

ANT.: Fusión de negocios de
Conserva Pentzke S.A., el
Grupo Pentzke y Agrocommerce
S.A.
Rol FNE F203-2019.

MAT.: Informe de aprobación.

Santiago, 06 SEP 2019

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA DIVISIÓN DE FUSIONES (S)

De conformidad a lo establecido en el Título IV del Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 2004 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211, y sus modificaciones posteriores ("**DL 211**"), presento a usted el siguiente informe, relativo a la operación de concentración del Antecedente ("**Operación**"), recomendando la aprobación de la misma de manera pura y simple, por las razones que a continuación se explican:

I. ANTECEDENTES

1. Mediante presentación de fecha 20 de junio de 2019, correlativo ingreso N° 02972-19 ("**Notificación**") Conserva Pentzke S.A. ("**COPSA**"), Inversiones y Rentas Patmon Limitada, Inversiones y Rentas Frutus Limitada, Comercial Alimentos S.A., Inversiones y Rentas Southern Investment Limitada y Rentas Rumar Limitada (las últimas cinco "**Grupo Pentzke**") y Agrocommerce S.A. ("**ACSA**" y, todos, "**Partes**") notificaron a esta Fiscalía Nacional Económica ("**Fiscalía**") una operación de concentración, consistente en la fusión de los negocios de estas empresas mediante diversos actos y contratos, que involucran transferencias de participación en sociedades, asociaciones y cesión de activos ("**Operación**").
2. Mediante resolución de fecha 4 de julio de 2019, la Fiscalía declaró incompleta la Notificación, lo que fue satisfecho por las Partes mediante presentación de fecha 15 de julio de 2019, correlativo ingreso N° 03377-19.
3. Mediante resolución de fecha 29 de julio de 2019, la Fiscalía ordenó instruir investigación, bajo el rol F203-2019 ("**Investigación**").

II. PARTES Y OPERACIÓN

II.1 Las Partes

4. COPSA es una sociedad controlada por la familia Pentzke, dedicada a la producción y distribución de alimentos agroindustriales, particularmente frutas y verduras en conserva, las cuales son vendidas en Chile y en el extranjero. El principal producto

comercializado por COPSA son duraznos en conserva, que representan el [70-80]%¹ de sus ventas, y son producidos en Chile². Además, COPSA comercializa en el país otros tipos de frutas y verduras en conserva, como piñas, pimientos o champiñones, los cuales son importados como producto terminado³. COPSA opera y comercializa gran parte de sus productos bajo las marcas "Dos Caballos" y "Fruit One". El Grupo Pentzke, por su lado, está conformado por las distintas sociedades que poseen el capital de COPSA, vinculadas todas a la familia Pentzke⁴.

5. ACSA, por su parte, es una compañía dedicada a la importación, distribución y comercialización de diversas categorías de productos, que vende tanto a clientes que producen alimentos como a aquellos que, a su vez, los comercializan o distribuyen. ACSA dedica parte importante de sus negocios a la comercialización de materias primas importadas⁵. Cabe destacar que ACSA no produce ninguno de los productos que comercializa, limitándose a importar productos terminados⁶. Dentro de la categoría de frutas y verduras en conserva, importa y comercializa principalmente bajo las marcas Bonanza y Frutisa⁷.
6. En base a las actividades desarrolladas por las Partes, el informe se centrará en la comercialización y distribución de frutas y verduras en conserva, y la relación vertical que se da entre las Partes en la comercialización de azúcar.

