Resolución 164/2001 de la SECRETARÍA DE LA

COMPETENCIA, LA DESREGULACIÓN Y LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR, (en adelante "los Lineamientos"), a los efectos de establecer si una concentración limita o no la competencia, es preciso delimitar el mercado que se verá afectado por la operación. Este mercado, que se denomina mercado relevante, comprende dos dimensiones: el mercado del producto y el mercado geográfico.

36. El marco metodológico para la definición del mercado relevante, tanto en su dimensión de producto como geográfica, es lo que se conoce como test SSNIP ("Small but Significant and Nontransitory Increase in Price"). Referido al mercado del producto, este test define como mercado relevante al menor grupo de productos respecto del cual, a un hipotético monopolista de todos ellos, le resultaría rentable imponer un aumento de precios pequeño, pero significativo y no transitorio[1].

37. A tales efectos, los Lineamientos establecen que deben incluirse dentro del mercado, aquellos productos que los consumidores consideran sustitutos en función de sus características, precios y el objeto de su consumo.

38. En relación con el mercado geográfico, el test define como mercado relevante a la menor región dentro de la cual resultaría beneficioso para un único proveedor del producto en cuestión imponer un incremento pequeño, aunque significativo y no transitorio, en el precio del producto.

Mercado del producto

i. Mercados aguas arriba

39. Según el Artículo 554 del Código Alimentario Argentino[2] (en adelante "El Código"), por la denominación Leche sin calificativo alguno, se entiende el producto obtenido por el ordeño total e ininterrumpido, en condiciones de higiene, de la vaca lechera en buen estado de salud y alimentación, proveniente de tambos inscriptos y habilitados por la Autoridad Sanitaria Bromatológica Jurisdiccional y sin aditivos de

[1] El aumento de precios considerado va del 5% al 10%.
[2] Ley N° 18.284 y modificatorias.

ninguna especie. La leche proveniente de otros animales, deberá denominarse con el nombre de la especie productora.

40. La leche fluida a granel, como expresa el Código Alimentario Argentino, se genera en los establecimientos productores (tambos), por el ordeñe de las vàcas. Ésta es luego vendida a empresas industrializadoras donde se destina a la elaboración de distintos productos lácteos, o a una empresa comercializadora, que la recolecta y vende a la industria.

41. Por su parte, el Articulo 567 del Código, entiende por Leche en Polvo al producto que se obtiene por deshidratación de la leche, entera, descremada o parcialmente descremada y apta para la alimentación humana, mediante procesos tecnológicamente adecuados.

42. Para obtener leche en polvo, a la leche cruda se le realiza primero un proceso de higienización y estandarización. Luego se le efectúa un tratamiento térmico y de allí se la concentra. Luego pasa por un proceso de precalentamiento y homogeneización, hasta que se seca a una temperatura de 200° a 230°. Finalmente se envasa. El equipamiento necesario tiene un valor de 25 millones de dólares.

43. La leche en polvo es producida fundamentalmente para consumo industrial. La misma se vende a industrias chocolateras, de producción de helados, panaderas (panificadoras), de producción de galletitas, y a otras industrias lácteas que la utilizan a su vez para la elaboración de sus productos.

44. En cuanto a sus usos en la industria láctea, según la información presentada por las partes, con leche en polvo es posible realizar yogures y dulce de leche industrial, mientras que la leche a granel se utiliza de insumo en la elaboración de todos los productos lácteos. Asimismo, se verifican diferencias de precios significativas entre ambas variedades de leche.

45. De acuerdo a lo indicado esta CNDC entiende que los mercados aguas arriba son los de la leche fluida a granel y leche en polvo a granel.

ii. Mercados aguas abajo

Leches

46. La leche se utiliza para el consumo final en meriendas y desayunos y en la preparación de comidas, y también se utiliza en la producción de otros productos, como los lácteos.

47. La leche para consumo humano puede distinguirse entre pasteurizada, ultrapasteurizada y larga vida.

48. Para su producción, la materia prima cruda (leche) confluye al sector de recibo de leche en donde, una vez realizados los controles de recepción se la somete al proceso de pasteurización y estandarización. La pasteurización es un tipo de procesamiento en el que los alimentos son sometidos a temperaturas entre 72 y 75°C, por un período de 15 a 20 segundos, seguido por un rápido enfriamiento, eliminando las bacterias patógenas y reduciendo el número de microorganismos totales. Concluida esta operación la leche se destina en función del programa de producción a las líneas productivas correspondientes.

49. En el caso de la leche simplemente pasteurizada, el proceso culmina en esa etapa y el producto palletizado se introduce a la cámara de frío. La misma es envasada en envases plásticos flexibles (sachets), posee una vida útil relativamente corta (5 días) y debe ser mantenida bajo cadena de frío durante el período de aptitud.

