

# **Tribunal de Defensa de la Competencia**

## **I N F O R M E**

### **EXPEDIENTE DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA C** **41/99**

NOTIFICANTE:

**PULEVA S.A.**

OBJETO:

**ADQUISICIÓN DEL 75% DE AGROINVES LÁCTEAS S.L. POR PARTE  
DE LA EMPRESA PULEVA S.A.**

## INDICE

<b>1</b>	<b>ANTECEDENTES</b> .....	<b>4</b>
	1.1 Notificación Voluntaria .....	4
	1.2 Remisión del expediente.....	4
	1.3 Actuaciones del Tribunal.....	5
	1.4 Alegaciones de los notificantes .....	6
	1.5 Confidencialidad .....	7
	1.6 Alegaciones de terceros.....	8
<b>2</b>	<b>NATURALEZA DE LA OPERACIÓN</b> .....	<b>9</b>
	2.1 Descripción de la operación .....	9
	2.2 Aplicación del derecho de la Competencia .....	10
<b>3</b>	<b>PARTES INTERVINIENTES</b> .....	<b>10</b>
	3.1 PULEVA S.A. ....	10
	3.2 AGROINVES LÁCTEAS S.L. ....	12
<b>4</b>	<b>DEFINICIÓN DEL MERCADO</b> .....	<b>13</b>
	4.1 Antecedentes: la Política Agrícola Común.....	13
	4.2 Estructura del sector lácteo en España .....	15
	4.2.1 La producción de leche cruda .....	15
	4.2.2 La industria de transformación de leche cruda .....	18
	4.2.2.1 La leche líquida .....	19
	4.2.2.2 Los yogures y postres lácteos .....	22
	4.2.2.3 Quesos.....	24
	4.2.2.4 Batidos.....	24
	4.2.3 La distribución de leche líquida y otros derivados lácteos.....	26
	4.3 Diferenciación por calidad, precios y marcas .....	27
	4.4 Precios .....	28
	4.4.1 Precios de la materia prima .....	28
	4.4.2 Precios del producto final.....	30
	4.5 Delimitación del mercado relevante.....	31
	4.5.1 Mercado de producto.....	31
	4.5.2 Mercado geográfico.....	32
	4.6 Evolución reciente del sector .....	33
	4.7 Estructura resultante del sector .....	34
<b>5</b>	<b>EFFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EFECTIVA EN EL MERCADO</b> .....	<b>37</b>
	5.1 Posibilidades de elección de proveedores y clientes .....	37
	5.2 Poder económico y financiero de las empresas.....	37
	5.3 Evolución de la oferta y la demanda.....	37
	5.4 Competencia exterior .....	38
	5.5 Barreras de entrada .....	39
	5.6 Las denuncias sobre Ayudas Públicas .....	39

<b>6</b>	<b>EFFECTOS COMPENSATORIOS DE LAS RESTRICCIONES A LA COMPETENCIA.....</b>	<b>40</b>
<b>7</b>	<b>RESUMEN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>42</b>
	<b>DICTAMEN .....</b>	<b>45</b>

## **1 ANTECEDENTES**

### **1.1 Notificación voluntaria**

Con fecha 6 de mayo de 1999 tuvo entrada en el Servicio de Defensa de la Competencia (el Servicio) la notificación voluntaria de una operación de concentración económica consistente en la toma de control por parte de la empresa PULEVA S.A.(PULEVA) de la sociedad AGROINVES LÁCTEAS S.L. (AGROINVES), matriz del grupo lácteo LEYMA-RAM (LEYMA-RAM).

La notificación realizada por PULEVA tiene la consideración de notificación voluntaria según lo establecido en el artículo 15.1 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), ya que si bien las modificaciones introducidas por el Real Decreto-Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia, otorgan el carácter de notificación obligatoria para todas aquellas operaciones de concentración que reúnen los requisitos reglados en dicha norma, el contrato relativo a la operación de referencia fue suscrito por las partes el 12 de abril de 1999 y, por tanto, el nuevo citado Real Decreto-Ley no le es de aplicación. Así pues, la legislación aplicable a la presente operación es la LDC, el Real Decreto- Ley 7/1996, de 7 de junio, sobre Medidas Urgentes de Carácter Fiscal y de Fomento y Liberalización de la Actividad Económica, y el Real-Decreto 1080/1992, de 11 de septiembre, sobre el procedimiento a seguir por los órganos de defensa de la competencia en concentraciones económicas y la forma y contenido de su notificación voluntaria.

### **1.2 Remisión del expediente**

El día 2 de junio de 1999 el Director General de Política Económica y Defensa de la Competencia, por orden del Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda, remitió el expediente referenciado como NV-165 sobre la operación de concentración objeto del presente informe, a los efectos de lo previsto en el artículo 15.4 de la LDC.

Dicho expediente tuvo entrada en el Tribunal de Defensa de la Competencia (el Tribunal) el mismo día 2 de junio de 1999, siendo referenciado como expediente C41/99 PULEVA/LEYMA-RAM.

Según el artículo 16 de la citada LDC el Tribunal deberá emitir su dictamen sobre la operación antes de tres meses, por lo que éste deberá ser aprobado en el Pleno del Tribunal antes del 2 de septiembre de 1999.

### 1.3 Actuaciones del Tribunal

Tras la recepción del expediente, el Presidente del Tribunal, en virtud del art. 12 del Real Decreto 1080/1992, procedió al nombramiento de una Comisión con el encargo de elaborar la ponencia que posteriormente serviría de base al informe del Tribunal. La Comisión se formó con el Presidente del Tribunal, Sr. D. Amadeo Petitbò i Juan, y los Vocales del Tribunal Sres. D. Miguel Comenge Puig y D. Javier Huerta Trolèz, estando asistida por la Subdirectora General de Informes sobre Concentraciones, Adquisiciones y Ayudas Públicas del Tribunal, D<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez, en calidad de Secretaria de la Comisión.

La Comisión tras analizar la información contenida en el expediente, redactó, sobre la base del art. 12.2.c del Real Decreto 1080/1992, una Nota Sucinta que, tras ser puesta en conocimiento del notificante y manifestada por éste su conformidad con el contenido de la misma, fue remitida a los posibles interesados que a continuación se detallan. Se consideró que los afectados por esta operación podrían ser los productores de leche cruda, los competidores de las empresas notificantes y los clientes de las mismas.

Con el fin de informar al mayor número posible de ganaderos la Nota Sucinta se envió a las organizaciones agrarias Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Unión de Pequeños Agricultores (UPA), Confederación Nacional de Agricultores y Ganaderos Jóvenes (ASAJA), Confederación de Cooperativas Agrarias de España (CCAEE), y Federación de Empresarios Productores de Leche (FEPLAC). Con respecto a las empresas competidoras de la notificante, la Nota Sucinta se remitió a la Federación Nacional de Industrias Lácteas (FENIL) para que ésta la distribuyera entre sus asociados y también se envió a las principales empresas del sector ubicadas principalmente en las CC.AA de Andalucía y Galicia. En concreto, fue puesta en conocimiento de LÁCTEOS LENCE S.L., LACTOAGRÍCOLA RODRÍGUEZ S.A. (LARSA), LÁCTEOS DE GALICIA S.A. (CELTA, LAGASCA) DHUL S.A., INDUSTRIAS LÁCTEOS ANGULO S.A., HISPALENSE QUESERÍA S.L., YOGURES ANDALUCES S.A. (YOGAN), LÁCTEOS DE MOECHE S.L., QUESERÍAS PRADO S.L., LACTALIS IBÉRICA S.A., LÁCTEOS DEL ATLÁNTICO, NESTLE ESPAÑA S.A., FEIRACO SOCIEDAD COOPERATIVA LIMITADA, COVAP SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES y VALEME SOCIEDAD COOPERATIVA LIMITADA.

Asimismo, también fueron informados de esta operación de concentración económica los principales clientes de PULEVA y de LEYMA-RAM, cuya identificación no se detalla por estar esta información acogida al derecho de confidencialidad.

## 1.4 Alegaciones de los notificantes

PULEVA sostiene en su escrito de notificación voluntaria que el sector afectado por la operación es el sector lácteo español. También se alega que PULEVA *“dispone de la necesaria solvencia económica y financiera para aportar los recursos financieros que necesita el Grupo LEYMA-RAM para evitar un proceso de quiebra ... Asimismo, PULEVA cuenta con los medios humanos y técnicos, así como con la experiencia necesaria para abordar un proceso de concentración de empresas que permita cubrir los siguientes objetivos:*

1. *Detener las pérdidas operativas y extraordinarias en que viene incurriendo el grupo LEYMA-RAM.*
2. *Mantener y preservar el mayor volumen de empleo en el citado grupo.*
3. *Renovar la capacidad industrial del citado grupo, con inversiones productivas que mejoren la calidad de sus productos, así como su competitividad y permitan acometer procesos de diversificación.*
4. *Conservar la importante aportación del grupo LEYMA-RAM a la economía nacional y en especial a la economía gallega y, muy especialmente, en relación con las rentas obtenidas por los ganaderos que suministran su leche al Grupo LEYMA-RAM, uno de los principales de la economía Gallega.*
5. *Potenciar sus marcas, especialmente RAM y LEYMA, para mejorar su posicionamiento en el mercado y conseguir potenciar la aportación de ingresos al grupo.*
6. *Asimismo, se inicia con esta operación un proceso de reordenación de la capacidad del sector, el cual se caracteriza por ser un sector en profunda crisis, necesitado de una profunda reestructuración, con exceso de capacidad instalada, con equipos obsoletos y anticuados.*
7. *Aprovechar las sinergias que puedan surgir entre ambos grupos, tendentes a dotar de mayor transparencia y eficiencia al mercado de la leche líquida”.*

Por último, los notificantes concluyen que *“El distinto enfoque de negocio seguido por las sociedades que participan en este proceso de concentración permite que de su unión se beneficie el sector lácteo español en su conjunto y por ende el sector industrial y la economía española, dado que va a permitir llevar a cabo una asignación más eficiente de recursos, asignando los recursos excedentarios a aquellas áreas en los que son deficitarios, ganando en competitividad, gracias a las economías de escala que se van a producir a nivel de abastecimientos y logística, y a una nueva planificación del mapa industrial del grupo, que buscará maximizar las eficiencias.*

*Asimismo, se acometerá un fuerte proceso de recambio y renovación tecnológica en el hasta ahora grupo LEYMA-RAM y, lo que es más importante, se evita el proceso de crisis al que se veía abocado el citado grupo con la destrucción de empleo que hubiera implicado”.*

Se argumenta también que esta operación contribuye a “consolidar un grupo español fuerte en el sector de la alimentación, sector estratégico de la economía nacional, poniendo así coto a la progresiva e imparable entrada de grupos extranjeros en la economía nacional, los cuales van buscando en la mayoría de los casos un mercado de consumidores, destruyendo la capacidad industrial del país”.

Al mismo tiempo, sostiene la demandante, “esta operación no vulnera la normativa aplicable de Defensa de la Competencia, por cuanto ayuda a hacer más transparente el mercado, mejora la eficiencia en la asignación de recursos y no supone, en ningún caso, la adquisición de una cuota de mercado adicional del 25% en el mercado propio de las empresas, existiendo competidores de volúmenes similares, e incluso mayores en muchos segmentos”.

## **1.5 Confidencialidad**

Los notificantes han solicitado la confidencialidad de los datos referentes a:

- 1) toneladas de recogida de leche por regiones de PULEVA y LEYMA-RAM
- 2) recogida de leche por regiones en Millones de Pesetas por LEYMA-RAM
- 3) cifra de ventas en Miles de Litros/Kilos de PULEVA y LEYMA-RAM
- 4) cifra de ventas en Millones de Pesetas de PULEVA y LEYMA -RAM
- 5) cifra de ventas en Millones de Pesetas de leche líquida vendida bajo marcas de distribución
- 6) desglose de ventas por áreas Nielsen en volumen de litros (en miles de litros/kg) de PULEVA y LEYMA-RAM.
- 7) Lista de los principales clientes de PULEVA y LEYMA-RAM.

