

**ANT.:** Adquisición de Plásticos Malfanti S.A por parte de Eroflex S.A. Rol F 8-2013.

**MAT.:** Informe de archivo de investigación.

Santiago, **04 JUL 2013**

**A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)**  
**DE : JEFE DE DIVISIÓN DE FUSIONES Y ESTUDIOS**

Por medio del presente, y de conformidad a la Guía Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales (la "Guía"), presento a usted el siguiente informe, relativo a la operación del Antecedente (la "Operación"), recomendando archivar los antecedentes de la investigación iniciada, en virtud de las razones que a continuación se expresan:

## **I. ANTECEDENTES**

1. Según se hiciera público a través de una noticia de 8 de abril de 2013<sup>1</sup>, Plásticos Eroflex S.A. ("**Plásticos Eroflex**") adquirió la totalidad de las acciones de Plásticos Malfanti S.A. ("**Plásticos Malfanti**"). La compra se efectuó a través de Grupo Eroflex S.A. ("**Grupo Eroflex**"), filial de la compradora. El precio de la transacción se consigna en la Nota 2 del anexo confidencial de este informe.
2. Plásticos Malfanti es una industria familiar iniciada el año 1972 por Alma Malfanti Brodersen, constituida como sociedad de responsabilidad limitada en 1980 y posteriormente modificada y transformada en una sociedad

<sup>1</sup> Diario El Mercurio, 8 de Abril 2013 ("Fondo ligado a LarrainVia] compra plásticos Malfanti"). Noticia disponible en: [http://diario.elmercurio.com/2013/04/08/economia\\_y\\_negocios/negocios/noticias/0272fcd2-7562-44f6-9ccc-7efa9bee0c60.htm](http://diario.elmercurio.com/2013/04/08/economia_y_negocios/negocios/noticias/0272fcd2-7562-44f6-9ccc-7efa9bee0c60.htm) (última consulta: 4 julio 2013). Según la información aportada por las partes, la asociación, al menos directa, de la adquirente con el fondo de inversión privado aludido en la noticia corresponde a un error. Véase la Nota 1 del Anexo Confidencial de este informe.

anónima cerrada en 2006. Desde entonces y previo a la Operación, era controlada por Alma Malfanti Brodersen, propietaria del 65% de las acciones. Las restantes acciones eran de propiedad de sus hijas, Pamela Briceño Malfanti y María Soledad Briceño Malfanti, con un 15% del capital social cada una, e Inmobiliaria e Inversiones Brima Limitada, con el restante 5% del capital. Esta última empresa se encuentra vinculada también con Alma Malfanti.

3. Plásticos Malfanti es una empresa dedicada fundamentalmente a la producción de mangas, *films*, bobinas y membranas plásticas para uso industrial y agrícola, fabricadas a partir de la extrusión de polietileno de alta y baja densidad. Adicionalmente, orienta una parte de su producción (28% aproximadamente) a la elaboración de bolsas plásticas de diversa clase, las que son producidas a partir del mismo proceso. La gran mayoría de los derivados de polietileno producido por Plásticos Malfanti (89% aproximadamente) no son impresos y aquella proporción que sí lo es no tiene, de acuerdo a las declaraciones de las partes, un elevado nivel de sofisticación en comparación a otros productos de la industria (atendiendo, por ejemplo, al número de colores impresos). El volumen de producción mensual de la empresa y la correspondiente desagregación puede consultarse en la Nota 3 del Anexo Confidencial.
4. Según lo reportado por representantes de la compañía, la única filial que Plásticos Malfanti adquirió en su historia es Agroplast, empresa que se especializa en la producción de membranas plásticas para el sector agrícola (geo-membranas), en particular para aislar agua en acumulaciones artificiales (lagunas ornamentales, tranques artificiales, etc.).
5. Actualmente, Plásticos Malfanti (considerando su filial) es una de las empresas líderes en la producción de *films*, "mangas" o membranas plásticas para el sector agrícola e industrial, atendiendo a sus ventas anuales, su volumen de producción y los años de participación en dicho mercado.
6. Plásticos Eroflex, por su parte, es una sociedad anónima cerrada creada en 1992, cuyo principal objetivo es la elaboración y comercialización de soluciones de empaque, envasado y embalaje ("*packaging*") en base a plásticos flexibles para distintos tipos de productos, siendo los alimentos, frutas, bebidas, productos higiénicos y detergentes los más relevantes. Sus

procesos productivos suponen también la extrusión de polietileno, siendo la base para la fabricación de los envases que comercializa.