50. En el caso de la leche larga vida y ultrapasteurizada, la leche proveniente de los tanques de almacenamiento, se bombea a un esterilizador. El proceso es continuo y se realiza en un sistema cerrado para impedir la contaminación por microorganismos transportados por el aire. La sucesión de calentamiento y enfriamiento se realiza en forma indirecta por medio de un intercambiador de calor.

51. Durante la ultrapasteurización se emplean temperaturas entre 130 y 150 °C durante periodos de tiempo de 2 a 4 segundos, eliminando la todas las bacterias sin afectar el valor nutricional de los alimentos.

52. Esta leche es envasada en envases plásticos flexibles (sachets), posee una vida útil de 15 a 21 días, y requiere cadena de frío durante el período de aptitud.

53. Por su parte, la producción de leche larga vida requiere su posterior envasado aséptico. La particularidad de este producto es que los envases utilizados para su almacenamiento protegen al producto frente a la luz y al oxígeno atmosférico, permitiendo su almacenamiento a temperatura ambiente durante una vida útil de 5 a 6 meses.

54. Si bien las ocasiones de consumo son las mismas, tanto la vida útil, como las condiciones de almacenamiento y el precio de la leche larga vida difieren significativamente de las otras dos variedades.

55. Asimismo, dado que de no presentarse problemas en el mercado restringido tampoco los habrá en el ampliado, esta Comisión Nacional entiende que la leche pasteurizada y ultrapasteurizada, por un lado, y, la leche larga vida por el otro, constituyen dos mercados relevantes del producto.

Quesos

56. Según el Código Alimentario Argentino, los quesos se clasifican según su contenido de humedad y de agua en tres categorías principales: quesos de pasta dura (baja humedad, hasta 35,9%), quesos de pasta semi-dura (de mediana humedad, entre 36,0 y 45,9%) y quesos de pasta blanda (de alta humedad, entre 46,0 y 54,9%), y quesos de muy alta humedad (humedad no menor a 55,0%).

57. Asimismo, los quesos azules y untables no se clasifican según su grado de humedad, sino respecto a la composición de la pasta básica. El tipo de pasta que define al queso azul (el más conocido es el roquefort) es abierta, suave, cremosa y desmenuzable, de color blanco y vetas verdes. Los quesos fundidos (entre ellos, quesos untables) son obtenidos por molido, mezclado y fundido por medio de calor y agentes emulsificantes de uno o más tipos de quesos. Los quesos untables se utilizan en general tanto en la preparación de comidas como para desayunos y

meriendas[3].

58. Los quesos de pasta blanda son en general utilizados en la preparación de comidas, y en la elaboración de de sándwiches. Los mismos, se trabajan en tinas, en donde se produce el cuajado y agregado de fermentos, seguido de un desuerado, moldeo, termoexitado, salado y oreo. Luego se envasan. Su duración aproximada es de 60 días.

59. Los quesos semiduros compactos y firmes, pero de pasta elástica y grasa, en cambio, poseen un sabor más fuerte y necesitan entre uno y dos meses para madurar. Se los consume habitualmente como un alimento previo a una cena o almuerzo y en las denominadas "picadas" y algunos también son utilizados en la elaboración de comidas.

60. Por su parte, los quesos de pasta dura son especiales para rallar. Poseen en general sabor fuerte, son muy aromáticos y picantes, algunos ligeramente salados o ahumados. Su uso principal es alimenticio, en picadas y como aderezos.

61. Los quesos duros y semi-duros se elaboran con la misma tecnología, en tina cerrada, con posterior desuerado, salado y prensa. Sin embargo, su vida útil difiere, en tanto los primeros duran aproximadamente 1 año, mientras que los semi-duros duran 180 días.

62. Es importante destacar que dentro de cada una de las clases de quesos mencionadas se encuentran a su vez, diferentes variedades de quesos. De las diferentes variedades que se producen, la diferenciación en clases permite hacer una apertura del mercado entre quesos que se distinguen no sólo por sus características en cuanto a la elaboración, sino que muchas veces también por el uso particular al que son destinados. No obstante ello, debe puntualizarse que existen variedades que se encuentran cerca de los límites entre las distintas categorías y que, por lo tanto, podrían actuar como sustitutos cercanos en una como en otra categoría.

63. Finalmente, puede encontrarse el queso rallado, que se elabora a partir del queso

[3] Ver Expte. S01: 0281420/2006 (CONC. 584)

duro (en general, Sbrinz o Sardo) y se utiliza principalmente como aderezo de las pastas. El mismo se ralla en un rallador industrial especializado y refina hasta la granulometría adecuada. Luego se seca en un horno a 37° y se envasa en sobres en la línea fraccionadora. La presente variedad tiene una vida útil aproximada de 90 días.

64. De esta manera, desde del lado de la demanda se observa que las distintas variedades de queso presentan diferencias en cuanto a sus usos, vida útil, envase y precios. Adicionalmente, de no existir preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado restringido, tampoco los habrá en el ampliado.