El Tribunal, en su reunión del día 22 de junio de 1999, decidió declarar confidenciales, y segregarlos del expediente en carpeta separada, los datos de los apartados citados como b), d), e), f) y g).

## 1.6 Alegaciones de terceros

Por parte de los ganaderos se han presentado ante el Tribunal alegaciones firmadas por la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias manifestando que la operación origina, en el sector lácteo andaluz, una situación de oligopolio con predominancia absoluta del grupo PULEVA-LEYMA-RAM frente al resto de operadores y que la ostentación por parte de grupo de la citada posición de dominio obstaculizará el mantenimiento de la competencia efectiva en el mercado de la recogida de leche cruda. Por ello solicitan a la Administración que *“se subordine la aprobación de la observación de condiciones que aporten al progreso económico y social una contribución suficiente para compensar los efectos restrictivos sobre la competencia”*.

También FEIRACO, SOCIEDAD COOPERATIVA LIMITADA ha presentado alegaciones ante este Tribunal en las que manifiesta que si bien la operación de concentración económica *“no es de temer que afecte por su volumen a las circunstancias de libre concurrencia; sí lo es, en cambio, el uso de la financiación pública de la empresa resultante,..., mediante la intervención del Instituto de Crédito Oficial (ICO), la Xunta de Galicia y la Junta de Andalucía”*. Por ello suplica al Tribunal que *“en su caso, se cumpla lo dispuesto en el art. 19 de la Ley de 17 de julio de 1989 ordenando la supresión total de la ayuda pública, fuera cual fuese la fórmula que se pretenda utilizar”*.

La UPA ha mantenido una reunión con el Tribunal en la que manifiesta que, en general, no considera que la operación económica PULEVA-REYMA-RAM repercuta negativamente en las condiciones de competencia en el sector, aunque existe cierta preocupación por el hecho de lo que denominan “la coincidencia de rutas”. En estos momentos, en los que cada una de las empresas tienen sus propias rutas de recogidas de leche cruda los ganaderos que se encuentran en las rutas de las dos empresas tienen posibilidades de negociar. Sí como resultado de la operación se suprime o se reduce el número de rutas, habrá ganaderos a los que la operación les afecte negativamente y, por lo tanto, este es un tema que habría que tratar de evitar.

Los competidores que han contestado a la nota sucinta remitida por el Tribunal consideran que la operación no conllevará deterioro alguno de las condiciones de competencia en el mercado. De igual manera se han manifestado las grandes cadenas de distribución.

El grupo LEYMA-RAM también se ha dirigido al Tribunal exponiendo una serie de argumentos a favor de la operación de concentración.

## **2 NATURALEZA DE LA OPERACIÓN**

### **2.1 Descripción de la operación**

La operación de concentración notificada consiste en la adquisición por parte de PULEVA S.A. del 75% del capital social de AGROINVES LÁCTEAS S.L., matriz de la sociedad CORPORACIÓN AGROALIMENTARIA GALLEGA S.A., que a su vez es el accionista mayoritario de las compañías LEYMA, ALIMENTOS DE GALICIA, S.A. y GLC, GRUPO LÁCTEO GALLEGO S.A., conformando todas ellas el grupo lácteo LEYMA-RAM.

La operación se ha materializado mediante el acuerdo de la Junta General Extraordinaria de Accionistas de AGROINVES, celebrada ante Notario el pasado 12 de abril de 1999, en virtud del cual se decidió realizar una ampliación de capital por importe aproximado de [...] de Euros [...] de pesetas, incluyendo nominal y prima de emisión, que será íntegramente suscrita por PULEVA S.A. De esta forma, la sociedad adquirente se convertirá en el accionista mayoritario de AGROINVES, al controlar el 75% de su capital social.

El restante 25% del capital quedará en manos de los actuales accionistas de la entidad: COOPERATIVAS LÁCTEAS DE GALICIA S.C.L. (COLAGA) y COOPERATIVA AGRARIA PROVINCIAL DE LA CORUÑA S.C.L., que conservarán, respectivamente, un 12,5%.

Actualmente, el grupo LEYMA-RAM vive una complicada situación financiera y patrimonial, que al cierre de 1998 representa un déficit de más de 6.000 M de Ptas, según las cuentas anuales correspondientes a ese ejercicio, aún pendientes de aprobación por la Junta General de Accionistas.

Como consecuencia de esa situación, se procederá a realizar en las sociedades participadas por AGROINVES ciertas operaciones de reducción y posterior ampliación de capital para reequilibrar el patrimonio, por lo que la estructura accionarial prevista de AGROINVES podría variar en el caso de que alguno de los accionistas minoritarios no acudiese a la ampliación de capital.

Según lo previsto en el acuerdo, PULEVA S.A. dispone de un plazo máximo de dos meses para desembolsar las cantidades convenidas.

## **2.2 Aplicación del derecho de la Competencia**

La primera cuestión que debe plantearse es si la presente operación de concentración cae en el ámbito de aplicación de la LCD antes de su modificación por el Real Decreto-Ley 6/1999 o no, ya que en un caso estaría sujeta a notificación voluntaria y en caso contrario a notificación obligatoria con las diferentes consecuencias que se derivan de cada posibilidad.

En el expediente remitido por el Servicio al Tribunal consta copia notarial del Acta de la Junta Universal de la SOCIEDAD AGROINVES LÁCTEAS S.L., con fecha 12 de abril de 1999. En dicha Acta figura el acuerdo de aumentar el capital social de la compañía y que dicho aumento será desembolsado por PULEVA S.A.

Por lo tanto, según la información disponible, a esta operación no le resulta de aplicación lo previsto en el citado Real Decreto-Ley 6/1999. Así pues, la notificación presentada tienen el carácter de voluntaria.

Una segunda cuestión es la de si cumple los requisitos para ser analizada por las autoridades nacionales de competencia o, por el contrario, les de aplicación el Reglamento (CEE) nº 4064/89, del Consejo, sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas, modificado por el Reglamento CEE nº 1310/97. Dado el volumen de facturación de las empresas participantes y su ámbito geográfico no se cumplen los requisitos previstos en el apartado 2 y 3 del artículo 1 del citado Reglamento, y, por tanto, puesto que la cifra de ventas global en España del conjunto de las empresas partícipes en la operación supera los 20.000 millones de pesetas establecidas en el artículo 14.b) de la LCD, la operación puede ser objeto de notificación voluntaria.

## **3 PARTES INTERVINIENTES**

### **3.1 PULEVA S.A.**

PULEVA S.A se encuentra domiciliada en Camino de Purchil, 66, 18004 Granada y su NIF es A-18002444. La sociedad se dedica a la elaboración, comercialización y distribución de productos lácteos, siendo su ámbito territorial de actuación España.

PULEVA es una sociedad de nacionalidad española constituida en Granada en abril de 1910 bajo la denominación de UNIÓN VINÍCOLA INDUSTRIAL S.A. nombre que cambió en varias ocasiones hasta adoptar el actual en 1997.

La totalidad de las acciones representativas del capital de PULEVA se encuentran admitidas a cotización oficial en el mercado continuo de valores de Madrid, Barcelona y

Bilbao. De acuerdo con la información aportada por los notificantes, no existe ningún accionista, persona física o jurídica, que disponga de una participación superior al 10% de su capital social.

La actividad desarrollada por PULEVA consiste básicamente en la elaboración y comercialización de leche (86,1% de las ventas) y productos lácteos, principalmente batidos (10,5%). Para ello dispone de plantas de producción en Granada y en Jerez de la Frontera (Cádiz).

En 1996, PULEVA puso en marcha un nuevo plan industrial basado en la racionalización de los costes productivos y en la diversificación y orientación de su negocio hacia productos nutricionales de base láctea de alto valor añadido. Con este objetivo ha alcanzado acuerdos con el grupo lácteo suizo HOY SWISS DAIRY FOOD, para la fabricación y comercialización de derivados lácteos (yogures y postres) tanto frescos como de larga vida.

En cuanto a las sociedades controladas por PULEVA, destacan las siguientes: GRANADA VAPOR Y ELECTRICIDAD S.L. (GRELVA), empresa dedicada a la cogeneración energética, produciendo calor y electricidad para su suministro a las instalaciones de PULEVA ubicadas en el término municipal de Granada; y MERCANTIL HISPANO AFRICANA S.A. (MEHISA), cuyo objeto social es la importación y exportación de cualquier clase de productos. Esta última empresa dispone de una participación minoritaria del 23,12% de capital de la empresa láctea CLESA S.A., controlada por el grupo italiano PARMALAT<sup>1</sup>. Según los notificantes PULEVA no posee ningún representante en el Consejo de Administración de CLESA S.A.

Siguiendo los criterios expresados en el artículo 2.2 (a) del Real Decreto 1.080/1992. a los efectos previstos por el 14 b) de la LDC, el volumen global de ventas en España, ámbito geográfico al que limita su actividad, de las compañías integrantes del Grupo PULEVA en los tres últimos ejercicios contables, ofrece las siguientes magnitudes:

---

**Cuadro 1**  
**Volumen de ventas de PULEVA. 1996-1998. Millones de pesetas**

---

<b>EJERCICIO</b>	<b>M. PESETAS</b>
1996	23.558
1997	25.082
1998	28.528

---

Fuente: Notificante

---

<sup>1</sup> La toma de control del Grupo CLESA por PARMALAT fue objeto de notificación voluntaria (Expte. NV-154), autorizándose mediante Acuerdo tomado en Consejo de Ministros el pasado 5/3/99, de conformidad con el artículo 17 a) de la LDC.

### 3.2 AGROINVES LÁCTEAS S.L.

Sociedad *holding* de nacionalidad española, matriz del Grupo LEYMA-RAM, cuyo capital se encuentra repartido al 50% entre las cooperativas de segundo grado, COOPERATIVAS LÁCTEAS DE GALICIA S.C.L. (COLAGA) y COOPERATIVA AGRARIA PROVINCIAL DE LA CORUÑA S.C.L., activas en el sector ganadero y, más concretamente, en la producción de leche. Su domicilio social se encuentra localizado en Arteixo (La Coruña).

El Grupo LEYMA-RAM está activo en el sector agroalimentario, principalmente en la producción y comercialización de leche, productos lácteos y otros derivados. También realiza actividades de recogida, producción y distribución de piensos, abonos, cereales, semillas, maquinaria y demás elementos y materias primas propios del sector agroalimentario.

LEYMA-RAM cuenta con plantas de producción en Lugo, Barcelona, Arteixo (La Coruña) y Alcalá de Guadaíra (Sevilla).

A continuación, se detallan las principales empresas que integran el grupo, con mención expresa a su objeto social:

- S CORPORACION AGROALIMENTARIA GALLEGA S.A. (CAGSA), Sociedad Inversora en el sector agroalimentario.
- S LEYMA, ALIMENTOS DE GALICIA S.A. Su objeto social está constituido por las explotaciones ganaderas, así como por la recogida, elaboración y comercialización de productos lácteos. Es propietaria de la marca comercial "Leyma". Hasta el pasado 13 de mayo, la SOCIEDAD AGRARIA DE TRANSFORMACIÓN Nº 471 CENTRAL LECHERA ASTURIANA (CLAS) ha dispuesto de una participación del 30% del capital social de LEYMA. En esa fecha se alcanzó un acuerdo según el cual LA LACTARIA ESPAÑOLA S.A. adquirió ese capital, dimitiendo simultáneamente los tres consejeros que CLAS tenía en el Consejo de Administración de LEYMA.
- S CLG, GRUPO LACTEO GALLEGO S.A. Activa en la realización de inversiones en el sector agroalimentario, así como en la recogida, producción, transformación y venta de maquinaria, piensos abonos, semillas, etc.
- S LA LACTARIA ESPAÑOLA S.A. Tiene por objeto social la adquisición, higienización, esterilización e industrialización de leche y sus preparados, así como la fabricación de toda clase de productos lácteos y sus derivados. Esta sociedad es propietaria de la marca Ram, así como de otras de ámbito más limitado como Complexa y Sam.