II.2 La Operación

7. La Operación consiste en una combinación de negocios, conforme el Acuerdo Marco firmado por las Partes el 6 de mayo de 2019, que se realizará a través de las siguientes transacciones:
 - a) La constitución de una nueva sociedad por acciones, que resultará de la división de una sociedad de Grupo Pentzke la cual, luego de la Operación, será controlada por ACSA y tendrá a Grupo Pentzke como accionista minoritario ("NewCo"). A dicha compañía se transferirán, además, las marcas Dos Caballos y Fruit One. La NewCo adquirirá, una participación minoritaria –inferior a un 50%– en COPSA.
 - b) Además, NewCo adquirirá de COPSA un centro de distribución, que es un activo relevante para la comercialización de frutas y verduras en conserva. Lo señalado anteriormente obedece en definitiva al siguiente esquema:

¹ [ANEXO CONFIDENCIAL 1]

² COPSA se abastece de distintos productores agrícolas en el mercado local.

³ Respuesta a Oficio Ord N° 1639 de COPSA.

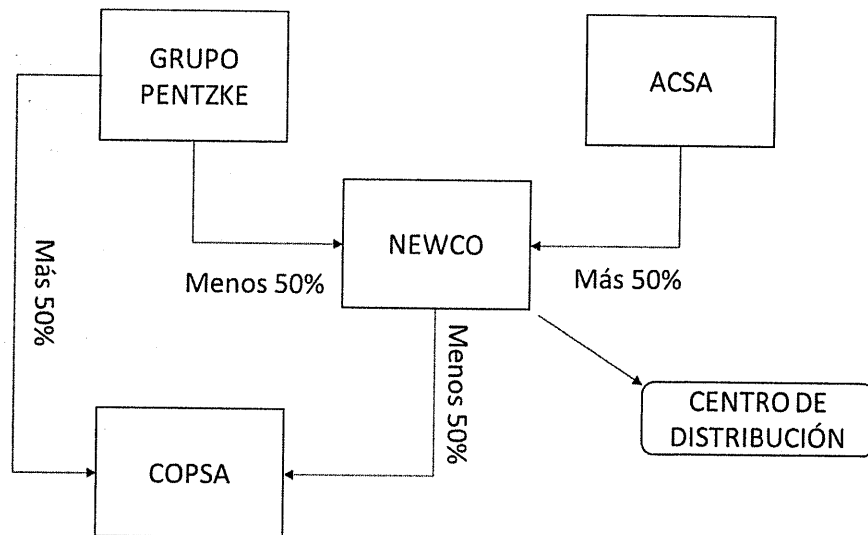
⁴ Notificación, p. 5.

⁵ Tales como azúcar a granel en sus distintas clasificaciones, grasas vegetales de palmiste, gelificantes, frutos secos, y a la venta de productos terminados, como aceite, arroz, legumbres, azúcar envasada, café, atunes en lata, frutos secos tipo snack, platos preparados, camarones congelados, etc. Notificación, pp. 5-6.

⁶ Declaración de don Fernando Videla, Gerente General de Agrocommerce S.A., de fecha 2 de agosto de 2019.

⁷ De manera excepcional, ACSA ha comercializado la marca "El Vergel" a un único supermercado sin tener contrato de exclusividad con la marca. Lo anterior se prolongó por un período específico y no se proyecta su continuidad a futuro. Adicionalmente proveyó a vendió a otro supermercado conservas marca propia por un periodo limitado de tiempo.

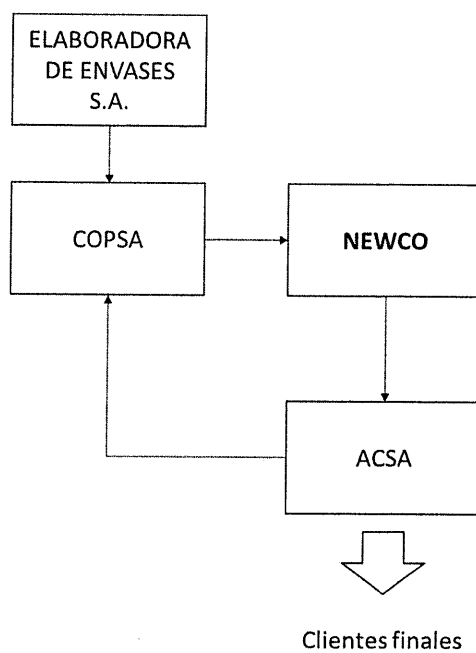
Imagen 1: Esquema general de la Operación



Fuente: Elaboración propia, en base a Notificación.