65. Por lo tanto, siguiendo criterios adoptados en oportunidades anteriores[4] se considerará que las distintas variedades de quesos (blandos, semi duros, duros, untables y rallado) constituyen mercados en sí mismos.

Yogures

66. Se entiende por Yogur o Yoghurt o Iogurte (en adelante "Yogur"), el producto incluido en la definición de leche fermentada, cuya fermentación se realiza con cultivos protosimbióticos de Lactobacillus delbrueckii subsp., bulgaricus y Streptococcus salivarius subsp. Thermophilus, a los que en forma complementaria pueden acompañar otras bacterias acidolácticas que, por su actividad, contribuyen a la determinación de las características del producto terminado.

67. El proceso de elaborado de yogurt comienza a partir de tanques de leche pasteurizada-estandarizada, desde donde se envía la materia prima hacia un precalentador de placas con la finalidad de elevar la temperatura de 5 °C a 50 °C y la posterior disolución de sólidos, con la ayuda de un mezclador centrífugo Triblender. La mezcla se deja reposar en tinas. Luego se comienza con la pasteurización de la mezcla a 90 °C con un tiempo de retención de 6 minutos. Una vez pasteurizada se incorpora a los tanques incubadores.

68. La etapa final es la de fraccionado. Las líneas difieren según sea yogurt bebible o

[4] Ver Nota 3

en potes. En este último caso, la línea cuenta con dosificadores de frutas y pulpas, de caramelo y aplicador de capuchones.

69. Una vez que los productos están terminados se almacenan en una cámara frigorífica, que los mantiene a 3-6 °C.

70. El yogur es generalmente consumido en desayunos y meriendas, como así también en ocasiones no específicas como un alimento complementario (antes de la cena o el almuerzo). En términos de la ocasión de consumo puede considerarse cercano de otros productos como la leche o las galletitas con mermelada, manteca o queso untable que, sin embargo, difieren en precios, vida útil y presentaciones.

71. En consecuencia, a los fines de la presente operación esta Comisión Nacional entiende que el menor grupo de productos sobre el cual un hipotético monopolista podría imponer un aumento no transitorio y significativo de precios está compuesto por el de yogurt en todas sus formas y presentaciones.

Dulce de leche

72. El Artículo 592 del Código identifica con la denominación dulce de leche al producto obtenido por concentración mediante el calor, a presión normal, o a presión reducida de leche o de leche reconstituida, aptas para la alimentación, con el agregado de azúcar blanco.

73. Su proceso productivo comienza con la pasteurización de leche. Luego, la misma es conducida hasta una tina de premezcla y calentamiento, en donde se agregan los sólidos necesarios. De allí se deriva a las pailas dulceras, en las que se efectúa la evaporación de la mezcla a presión atmosférica, para finalmente enviar el producto terminado a los tanques de enfriamiento.

74. El dulce de leche es consumido generalmente en desayunos y meriendas, o en la elaboración de productos de repostería. En este sentido, según la ocasión de consumo, pueden encontrarse distintos productos que satisfagan las mismas necesidades, como la mermelada en el primer caso y la crema en el segundo.

75. En este caso, como de no presentar preocupaciones desde el punto de vista de la competencia el mercado más restringido, tampoco las poseerá uno ampliado, esta Comisión Nacional entiende que el dulce de leche constituye en sí mismo un mercado relevante de producto.

Postres

76. El proceso productivo de postres y flanes es de tipo batch. En los tanques de proceso se realiza la incorporación de leche, ingredientes, el pasteurizado y enfriamiento, mientras que el fraccionado del producto en potes se realiza en una fraccionadora de potes.

77. Los postres y flanes se consumen luego de las comidas principales del día. Los mismos consisten principalmente en una mezcla de leche, huevos y azúcar que es homogeneizada y tratada térmicamente para su posterior fraccionamiento y envase.

78. Al igual que en oportunidades anteriores, se considerará al segmento de flanes y postres como un mercado en sí mismo, aún cuando sería posible identificar otros productos lácteos y no lácteos que actúan como sustitutos de los mismos. En este sentido, de no existir problemas de competencia en el mercado restringido, tampoco los habrá en el ampliado.

Crema de leche

79. El Artículo 585 del Código Alimentario define con el nombre de crema de leche al producto lácteo relativamente rico en grasa separada de la leche por procedimientos tecnológicamente adecuados, que adopta la forma de una emulsión de grasa en agua.

80. El primer paso del proceso productivo consiste en la obtención de crema a partir del desnatado de leche por separación centrífuga. De allí se realiza un proceso de estandarización y luego se pasteuriza. La pasteurización se realiza a 80°C, con una retención de 30 segundos. Luego se enfría, se almacena en un tanque sanitario y se envasa en potes o bidones.