- S PROGANDO S.L. Sociedad de reciente constitución, dedicada a la elaboración y comercialización de piensos.
- S LUASOL S.L. Compañía dedicada a la compra de leche cruda para su suministro a las empresas del grupo.

Las ventas del grupo, por productos y según valor, fueron las siguientes en 1997: leche líquida (66,4%), leche cruda (11,7%), nata (8%), piensos (7,1%), batidos (1,8%), queso (1,2%), postres lácteos (0,9%) y otros derivados lácteos (2,9%). Las ventas globales del Grupo LEYMA-RAM, ofrecen la siguiente distribución en los tres últimos ejercicios económicos.

---

### **Cuadro 2**

#### **Volumen de ventas LEYMA-RAM. 1996-1998. Millones de pesetas**

<b>EJERCICIO</b>	<b>M. PESETAS</b>
1996	47.497
1997	41.244
1998	43.431

---

Fuente: Notificante

## **4 DEFINICIÓN DEL MERCADO<sup>2</sup>**

### **4.1 Antecedentes: la Política Agrícola Común**

Desde la constitución de la Comunidad Económica Europea (CE), la Política Agrícola Común (PAC) ha sido una de las políticas prioritarias de la CE, especialmente en lo que a esfuerzo presupuestario se refiere.

El sector lácteo está regulado en la CE mediante una Organización Común de Mercado (OCM) establecida mediante el Reglamento CEE 804/1968. Esta OCM comprende tanto la leche como todos los productos derivados de ella. La regulación se articula en torno a dos instrumentos básicos: el sistema de cuotas y la fijación de precios indicativos, estando complementados con un sistema de intervención.

El sistema de cuotas fija, para cada campaña, una cantidad máxima garantizada para todo el conjunto de la UE. Esta cantidad se reparte por países y dentro de éstos se distribuye entre los ganaderos o bien entre la industria transformadora (empresas

---

<sup>2</sup> Para la elaboración del presente epígrafe, además de las fuentes de información mencionadas a lo largo del texto, se han consultado documentos de trabajo elaborados por el Tribunal en el marco de análisis del expediente sancionador 352/94 sobre las industrias lácteas.

lácteas). Se llega así a una cantidad determinada e individual. Inicialmente se preveía una duración del sistema de cuotas de 5 años (había entrado en vigor en la campaña 1984/85), pero éste sistema fue, primero, prorrogado y, después, consolidado, al menos hasta la campaña 2000/2001, mediante los Reglamentos 3950/92 y 536/93 que modificaron la regulación de este sector.

Con el fin de evitar que los excesos de producción supongan un sobrecoste para el presupuesto comunitario se crea la tasa suplementaria que consiste en una multa que han de pagar aquellos productores que superen su parte de cuota asignada, tratando así de desincentivar producciones superiores a la cuota. La cuantía de esta tasa se ha ido elevando hasta representar el 115% del precio indicativo. A pesar de ello se siguen produciendo cantidades por encima de la cuota. En general, hay que señalar que el resultado de la implementación del sistema de cuotas ha sido de restricción sobre la expansión de la producción de leche a nivel comunitario, que era claramente excedentaria.

El sistema de cuotas se complementa con un sistema de precios. En primer lugar, existe el denominado precio indicativo que es el precio al que se considera que los productores deberían vender la leche y que se establece para cada campaña; el precio de intervención, es el precio al que el organismo de intervención está obligado a comprar la mantequilla (grasa) y la leche en polvo (proteína) y que representa, por tanto, el precio mínimo garantizado a los productores; y, por último, el precio umbral destinado a proteger el mercado comunitario de las posibles importaciones de leche a precio internacional, muy inferior al comunitario.

Junto a este sistema de precios se establece lo que se denomina pago de leche por calidad, aspecto fundamental para diferenciar el precio que reciben los ganaderos, y que han de realizar las empresas. En España, el origen de este sistema se remonta al Decreto 2478/86, de 6 de octubre, en el que se determinó que existiera una leche base sobre la cual operara en el mercado un sistema de primas y descuentos. El objetivo era no sólo aumentar la producción sino mejorar la calidad con que la leche debía llegar a la industria de transformación. La calidad base se fijó que debía ser aquella que contuviera un mínimo de materia grasa del 3%, un mínimo de proteína del 3,2%, y un mínimo de extracto seco magro del 8,2%. Así, toda la leche que excediera de estas cantidades mínimas gozaría de una serie de primas sobre el precio base por cada punto de exceso y, consecuentemente, aquélla que no llegara a estos mínimos sufriría una penalización sobre el precio base.

Se puede concluir que, a pesar de que en las sucesivas campañas ha sido frecuente el pago de tasas suplementarias, tanto a nivel nacional como individual el establecimiento del sistema de cuotas ha tenido claros efectos restrictivos sobre la expansión de la producción de leche y productos lácteos a nivel comunitario, aunque el grado de restricción varía de unos países a otros.

La reducción de las entregas derivada de la aplicación del sistema de cuotas ha presionado el precio de la leche al alza, especialmente en las zonas deficitarias, como consecuencia de la competencia desencadenada entre empresas por el abastecimiento de leche. Esta tendencia creciente de los precios, acompañada en muchos casos de la reducción de los costes medios de las explotaciones, ha contribuido al sostenimiento y, en algunos casos, a la mejora de la renta de los ganaderos, que era el objetivo último que se perseguía.

En definitiva, con el sistema de cuotas se ha logrado reducir las entregas de leche y se ha ayudado a reorientar la producción hacia productos de mayor valor añadido en detrimento de aquellos sobre los que se intervenía (descenso del 27,5% en la producción de mantequilla y leche en polvo entre 1983-88). Se ha conseguido, también, contener la progresión de los gastos presupuestarios, al tiempo que se han mantenido las rentas de los productores.

Recientemente, con el acuerdo alcanzado por los Ministros de Agricultura de la CE para la reforma del sistema de ayuda a la PAC, que se incluyen en el proyecto presupuestario de la Agenda 2000, España ha recibido un incremento en su cuota láctea de 550.000 Tm con derecho a subvención en dos etapas (para la campaña 2000/01, 330.000 Tm, y para la campaña 2001/02 otras 220.000 Tm), con lo que la producción asignada a España se sitúa en 6,1 millones de Tm.

## **4.2 Estructura del sector lácteo en España**

### **4.2.1 La producción de leche cruda**

La estructura de la producción de la leche cruda de vaca se caracteriza en España por un fuerte dualismo. El Norte peninsular, donde se incluyen las CC.AA. de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y el Norte de Castilla y León, reúne las condiciones naturales de clima y medio físico más aptos para la producción de leche de vaca, lo que ha hecho que sea en esta zona donde se produzca aproximadamente el 70% de toda la producción nacional.

Estas mismas condiciones naturales han permitido la pervivencia de una estructura minifundista<sup>3</sup>, que ha llegado hasta la actualidad, y que en estos momentos constituye uno de los principales problemas de la necesaria reconversión del sector lácteo. El Cuadro 3 refleja, en su columna Tm/productor esta realidad, siendo Galicia la región que cuenta con el menor ratio, seguida de Asturias y Extremadura, Castilla-León, y Cantabria

---

<sup>3</sup> La media de número de cabezas por explotación ronda las cinco.

El resto de zonas productoras de España, fundamentalmente Andalucía, Levante y Cataluña, tienen un clima mediterráneo que las hace, en principio, poco aptas para el vacuno. Por ello han tenido que recurrir a explotaciones de mayor tamaño y mucho más intensivas en capital con el fin de reducir sus mayores costes de producción. Estas circunstancias que, *a priori* las sitúan en una posición desventajosa frente a las explotaciones del norte, pueden acabar otorgándoles una cierta ventaja ya que con mayores tamaños la nueva tecnología avanzada de producción puede introducirse con más facilidad. Valencia presenta el mayor ratio Tm/productor, seguido de Madrid, Rioja, Murcia, Aragón y Baleares, y Andalucía y Castilla-La Mancha.

En el Cuadro 3 se detalla, por regiones, la cuota de producción de leche cruda asignada, así como el número de productores.

<b>Cuadro 3</b>				
<b>Producción de leche cruda por Comunidades Autónomas</b>				
<b>CC.AA.</b>	<b>(Tm.)</b>	<b>(%)</b>	<b>Productores</b>	<b>Tm/productores</b>
Galicia	1.650.068	30,45	47.239	34,9
Castilla-León	733.183	13,53	10.654	66,8
Asturias	624.262	11,52	13.279	47,0
Cataluña	542.978	10,02	2.534	214,3
Cantabria	467.113	8,62	6.378	73,2
Andalucía	430.806	7,95	2.913	147,9
País Vasco	250.897	4,63	3.327	75,4
Navarra	152.272	2,81	1.022	149,0
Castilla-La Mancha	152.272	2,81	962	158,3
Baleares	112.172	2,07	399	187,3
Madrid	101.876	1,88	344	296,1
Aragón	81.284	1,50	430	189,0
Extremadura	43.352	0,80	898	48,3
Valencia	39.558	0,73	128	309,0
Murcia	18.966	0,35	89	213,1
Rioja	17.883	0,33	71	251,9
<b>TOTAL</b>	<b>5.418.943</b>	<b>100</b>	<b>90.867</b>	<b>59,6</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y elaboración propia.

La producción de leche cruda de vaca tienen un marcado carácter estacional. En verano se produce un exceso de oferta, con lo que se presiona el precio a la baja. En estos momentos es cuando más promociones pueden hacer los fabricantes, ya que existe mucho interés en dar salida a dicho exceso de oferta sobre la demanda.

En el Cuadro 4 se detalla la distribución de la recogida de leche por parte de los principales grupos lácteos.

<b>Cuadro 4</b>			
<b>Principales grupos lácteos por recogida. 1997</b>			
<b>EMPRESA</b>	<b>Miles de Tm.</b>	<b>%</b>	<b>CCAA en las que están presentes</b>
CORP. ALIMENTARIA PEÑASANTA S.A. (CAPSA)	806	18,5	Asturias, Galicia, Cantabria, Castilla-León, Cataluña
LECHE PASCUAL S.A.	607	13,9	Galicia, Cantabria, Navarra y Castilla-León
<b>GRUPO LEYMA</b>	<b>515</b>	<b>11,8</b>	<b>Galicia, Andalucía, Cantabria y Cataluña</b>
IPARLAT, S.A.	395	9,1	País Vasco, Cantabria y Castilla-León
DANONE S.A (GRUPO)	314	7,2	C.Valenciana, Madrid, Asturias
LECHE CELTA S.A.	300	6,9	Galicia y Cantabria
NESTLÉ ESPAÑA S.A.	290	6,65	Cataluña, Cantabria, Castilla-León, Asturias y Galicia
<b>PULEVA UNIÓN INDUSTRIAL Y AGRO. S.A.</b>	<b>270</b>	<b>6,2</b>	<b>Andalucía y Galicia</b>
INDUST. LÁCTEAS ASTURIANAS S.A.	260	6,0 *	Asturias, Castilla-León y Galicia
KRAFT JACOBS SUCHARD IBERIA S.A.	210	4,8 *	n.d.
GRANJA CASTELLO S.A.	200	4,6	n.d.
CLESA S.A. (GRUPO)	190	4,4	n.d.