7. Junto con la extrusión de polietileno, la fabricación de laminados y barreras a partir de otras resinas (fundamentalmente polipropileno) tiene también un relevante rol en fabricación de envases por parte de Eroflex. A su vez, buena parte de esos productos suponen un elevado grado de impresión, atendiendo a la definición y el número de colores utilizados.
8. Plásticos Eroflex también participa en la producción de algunos *films* plásticos en forma de bobina comparables a los fabricados por Plásticos Malfanti, pero ello no representa un porcentaje relevante de los ingresos de la compañía ni de su producción. Parte de dichos productos son obtenidos a partir de recortes ("*scrap*") resultantes de la manufactura de los envases y embalajes que la compañía primordialmente ofrece.
9. Plásticos Eroflex tiene dos filiales: Grupo Eroflex e Industria de Plásticos Serplas S.A. ("**Serplas**"). Grupo Eroflex, la empresa a través de la cual adquirió Plásticos Malfanti, es una sociedad anónima cerrada constituida por escritura pública de 28 de noviembre de 2012 cuyo objeto social incluye la realización de toda clase de inversiones, la participación como socia en toda clase de sociedades y la fabricación de todo tipo de artículos plásticos, entre otros. Según se ha podido constatar durante la investigación, está concebida fundamentalmente como una entidad administradora de inversiones de Plásticos Eroflex. El volumen de producción mensual de la compañía puede consultarse en la Nota 4 del Anexo Confidencial.
10. Serplas, por su parte, es una empresa con treinta y cuatro años de antigüedad que se dedica principalmente a la producción de bolsas plásticas con altos niveles de impresión para locales comerciales de venta por departamento ("bolsas de compra brida"), cuya fabricación supone también, entre otros procesos, la extrusión de polietileno de alta y baja densidad. Junto con ello, fabrica otros productos derivados del mismo material con un mediano a elevado grado de sofisticación en impresión, como bolsas para servicios *courrier* y sobres de regalo de plástico impreso. Serplas participa también en la fabricación de algunas soluciones de *packaging* semejantes o idénticas a las que ofrece Plásticos Eroflex, como *films* plásticos impresos para envasado automático y envases preformados, con o sin impresión.

Serplas fue adquirida por Plásticos Eroflex en 2010, pasando a relacionarse con esta empresa, posteriormente, a través de Grupo Eroflex.

11. En la actualidad, Serplas tiene, a su vez, dos filiales: "Serplas Perú S.A.C." y "Eroflex Colombia S.A.S". Dichas empresas realizan las actividades ya descritas en los países que, respectivamente, se indican en su denominación.
12. De acuerdo a la información aportada por la investigada, seis socios participan en Plásticos Eroflex: (i) la empresa UMM Capital S.A. con cerca del 51% de participación; (ii) Inversiones El Avellano Ltda., con un 17%; (iii) Inversiones Los Orientales Ltda., con un 15%; (iv) Inversiones Delval Ltda., con un 10%; (v) Inversiones Pionera Ltda. con un 3,76% e (vi) Inversiones Corlab Ltda., con un 2,59%. Hasta donde se tiene conocimiento, dichas empresas no desarrollan actividad relevante en la industria de plásticos relacionada con la Operación.

## **II. ANÁLISIS PRELIMINAR DE LA OPERACIÓN**

13. La Operación que preliminarmente se analiza supone la adquisición de una empresa que elabora diversos productos plásticos derivados de la extrusión de polietileno de alta y baja densidad por otra que elabora productos que derivan, al menos parcialmente, del mismo proceso productivo. De esta manera, supone el cese total de independencia entre dos agentes económicos que podrían llegar a calificarse como competidores potenciales, sin perjuicio que efectivamente compitan en algunos productos que representan un grado bastante menor de su producción.