81. El principal uso de este producto es la repostería y la fabricación de cremas heladas. Sin embargo, la crema también se utiliza en la elaboración de salsas para acompañar pastas, carnes y pescados

82. Se adoptará en este caso un criterio de mercado restringido a este producto de forma que de no presentarse preocupaciones desde el punto de vista de la competencia en el mercado restringido tampoco las habrá en el ampliado, esta Comisión Nacional toma a los fines de la presente operación al mercado de producto compuesto por la crema de leche.

Mercado Geográfico

83. El mercado geográfico de la actividad de obtención de leche es la totalidad del territorio nacional en tanto existen diversas cuencas lecheras repartidas alrededor del país.

84. En cuanto a la dimensión de los mercados aguas abajo, la misma también se considera nacional debido a que los productos lácteos se comercializan en todo el país, y las grandes marcas tienen alcance nacional.

1. Participaciones de mercado

i. Mercados aguas arriba.

Leche Fluida a Granel

85. Tal como ya se ha mencionado, ADECOAGRO se dedica a la producción de leche fluida a granel, la cual es utilizada principalmente por firmas productoras de lácteos.

86. La oferta de leche fluida en el país está representada por una gran cantidad de productores, esto es más de 10.000 tambos que se encuentran distribuidos en distintas cuencas lecheras. Las principales cuencas lecheras de Argentina son las que se ubican en las provincias de Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos y La Pampa.

87. Los tambos pertenecientes a ADECOAGRO se localizan en las provincias de Santa Fe y Córdoba. Asimismo, según las firmas involucradas los tambos más importantes que se encuentran en Santa Fe son "Las Taperitas", "La Dorita", "La Sibila/El Embrujo" (también localizado en Córdoba), "La Ramada" y "Garcia Hnos", y en la provincia de Córdoba destaca la presencia de "Arcor".

88. A continuación se presenta el volumen total comercializado durante el año 2006 de leche fluida, como así también la participación de ADECOAGRO en el mismo.

Cuadro Nº 1. Participaciones en volumen de ADECOAGRO en el Mercado de Leche Fluida a Granel. Año: 2006.

Firma	Volumen (lts)	Paticipación (%)
Adecoagro	*25.987.540*	*0,26%*
Otros	10.135.514.489	99,74%
Total país	10.161.502.029	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

89. Del cuadro Nº 1, se desprende que la producción de leche fluida, durante el año 2006 alcanzó, aproximadamente, 10,16 millones de litros. Por su parte, la participación de ADECOAGRO en este mercado fue de 0,26%.

90. Como puede observarse, la participación de la compradora en el mercado de leche fluida es lo suficientemente pequeña, de forma tal que de aprobarse la presente operación de concentración, las condiciones del mercado no se verían afectadas.

91. Por otro lado, del análisis de la cartera de clientes de ADECOAGRO se entiende que en los últimos años, la demanda de leche fluida a ADECOAGRO fue fluctuando en lo que se refiere tanto a volumen comercializado como también a las cantidades demandadas por cada firma.

92. Con el fin de exponer con mayor claridad dicha situación, en el cuadro Nº 2 se detalla la composición de las ventas efectuadas por ADECOAGRO, como así también la participación que tienen las mismas en las compras totales de cada firma cliente de ADECOAGRO. Dicha información se refiere al periodo 2004-2006.

Cuadro Nº 2. Composición de las Ventas de Leche Fluida de ADECOAGRO y participación de las mismas en las Compras de las Productoras Lácteas

Firma	Total Compras a Adecoagro (litros)	Participación (%)	Total Compras Firma	Participación (%) de las compras a Adecoagro en el total de compras
	2004			
Nestle	4.071.790	22,24%	182.500.000	2,23%
Molfino	9.619.415	52,54%	360.000.000	2,67%
DairyPartners Americas Manufacturing Arg. S A	4.616.795	25,22%	182.500.000	2,53%
Total	18.308.000	100,00%		
	2005			
CLS	4.094.185	23,86%	7.000.000	57,92%
La Sibila	5.435.067	31,99%	250.000.000	2,17%
Nestle	39.950	0,24%	300.000.000	0,01%
Mastellone	3.967.549	23,35%	1.100.000.000	0,36%
Innovatech	47.636	0,28%	18.000.000	0,26%
Lact. Aurora	45.007	0,26%	10.000.000	0,45%
Quilorac	11.750	0,07%	12.000.000	0,10%
DairyPartners Americas Manufacturing Arg. S A	3.387.735	19,94%		
Total	16.988.879	100,00%		
	2006			
La Sibila	8.687.548	36,71%	220.000.000	3,95%
Mastellone	10.605.438	44,81%	1.200.000.000	0,88%
Innovatech	680.119	2,87%	22.000.000	3,09%
Lact. Aurora	322.252	1,36%	10.000.000	3,22%
Quilorac	83.126	0,35%	12.000.000	0,69%
Gandara	28.481	0,12%	*	
PDA	3.260.041	13,77%	*	
Total	23.666.973	100,00%		

(*) No se cuenta con la información

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

93. Durante el año 2004, MOLFINO, tuvo una participación superior al 50% en las ventas efectuadas por ADECOAGRO, pero posteriormente no efectuó compras a dicha firma. Por otro lado, al analizar la participación de ADECOAGRO en el total de compras realizadas por MOLFINO, se observa que representaron un 2,67% para ese año.