\* Estimación

Fuente: AAlimarket nº1 113. Diciembre 1998

#### 4.2.2 La industria de transformación de leche cruda

La normativa sanitaria aplicable, tanto comunitaria como nacional<sup>4</sup>, distingue la leche cruda o recogida<sup>5</sup>, y no sometida a tratamiento térmico alguno, de la denominada leche de consumo, o leche líquida, la cual, previo procesado y envasado, es vendida al consumidor final y colectividades.

La mayor parte de la leche que se utiliza en el mundo procede de la especie vacuna, ya que la leche de oveja y de cabra, debido a sus peculiares composiciones bioquímicas y a sus características organolépticas, no suele consumirse directamente, dirigiéndose, por ejemplo en el caso español, a la fabricación de quesos.

La denominada leche de consumo líquida es obtenida en instalaciones industriales (centros o establecimientos de tratamiento o de transformación) mediante el tratamiento térmico de la leche cruda, presentándose al consumidor final como leche pasteurizada, leche esterilizada y leche UHT.

La leche no consumida como leche líquida, se industrializa, destinándose a la elaboración de productos lácteos: quesos, leche condensada, leche en polvo - descremada y completa-, yogures, helados, batidos, mantequilla, postres, etc.

Los denominados productos lácteos tienen como característica básica el que la leche forme parte esencial de su composición, ya sea por su cantidad o por el efecto que caracteriza a dicho producto. Igualmente, la reglamentación sanitaria vigente exige que ningún elemento de su composición tienda a sustituir a componente alguno de leche (por ejemplo, la caseína).

La estructura de la producción del sector lácteo se detalla en el Cuadro 5.

---

<sup>4</sup> Real Decreto 1679/1994, de 22 de julio, por el que se establecen las condiciones sanitarias aplicables a la producción y comercialización de leche cruda, leche tratada térmicamente y productos lácteos (B.O.E. e 24.9.94)

<sup>5</sup> Que es aquella producida por la secreción de la glándula mamaria de vacas, ovejas, cabras o búfalas.

**Cuadro 5**  
**Producción de leche y productos lácteos**

	<b>Tm</b>	<b>%</b>
Leche de consumo	3.980.000	78,0
Leche concentrada	45.600	0,9
Leche en polvo	24.900	0,5
Nata de consumo directo	56.000	1,1
Mantequilla	23.500	0,5
Quesos	233.000	4,5
Yogur	471.000	9,2
Postres	170.000	3,3
Batidos	100.000	2,0
<b>TOTAL</b>	<b>5.104</b>	<b>100</b>

Fuente: FENIL y elaboración propia

*4.2.2.1 La leche líquida*

La leche líquida, a su vez, se comercializa de tres formas diferentes.

a) Leche pasteurizada, también denominada leche fresca, que ha de ser consumida en los días inmediatos a su envasado y cuyo único tratamiento es el de eliminar toda la flora patógena mediante un proceso de calentamiento y posterior enfriado. La demanda de este tipo de leche en España es muy reducida, especialmente si se compara con países del norte de Europa, donde el consumo mayoritario es el de este tipo de producto. En España supone, según datos de la FENIL, el 5,2% del consumo de leche líquida.

b) Leche esterilizada, sometida a un proceso de esterilización, ya envasado que consiste en calentar el producto hasta los 110<sup>o</sup> C., durante veinte minutos, consiguiendo así una destrucción completa de los gérmenes capaces de desarrollarse en la leche. Se comercializa generalmente en botella blanca de plástico. En este formato se consume el 9,04% de la leche líquida.

c) Leche UHT (Ultra High Temperature), que sigue un proceso para la eliminación de los gérmenes basada en un calentamiento entre 135 y 150<sup>o</sup> C, durante un intervalo de tiempo de 2 a 10 segundos. Son de larga duración, seis meses, y se envasan en *tetrabrik*. La demanda de la leche UHT es del 86% del total de leche líquida.

Estos tres tipos de leche son perfectamente sustituibles entre sí.

Por lo que respecta a las cifras, se mantiene la diversidad de las mismas en función de la fuente que las elabora. FENIL estima un consumo de 4.776 millones de litros para 1997, frente a los 4.669 millones de litros del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Al margen de la coincidencia o no de las cifras, lo que se pone de manifiesto es que de los dos grupos que se concentran sólo el Grupo LEYMA está presente en yogures y postres lácteos, pero su presencia apenas supone el 1% del mercado.

Se trata de un mercado en expansión, con un crecimiento según estimaciones de Nielsen cercano al 10%, aunque este crecimiento no es confirmado por los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

PULEVA no está presente en el segmento de la fabricación de la fabricación de yogures funcionales, enriquecidos con otras sustancias alimenticias, productos que se enmarcan dentro de su estrategia de los últimos años de dirigirse hacia el mercado de productos lácteos diferenciados con un alto valor añadido. Por ello cabe la posibilidad de que su salida de CLESA se destine a potenciar un acuerdo con un grupo suizo para crear una sociedad conjunta e invertir en una nueva planta para yogures, en primera fase; y postres y otros productos fermentados en posteriores fases.

#### Cuadro 6

##### Principales empresas comercializadoras de leche. 1997

EMPRESA	MARCAS	Miles de Tms.	Cuota (%)
CORP. ALIMENTARIA S.A. PEÑASANTA (CAPSA)	C.L. Asturiana/Larsa/Ato	638	14,17
LECHE PASCUAL S.A.	Pascual/PMI	557	12,37
<b>LEYMA ALIMENTOS DE GALICIA S.A.</b>	<b>Ram/Leyma</b>	<b>455</b>	<b>10,11</b>
IPARLAT S.A.	Kaiku/Buyena/Gurelesa	340	7,55
LECHE CELTA S.A.	Celta/Campobueno	300	6,66
<b>PULEVA S.A.</b>	<b>Puleva</b>	<b>270</b>	<b>6,0</b>
CENT. LECHERA VALLISOLETANA S.A.	Lauki	200	4,44
GRANJA CASTELLO S.A.	El Castillo	195	4,33
LACTEOS LENCE S.L	Río/Solán	180	4,0
IND. LÁCTEAS ASTURIANAS S.A. (ILAS)	Reny Picot/La Vaquita	170	3,77
LECHE DE GALICIA S.A.	President/Lactel	167	3,71
CLESA S.A. (GRUPO)	Clesa	130	2,88
COOP. FEIRACO	Feiraco/Xoia	118	2,62
COOP. GAN. VALLE PEDROCHES (COVAP)	Covap	85	1,88

Fuente: AAlimarket nº 113. Diciembre 1998:

En el Cuadro 7 se detallan las posiciones de las distintas marcas de leche líquida en la distribución por áreas geográficas según una clasificación hecha por Nielsen y aportada por el notificante

**Cuadro 7**  
**Cuota de mercado de leche líquida por áreas geográficas**

	BARCELONA	CATALUÑA, HUESCA,ZA RAGOZA	LEVANTE	ANDALUCIA,B ADAJOS	MADRID	CASTILLA	GALICIA, ASTURIAS, LEON	CANTABRIAP.VASCO, PALENCIA, NAVARRA, LOGROÑO	NACIONAL
PULEVA	1,1%	1,9%	15,1%	20,1%	2,9%	1,6	0,1	0,7%	6,5%
RAM	2,7%	4,8%	9,5%	9,0%	4,5%	4,7	2,3	9,0%	6,2%
LEYMA	0,1%	2,8%	0,4%	2,7%	1,1%	2,4	6,8	3,5%	2,5%
<b>CONSOLIDADO</b>	<b>3,9%</b>	<b>9,5%</b>	<b>25,0%</b>	<b>31,8%</b>	<b>8,5%</b>	<b>8,7</b>	<b>9,2</b>	<b>13,2%</b>	<b>15,2%</b>
<b>COMPETIDORES</b>									
PASCUAL	10,3%	14,2%	21,5%	5,6%	17,7%	12,7	6,1	7,4%	11,9%
CENTRAL LECHERA ASTURIANA	27,8%	17,0%	9,9%	7,9%	8,1%	6,4	20,6	5,3%	9,6%
LAUKI	0,3%	0,3%	0,9%	0,3%	11,9%	12,7	0,2	0,9%	3,5%
COVAP	--	--	--	12,3%			--		2,1%
LECHE CELTA	12,6%	6,7%	1,4%	1,7%	5,0%	2,8	3,7	3,1%	4,1%
RESTO	45,1%	52,3%	41,3%	40,4%	48,8%	56,7	60,2	70,1%	53,6%

Fuente: Notificante sobre la base de Nielsen.

#### 4.2.2.2 Los yogures y postres lácteos

El mercado de los yogures supone alrededor de un 10% de la facturación del sector de productos lácteos, con una producción de unas 471.000 Tm. según datos de FENIL. En el caso de postres lácteos se estima en unas 170.000 Tm, lo que supondría un 3,3%. Otras estimaciones, como la de Alimarket, que se detalla en el Cuadro 8, dan cifras menores (540.000 Tm en total). En este mismo cuadro se pueden ver las principales empresas de este segmento.

**Cuadro 8**  
**Principales empresas de yogures y postres lácteos de larga duración. 1997**

Empresa	Localidad	Tm	Marca	Cuota mercado yogures (valor)	Cuota de mercado postres (valor)
DANONE	Barcelona	255.000(*)	Danone	63,5	49,2
SODIBER, S.A. (1)	Alcobendas (M)	55.127	Yoplait	9,4	7,6
NESTLE ESP. S.A. (2)	Esplugas Llob. (B)	48.000(*)	Nestlé	9,4	14,7
CLESA S.A.	Madrid	41.000(*)	Clesa	3,4	4,6
LECHES PASCUAL S.A.(3)	Aranda de Duero (Bu)	41.000	Pascual/PMI	--	--
CEN.LECHERA ASTURIANA SAT	Viella-Siero (O)	30.000	C.L. Asturiana(4)	--	--
IPARLAT S.A. (5)	San Sebastian	20.000(*)	Kaiku	--	--
YOGURES ANDALUCES S.A.	Sevilla	15.000(*)	Yoplait	--	--
INTERGLAS S.A. (6)	Las Palmas	8.716	Kalise	--	--
LACTEOS CAMPINA S.A. (3)	Barcelona	7.000	Sudmilch/Fruddis	--	--
INDUS.LACT.TALAVERA S.A.	Talavera (To)	5.000(*)	Frixia	--	--
JOSE SANCHEZ PEÑATE S.A.	Las Palmas	4.700(*)	Celgán/Milac	--	--
BESNIER ESPAÑA S.A.	Madrid	4.000(*)	Lactel	--	--
GRUPO LEYMA (7)	Arteiso (C)	3.660	Ram	--	--
COP.AND.LACT. ANTEQUERANA (6)	Antequera (Ma)	675	La Vega	8,2	--
DHUL		n.d.	Dhul	--	9,3
MARCAS BLANCAS		n.d.	--	8,2	7,8
OTRAS		n.d.	--	6,0	6,9

(\*) Estimación.(1) En 1997, 31.185 tm. correspondieron a la marca "Yoplait" y el resto a marcas blancas. (2) En 1997 comercializó 66.000 tm de yogures y postres lácteos frescos. (3) Postres lácteos de larga duración.

(4) En agosto-97 lanzó su propia marca "Central Lechera Asturiana" y dejó de comercializar "Yoplait". (5) Incluye yogures, postres de larga duración y bios.

(6) Volumen expresado en miles de litros (7) 3.000 tm. son yogures y 660 tm. postres de larga duración.

Fuente: ALIMARKET, Nielsen y elaboración propia.

El notificante ha aportado sus propias estimaciones en los postres de larga vida, que se detallan en el Cuadro 9.