- c) Finalmente, se celebrarán contratos de abastecimiento entre Elaboradora de Envases S.A. (del Grupo Pentzke) con COPSA, para la adquisición de latas para conserva, y entre ACSA y COPSA, para el abastecimiento de azúcar. También se celebrará un contrato entre COPSA y la NewCo, por la que ésta venderá a aquella su producción de frutas y verduras determinada en una lista de productos. NewCo, finalmente, abastecerá a ACSA con los productos que ésta comercializará a los clientes de los distintos canales de distribución. El esquema de esta integración es el siguiente:

Imagen 2: Acuerdos de distribución y abastecimiento



Fuente: Elaboración propia, en base a Notificación.

8. En opinión de esta División, y en concordancia con lo que indican las Partes⁸, la Operación coincidiría con lo prescrito en la letra a) del artículo 47 del DL 211, tratándose de una *fusión de negocios*, figura descrita en la Guía de Competencia de esta Fiscalía⁹.

III. INDUSTRIA Y MERCADO RELEVANTE

9. Las Partes señalan que su operación incide en dos actividades: la distribución de frutas en conserva y la distribución de verduras en conserva, lo que realizan por medio de dos canales de venta: supermercados y mayoristas¹⁰.
10. En cuanto a la definición del mercado relevante de producto, la jurisprudencia comparada en operaciones de concentración en estos segmentos ha afirmado que los productos en conserva formarían un mercado en sí mismo, distinto de otras formas de conservación de alimentos, como los congelados, los encurtidos o productos frescos¹¹. Asimismo, se ha considerado como mercados de producto distintos a los de las frutas con los de las verduras en conservas¹². Aquello es consistente con antecedentes de la Investigación, que indican que estos productos responden a distintas ocasiones de consumo¹³.
11. Otra segmentación posible, más conservadora, consistiría en separar cada categoría de frutas y verduras en subcategorías, delimitadas por el tipo de producto (duraznos, piñas, cerezas, etc.). Respecto a aquello, la jurisprudencia comparada ha indicado, desde una perspectiva de la oferta, que no existiría una distinción significativa entre los distintos tipos de fruta y verdura en conserva, existiendo procesos productivos similares, empleo de maquinaria sustituible, etc.¹⁴.

⁸ Notificación, p. 6.

⁹ Señala el párrafo 49 de la Guía de Competencia que “[c]onstituye también una fusión cuando los agentes económicos fusionados, aun manteniendo su existencia jurídica independiente, unifican sus actividades económicas, negocios o patrimonios, siendo relevante a estos efectos la pérdida de la independencia económica, ya sea directa o indirectamente, por parte de los agentes económicos absorbidos, más que la forma jurídica adoptada para cumplir dicha finalidad”.

¹⁰ Notificación, p. 7.

¹¹ Netherlands Authority for Consumer and Markets, Caso N° 1271 Hillsdown / Jonker Fris (1999), y caso N° 5265, NPM / Hak (“Casos Neerlandeses”) La Autoridad de Competencia de los Países Bajos indica que se podrían segmentar como mercados separados, en vista de que durante los procesos productivos la fruta y verdura es expuesta a cambios físicos y químicos por los sabores añadidos al proceso de conservas y que el envasado en cajas o botellas no requiere de herramientas adicionales para almacenamiento o transporte. Junto a esto, actores de la industria indicarían que las frutas y verduras en conserva se comportarían de manera independiente a la venta de estos productos en otros formatos, donde existirían diferencias significativas en precio, los consumidores no los compararían directamente, y que ellos no los consideran en la determinación del precio de las conservas, sin perjuicio a que, en ciertos productos, como por ejemplo arvejas, existe mayor presión competitiva de otros formatos (casos disponibles en el sitio web www.acm.nl [consulta 5 de septiembre de 2019]). En el mismo sentido, la declaración de don Salvador Domenech Gerente General de Conservera Pentzke S.A., y de doña Leticia Varela, Gerente de Marketing y Desarrollo de Conservera Pentzke, de fecha 31 de julio de 2019. Otros competidores y clientes estuvieron de acuerdo en aquello.