94. En el año posterior, la firma CLS realizó el 57, 9% de sus compras de leche fluida a ADECOAGRO. Sin embargo, en el año 2006 no efectuó nuevas compras. En cuanto a las restantes firmas, los porcentajes de participación de ADECOAGRO en las compras realizadas por las mismas, no son significativos. Este comportamiento

se observa en todos los años y para todas las firmas.

95. Por último y en relación con lo ya expresado en párrafos precedentes, se concluye que los productores lácteos tienen la posibilidad de abastecerse de distintos proveedores, dada la existencia de la oferta atomizada de leche, y por otro lado, ningún cliente actual de ADECOAGRO se vería afectado por la ausencia de la oferta de ADECOAGRO de leche fluida, ya que la misma mantiene bajas participaciones en las compras efectuadas por sus clientes.

96. Por todo lo anterior, esta Comisión Nacional concluye que de aprobarse la presente operación no surgirían perjuicios que pudieran atentar contra el interés económico general en el mercado de la leche fluida a granel.

Leche en Polvo

97. La producción anual de leche en polvo durante el 2006 fue de 289,4 millones de kilogramos, volumen similar al del año anterior que consistió en 286,4 millones de kilogramos.

98. Entre los productores de leche en polvo se destacan firmas tales como Sancor, Mastellone, Molfino, Milkaut, Suc. Alfredo Williner y Verónica, entre otras.

99. Tal como se señala en el cuadro que se encuentra a continuación, su producción, representó el 1,3% del mercado. Esto implica un aumento de su participación, puesto que durante el año 2005 la misma fue de 0,39%.

Cuadro Nº 3. Participaciones en volumen de ADECOAGRO en el Mercado de Leche en Polvo. Año: 2006

Firma	Volumen (kgs)	Paticipación (%)
Adecoagro	*3.764.462*	*1,30%*
Otros	285.643.538	98,70%
Total país	289.408.000	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

100. Al igual que en el caso de la leche fluida, la participación de mercado de ADECOAGRO en la producción de leche en polvo no representa un porcentaje

significativo.

101. A continuación se estudiara la composición de la demanda de leche en polvo a ADECOAGRO, para los años 2005-2006.

Cuadro Nº 4. Composición de las Ventas de Leche en Polvo de ADECOAGRO y participación de las mismas en las Compras de las Productoras Lácteas

Firma	Total Compras a Adecoagro (kgs)	Participación (%)	Total Compras Firma	Participación (%) de las compras a Adecoagro en el total de compras
	2006			
Arsama S.A.	22.500	0,67%	600.000	3,75%
Dulcor SA	13.950	0,42%	600.000	2,33%
Ferrero Argentina S.A.	5.000	0,15%	2.400.000	0,21%
Georgalos Hnos. SAICA	206.950	6,16%	600.000	34,49%
Hoogwegt Purchases B.V.	600.000	17,87%	12.000.000	5,00%
Ice Cream SRL	34.500	1,03%	1.800.000	1,92%
Industrias Alimentarias del Sud S.A.	21.350	0,64%	1.200.000	1,78%
Inovatech Argentina S.A.	47.434	1,41%	94.868	50,00%
Interfood BV	516.400	15,38%	12.000.000	4,30%
Kraft Foods Argentina Sociedad Anónima	39.975	1,19%	3.000.000	1,33%
Lactoland Trockenmilchwerk GmbH	111.000	3,31%	6.000.000	1,85%
Monble S.A.	100.000	2,98%	12.000.000	0,83%
Parroquia Santa Rosa de Lima	2.125	0,06%	4.000	53,13%
Protac	762.684	22,71%	8.400.000	9,08%
South Florida Foods Int'l, Inc.	3.000	0,09%	120.000	2,50%
Tasharukiat Azzad for Food Commodities	50.000	1,49%	3.600.000	1,39%
Uhrenholt A/S Milk Powders & Proteins	820.800	24,45%	8.400.000	9,77%
Total	3.357.668	100,00%		

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

102. En el año 2006, se observa que la participación de ADECOAGRO en las compras de sus clientes es inferior al 10% en la mayoría de los casos, en la composición de las compras de Inovatech Argentina, de Parroquia Santa Rosa de Lima y de Georgalos Hnos, la misma fue de 50%, 53,13% y de 34,49%, respectivamente.

103. Sin embargo, dicha situación no despierta inquietudes desde la competencia, puesto que las cantidades de leche en polvo que estas firmas adquieren a ADECOAGRO representan sólo el 0,09% del total de mercado producido, por lo que no existirían dificultades para que estos productores lácteos se abastezcan de otros proveedores de leche en polvo.