**Cuadro 9**  
**Cuota de mercado en postres de larga vida**

	BARCELONA	CATALUÑA, HUESCA, ZARAGOZA	LEVANTE	ANDALUCIA, BADAJOZ	MADRID	CASTILLA	GALICIA, ASTURIAS, LEON	CANTABRIA, P. VASCO, PALENCIA, NAVARRA, LOGROÑO	NACIONAL
PULEVA	--	--	--	--	--	--	--	--	--
RAM	3,1%	3,1%	2,2%	7,1%	3,0%	3,1%	3,4%	6,8%	4,7%
LEYMA	--	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>CONSOLIDADO</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,1%</b>	<b>2,2%</b>	<b>7,1%</b>	<b>3,0%</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,8%</b>	<b>4,7%</b>
<b>COMPETIDORES</b>									
PASCUAL	75,9%	57,8%	74,6%	78,2%	77,6%	75,3%	77,5%	64,3%	74,4%
SUDMILCH	1,8%	3,5%	10,0%	1,6%	3,6%	2,2%	2,4%	8,2%	3,9%
RESTO	19,2%	35,6%	13,2%	13,1%	15,8%	19,4%	16,7%	20,7%	17,0%

Fuente: Notificante

#### 4.2.2.3 Quesos

La fabricación de queso dentro de la actividad tanto de PULEVA como de LEYMA-RAM podría considerarse testimonial, ya que es el producto de menor peso en su balance y a mucha distancia del resto de productos.

Otras fuentes consultadas tampoco registran la presencia de ninguna de estas dos empresas en el *ranking* de las 55 primeras empresas de quesos.

Por lo tanto, este segmento de la producción no va a verse afectado por la operación de concentración. En la misma situación se encuentran otros productos como la mantequilla y la leche en polvo.

#### 4.2.2.4 Batidos

Los batidos o leches con sabores, como también se les denomina en el sector suponen, según estimaciones del Tribunal, basadas en datos del notificante, unos 92.000.000 de litros. Esta estimación, según la FENIL se situaría en unos 100.000.000 de litros. En cualquier caso los batidos no superan el 2% del volumen del sector lácteo.

Si bien se trata de un mercado pequeño, la posición del grupo resultante en el mercado de los batidos es importante, como se desprende de los datos del Cuadro 10.

**Cuadro 10**  
**Cuota de mercado en batidos**

	BARCELON A	CATALUÑA, A, HUESCA,Z ARAGOZA	LEVANTE	ANDALUCI A,BADAJOZ	MADRID	CASTILL A	GALICIA, ASTURIAS, LEON	CANTABRIAP.VASC O, PALENCIA, NAVARRA, LOGROÑO	NACION AL
PULEVA	0,0%	1,2%	0,2%	64,4%	11,9%	0,2%	0,0%	0,9%	22,6%
RAM	5,3%	22,1%	0,3%	8,0%	12,1%	4,5%	0,0%	34,2%	8,1%
LEYMA	--	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>CONSOLIDADO</b>	<b>5,3%</b>	<b>23,3%</b>	<b>0,5%</b>	<b>72,4%</b>	<b>24,0%</b>	<b>4,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>35,1%</b>	<b>30,7%</b>
<b>COMPETIDORES</b>									
GRUPO PASCUAL	2,7%	1,1%	7,6%	0,9%	11,7%	6,1%	10,7%	2,5%	4,2%
GRUPO CLAS	2,7%	5,3%	2,1%	4,6%	5,2%	16,3%	16,1%	12,5%	5,3%
OKEY	7,4%	3,8%	2,9%	0,3%	16,7%	28,4%	38,8%	10,1%	5,6%
CHOLECK	B	B	56,0%	1,0%	0,4%	0,3%	B	--	13,8%
CLESA (Cacaolat)	43,2%	9,6%	1,7%	0,1%	0,5%	3,0%	0,2%	0,2%	5,1%
RESTO	38,7%	43,1%	29,2%	20,7%	41,5%	41,2%	34,4%	60,4%	35,3%

Fuente: Notificante

### 4.2.3 La distribución de leche líquida y otros derivados lácteos

Los canales principales de distribución de este sector son los hipermercados y supermercados, como se pone de manifiesto en el Cuadro 11.

#### **Cuadro 11**

#### **Reparto de las ventas de productos lácteos por canales**

<b>LECHE LÍQUIDA</b>		
	<b>Abril-Mayo 1998</b>	<b>Abril-Mayo 1999</b>
Marginales	2,6%	2,7%
Tiendas tradicionales	6,7%	5,6%
Super 100 m <sup>2</sup>	7,1%	6,7%
100 m <sup>2</sup> super 400 m <sup>2</sup>	24,2%	23,9%
400 m <sup>2</sup> super 1000 m <sup>2</sup>	16,2%	18,9%
Super 1000 m <sup>2</sup>	11,6%	12,0%
Hipermercado	31,5%	30,2%

  

<b>YOGURES Y OTRAS LECHE FERMENTADAS (1997)</b>	
Tiendas tradicionales	12,5%
Super 100m <sup>2</sup>	7,2%
100 m <sup>2</sup> Super 400m <sup>2</sup>	29,7%
400 Super 1000m <sup>2</sup>	17,7%
Super 1000m <sup>2</sup>	11,6%
Hipermercado	28%

Fuente: Revista ARAL, n1 1357. Noviembre 1997 y Julio 1999

En 1991, más de 15% (según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación) de la leche líquida se distribuía en tiendas especializadas. Ahora más del 30% de la distribución de leche líquida se realiza a través de los hipermercados. Esto es consecuencia de que con el cambio de hábito de consumo hacia la leche esterilizada UHT de larga duración, la gran distribución ha utilizado la leche como producto de reclamo en sus folletos de propaganda, como lo demuestra el hecho de que, según la revista ARAL, durante 1998, los diferentes tipos de leche líquida aparecieran en los folletos promocionales de la distribución en 25.537 ocasiones, según un estudio elaborado por Publinflo, para la revista. Como media semanal, estas cifras representan entre 400 y 600 opciones mensuales.

El citado informe también estudia las promociones sobre otros productos lácteos. En yogures estiman la aparición de publicidad de yogures naturales en folletos promocionales en 3.741 ocasiones.

Según informaciones recibidas por el Tribunal, la leche líquida supone alrededor de un 5% del total de facturación de las grandes superficies, siendo, en la mayoría de los casos, el producto número uno en ventas.

Por lo tanto, cabe interpretar que quién ostenta el poder de negociación es la gran distribución frente a las industrias lácteas.

### **4.3 Diferenciación por calidad, precios y marcas**

El consumo de leche y productos lácteos ha aumentado considerablemente en el peso de los gastos totales de alimentación de la población española. Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el consumo de estos productos suponía un 10,4% del gasto en alimentación en 1975 frente al 13,1% de 1995. Este incremento se explica, básicamente, por la mejora tecnológica que ha supuesto el proceso de esterilización y que dio paso a las leches de larga duración, lo que ha redundado en una mayor comodidad para los consumidores al poder almacenar el producto. Durante este proceso de crecimiento puede decirse que se trataba de un producto muy poco diferenciado, con unos niveles de calidad muy similares entre las distintas marcas.

Las marcas de este producto pueden clasificarse en cuatro categorías: primeras marcas, marcas regionales, marcas primeros precios y marcas de distribución.

Entre las primeras marcas se encuentran “Pascual” y “Puleva”, que han conseguido una cierta diferenciación de su producto sobre la base de I+D en calidad. Actualmente son las marcas más prestigiosas, rara vez forman parte de las promociones que realizan las grandes superficies y su precio se ha alejado poco y pocas veces de las 100 pts/l.

Las leche envasada con marcas regionales, de las que existen muchísimas, se procesan y envasan por industrias locales de pequeña capacidad, y su distribución es muy limitada. En algunos casos el ámbito de distribución ni siquiera supera la ciudad en la que se fabrica.

La leche denominada de “primer precio” junto con las de marcas de distribución son las que se emplean para las promociones de las grandes superficies. En general se trata de un producto de menor calidad que los mencionados anteriormente y en ocasiones es la marca que se utiliza para dar salida a los *stocks* generados en la industria, evitando así tener que deshidratar el producto. El precio de estas marcas se ha llegado a situar incluso por debajo de las 70

ptas/l y se produce especialmente en épocas de exceso de oferta, como ocurre durante los meses del verano.

La realidad es que ni siquiera las primeras marcas consiguen buenos niveles de rentabilidad, ya que la característica de este producto, como “producto gancho” por parte de la distribución, no ha permitido, ni siquiera a la leche de más calidad, practicar una política de precios muy diferenciados. Este hecho, junto con el estancamiento en el consumo de los últimos años es lo que está llevando a las empresas más dinámicas a importantes inversiones en I+D. Como resultado de dichas inversiones están apareciendo en el mercado productos diferenciados a los que se les denomina “leches de calidad”. En este grupo se encuentran las leches enriquecidas con calcio, con vitaminas, etc. Esta diferenciación está consiguiendo que puedan venderse estos productos a un precio mucho mayor, del orden de 150 ptas/l. Lo mismo está sucediendo con los yogures y postres de larga duración.

En esta nueva tendencia de diferenciación hay que destacar la presencia de PULEVA como empresa pionera, con marcas de leche como “puleva calcio”, a la que han seguido otras marcas como “pascual infantil”.

Ahora bien, la obtención de este tipo de leche requiere que las inversiones tengan lugar no sólo en la industria de transformación sino también en las explotaciones ganaderas, donde hay que lograr una leche cruda de más calidad y menos contenido bacteriológico. Para ello se ha de continuar con el proceso de reconversión y supresión de las pequeñas explotaciones ineficientes, que ya está en marcha.

En resumen, se trata de un mercado muy marquista, pero ello no significa que sea un mercado con fidelidad a la marca, salvo en los casos de la leche de calidad. Estas últimas están extendiendo sus marcas hacia mercados conexos, como ocurre en el caso de PASCUAL en cereales para desayunos.

## **4.4 Precios**

### **4.4.1 Precios de la materia prima**

De los datos contenidos en el expediente puede hacerse una estimación de los precios que cada una de las empresas que se concretan pagan a los ganaderos, diferenciados por regiones.

El precio medio pagado por PULEVA se sitúa en 54,62 ptas/l frente a las 50 ptas/l que paga LEYMA-RAM. Lo que avala la práctica de PULEVA de adquirir leche de alta calidad.

En el Cuadro 12 se puede ver la evolución de los precios percibidos por los ganaderos en los últimos años.

### **Cuadro 12**

#### **Evolución de los precios de leche cruda de vaca**

	1990	1992	1994	1996	1998	1990/94	1990/98
<b>Ptas/l.(%)</b>	<b>36,1</b>	<b>36,3</b>	<b>43,9</b>	<b>45,2</b>	<b>48,6</b>	<b>(21,6%)</b>	<b>(34,6%)</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Es muy posible que el crecimiento de estos precios continúe ya que junto al persistente déficit derivado de la insuficiente cuota láctea se encuadra una realidad de precios menores en España

de la materia prima en comparación con el resto de Europa. En 1996 los ganaderos españoles vendieron la leche un 11,5% más barata que la media de la Unión Europea, como se desprende del Cuadro 13.

### **Cuadro 13**

#### **Precio medio pagado por la materia prima en la UE (\*). 1996**

<b>PAIS</b>	<b>Ecus/100 Kg</b>	<b>Ptas/l</b>
SUECIA	38.03	61.11
ITALIA	36.41	58.51
DINAMARCA	32.6	52.39
HOLANDA	32.15	51.67
GRECIA	31.76	51.04
ALEMANIA	30.61	49.19
REINO UNIDO	30.6	49.17
LUXEMBURGO	30.31	48.71
FRANCIA	29.72	47.76
BELGICA	29.57	47.52
FINLANDIA	29.34	47.15
IRLANDA	28.34	45.54
AUSTRIA	28.00	45.00
ESPAÑA	27.28	43.84
PORTUGAL	19.75	31.74
<b>MEDIA</b>	<b>30.30</b>	<b>48.70</b>

(\*) Precio medio pagado en Ecus nominales (1ECU=160,7 pts) por 100 Kg de contenido graso no estandarizado.