¹² Véase los Casos Neerlandeses.

¹³ Esto es ilustrado en un informe de estudio de mercado del año 2018 acompañado por un competidor en su respuesta a Oficio Ord. N° 0065 donde se indica que las frutas en conserva serían percibidas como productos de indulgencia y serían consumidas de forma directa en postres, colaciones o insumos para preparaciones dulces mientras que las verduras en conserva resaltarían como un tipo de producto más saludable y sería consumido para la preparación de platos para almuerzo o cena, destacando en el uso para ensaladas o guisos. Esto es confirmado por otro estudio acompañado por el mismo competidor.

¹⁴ Véase los Casos Neerlandeses.

12. Finalmente, con respecto a la segmentación por tipo de canal señalada por las Partes, esta División se ha pronunciado anteriormente indicando que efectivamente se puede diferenciar el mercado según el canal debido a que las estrategias de precios serían diferenciadas y el número de actores variaría según el canal, lo que indicaría condiciones de competencia distintas, así como aspectos logísticos y perfil de consumidores diverso¹⁵.
13. Finalmente, con respecto al mercado geográfico, las Partes indican que el alcance geográfico del mercado relevante es nacional, debido a que los productos podrían ser fácilmente trasladados por largas distancias, además por su carácter imperecedero. Aquello es coincidente con lo indicado por la jurisprudencia comparada¹⁶.
14. En consecuencia a lo indicado, respecto al mercado de producto, esta División considera que no es necesario precisar el mercado relevante, por cuanto el análisis efectuado evalúa la Operación en los distintos escenarios plausibles, y las conclusiones de la Investigación no se ven afectadas por una u otra definición.
15. Sin embargo, el análisis de este informe considera segmentaciones por subcategoría según tipo de canal, al ser conservador en la evaluación de riesgos, aumentando la importancia relativa de las Partes. Por el contrario, en el mercado geográfico, esta División considera apropiado adoptar el mismo enfoque de las Partes, en vista que la producción se realizará de forma centralizada, para la distribución nacional¹⁷, y que no existirían mayores dificultades para distribuir la producción en todo el territorio del país¹⁸. Ello, sin perjuicio de la presión competitiva que pudiera ejercer la importación directa de frutas y verduras en conserva como producto terminado.

IV. ANÁLISIS COMPETITIVO

16. La Investigación reveló la existencia de un traslape horizontal en la comercialización de frutas y verduras en conserva, en los canales *retail* y mayorista, y una relación vertical entre la comercialización de azúcar de ACSA y la producción de duraznos en conserva de COPSA.
17. Respecto al carácter horizontal de la Operación, un potencial riesgo es el aumento del poder de mercado de la entidad fusionada, lo que le permitiría aumentar los precios de sus productos en este mercado. Para evaluar este riesgo, esta División procedió a estimar las participaciones de las Partes en las distintas definiciones de mercado plausibles. En la Tabla 1 se encuentran las participaciones de las Partes

¹⁵ En esta investigación, esta División ha podido acreditar que los existirían diferencias entre canales como el número de actores y el cliente al cual accede al producto en cada canal, siendo el cliente final en el caso del canal *retail*, mientras que los clientes del canal distribuidores y mayoristas serían principalmente las tiendas del canal minorista.

¹⁶ COMISIÓN EUROPEA, Caso COMP/M.2302 Heinz/CSM (2001). En el mismo sentido los Casos Neerlandeses, particularmente el caso caso N° 1271, Hillsdown/Jonkre Fris.

¹⁷ En este sentido COPSA produce la totalidad de sus productos en la planta ubicada en San Felipe.