### **II.1. Mercados relevantes involucrados**

14. En el presente caso, una definición categórica del mercado relevante puede ser preterida. Tal definición resulta innecesaria, pues adoptando aun el supuesto más conservador sobre el particular, puede concluirse que no se afecta significativamente la estructura de los mercados en que la Operación incide. Las dos aproximaciones plausibles al mercado relevante, en efecto, importan la misma conclusión.

***Primera aproximación: oferta de productos plásticos derivados de la extrusión de polietileno, considerando independientemente cada segmento (según su uso)<sup>2</sup>***

15. Una primera aproximación que puede asumirse (a los) mercado(s) relevante(s) en que incide la Operación importaría atender a los distintos segmentos de la oferta de productos plásticos derivados de la extrusión de polietileno según su uso y el sector que los demanda, considerados independientemente. La clasificación adoptada por la Asociación Gremial de Industriales del Plástico de Chile A. G. ("ASIPLA"), por ejemplo, clasifica los subsectores de la industria del plástico en cinco categorías: (i) construcción; (ii) minería; (iii) agroindustria; (iv) envases y embalajes; y (v) artículos de hogar y otros<sup>3</sup>.
16. En el presente caso, tal segmentación tiene razonabilidad. Como se consignó, Plásticos Eroflex se especializa en la producción de envases y embalajes flexibles (principalmente para alimentos, detergentes, productos de higiene personal y otros). Plásticos Malfanti, por su parte, se enfoca en producción de mangas o bobinas de mayor tamaño y grosor para fines industriales o agrícolas. Durante la investigación, cada parte identificó clientes que se encuadran con relativa facilidad en las categorías apuntadas, a la vez que difieren entre sí<sup>4</sup>. Por su parte, los productos de cada uno de dichos segmentos, desde el lado de la demanda, parecen no comportarse como sustitutos.
17. Desde el lado de la oferta, por su parte, algunos elementos favorecen este análisis, en tanto confirman que no sería fácil una eventual sustitución.

---

<sup>2</sup> En lo que sigue se atenderá al mercado relevante del producto, considerando que, se da competencia entre los oferentes de distintas regiones y que, por tanto, el mercado relevante a nivel geográfico es nacional. Cabe hacer presente que hay evidencia de que para determinados productos (particularmente los de menor valor agregado) podría existir presión competitiva de oferentes extranjeros (véase *infra*, párrafo 31).

<sup>3</sup> Véase la [Nota 5](#) del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>4</sup> En el segmento de bobinas y mangas industriales los principales demandantes de productos son los grandes agricultores, empresas forestales y, finalmente, mineras. A su vez, los clientes del mercado de envases y embalaje son principalmente las empresas del rubro alimentario, de detergentes y de productos higiénicos, entre otros.

Las partes declararon tener una superposición mínima entre los productos ofrecidos (véase la [Nota 7](#) del Anexo Confidencial), a la vez que reconocieron superposición solo respecto de un cliente, para un producto específico al que no reconocían mayor importancia en sus ventas (véase la [Nota 6](#) del Anexo Confidencial). En forma excepcional, el cliente de Plásticos Malfanti consultado a propósito de la operación (véase la [Nota 16](#) del Anexo Confidencial) reconoció adquirir también, en determinadas ocasiones, un volumen menor de productos de Plásticos Eroflex, con un fin diverso.