Fuente: Agenda 2000. Eurostat

#### 4.4.2 Precios del producto final

Como se desprende de la información contenida en el Cuadro 11, más del 50% de la leche líquida se distribuye mediante hipermercados y grandes supermercados, y éstos han utilizado y utilizan este producto como reclamo publicitario para atraer clientes a sus centros.

La condición que la gran distribución ha otorgado a la leche de “producto gancho”, como lo demuestran datos anteriores, es el factor que explica que el precio de venta al público de la leche se haya incrementado en los últimos años mucho menos de lo que lo ha hecho el IPC del conjunto de alimentación y los precios de la propia materia prima. Llama la atención el escaso crecimiento del precio de la leche en los últimos años, 10,5%, frente al 27,8% de los alimentos en general y al 38,3% del índice general. (Ver Cuadro 14)

**Cuadro 14**  
**Evolución comparativa IPC de la leche**

	1990	1992	1994	1996	1998	1990/ 94	1990/ 98
IPC leche	96,8	99,9	104,5	106,7	107	7,9	10,5
IPC alimentación	94,4	101,3	108,2	118,2	120,7	14,6	27,8
IPC general	89,5	100,4	110	119,2	123,8	22,9	38,3

Fuente: INE

Pero el reducido crecimiento de precios de la leche líquida frente al de la leche cruda no parece ser el aspecto más preocupante, sino que lo es el hecho de que el precio medio del producto resultante en 1997 sea de 80 pts/l. Puesto que existen las marcas como “Pascual” y “Puleva” que no se venden a precios inferiores a las 95 pts/l, y que tienen una cuota de mercado del 11,9% y 6,5% respectivamente, la media de 80 pts/l quiere decir que otras muchas marcas están vendiendo a pérdida, lo que entorpece el proceso de reconversión necesario en este sector.

Según datos aportados al Tribunal los costes aproximados para la elaboración de un litro de leche líquida son de 50 ptas/l para la materia prima, 13 ptas para el envase, 5 ptas. para el transporte y otros costes de envasado y de personal, por lo que no es posible su venta al consumidor a 65 ptas/l, como de hecho se hace.

## 4.5 Delimitación del mercado relevante

La Comisión Europea, en su Comunicación del mes de diciembre de 1997, propone un procedimiento para definir el mercado relevante, reconociendo que, en la mayoría de los casos, la decisión tendrá que basarse en varios criterios y en diferentes elementos de apreciación: " ....Se seguirá un enfoque abierto, no siguiéndose un orden jerárquico rígido en la utilización de las distintas fuentes de información o de los diferentes tipos de elementos de apreciación...". El proceso de definición del mercado comienza por determinar a grandes rasgos los posibles mercados de referencia y, en general, suelen definirse varios mercados de referencia alternativos.

Para la Comisión, el mercado de producto comprende la totalidad de los bienes y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles entre sí, criterio coincidente con el expresado por las autoridades de competencia norteamericanas en "1992 Horizontal Merger Guidelines" (revisada en abril de 1997). Esto es, el mercado relevante lo marca la sustituibilidad desde el lado de la demanda y, aunque entre los elementos de apreciación utilizados por la Comisión en la tarea de definición del mercado relevante de producto está el análisis de las características de los productos y sus utilidades, señala que éstas no bastan para concluir que dos productos son sustitutos desde el punto de vista de la demanda.

También el Tribunal comparte este criterio, habiendo ya destacado en diversas resoluciones que la sustituibilidad ha de verificarse fundamentalmente desde el punto de vista de la demanda (Exptes. A6/91, 291/90 y R189/96).

### 4.5.1 Mercado de producto

Las empresas objeto de la presente operación económica se dedican a la producción y comercialización de leche líquida y productos lácteos. Para el desarrollo de estas actividades la industria transformadora ha de adquirir su materia prima, la leche cruda de vaca, de los ganaderos españoles, cada uno de los cuales tiene asignada una cuota de producción. La leche cruda de vaca se transforma en leche líquida y en otros productos derivados de la leche como son: yogur, leches fermentadas, batidos y postres de larga duración.

Atendiendo a los criterios de sustituibilidad, dado el uso al que se destina la leche líquida y la consideración de alimento de alto valor nutritivo, la leche líquida no resulta sustituible ni por otras bebidas líquidas ni por el resto de derivados lácteos. En consecuencia, hay que considerar que uno de los mercados relevantes de productos de esta operación es el de la leche líquida y

otro diferente el de los yogures, postres de larga duración y batidos, en los que sí puede aceptarse una alta sustituibilidad.

Para llegar a situar la leche líquida en el mercado de consumo se requieren distintas actividades como son: la producción de leche cruda, la recogida de leche cruda y transporte hasta las plantas de la industria transformadora, los procesos de pasteurización y/o esterilización, el envasado y distribución. La producción se realiza mayoritariamente por agentes independientes de la industria de transformación, esto es, las explotaciones ganaderas no son propiedad de la industria de transformación (excepción de determinadas cooperativas presentes en todas las actividades) y, en general, ni siquiera existen contratos de suministro entre los productores de leche cruda y los transformadores. Por otro lado, la industria elaboradora de leche líquida no es la única demandante de este producto, ya que también emplean leche cruda en sus procesos de producción los fabricantes de queso, los fabricantes de productos alimenticios infantiles y los fabricantes de yogures y postres (como es el caso de DANONE).

Por lo que respecta a la recogida de leche cruda ésta la puede realizar la industria de transformación por cuenta propia o puede incluso puede ser llevada a cabo por lo que en el sector se conoce como “recogedores” por cuenta ajena. De hecho en PULEVA coexisten los dos métodos de recogida.

La observación de estas características ha llevado al Tribunal a considerar también como mercado relevante de producto el mercado de la recogida de leche cruda de vaca.

Por lo tanto, se considera la existencia de tres mercados relevantes de producto afectado por esta operación: el mercado de recogida de la leche; el mercado de la elaboración, envasado y distribución de la leche líquida; y el mercado de la elaboración, envasado y distribución de derivados lácteos como yogures, postres lácteos y batidos.

#### 4.5.2 Mercado geográfico

La leche cruda es un producto altamente perecedero, por lo que para prevenir los posibles procesos de fermentación incontrolada que invalidarían su empleo en la industria de transformación se requiere aplicarle rápidamente un proceso industrial, como mínimo de enfriado. Su producción se realiza diariamente, por lo que la recogida y entrega se ha de realizar de una manera continua. Estas circunstancias requieren el establecimiento de lo que se denomina “rutas de recogida” que han de ser diseñadas optimizando las distancias entre el lugar de producción y la localización de la industria. Esta realidad, por si misma, le confiere un marcado carácter regional al mercado de la recogida de leche cruda.

Es cierto que PULEVA traslada la leche desde los puntos de producción en el Norte, hasta los centros de transformación en el Sur. Pero para ello disponen en el Norte de una planta de enfriado, donde se prepara convenientemente la leche cruda para su transporte.

Además de las propias características intrínsecas al mercado de la recogida de leche cruda, ya señaladas, existen otras características de tipo político que acentúan aún más la consideración de que este mercado es regional. En la práctica existe una “territorialización o regionalización” de la cuota láctea que la PAC tiene asignada a España, y que se encuentra repartida entre ganaderos.

Por todo ello, se considera que el mercado geográfico de la recogida de leche cruda de vaca es de alcance regional. Las CC.AA. de Galicia y Andalucía son las que se verán afectadas por esta operación, ya que sólo en estas regiones coinciden en su actividad las dos empresas que se concentran.

En cuanto al mercado de leche líquida no existen restricciones técnicas o legales en la CE que limiten la circulación de este producto por lo que este mercado podría tener una dimensión mayor que la nacional, máxime cuando en España se tiene una situación deficitaria derivada de la escasez de la cuota láctea asignada.

Sin embargo, existen diversas cuestiones en la práctica, como son el menor precio de estos productos en España con respecto al resto de la CE, que hacen poco viables las importaciones y las exportaciones con terceros países, por lo que en realidad el mercado de la leche líquida opera a nivel nacional. Las mismas consideraciones cabe hacer al mercado de los yogures, postres lácteos y batidos, mercado en el que además existen diferentes gustos y hábitos de consumo con respecto a otros países de la CE.

#### **4.6 Evolución reciente del sector**

La realidad del sector lácteo español es fruto de diversas circunstancias entre las que cabe destacar, de forma importante, la persistente insuficiencia de la cuota de producción asignada a España por parte de las autoridades comunitarias. En efecto, esta cuota ha sido, hasta la reciente ampliación, de 5,6 millones de Tm de leche, siendo el consumo estimado de la misma de unos 7,5 millones de Tm. Esta diferencia entre la producción permitida y el consumo ha hecho que el sector lácteo haya producido sistemáticamente “leche fuera de cuota”, lo que ha conllevado la consiguiente penalización con multas multimillonarias. Esta insuficiencia no sólo ha afectado a la fase de producción de leche cruda, es decir a los ganaderos, sino que también ha tenido sus efectos negativos en la industria láctea, frenando un necesario proceso de reestructuración en todo el sector. La estructura de la industria láctea en España se caracteriza por una fuerte atomización y por la presencia de un escaso número de grupos

destacados pero de pequeña dimensión, especialmente si se comparan con sus competidores en otros países de la U.E.

Esta realidad es la que ha fomentado y sigue fomentando el fenómeno de las grandes fusiones que se inicia en 1995 con la compra de LA LACTARIA ESPAÑOLA S.A. por parte de CORPORACIÓN AGROALIMENTARIA GALLEGA (Grupo LEYMA) y de IPARLAT. La siguiente operación tiene lugar en 1997 con la fusión de CENTRAL LECHERA ESTURIANA (CLAS), LARSA y ATO en la CORPORACIÓN ALIMENTARIA PEÑASANTA (CAPSA). En 1998 la CENTRAL LECHERA VALLISOLETANA adquirió un 38% de COMERCIAL LACTEA INDUSTRIAL y en este mismo año el Grupo PULEVA adquirió un 23,1%. De CLESA a través de la adquisición del 90% de MERCANTIL HISPANO AFRICANA, (propietaria real del 23,1% de CLESA).

Ante esta operación la reacción del resto de accionistas de CLESA fue la venta del 51% del capital al grupo italiano PARMALAT. El representante legal de PULEVA ha manifestado a este Tribunal la intención de vender su participación en CLESA<sup>6</sup>.

El Grupo PASCUAL, líder por marca en el mercado de la leche líquida, no ha protagonizado ninguna operación de concentración, aunque no la ha descartado. Según informaciones consultadas tiene previsto realizar inversiones de alrededor de 5.000 millones de ptas. para continuar con la línea de actuación llevada a cabo en los últimos años, que le ha ayudado a asentar su liderazgo y a estar presente en otros mercados como el de cereales para desayunos, aguas, zumos y alimentos congelados. Esta estrategia de diversificación y de derivación hacia productos lácteos de mayor valor añadido es la que también ha llevado a cabo el Grupo PULEVA. Tal estrategia explica, en gran parte, el incremento de la facturación y de los beneficios que dicha empresa presentó el año pasado.

Según diversos estudios (el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la consultora DBK), se constata un cierto estancamiento de la producción de leche y mantequilla en España, motivado quizá por la insuficiencia de la oferta en relación con la demanda de la industria de transformación.

#### **4.7 Estructura resultante del sector**

De los indicadores de concentración utilizados habitualmente, el Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH) es el más empleado como herramienta común para analizar el efecto de las concentraciones económicas sobre el grado de concentración y el poder de mercado.