104. En segundo lugar, las cantidades de leche en polvo consumidas por LA LACTEO hasta el momento, en el caso de autorizarse la operación, quedarían liberadas para el consumo de otras productoras lácteas.

ii. Mercados aguas abajo.

Leche Pasteurizada y Ultrapasteurizada

105. Durante los últimos tres años, los valores alcanzados por el total del mercado fueron de 932,61 millones de pesos en el 2004; 1.072,5 millones en el 2005 y 1.165,9 millones de pesos en el 2006.

Cuadro Nº 5. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Leche Pasteurizada. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*6.867.146*	*0,59%*
Otros	1.159.090.268	99,41%
Total país	1.165.957.415	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

106. Tal como en los casos anteriores, la participación de LA LACTEO es reducida, concentrando el 0,59% del mercado.

Leche Larga Vida

107. Las producción total de leche larga vida fue de 442,71, 442,42 y 451,79 millones de litros en los años 2004, 2005 y 2006, respectivamente.

108. En el cuadro Nº 6 se encuentra las ventas totales de leche larga vida, durante el año 2006, como también la participación de La Lácteo en la misma.

Cuadro Nº 6. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Leche Larga Vida. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*15.743.710*	*2,60%*
Otros	589.205.357	97,40%
Total país	604.949.067	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

109. Como se desprende del cuadro, una vez más la participación de la firma objeto de la operación no es significativa en tanto concentra el 2,6% de la leche larga vida.

Quesos Duros

110. Durante el año 2006 las ventas de quesos duros alcanzaron los 470,13 millones de pesos. Su equivalente en volumen fue de 39,24 millones de kilogramos.

111. En el año 2004 las ventas fueron de 423,13 millones de pesos y 36,46 millones de kilogramos y durante el 2005 asumieron 559,09 y 48,17 millones de pesos y kilogramos respectivamente.

Cuadro Nº 7. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Quesos Duros. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*1.018.973*	*0,22%*
Otros	469.115.626	99,78%
Total país	470.134.599	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

112. Del cuadro precedente se desprende que LA LACTEO concentró el 0,22% de la producción de quesos duros durante el año 2006, lo que incluye la venta los quesos Reggianito, Sardo y Pepato.

Quesos Semi Duros

113. El volumen total de quesos semi duros fue en el año 2004 de 83,68 millones de kilogramos, 86,06 en el 2005 y por último, en el año 2006 fue, aproximadamente, 103, 04 millones de kilogramos (un 20% superior al año anterior).

114. Respecto del valor total del mercado en cuestión en los años 2004 y 2005 fue de 796,56 y, 905,3 millones de pesos, respectivamente.

Cuadro Nº 8. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Quesos Semi Duros. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*1.549.211*	*0,14%*
Otros	1.109.965.096	99,86%
Total país	1.111.514.307	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

115. Se observa en el cuadro Nº 8 que el mercado total de quesos semi-duros, en el año 2006 representó 1.111 millones de pesos, en el cual le corresponde a LA LACTEO un 0,14% de las ventas, incluyendo en dicho porcentaje, la producción de los quesos Tandil, Tilsit, Danbo, Fynbo, Pategrás, Holanda, Gouda y Fontina.

Quesos blandos

116. Entre los años 2004 y 2006 la producción de quesos blandos se vio incrementada en un 19%, puesto que el primer año el volumen total fue de 188,02 millones de kilogramos, y finalmente en el año 2006 fue de 223,47 millones de kilogramos.

117. En relación a la evolución del valor total de este mercado, se indica que en el año 2004 dicho valor fue de 1.429, 6 millones de pesos, 1.592,1 en el 2005 y, de 1.749,5 millones de pesos en el año 2006.

Cuadro Nº 9. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Quesos Blandos. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*3.979.307*	*0,23%*
Otros	1.745.575.394	99,77%
Total país	1.749.554.701	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

118. La participación de LA LACTEO en este mercado, es similar a la obtenida en el mercado de quesos duros y asciende al 0.23% del mercado. En este caso, la facturación de la firma objeto de la operación incluye la venta de queso cremoso, por salut y ricota.

Queso Rallado

119. El volumen total producido durante los años 2004 y 2006, alcanzó su máximo en el año 2005 siendo de 2 millones de kilogramos. En el 2004 se produjeron 1, 5 millones de kilogramos, y en el año siguiente 1,63 millones.

120. La facturación total en dicho período fue de 19,93; 32,91 y, 39, 36 millones de pesos para los años 2004, 2005 y 2006, respectivamente.

121. La participación de LA LACTEO en la facturación total fue de 0,3% en el 2004, 0,28 en el 2005 y por último, y tal como lo indica el cuadro Nº 10 0,14% en el año 2006.