¹⁸ Esto se ve reflejado en el canal *retail*, donde los supermercados poseen centros de distribución centralizados desde los cuales distribuyen los productos a sus distintas sucursales.

para cada subcategoría en las cuales estas se traslapan, así como el cambio en los índices de concentración¹⁹.

Tabla 1: Participaciones de mercado de las Partes año 2018²⁰⁻²¹⁻²²

	RETAIL			DISTRIBUIDORES Y MAYORISTAS		
	COPSA	ACSA	Δ HHI	COPSA	ACSA	Δ HHI
Cerezas	[10-20]%	[0-10]%	1	[10-20]%	[0-10]%	7
Cóctel	[20-30]%	[0-10]%	5	[10-20]%	[0-10]%	60
Durazno	[40-50]%	[0-10]%	0	[20-30]%	[0-10]%	200
Piñas	[0-10]%	[0-10]%	0	[10-20]%	[0-10]%	31
Papayas	[10-20]%	[0-10]%	25	[10-20]%	[0-10]%	2
Total frutas	[20-30]%	[0-10]%	3	[20-30]%	[0-10]%	0
Arvejas	-	-	0	[20-30]%	[0-10]%	190
Total verduras	[0-10]%	[0-10]%	4	[0-10]%	[0-10]%	4

18. Bajo estos supuestos y como se advierte de la Tabla anterior, en la generalidad de las categorías analizadas los umbrales de concentración contenidos en la Guía de Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales de la FNE²³ (“Guía”) definidos a partir del índice Herfindhal Hirschman (“HHI”) no se ven superados.
19. Sin embargo, en el caso de duraznos y arvejas en el canal distribuidores y mayoristas, el cambio en el índice HHI, según se observa, es mayor al resto de las categorías. No obstante, esta División considera que aun en esos casos los umbrales de concentración de la Guía no se ven superados²⁴, pues la variación en el índice HHI se encontraría dentro de los parámetros de dicha Guía²⁵.

¹⁹ Las participaciones y los cambios en los índices de concentración presentados a continuación consideran como el total de cada subcategoría lo reportado en el informe de Nielsen acompañado por las Partes, mientras que las participaciones de mercado de COPSA y Agrocommerce fueron calculadas en virtud de la información aportada por éstas en el marco de la investigación.

²⁰ El informe Nielsen acompañado por las Partes presenta las participaciones de mercado de distintos actores de la industria, así como el tamaño del mercado para el canal *retail* los cuales fueron obtenidos mediante la metodología *scancam*. Dicho informe no existe para el canal tradicional, sin embargo, Nielsen indica que consumo a través del canal *retail* duplicaría en cantidad al consumo en el canal tradicional, el cual sería una aproximación del canal distribuidores y mayoristas. Luego el cálculo del tamaño de mercado de cada subcategoría del canal distribuidores y mayoristas se realizó bajo el supuesto de que la proporción de ventas de los canales es constante a través de las distintas subcategorías de producto.

²¹ Las Partes se traslaparían adicionalmente en la subcategoría alcachofas en el canal *retail*, pero se estima que no existirían riesgos en vista de que ACSA comercializó sólo 7 millones de pesos. Bajo un supuesto donde se estima que el tamaño del segmento es igual en ventas a la subcategoría de menor ventas para el año 2018, lo que correspondería a la categoría arándanos, ACSA tendría solamente un 2% de participación de mercado.

²² No resulta necesario ponerse en el supuesto de un mercado que incluya frutas y verduras, dado que, en el caso en específico, no cambiarían las conclusiones del análisis [ANEXO CONFIDENCIAL 2].

²³ De octubre de 2012. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guia-Fusiones> (consulta 5 de septiembre de 2019).