18. *Primero*, la maquinaria requerida para la producción de mangas para usos industriales tiene ciertas diferencias con la que se utiliza para los envases flexibles. Mientras que para fabricar productos del primer tipo se requieren máquinas extrusoras de medidas más amplias que en el primero, la fabricación de envases y embalajes flexibles supone inversiones adicionales en maquinaria para impresión de alta calidad y elaboración de laminados que no se requieren para fabricar productos como *films* plásticos y membranas (menos sofisticados y, en consecuencia, generalmente de valor agregado menor)<sup>5</sup>. Ello hace que los costos de entrada a cada segmento, en principio, difieran.
19. *Segundo*, los distintos actores de la industria del plástico que elaboran productos derivados de la extrusión se especializan en segmentos específicos, sin que se haya identificado alguno que participe simultáneamente en aquéllos en que lo hacen cada una de las partes de la Operación. Durante la investigación, las partes identificaron competidores diversos para cada tipo de producto ofrecidos por ellas<sup>6</sup>.
20. De este modo, si sigue una definición estrecha de los mercados relevantes involucrados, asumiendo un supuesto conservador, los cambios en los niveles de concentración producto de la Operación no podrían superar los umbrales establecidos en la Guía porque los productos ofrecidos por cada parte pertenecerían, bajo este análisis, a mercados relevantes diferentes.
21. Como excepción a lo anterior y conforme a las declaraciones de las partes<sup>7</sup>, se produciría una superposición marginal respecto de: (i) la oferta de envases plásticos (bolsas) para empresas faenadoras de pollo (en particular para un cliente de relevancia nacional), y (ii) la oferta de los *films* que Eroflex produce, principalmente a partir del recorte ("*scrap*") que genera la manufactura de otros productos (los que podrían ser sustitutos de algunos de los *films* producidos por Plásticos Malfanti). No obstante, considerando que la presencia de Plásticos Eroflex en estos segmentos dista de ser significativa<sup>8</sup>, pueden descartarse riesgos anticompetitivos considerables asociados a un

---

<sup>5</sup> A la inversa, por tanto, la sustitución podría resultar más fácil. En parte por esta razón se considera también una segunda aproximación al mercado relevante en la sección siguiente.

<sup>6</sup> Véase la Nota 8 del Anexo Confidencial de este informe. Véase también *infra*, párrafos 26 y 27.

<sup>7</sup> Véanse las Notas 6, 7 y 9 del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>8</sup> Véase la Nota 9 del Anexo Confidencial de este informe.

incremento en los índices de concentración respecto de la oferta de dichos productos.

22. Esta conclusión no se modifica si se analiza también el conjunto de productos ofrecidos por Serplas (filial de Plásticos Eroflex) y se lo compara con el conjunto de productos ofrecidos por Plásticos Malfanti S.A.
23. En efecto, Serplas ofrece un conjunto de productos que coinciden con los de Plásticos Eroflex, correspondientes a envases plásticos flexibles, y otro conjunto de plásticos impresos como bolsas de compras y sobres de regalo –por mencionar los que tienen mayor importancia–, cuyo valor agregado en función de una determinada masa de material extruido es superior al de los productos ofrecidos por Plásticos Malfanti<sup>9</sup>. Si bien podría existir cierto grado de superposición a nivel de la producción de bolsas plásticas de polietileno, Serplas se especializa en la producción de bolsas más sofisticadas, de mayor valor agregado y mayor nivel de impresión si se las compara con las que Plásticos Malfanti produce en la actualidad<sup>10</sup>.

***Segunda aproximación: oferta de productos plásticos derivados de la extrusión de polietileno como un todo (sin segmentación)***

24. No obstante lo dicho, podría estimarse que los efectos de la Operación debiesen evaluarse considerando una definición más amplia de mercado relevante, considerando los productos plásticos derivados de la extrusión de polietileno como un todo. A favor de este análisis podría argüirse que la posibilidad de sustitución por el lado de la oferta es mayor a la apuntada más arriba: (i) que, pese a las diferencias, existen procesos productivos semejantes entre las empresas extrusoras de los distintos segmentos, y (ii) que la producción en los distintos segmentos emplea el mismo insumo principal. Estos elementos –se argüiría– podrían facilitar la oferta por parte de los oferentes de un determinado segmento, de productos pertenecientes a un segmento diverso (en caso de un hipotético incremento de los precios, por ejemplo).
25. De adoptarse este supuesto, se presenta la dificultad de no contar con estadísticas que tengan suficiente grado de desagregación a partir de las

---

<sup>9</sup> Véase la Nota 7 (*in fine*) del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>10</sup> Véase la Nota 10 del Anexo Confidencial de este informe.

cuales pueda calcularse de modo fiable las participaciones de mercado de cada actor de la industria. No obstante, existen algunos elementos que permiten descartar, preliminarmente, cambios significativos en la estructura del mercado.