---

<sup>6</sup> El periódico CINCO DIAS, en su edición del 28 de julio de 1999, publica que PULEVA se retira de CLESA al vender a CAJA MADRID su 23,1%, según declaraciones del Sr. Lahuerta, abogado de PULEVA.

Este índice cuantifica el grado de concentración de un mercado, siendo el resultado de sumar los cuadrados de las cuotas de mercado de cada empresa. Se trata de un índice fácil de calcular por la sencillez de los datos que se precisan: las cuotas de mercado. Puesto que las cuotas porcentuales de mercado se miden en un intervalo de 0 a 100, el IHH varía desde el valor 10.000, en el caso de un monopolio hasta un valor que tiende a cero a medida que aumenta el número de empresas. La inversa de este índice multiplicado por 10.000 se interpreta como la variable “número equivalente de empresas de igual tamaño” que habría en el mercado. Así un IHH=10.000 se corresponde con un mercado en el que existe una única empresa, un IHH=5.000 se corresponde con un mercado en el que existen dos empresas y un IHH=2.500 con un mercado de cuatro empresas. Este límite, los 2.500 puntos de IHH, es el considerado por el Departamento de Justicia de EE.UU como aquel por debajo del cual el mercado podría considerarse presumiblemente competitivo.

Para analizar el efecto de una fusión se aconseja calcular el valor IHH previo a la operación y el posterior, ya que el incremento es lo que realmente da una mejor idea del cambio en las condiciones del mercado. En el mercado de la leche líquida se han calculado los valores del IHH partiendo de los datos del Cuadro 6.

### Cuadro 15

#### Indices de concentración en el mercado de la leche líquida

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
anterior	694,5	14,4	26,5	44,2	65,6
posterior	815,8	12,2	30,2 8	50,2	69
IHH	121,3				

Fuente: Elaboración propia

El Departamento de Justicia de EEUU considera que variaciones del IHH superiores a 100 deberían ser objeto de un análisis más profundo, en cuanto a las condiciones de competencia, cuando tienen lugar en un mercado con un IHH superior a 1.800.

En el caso de la recogida de leche cruda pueden calcularse estos mismos indicadores a nivel nacional, basándose en el Cuadro 4, pero no a nivel regional.

### Cuadro 16 Índices de concentración en el mercado de la recogida de leche

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
anterior	1.040	9,7	32,4	53,3	80,2
posterior	1.186	8,4	36,5	59,3	79,6
<b>IHH</b>	<b>146</b>				

Fuente: Elaboración propia

A nivel regional las cuotas de concentración ponen de manifiesto una situación muy distinta a la nacional, como se puede observar en el Cuadro 17.

### Cuadro 17 Toneladas de recogida de leche por regiones

	Andalucía	Galicia	Asturias	Castilla	Cataluña	Otras	Total
Puleva	113117	96195	6417	28.323--	--	47252	291304
Leyma Ram	79425	289690	--	--	80941	--	450056
<b>Consolidado</b>	<b>192542</b>	<b>385885</b>	<b>6417</b>	<b>28323</b>	<b>80941</b>	<b>47252</b>	<b>741360</b>
Total leche producida	430578	1650517	624444	884334	542854	128621 6	5418943
<b>Cuota recogida</b>	<b>44,71%</b>	<b>23,37%</b>	<b>1,02%</b>	<b>3,20%</b>	<b>14,91%</b>	<b>3,67%</b>	<b>13,68%</b>

Fuente: Elaboración propia

En el Cuadro 18 se han calculado los indicadores de concentración para los batidos a nivel nacional, basándonos en los datos del Cuadro 10.

### Cuadro 18 Índices de concentración en el mercado de los batidos

	IHH	n1 empresas equivalentes	C2	C4	C8
anterior	870	11,5	36,4	50,1	60,5
posterior	1.236	8	44,5	55,4	64,7
<b>IHH</b>	<b>366</b>				

Fuente: Elaboración propia

## **5 EFECTOS RESTRICTIVOS DE LA OPERACIÓN SOBRE LA COMPETENCIA EFECTIVA EN EL MERCADO**

### **5.1 Posibilidades de elección de proveedores y clientes**

Aunque el segmento más afectado es el de la recogida de leche cruda, que es donde los índices de concentración son más elevados, no cabe esperar ninguna posición de dominio que le permita al grupo resultante fijar precios de compra a los ganaderos. La razón está en el desequilibrio que existe entre la oferta y la demanda de leche en España. Los ganaderos, dado el exceso de demanda de leche cruda que parece que existe en este mercado, podrán vender su leche a otras empresas. No cabe esperar, tras la sanción del Tribunal por el acuerdo en precios, que vuelva a producirse una conducta de este tipo.

Por parte del único proveedor de envases (TetraPak) tampoco se plantea problema alguno.

En cuanto a los clientes, la gran distribución ha demostrado ya tener la suficiente fuerza como para que no sea posible que las industrias lácteas les fijen los precios, sino más bien al contrario.

### **5.2 Poder económico y financiero de las empresas**

El grupo resultante refuerza evidentemente su posición en el mercado español, pero se sigue manteniendo a mucha distancia de los grandes grupos alimentarios multinacionales como Danone, Besnier, Nestlé, etc. que compiten en su mismo mercado.

### **5.3 Evolución de la oferta y la demanda.**

La oferta de leche cruda está sujeta al sistema cuotas, por lo que, al menos legalmente, no se podría producir leche por encima de las 5,6 Tm asignadas a España. Esta cantidad ha sido tradicionalmente superada por los ganaderos, lo que ha dado lugar a importantes sanciones de la Comisión Europea a España, tras las cuales se moderó la producción por encima de la cuota. A partir del año 2000 podrán producirse 0,55 Tm. más por el aumento de la cuota asignada a España, lo que sin duda contribuirá a reducir los excesos de demanda de leche cruda sobre la oferta, y por lo tanto se verán reducidas las importaciones de productos lácteos.

Esta escasez de la oferta de materia prima, junto con el incremento de la demanda de productos finales que ha experimentado el consumo en España ha dado lugar a una creciente importación de productos lácteos durante la década

de los años noventa. En la actualidad ese crecimiento de consumo se ha moderado notablemente. El consumo de estos productos está a un nivel intermedio en relación con el consumo de la CE, por lo que no es de esperar un crecimiento espectacular de la demanda por este lado. Tampoco la demanda se va a ver incrementada por el aumento esperado de la población. En consecuencia, el crecimiento de la industria deberá producirse por la innovación en productos de mayor valor añadido, que vayan reemplazando un producto de poca rentabilidad como es el de la leche cruda. En este proceso se encuentran las principales industrias lácteas de España, entre las que se encuentra la empresa notificante.

#### **5.4 Competencia exterior**

El mercado de la leche líquida en España se caracteriza por ser un producto de menor calidad en relación con los de la CE y por tener un precio notablemente inferior. La primera característica, junto con la escasez del producto, derivada de una producción sometida a cuota inferior a la demanda, ha cerrado las puertas a la exportación hacia la CE. La exportación hacia otras zonas, como el norte de Marruecos, se ha encontrado con diferencias culturales en el consumo que han dificultado la apertura de estos mercados.

Por su parte, el bajo precio de la leche, al ser utilizado como producto “gancho” por los principales canales de distribución, tampoco ha propiciado la importación de leche líquida de otros países de la CE, ya que el precio en estos países es mayor y, además, hay que añadir los costes de transporte. Algunas excepciones puntuales se están produciendo tanto en las exportaciones como en las importaciones en el caso de Portugal.

Lo que sí ha experimentado un crecimiento considerable, según fuentes consultadas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, es la importación de productos derivados de la leche como el queso y las mantequillas, así como la leche en polvo, aunque en este último caso representa una cifra marginal con respecto al consumo total.

Hay que señalar que la situación real de las empresas lácteas españolas con respecto a sus competidoras exteriores es muy desigual. En este sector se encuentran presentes importantes multinacionales como DANONE, NESTLE, BESNIER, PARMALAT, etc, lo que, sin duda, supone una seria competencia para la industria nacional. Es cierto que estas multinacionales no han conseguido una presencia destacada en el mercado de la leche líquida, pero alguna empresa está introduciéndose en el mercado mediante la compra de empresas nacionales, como es el caso de PARMALAT con la compra de CLESA.

## **5.5 Barreras de entrada**

No existen barreras de entrada legales en la CE ni tampoco de tipo económico para la instalación de plantas de transformación y envasado convencionales.

Sin embargo, como ya se ha mencionado a lo largo del informe, la estrategia de los grupos lácteos más solventes está en la diversificación hacia productos de mayor valor añadido, como son los nuevos postres de larga duración y otros productos lácteos de nueva creación y las leches funcionales (con calcio, vitaminadas, con fibra, sales minerales, con bajo contenido en lactosa, con ácidos oleicos y otros ácidos grasos, etc). El éxito de estos nuevos productos y su mayor rentabilidad precisa de inversiones para obtener simultáneamente productos de bajo coste, de calidad, innovadores y con imagen de marca, que contribuirían a crear barreras de entrada a los nuevos competidores, y que a su vez forzarán la salida o la marginalidad de aquellos operadores que no dispongan del acceso a las fuentes de financiación y capacidad directiva requeridas. Aunque también es cierto que estas ciertas barreras de entrada no evitarán que los competidores más fuertes, que ya existen en la UE, puedan acceder a este mercado.

## **5.6 Las denuncias sobre Ayudas Públicas**

Como se ha descrito en el epígrafe 1.6 sobre las Alegaciones de terceros, algunas empresas han declarado ante el Tribunal que, según su versión, la empresa resultante podría estar haciendo uso de financiación pública mediante la intervención en la operación de varias instituciones públicas.

Los hechos conocidos por el Tribunal en su estudio sobre la operación reflejan la existencia de ayudas públicas en la operación de compra, en 1995, de la LACTARIA ESPAÑOLA por parte de las empresas IPARLAT y GRUPO LACTEO GALLEGO (LEYMA). Las ayudas se instrumentalizaron mediante avales públicos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la Xunta de Galicia y del Gobierno Vasco por un lado, y mediante la subvención de los tipos de interés en el caso de LEYMA. Estas ayudas fueron autorizadas por el Comisario de Agricultura, Sr. Franz Fischler, de la Comisión Europea, en marzo de 1996.

LA LACTARIA ESPAÑOLA presentaba una situación de pérdidas cuando fue adquirida por el GRUPO LACTEO GALLEGO que, lejos de solucionarse, ha hecho que el grupo resultante presentase, según el balance de 31 de diciembre de 1998, una situación de quiebra técnica.

En noviembre de 1998 se llevó a cabo un cambio del equipo directivo del grupo resultante. Una de las propuestas de la nueva dirección ha sido la de cambiar el tipo de crédito concedido por el ICO para convertirlo en un crédito participativo. La característica de este tipo de crédito es que según la legislación vigente se

puede computar el importe del crédito como fondos propios y evitar que contablemente se llegue a la situación de liquidación ya que el balance patrimonial se vería aumentado en la cuantía del crédito. El acreedor del crédito, el ICO, es quien tiene que autorizar el cambio, y es a quien se le ha solicitado dicho cambio. El problema de este tipo de crédito está en que sitúa al acreedor en la última línea de derecho de cobro ante una situación de liquidación, sólo por delante los propios accionistas, por lo que con carácter previo a la conversión el ICO ha condicionado este cambio a los siguientes puntos: en primer lugar, que la Xunta de Galicia se haga acreedora del 75% del nominal del crédito participativo; y, en segundo lugar, que la Xunta de Galicia inste a la empresa a buscar un socio empresarial de solvencia económica acreditada y que la compradora presente a la Xunta de Galicia un plan de viabilidad para la empresa. El crédito participativo tendría, de aprobarse su conversión, un período de amortización de 15 años, dos años de carencia de pago del tipo de interés fijo y una amortización del principal al final del período de duración de la operación.