²⁴ No fue posible calcular con certeza el índice de participaciones en este canal. Sin embargo, en vista que el HHI calculado por esta División en el canal *retail* sería de 2.263 para duraznos y 2.216 para arvejas, en base a la información del informe Nielsen y la información de ventas acompañada por las Partes, y aquél canal es más concentrado que el canal mayorista y distribuidor, que presenta una mayor dispersión y cantidad de competidores, es razonable afirmar que el índice HHI en dicho canal debe ser menor al del *retail*.

²⁵ Pues el cambio en el índice HHI en estos casos sería igual o inferior a 200, y el HHI posterior a la Operación sería menor a 2.500.

20. Sin embargo, en una situación conservadora, y bajo el supuesto que se superaren los umbrales en estas categorías, existen ciertas consideraciones adicionales conforme a antecedentes recabados en la Investigación, que permitirían descartar de igual manera riesgos en estos mercados con ocasión de la Operación.
21. En primer lugar, conforme se pudo corroborar en la Investigación, los segmentos de frutas y verduras en conservas se ven constreñidos por la posibilidad y facilidad existente para importar productos terminados y comercializarlos en Chile. Al respecto, existe una gran cantidad de actores que operan de esa manera en la industria (ACSA, en efecto), importando productos provenientes tanto de países de la región como lejanos, que llegan como productos terminados, envasados y rotulados, listos para ser comercializados a consumidores finales²⁶⁻²⁷.
22. En efecto, todos los competidores que esta Fiscalía consultó indicaron que el mercado internacional se encuentra abierto a la importación, accediendo a productos a costos competitivos en relación con los productores locales y en tiempos razonables, lo que se ve representado en la importancia relativa de las importaciones en el total comercializado en estas subcategorías según se aprecia en la Tabla 2. De hecho, las marcas propias de los supermercados, que comercializan frutas y verduras en conserva, han migrado progresivamente desde el abastecimiento local hacia la importación directa²⁸.

Tabla 2: Participación de las importaciones en el total de mercado²⁹

Subcategoría	Toneladas importadas 2018	Participación de importaciones
Arvejas	748	27%
Duraznos	2.768	21%

²⁶ Esto fue corroborado unánimemente por todos los actores consultados en la investigación, tanto las Partes como competidores, y clientes (que también pueden ser competidores) como los supermercados. Todos estos destacaron las facilidades de la importación, los bajos costos en relación con la producción local, y la posibilidad unánime de adquirir el producto terminado, con envasado, rotulación y publicidad.

²⁷ Las condiciones para la importación, sobre todo las sanitarias, obedecen a criterios estandarizados de sanitización, conservación y calidad de los alimentos que se importan y/o comercializan en Chile, no existiendo diferenciaciones particulares para la importación. Véase <http://www.isl.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/D.S-N-977actualizado-2013.pdf> (consulta 5 de septiembre de 2019).

²⁸ Así lo confirmaron actores de la industria consultados por esta División. En efecto señalaron, uniformemente, que las grandes cadenas de supermercado estarían migrando desde la licitación entre productores locales para el abastecimiento de frutas y verduras en conserva, a la importación directa del producto terminado, para ser vendido como tal con marca del supermercado. En esto se produce un fenómeno similar al ocurrido en otros productos cercanos, como las verduras congeladas (véase el informe de aprobación de la operación de Alimentos y Frutos S.A., Comercializadora y Exportadora de Frutas y Verduras Punto Azul Limitada e Hidropónicos La Cruz S.A., rol FNE F120-2018, p. 6.). A mayor abundamiento, antecedentes de la Investigación dan cuenta que COPSA abastecía marcas propias en supermercados anteriormente, pero actualmente no lo hace, pues su cliente reemplazó parte del abastecimiento local con la importación directa.