26. En primer lugar, existen varios actores de un tamaño reconocidamente superior al de Plásticos Eroflex en la fabricación de envases plásticos flexibles. En el curso de la investigación, fueron mencionados como actores relevantes de este segmento las empresas Edelpa, Alusa, BO packaging, Montesa, HYC packaging y Eroflex. De estas empresas, según la declaración de su Gerente General, la participación de Eroflex sería la más pequeña<sup>11</sup>.
27. En segundo término, y pese a que Plásticos Malfanti sería una de las empresas más importantes de su segmento, existen varios actores cuya capacidad productiva es, en principio, comparable, al menos en lo que respecta a la fabricación de membranas y *films* plásticos. En el curso de la investigación fueron identificados como competidores relevantes en este segmento Montesa, Corplastic, Polytex, Plásticos Filmamérica y Plásticos Jiménez. A ellos, según declaraciones de las partes, se agrega la presencia de varios otros actores de menor tamaño, al menos para la fabricación de los productos de menor valor agregado del segmento.
28. En tercer término, el examen de las estimaciones totales de las principales materias primas (polietileno y polipropileno) importadas a Chile, sumado a la producción nacional de los únicos dos oferentes identificados como relevantes (Petroquim y Petroquímica Dow) –de acuerdo a las estimaciones de ASIPLA–, y las cantidades de plástico (medido en toneladas) vendido anualmente por Plásticos Malfanti y Plásticos Eroflex<sup>12</sup>, permite sostener que, en principio, dichas empresas no son compradores que tengan un porcentaje

---

<sup>11</sup> Véase la Nota 11 del Anexo Confidencial. A su vez, otros elementos permiten confirmar el menor tamaño de Eroflex frente los demás actores de la industria. La memoria anual 2011 de Envases del Pacífico (Edelpa), por ejemplo, expresa:

"En Chile, participan en esta industria empresas, en su gran mayoría locales, que se han especializado en productos o segmentos de mercado. Las dos principales compañías productoras son Edelpa y Alusa (filial de Madeco) quienes poseen una participación de alrededor de 30% cada una. Existen también importadores directos y empresas de menor tamaño, como BO Packaging, HYC, Eroflex Serplas, Interpack, Italplast, Copak, Empak y Montesa.

Una parte importante de la producción nacional es destinada a mercados externos, actividad en la cual lidera Edelpa, con ventas al exterior equivalentes a US\$38 millones en 2011".

(EDELPA, Memoria Anual 2011, p. 19. Disponible en: <http://www.edelpa.cl/descargasuno/Memoria%20Anual%202011.pdf> (última consulta: 4 de julio de 2013).

<sup>12</sup> Véanse las Notas 3 y 4 del Anexo Confidencial de este informe.



considerable de la compra de dichos insumos en el ámbito de envases y embalajes (Plásticos Eroflex) y en los ámbitos de minería, agroindustria y construcción (Plásticos Malfanti), considerados todos conjuntamente (véase la Nota 12 del Anexo Confidencial).