Los notificantes han alegado que *“la operación de concentración por la cual PULEVA toma el control del 75% del grupo LEYMA-RAM se hace exclusivamente con financiación privada procedente de PULEVA, no contando con ningún tipo de ayuda de la Administración Estatal o Autonómica. En este sentido, PULEVA ha realizado una aportación de 6.000 millones de pesetas, íntegramente desembolsada en metálico, por la suscripción del 75% del capital social de AGROINVES LÁCTEAS, S.L., matriz del grupo LEYMA-RAM, en una ampliación de capital realizada por dicha sociedad”*..

Asimismo, los 6.000 millones de pesetas aportados por PULEVA serán los que permitan acometer el plan de renovación industrial del Grupo LEYMA-RAM, así como su plan de innovación y vuelta a la rentabilidad.

Por lo tanto, no puede concluirse que la operación de concentración objeto de este Informe se esté beneficiando de ningún tipo de ayuda pública.

## **6 EFECTOS COMPENSATORIOS DE LAS RESTRICCIONES A LA COMPETENCIA**

La realidad del sector lácteo español se centra, por una parte, en una estructura de producción de la materia prima excesivamente atomizada, a pesar del cambio que se está produciendo en la actualidad, y, por otra, en una industria de transformación débil para competir con las fuertes empresas multinacionales presentes en este mercado.

El actual GRUPO LEYMA-RAM se encuentra en situación de quiebra técnica, y necesita financiación externa para acometer un proceso de modernización y mejora de sus productos que le lleven a la situación de viabilidad económico-financiera de la que carece en la actualidad. Es un hecho que el GRUPO LEYMA

RAM tiene una escasa venta de leche de primeras marcas, de calidad y mayor precio, y una significativa venta de leches de otras marcas, más baratas y que le dificultan por tanto alcanzar niveles de rentabilidad.

La empresa adquirente, PULEVA presentó suspensión de pagos en 1994. En la actualidad ha salido de esa crisis y ha demostrado haber iniciado un acertado camino que le ha llevado a tener en 1998 una facturación superior a los 25.000 millones de pesetas, unos beneficios consolidados de más de 3.200 millones de pesetas y una capitalización bursátil que supera los 70.000 millones de pesetas. La estrategia seguida de fuertes inversiones en I+D y diferenciación en productos de alto valor añadido, junto con el plan industrial de reestructuración de la empresa, y el acuerdo seguido con sus acreedores avalan a PULEVA como empresa capaz de relanzar al GRUPO LEYMA-RAM y evitar su posible desaparición del mercado.

La reestructuración de la industria transformadora puede también suponer un efecto positivo para la necesaria, y ya en marcha, modernización de las explotaciones ganaderas. La oferta al consumidor de productos de mayor calidad no se consigue sólo con innovaciones tecnológicas en la industria de transformación, sino con una materia prima de alta calidad. En la actualidad esta calidad es inferior a la exigida en otros países de la CE. En la medida en que la industria de transformación española se vaya desplazando hacia productos de alta calidad y mayor valor añadido, se estará presionando para que esta calidad se traslade a los procesos de producción de materia prima y ello pasará por conseguir explotaciones con una dimensión más adecuada a las necesarias inversiones que se han de desarrollar para controlar la calidad de la leche cruda.

La mayor calidad y diversidad de productos que está produciendo en los últimos años (leches enriquecidas, postres de larga duración, etc.) benefician directamente a los consumidores, ya que ven aumentadas sus posibilidades de elección. Para ofrecer estas mejoras a los consumidores es preciso invertir fuertemente en I+D, y estas inversiones se maximizan cuando se consiguen empresas con la dimensión óptima.

Con respecto a la distribución de estos productos ya se ha visto, según los datos contenidos en los epígrafes 4.2.3 y 4.3, que el poder de negociación reside en las grandes cadenas de distribución. Este poder de negociación es inversamente proporcional a la fortaleza de la industria láctea con la que se negocia, y, por tanto, el grupo resultante de la operación de concentración puede contribuir a nivelar las fuerzas de la negociación con la gran distribución.

Para las empresas de gran distribución puede suponer una ventaja notable ya que al concentrarse las empresas se reducen los tiempos de negociación y se pueden unificar las promociones con independencia de la situación geográfica de la distribución.

También cabe señalar la posibilidad de aumentar la eficiencia económica, ya que el grupo resultante, con plantas de producción y con capacidad de recogida tanto en la zona Norte (excedentaria) del país como en la zona Sur (deficitaria) podrá realizar una asignación de recursos más eficiente. También pueden derivarse de la operación economías de escala en el nivel de abastecimiento y logística, al poderse optimizar el trazado de las rutas.

Por último, es innegable la ventaja que supondrá para el Grupo LEYMA-RAM el acceso a los resultados que el grupo PULEVA ha obtenido como consecuencia de sus inversiones en I+D.

## **7 RESUMEN Y CONCLUSIONES**

La operación de concentración económica que se analiza en el presente informe se materializa con la adquisición por parte de PULEVA del 75% del capital social de AGROINVES LÁCTEOS S.L. mediante la suscripción por parte de la primera de una ampliación de capital de la segunda.

El acuerdo tomado por la Junta General Extraordinaria de Accionistas se ha firmado el 12 de abril de 1999, por lo que la operación no entra en el ámbito del Real Decreto Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia y tiene por lo tanto el carácter de “notificación voluntaria”, con los derechos y obligaciones que ello conlleva. La remisión del expediente al Tribunal ha tenido lugar el día 2 de junio de 1999, así pues el Informe del Tribunal deberá ser aprobado en el Pleno antes del 2 de septiembre de 1999.

El balance del sector lácteo español presenta un resultado deficitario, ya que el consumo de estos productos es superior a la cuota láctea que la PAC tiene asignada a España. La estructura de las explotaciones ganaderas continúa fuertemente atomizada, aunque está en proceso de cambio y las más pequeñas están desapareciendo, lo que ha dificultado la introducción de nuevas tecnologías que redunden en un producto de calidad y reduzcan los costes de producción. Por su parte la industria de transformación, que se caracteriza por un pequeño número de empresas fuertes y modernas, con dimensión nacional, y una presencia importante de pequeñas empresas de ámbito local y en algunos casos regional.

Los mercados afectados por esta operación son los siguientes: en primer lugar el mercado de la recogida de leche cruda; en segundo lugar, el mercado de la leche líquida; y, por último, el mercado de yogures, postres lácteos y batidos. El ámbito geográfico del mercado de la recogida de leche cruda es claramente regional mientras que el mercado de la leche líquida y el mercado de los derivados de la leche presenta características que llevan a considerar el mercado, nacional.

Las cuotas de mercado de la empresa resultante de la operación de concentración para el mercado de recogida de leche cruda se sitúan en un 23,4% en Galicia y en un 44,7% en Andalucía. En el caso de la leche líquida la cuota resultante en el mercado nacional es del 16,1% según Alimarket y de 15,2% según el notificante. En los yogures y postres de larga duración la presencia del grupo resultante no es significativa. En el segmento de los batidos la cuota de la empresa resultante alcanza el 30,7% a nivel nacional.

Por lo que respecta a la distribución de los productos objeto de la operación de concentración hay que destacar que más del 60% de la leche líquida se distribuye en establecimientos de más de 400 m<sup>2</sup>, mientras que en el caso de yogures y otras leches fermentadas esta cifra es del 57,3%. La leche líquida se ha convertido a lo largo de la década de los noventa en producto de reclamo para las grandes superficies, lo que ha frenado el crecimiento de los precios y la aparición de numerosas “segundas marcas” y de marcas de la distribución. En consecuencia, se puede distinguir entre la leche de primeras marcas, que es una leche de calidad y de mayor precio, y las leches de primer precio, que son de menor calidad y de precio muy bajo. Las primeras marcas se han esforzado en los últimos años por trasladarse del mercado de la leche líquida tradicional hacia el mercado de la leche enriquecida, de mucho más valor añadido y por el que se puede obtener un precio mucho mayor. Una de las empresas líderes en la introducción de estos productos es PULEVA.

La evolución de los precios experimentada por la materia prima y por el producto final es muy diferente. Así, mientras el precio percibido por los ganaderos ha crecido un 34,6% durante el período 1990-1998, el precio de la leche líquida ha aumentado un 10,5% .

El grupo resultante mantiene poco más del 20% del capital social de su competidora CLESA, pero sin representación en los órganos del gobierno. También han manifestado su intención de salir del capital de CLESA.

Después de analizar esta operación y el sector en el que se desarrolla se puede concluir que:

**PRIMERO:** Tanto la industria láctea española como el sector ganadero presentan estructuras de producción que se encuentran en proceso de modernización y mejora, pero aún alejadas del punto óptimo que permita mejorar su reducida rentabilidad y la sitúe en posición de competir con las grandes empresas multinacionales del sector. A este respecto la operación de concentración de PULEVA y LEYMA-RAM puede contribuir al desarrollo de estos cambios.

**SEGUNDO:** Los indicadores de concentración estudiados no revelan un incremento de concentración que pueda resultar perjudicial para las

condiciones de competencia en el mercado. Sólo en el caso del mercado de recogida de leche cruda en Andalucía la operación de concentración, con un 44,7% de cuota de mercado, podría conferir una situación de liderazgo en el mercado. Ahora bien, en Andalucía, la cantidad de leche producida es muy inferior a la que demanda la industria de transformación, y no sólo para la producción de leche líquida. La demanda de leche cruda para la fabricación de quesos en Andalucía hace inviable que el Grupo resultante pudiera abusar de su posición de liderazgo, ya que los ganaderos disponen de otras alternativas para vender su producto.

**TERCERO:** La situación de pérdidas prolongadas que el Grupo LEYMA-RAM presentaba antes de la operación de concentración podía poner en peligro su continuidad como industria transformadora del sector lácteo, por lo que precisaba de nuevas aportaciones económicas así como de un plan de reconversión para garantizar su viabilidad. La empresa PULEVA ha demostrado tener solvencia económica y financiera para desembolsar el capital necesario para que LEYMA-RAM continúe desarrollando su actividad.

**CUARTO:** La estrategia seguida durante los últimos años por PULEVA, basándose en vender leche líquida de calidad e introducir en el mercado productos diferenciados, como la leche enriquecida, de alto valor añadido, la ha situado como uno de los primeros grupos de sector en España. LEYMA-RAM podrá aprovechar la experiencia obtenida por PULEVA con esta estrategia comercial y beneficiarse de los resultados que ésta ha realizado en I+D en sus últimos años, garantizando así la recuperación de esta empresa y contribuyendo a la estabilidad del sector, especialmente en Galicia.

**QUINTO:** No se ha demostrado que la presente operación de concentración se haya beneficiado de ayuda pública alguna, y, por lo tanto, las alegaciones presentadas por terceros en este sentido, y en el marco de esta operación, no pueden ser tenidas en cuenta por este Tribunal en el presente Informe. Las ayudas públicas de las que ha tenido conocimiento el Tribunal en el estudio de la presente operación se refieren a una concentración previa y, en este caso, el Tribunal sólo podrá sobre la base del artículo 19 de la LDC, examinar las ayudas otorgadas a las empresas con cargo a recursos públicos, a solicitud del Ministro de Economía y Hacienda.

**Por cuanto antecede, el Tribunal de Defensa de la Competencia, dando cumplimiento a lo establecido en el artículo 17 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, ha acordado remitir al Excmo. Sr. Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía y Hacienda para su elevación al Gobierno el siguiente**

## **DICTAMEN**

**El Pleno de este Tribunal, teniendo en cuenta los efectos sobre la competencia que podría causar la operación de concentración económica notificada por PULEVA S.A., consistente en la adquisición del 75% de AGROINVES LÁCTEOS S.L., valora que dicha operación no dificultará el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado, por lo que considera oportuno no oponerse a la operación notificada.**

Madrid, 29 de julio de 1999