²⁹ La información de toneladas importadas para cada subcategoría de producto fue obtenida desde el "Boletín de frutas y hortalizas procesadas" de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura de enero de 2019

23. En segundo lugar, existen en el mercado un número importante de actores capaces de ejercer presión competitiva a la entidad resultante en los distintos segmentos analizados, tales como Watts, Aconcagua Foods, Centauro y Esmeralda. Dichos actores, en su mayoría, no sólo cuentan con marcas de gran reconocimiento³⁰, sino con la posibilidad - al menos, teórica - de reacomodarse a otras categorías (de otras frutas a duraznos, por ejemplo)³¹. Lo anterior, sin considerar la existencia de distintas marcas propias de supermercados, que han ingresado con fuerza al segmento de frutas y verduras en conserva³².
24. Finalmente, con respecto a la relación vertical que se genera entre los mercados donde operan las Partes, se podría considerar, de modo preliminar, un potencial riesgo de bloqueo de insumos por parte de ACSA en el mercado de azúcar, y un potencial bloqueo de clientes por parte de COPSA a otros proveedores de azúcar. Sin embargo, esta División ha podido constatar que la entidad fusionada no tendría la habilidad ni incentivos de llevar a cabo alguna de estas estrategias. En la producción de azúcar ACSA posee un [0-10]%³³ de participación de mercado³⁴, habiendo otros actores relevantes de los cuales los productores de frutas y verduras en conserva se pueden proveer (como la Industria Azucarera Nacional S.A.³⁵), y que resultarían capaces de constreñir a la entidad fusionada.
25. Por otro lado, en una eventual estrategia de bloqueo de clientes, un riesgo teórico es que COPSA deje de operar con otros productores de azúcar con tal de que estos no puedan acceder a una base suficiente de clientes y así disminuir su capacidad o incentivo de competir. Sin embargo, la hipótesis anterior puede ser descartada, toda vez que el volumen que adquiere COPSA en el mercado de azúcar es ínfimo. En el año 2018, COPSA adquirió menos de 5.000 toneladas de azúcar³⁶, lo que representa menos de un [0-5]%³⁷ del mercado³⁸.
26. Así, de conformidad a los antecedentes de la Investigación, considerando que la Operación generaría una concentración de menor entidad en cualquiera de los segmentos de mercado analizados, y atendida la estructura propia del mercado que permite descartar riesgos aparejados a la Operación, esta División estima que la misma no resultaría apta para reducir sustancialmente la competencia.

³⁰ Esto es ilustrado en distintos estudios de mercado acompañados por un competidor en su respuesta a Oficio Ord. N° 0065 donde se indica el alto reconocimiento por parte de los consumidores de distintas marcas en la categoría.

³¹ En efecto, dichas marcas podrían utilizar sus líneas de producción existentes (lo que implica que no enfrentaría costos significativos o no incurrirían en grandes costos hundidos) o bien, importar directamente otros segmentos de producto.

³² En este sentido, según la información del informe de Nielsen acompañado por las Partes, para las categorías de frutas y verduras en conserva, la participación de las marcas propias sería de un 21% y de un 41% respectivamente, mientras que, para las subcategorías de duraznos y arvejas, la participación de estas sería de un 28% y de 16%.

³³ [ANEXO CONFIDENCIAL 3].

³⁴ Complemento de la Notificación p.6

³⁵ A mayor abundamiento, desde el año 2017 ACSA sólo ha abastecido Agrofoods Central Valley Chile en la industria de las frutas y verduras en conserva (Complemento de la Notificación p.6).

³⁶ Respuesta de COPSA a Oficio Ord N° 1639.

³⁷ [ANEXO CONFIDENCIAL 4].

³⁸ Cálculo realizado en base al total del mercado reportado por las Partes en el Complemento de la Notificación p. 6.

V. CONCLUSIONES

27. En atención a los antecedentes y análisis realizado en este informe, se recomienda aprobar la presente operación de concentración de manera pura y simple, al no resultar apta para reducir sustancialmente la competencia, salvo el mejor parecer del señor Fiscal. Aquello sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia de los mercados analizados.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Francisca Levin Visic".

**FRANCISCA LEVIN VISIC
JEFA DIVISIÓN DE FUSIONES (S)**

Handwritten initials "LLS" in blue ink.

LLS