Cuadro Nº 10. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Queso Rallado. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*40.701*	*0,14%*
Otros	29.322.240	99,86%
Total país	29.362.941	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

122. De forma similar al resto de los casos, la participación de firma objeto de la operación resulta ser reducida.

Quesos Untables (Blanco)

123. Durante el año 2006 LA LACTEO produjo 172 kilogramos de un mercado total conformado por 917.213 kilogramos, es decir que La Lácteo produjo el 0,019% del total. Dada la reducida participación de la firma en cuestión, no se considera necesario profundizar en el análisis de dicho mercado.

Yogures

124. LA LACTEO produce yogures firmes y bebibles, comercializados en distintas presentaciones (sachet, cartón tetra rex, botella plástica y pote plástico) y de diferentes sabores y características (entero, descremado, cremoso, etc.).

125. En el año 2006, el totals comercializado de yogures alcanzó un monto aproximado de 1.381,8 millones de pesos, siendo un 16% mayor respecto del año anterior.

126. En lo referente a volumen comercializado, en el 2005 fue de 374, 49 millones de kilogramos y en el año siguiente el volumen asumió los 432,78 millones de kilogramos.

127. Los principales oferentes son Sancor, Mastellone, Suc. Alfredo Williner, Milkaut, Verónica y Molfino, entre otras.

Cuadro Nº 11. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Yogures. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*8.764.628*	*0,63%*
Otros	1.373.131.096	99,37%
Total país	1.381.895.724	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

128. Del cuadro Nº 11 se puede observar la participación de LA LACTEO en el mercado de yogures, en el año 2006 que fue del 0,63%. Dicho porcentaje demuestra una tendencia al aumento, puesto que en año 2004 y 2005 su participación fue de 0,37% y 0,58%, respectivamente.

129. Sin embargo, como puede concluirse, dicha participación es insignificante dentro del mercado de yogures. A su vez, el presente mercado (como así también la mayoría de los mercado de la industria láctea) es un mercado en el que actúan firmas de gran envergadura y con participaciones muy superiores a la de La Lácteo, por lo que se descarta la posibilidad de una posición dominante en este mercado de dicha firma, y por consiguiente, la posibilidad de ejercerla como consecuencia de la operación de concentración aquí plasmada.

Dulce de Leche

130. LA LACTEO comercializa dulce de leche de los tipos repostero y familiar, en

[9] El volumen informado incluye los yogures bebibles y firmes.

distintas presentaciones (pote de cartón, pote de plástico 250 g., 400 g., etc.)

131. El monto total del mercado de dulce de leche, en el año 2006, fue de 388,1 millones de pesos. En los años anteriores la facturación total fue en el año 2004 de 373, 42 millones de pesos y en el año 2005 de 402,51 millones de pesos.

132. A continuación se presenta el valor total del mercado de dulce de leche, como también la participación de LA LACTEO en el mismo, durante el 2006.

Cuadro Nº 12. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Dulce de Leche. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*1.582.478*	*0,41%*
Otros	386.597.615	99,59%
Total país	388.180.093	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

133. La participación de LA LACTEO en este mercado es de 0,41%, implicando un porcentaje muy reducido.

Postres

134. Durante los años 2004, 2005 y 2006 el valor de mercado fue de 109,08, 122.92 y 181,56 millones de pesos, respectivamente.

135. La participación de LA LACTEO para esos años fue de 0,12% en el año 2004, 0,21% en el año siguiente y, pór último y tal como el cuadro Nº 13 lo indica, en el año 2006 fue de 0,25%.

Cuadro Nº 13. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Postres y Flanes. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*461.782*	*0,25%*
Otros	181.100.283	99,75%
Total país	181.562.065	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

Crema de Leche

136. En el año 2004, el volumen total producido fue de 36,69 millones de kilogramos en el cual LA LACTEO tuvo una participación del 0,23%. En el año siguiente, el volumen total ascendió a 38,4 millones de kilogramos y la participación de La Lácteo fue de 0,32%.

137. Durante el año 2006, las cantidades producidas sumaron un total de 40, 32 millones, participando La Lácteo en un 0,39%.

Cuadro Nº 14. Participaciones en facturación de LA LACTEO en el Mercado de Crema de Leche. Año: 2006

	Ventas ($)	Paticipación (%)
La Lácteo	*691.809*	*0,39%*
Otros	177.974.080	99,61%
Total país	178.665.889	100,00%

Fuente: CNDC en base a datos aportados por las partes en el marco del presente expediente.

138. Como lo indica el cuadro precedente, la participación de La Lácteo en este mercado, en términos de facturación, es de 0,39% para el año 2006.

2. Efectos de la operación en los mercados relevantes

139. Tal como se plantea en los Lineamientos en el Capítulo VII sobre Concentraciones Verticales, una concentración vertical podrá resultar perjudicial en aquellos casos en los que la eliminación de un proveedor independiente "aguas arriba" o de un distribuidor "aguas abajo" aumente significativamente las barreras a la entrada de nuevos competidores. Ello ocurrirá especialmente si un potencial competidor que desea entrar en cualquiera de las etapas involucradas se ve obligado a ingresar en ambas simultáneamente, con el consiguiente aumento de los costos hundidos que eso genera.