29. Aunque la utilidad de esta constatación a estos efectos es limitada, en tanto existe el riesgo de incluir en el análisis algunos productos que no podrían ser fácilmente fabricados por las partes de la operación, la muy baja participación conjunta en la compra de dichas materias primas (inferior al 5%) es ilustrativa del bajo tamaño de las partes de la Operación, a la vez que contribuye a confirmar la tesis de que las empresas mencionadas en los dos párrafos anteriores son capaces de ejercer suficiente presión competitiva en un mercado creciente<sup>13</sup>.
30. Contra estas consideraciones, conviene prevenir que Serplas (filial de Plásticos Eroflex) parece ser un actor líder en la fabricación de bolsas “tipo brida” con altos niveles de impresión (utilizadas como bolsas de compra en tiendas de venta por departamento), sin que en la presente investigación se haya identificado por los distintos declarantes otro actor de tamaño comparable o superior en este segmento específico del mercado. Aunque esta constatación invita a mantener cierto grado de observación sobre la industria para verificar si este fenómeno se repite en otros segmentos específicos, ello no alcanza a derribar lo antes expuesto respecto de los efectos de la Operación, en particular por el mayor grado de elaboración (fundamentalmente en impresión) de los productos de Serplas comparados con los elaborados por Plásticos Malfanti<sup>14</sup>.
31. Finalmente, cabe destacar que al menos respecto de algunos de los productos derivados de la extrusión de polietileno que actualmente ofrecen las partes, particularmente en el caso de los productos menos elaborados (i.e. de menor valor agregado), existiría cierto grado de presión competitiva por parte de oferentes extranjeros. Así, aunque el análisis precedente –asumiendo un supuesto conservador– ha aislado esta variable, conviene hacer presente que las partes reconocieron la posibilidad de competencia

---

<sup>13</sup> Conforme a información aportada por ASIPLA, durante la investigación, la industria del plástico en los últimos cinco años ha crecido, en promedio, por sobre la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto nacional (excluyendo 2009). Véase la Nota 13 del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>14</sup> Véase *supra*, párrafo 23.

extranjera en algunos casos. En particular, Plásticos Eroflex habría abandonado el segmento de la fabricación bolsas para el embalado de determinadas frutas de exportación ante la presión ejercida por competidores chinos, además de enfrentar una creciente presión en determinados productos del sector de embalajes (como bolsas *pouch*)<sup>15</sup>. En el caso de Plásticos Malfanti, también se habría tenido que abandonar el segmento de producción de bolsas trapezoidales para el sector frutícola, por el menor precio ofrecido por competidores extranjeros respecto de esos productos<sup>16</sup>.

### III. RIESGOS PARA LA COMPETENCIA

32. Como se ha observado, ya sea asumiendo una definición estrecha de los mercados relevantes afectados por la operación o considerando conjuntamente los segmentos de producto en que las partes participan, no se identifican cambios relevantes en la estructura de los mercados producto de la Operación. Ello permite descartar, al menos preliminarmente, riesgos mayores para la competencia, tanto unilaterales como coordinados.
33. Durante la Investigación, se consultó a un competidor y a un cliente representativo de la empresa adquirida, que resultó comprar también, excepcionalmente, un volumen menor de productos de Plásticos Eroflex, para un fin diverso. El cliente no mostró reparos específicos a la Operación. El competidor, por su parte, si bien reparó en el aumento de concentración que significaba para la industria, no identificó riesgos adicionales a los evaluados en el análisis precedente<sup>17</sup>.
34. Adicionalmente, se consultó a un representante gremial de la Asociación Gremial de Industriales del Plástico de Chile (“ASIPLA”), sin que a partir de la información aportada pudieran identificarse riesgos ulteriores para la competencia.

---

<sup>15</sup> Véase la [Nota 14](#) del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>16</sup> Véase la [Nota 15](#) del Anexo Confidencial de este informe.

<sup>17</sup> Véase la [Nota 16](#) del Anexo Confidencial de este informe.

#### **IV. CONCLUSIÓN**

35. Teniendo presente que la Operación no altera mayormente la estructura de los mercados en que incide y las consideraciones expuestas en este informe preliminar, se recomienda al Sr. Fiscal –salvo su mejor parecer– archivar los antecedentes de la investigación asociada a la misma, sin perjuicio de las facultades de esta Fiscalía de velar permanentemente por la libre competencia en los mercados y de las decisiones que nuevos antecedentes con respecto a los productos efectivamente ofrecidos por cada parte pudieren ameritar.

Saluda atentamente a usted,

  
**MARIO YBAR ABAD**  
**JEFE DIVISIÓN FUSIONES Y ESTUDIOS**