140. De esta manera, la importancia de analizar los efectos verticales derivados de la presente operación se refiere al eventual fortalecimiento de la capacidad de la empresa resultante para cerrar mercados, y/o a aplicar algún tipo de acción con efectos exclusorios sobre competidores en los mercados de producto involucrados en esta concentración, a raíz de su doble condición de proveedor de leche fluida a

granel y leche en polvo para la elaboración de leche pasteurizada y ultrapasteurizada, leche larga vida, quesos duros, blandos, semi-duros, untables y rallados, yogures, dulce de leche, postres y crema de leche, y competidor en estos últimos mercados.

141. En los mercados aguas arriba, respecto de la leche fluida a granel, si bien la producción de ADECOAGRO será absorbida en su totalidad por LA LACTEO, se destacan: (i) la reducida participación de ADECOAGRO en el mismo, que asciende al 0.26% y, (ii) la oferta atomizada de tambos. Por lo tanto, el eventual redireccionamiento de la producción de ADECOAGRO hacia su utilización como insumo propio, no tiene la potencialidad de excluir competidores existentes en el mercado de aguas abajo, ni de generar barreras a la entrada para potenciales entrantes, en tanto queda disponible para su comercialización un 99.74% de la leche.

142. Asimismo, se verifica que actualmente ADECOAGRO no posee participaciones altas en las compras de sus clientes, por lo que no tiene poder suficiente para condicionar los niveles de producción de los mismos.

143. En lo que se refiere al mercado de leche en polvo, como se vio con anterioridad, la participación de ADECOAGRO asciende al 1.3%. En este sentido, en tanto luego de efectuada la presente operación de concentración económica quedaría disponible el 98.7% del mercado, la firma no posee la potencialidad de excluir competidores actuales del mercado aguas abajo, ni de generar barreras a la entrada para potenciales entrantes.

144. Por otro lado, el bajo consumo de LA LACTEO de leche en polvo sobre el total producido por la compradora, implica que no toda la producción de ADECOAGRO será absorbida luego de efectuada la operación y en consecuencia quedará disponible producción para otras firmas.

145. De lo precedente se desprende que la firma resultante de la presente operación no cuenta con la potencialidad de generar barreras a la entradas tales que para ingresar en alguno de los mercados aguas abajo se requiera también ingresar en

la producción de leche fluida y leche en polvo. Tampoco se advierte que pueda comprometer la permanencia de competidores actuales en dichos mercados.

146. En cuanto a los mercados aguas abajo, la participación de LA LACTEO en los mismos es, como se mencionó anteriormente, muy reducida: en leche pasteurizada y ultrapasteurizada es de 0.59%, en leche larga vida de 2.6%, en quesos duros de 0.14%, en quesos blandos de 0.23%, en quesos semi-duros de 0.14%, en quesos untables de 0.019%, en rallados de 0.14%, en yogures de 0.63%, en dulce de leche de 0.41%, en postres de 0.25% y en crema de leche de 0.39%.

147. De esta manera, LA LACTEO no cuenta con una posición dominante que le permita a la compradora, luego de concretada la presente operación de concentración económica, generar barreras a la entrada tales que una firma que desee ingresar a producir leche fluida a granel o leche en polvo deba ingresar simultáneamente a los mercados de aguas abajo. Tampoco puede inferirse motivos de preocupación respecto de la permanencia de competidores actuales en dichos mercados.

148. Por todo lo precedente, esta Comisión Nacional considera que la presente operación de concentración económica no presenta preocupaciones desde el punto de vista de la competencia que puedan resultar perjudiciales para el interés económico general.

V. CLAUSULAS DE RESTRICIONES ACCESORIAS

149. En los instrumentos acompañados por las partes no se advierte la existencia de cláusulas de restricciones accesorias.

VI. CONCLUSIONES

150. 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.

151. Por ello, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al SEÑOR SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR autorizar la operación notificada, consistente en la adquisición por parte de ADECOAGRO LLC. del 100% del capital accionario de LA LÁCTEO S.A., que anteriormente era propiedad de los Sres. Alejandro Héctor Mauro, Gustavo Gabriel Mauro, Jorge Osvaldo Mauro, Fernando Javier Mauro, Jorge Alfredo Mauro, todos éstos respectivamente y en forma individual en una cantidad equivalente al 18% de dichas tenencias, y del Sr. Marcos Oscar Martini, quien era propietario de las acciones representativas del 10% de su capital social, de acuerdo a lo previsto en el artículo 13 inciso a) de la Ley Nº 25.156.

DIEGO PABLO POVOLO
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

HUMBERTO GUARDIA MUÑOZ
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Lic. JOSE A. SBATTELLA
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

MAURICIO BUTERA
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA