

ANT: Adquisición de control en LDA SpA por parte de Empresas Tucapel S.A.
Rol FNE F230-2020.

MAT: Informe de aprobación.

Santiago, 25 de mayo de 2020

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

De conformidad a lo dispuesto en el Título IV 'De las Operaciones de Concentración' del Decreto con Fuerza de Ley N° 1 del año 2004 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211 del año 1973 y sus modificaciones posteriores ("**DL 211**"), presento a usted el siguiente informe relativo a la operación de concentración del antecedente, recomendando la aprobación de la misma en forma pura y simple en virtud de las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

A. Investigación

1. Con fecha 7 de febrero del año 2020¹, mediante documento ingreso correlativo N° 00600-20, Empresas Tucapel S.A. ("**Tucapel**" o "**Compradora**"), Empresas Iansa S.A. ("**Iansa**") e Iansagro S.A. ("**Iansagro**" y, junto con Iansa, "**Vendedoras**" y, con Tucapel, las "**Partes**") comunicaron a esta Fiscalía Nacional Económica ("**Fiscalía**") la operación de concentración ("**Notificación**") consistente en la adquisición por parte de Tucapel de las acciones de LDA SpA ("**LDA**"), filial de Iansagro, y la compra de activos de propiedad de las Vendedoras, de acuerdo al artículo 47 letras b) y d) del DL 211. Dichas acciones y activos comprenden el negocio de alimento para mascotas –perros y gatos²– de Iansa e Iansagro ("**Negocio Objetivo**").
2. Luego, mediante presentaciones de fecha 4 de marzo del año 2020, correlativo de ingreso N°01067-20 ("**Complemento**") y 1° de abril del mismo año, correlativo de ingreso N°01398-20 ("**Segundo Complemento**"), las Partes complementaron la Notificación de acuerdo a lo indicado en resoluciones emitidas por esta Fiscalía con fecha 21 de febrero y 18 de marzo del año en curso.

¹ Junto a la Notificación, las Partes presentaron solicitudes de exención de acompañar determinados antecedentes, mediante documento de ingreso correlativo N°00599-20. Dicha solicitud fue parcialmente concedida, mediante resolución de fecha 21 de febrero de 2020.

² En lo que sigue del presente informe, el concepto 'alimento para mascotas' se refiere exclusivamente a aquel para perros y gatos al ser los productos comercializados por el Negocio Objetivo, si bien la industria podría incluir en la categoría el alimento para otro tipo de mascotas.

3. En consecuencia, con fecha 9 de abril del año 2020 se ordenó el inicio de la investigación bajo el Rol FNE F230-2020 (“**Investigación**”), con miras a evaluar los posibles efectos que la eventual materialización de la Operación tendría sobre la competencia.

B. Las Partes

4. Tucapel es la principal empresa arrocera en nuestro país que forma parte del grupo empresarial Camil Inversiones S.A. (“**Grupo Camil**”), que cuenta con presencia en Brasil, Uruguay y Perú, desarrollando actividades relativas a la industrialización, comercialización y distribución de granos, azúcar y pescados enlatados³. En Chile, Grupo Camil participa únicamente mediante Tucapel⁴, entidad que ofrece bienes y servicios en dos categorías. En primer lugar, se dedica a la producción, comercialización y distribución de diversos alimentos, como arroz, legumbres, aceite de oliva y quinoa⁵. El proceso productivo del arroz desarrollado por Tucapel genera subproductos que son susceptibles de ser utilizados como insumos para la elaboración de productos en otras industrias, como la de alimento para mascotas, porcina, bovina y cervecera⁶. En segundo lugar, Tucapel presta servicios de reposición en puntos de venta para otros proveedores en el canal supermercados⁷.
5. Iansa es la sociedad matriz del grupo empresarial Empresas Iansa, que cuenta con actividades en Panamá, Brasil y Chile⁸. Por su parte, Iansagro se dedica a la producción, importación y comercialización de alimentos para animales (vacunos y equinos), compraventa de insumos agrícolas y agroquímicos para productores de remolacha y otros cultivos, asesoría e investigación agrícola, producción, refinación y envasado de azúcar, entre otros⁹.
6. Por su parte, LDA desarrolla el negocio de alimento para mascotas de Iansa, realizando importación, fabricación, comercialización y distribución de alimentos para perros y gatos bajo las marcas Cannes, Charly, Felinnes, Minninos y Maquila para las marcas **[1]**. Los productos se comercializan en formatos seco, húmedo y *snack*, incluyendo ventas

³ Notificación, p. 4. En igual sentido, información disponible en: <<http://ri.camilalimentos.com.br/camil/perfil-corporativo/?lang=es>> [última visita: 13.05.2020].

⁴ Sin perjuicio de lo anterior, en los últimos años otras entidades han tenido ventas ocasionales de arroz parbolizado, entero y de media grana. Notificación, p. 19. Específicamente, en el año 2015 **[2]** realizó una venta de puntas de arroz a una compañía cervecera en Chile. Por otro lado, **[3]** ha exportado a Chile productos tipo arroz elaborado proveniente de Uruguay, para consumo humano exclusivamente –no siendo utilizado para la elaboración de alimento para mascotas–. Complemento, pp. 7-8. En adelante, para mayor detalle véase correspondiente **Nota Confidencial** en el Anexo Confidencial F230-20.

⁵ Notificación, pp. 4 y 6.

⁶ Notificación, pp. 6, 7 y 18.

⁷ Notificación, p. 18.

⁸ En Chile, las actividades del grupo se desarrollan principalmente mediante las sociedades Iansa Alimentos S.A., Iansa Ingredientes S.A., Agrícola Terrandes S.A., Patagoniafresh S.A., Icatom S.A., Agromás S.A., y LDA. Memoria Anual Iansa 2019, disponible en: <https://empresaiansa.cl/wp-content/uploads/2020/04/MEMORIA-ElANSAs-2019-10A_V-WEB-CMF-2100-comprimido.pdf> [última visita: 13.05.2020].

⁹ Notificación p. 4, y Anexo I-01.

principalmente en los segmentos económico y *mainstream*¹⁰ en el canal tradicional¹¹ y supermercado¹²⁻¹³.

C. La Operación

7. De acuerdo a lo informado a esta División, con fecha 22 de enero del año 2020 las Partes suscribieron un contrato denominado “*Stock and Asset Purchase Agreement*”, por el cual Tucapel busca adquirir el negocio de alimento para mascotas de lansa, conformado por la totalidad de las acciones de LDA y otros activos de propiedad de lansa e lansasagro, tales como una fábrica de alimento para mascotas ubicada en la comuna de Paine, Región Metropolitana, además de marcas, derechos y dominios asociados al negocio¹⁴.
8. Así, la Operación correspondería a una de aquellas contempladas en el artículo 47 letras b) y d) del DL 211, al adquirir la Compradora el control sobre el Negocio Objetivo por medio de una serie de transacciones, incluyendo la adquisición de sus activos.

II. INDUSTRIA

9. Las actividades de las Partes se relacionan verticalmente dado que Tucapel se dedica a la comercialización de subproductos del arroz que son utilizados en la producción de alimento para mascotas de las Vendedoras. A continuación, se exponen las principales características de la industria de subproductos de arroz y de alimento para mascotas relevantes al análisis de la Operación.

i. Subproductos de arroz

10. En el proceso productivo regular del arroz se generan dos subproductos que son utilizados como insumos para la elaboración de alimento para mascotas: harinilla de arroz y puntas de arroz. Así, el arroz con cáscara (o arroz *paddy*) –obtenido al separar el grano de la planta en el proceso denominado trilla– tiene varias capas y puede someterse a diversos grados de procesamiento y pulido, resultando en distintos tipos de arroz que se comercializan a los consumidores¹⁵. El procesamiento y pulido del grano se denomina comúnmente molinería, del cual surgen los subproductos mencionados. La harinilla de arroz corresponde al residuo de la limpia del arroz, mientras que las puntas de arroz constituyen granos de arroz partido de menor dimensión. En cuanto al aporte nutricional de cada subproducto, la harinilla de arroz aporta proteína, grasa y fibra mientras que puntas de arroz contribuyen almidón y carbohidratos de fácil absorción¹⁶.

¹⁰ Para mayor detalle de la segmentación por calidad, ver párrafo [15] del presente Informe.

¹¹ El canal tradicional se compone mayoritariamente por tiendas de conveniencia y ferias libres que ofrecen alimentos para mascotas empaquetados o a granel.

¹² Los alimentos húmedos ofrecidos por LDA son importados de proveedores localizados en [4]. La razón para importar estos productos en lugar de producirlos localmente responde [5], a diferencia de las condiciones de comercialización del alimento seco. Complemento pp. 8-9.

¹³ Respuesta lansa oficio N° 873 archivo “*Ventas Mascotas*”. En la actualidad, LDA no ofrece productos *premium* o *super premium*. Notificación, p. 19.

¹⁴ Notificación, pp. 5 y 16.

¹⁵ Notificación, p. 6.

¹⁶ Notificación, p. 6. En igual sentido, Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (“ODEPA”). 2017. “La cadena del arroz en Chile”, p. 13. Disponible en: <<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/ARROZ2018Final.pdf>> [última vista: 13.05.2020]. Declaración competidor industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [6]**.

11. En nuestro país la producción y procesamiento de arroz se realiza principalmente en las regiones del Maule y Biobío. El procesamiento es realizado por la industria molinera y elaboradora que adquiere las cosechas de granos con cáscara de diversos productores atomizados¹⁷. Tucapel, Empresas Carozzi S.A. (“**Carozzi**”) y Comercial Chacao S.A. son las principales procesadoras a nivel nacional, seguidos por compañías de menor entidad tales como Arrocería Flor de Ñiquén Limitada, Arrocería Aparicio y García Limitada, Arrocería Mantul Limitada, Arrocería Vitacura Limitada, entre otros¹⁸.
12. Dado que la producción nacional de arroz sólo cubre aproximadamente un 44% de la demanda interna, en este mercado es frecuente la importación por la industria molinera y elaboradora tanto de productos elaborados como de granos desde Argentina, Paraguay, Brasil, Uruguay, Estados Unidos, Tailandia, Indonesia y Vietnam, entre otros¹⁹. La compra se realiza mediante convenios o por ventas *spot*, con precios de referencia internacionales dada la calidad de *commodity* de los cereales y su transacción por medio de derivados financieros²⁰. A su vez, es factible la importación de subproductos de arroz, en particular, de puntas de arroz y, en menor medida, de harinilla de arroz²¹.
13. Los subproductos de arroz son aprovechados por su contenido nutricional no sólo para la elaboración de alimento para mascotas, sino que también por otras industrias. De acuerdo a la información aportada por Tucapel, más del [45-55]% de su harinilla de arroz es comercializada a la industria porcina para engorda de cerdos, mientras que más del [65-75]% de las puntas de arroz se venden a la industria cervecera²². Asimismo, dichos subproductos suelen emplearse para alimentos preparados, como ingrediente en sopas, cereales para el desayuno y en otros productos envasados²³.

ii. Alimentos para mascotas

14. En la industria de alimento para mascotas, los productos se suelen dividir según: (a) tipo de animal; (b) formato y uso; y (c) calidad, marca o valor. En primer lugar, existen productos diferenciados entre –al menos– perros y gatos dados los distintos requerimientos por animal y según etapa de desarrollo o edad. Por su parte, por formato y uso encontramos el alimento

¹⁷ De acuerdo al último censo agropecuario del año 2007, existen aproximadamente 1.500 explotaciones dedicadas al cultivo de arroz de los cuales sobre el 70% representa superficies inferiores a 50 hectáreas que generan el 30% de la producción del rubro; mientras que un 1.6% supera las 500 hectáreas, correspondiente al 16% del total de la producción. Al respecto, ODEPA. 2017. "La cadena del arroz en Chile", pp. 38 y 52. Disponible en: <<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/ARROZ2018Final.pdf>> [última vista: 13.05.2020].

¹⁸ ODEPA. 2017. "La cadena del arroz en Chile", pp. 9-13, 20-23 y 52. Disponible en: <<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/ARROZ2018Final.pdf>> [última vista: 13.05.2020].

¹⁹ ODEPA. 2017. "La cadena del arroz en Chile", pp. 9-11, 20-23, 38-39, 52, 83-84. Disponible en: <<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/ARROZ2018Final.pdf>>. En igual sentido, información disponible en: <https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/08/PresentacionCN_Arroz20180510.pdf> [última vista: 13.05.2020]. Adicionalmente, declaración competidor industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [7]**.

²⁰ Declaraciones competidores de la industria arrocería y de alimento para mascotas. **Nota confidencial [8]**.

²¹ En el año 2019 se importaron 27.381 toneladas de puntas de arroz. ODEPA. 2020. Boletín de cereales. Disponible en: <<https://b.biotecadigital.odepa.gob.cl/bitstream/handle/20.500.12650/69920/BoletinCereales-febrero-2020.pdf>> [última vista: 15.05.2020]. En igual sentido, declaraciones competidor y cliente industria de cereales. **Nota confidencial [9]**. En igual sentido, respuesta lansa oficio N° 873, Nestlé oficio N° 861, Proa oficio N° 864, Drag Pharma oficio N° 866 y Carozzi oficio N° 869.

²² Notificación, p. 8. **Nota confidencial [10]**.

²³ ODEPA. 2017. "La cadena del arroz en Chile", p. 13. Disponible en: <<https://www.odepa.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/ARROZ2018Final.pdf>> [última vista: 13.05.2020].

seco en *pellets* que sirve de base de alimentación diaria del animal y se vende por bolsas de distinto peso o a granel; junto con el alimento húmedo que corresponde a un complemento ofrecido en latas, salsa o *pouch*; y los *snack*, golosinas o premios de uso ocasional que se comercializan en formatos pequeños.

15. En tercer lugar, los alimentos para mascota se pueden distinguir por calidad, marca o valor entre productos económicos, *mainstream*, *premium* o *super premium* dependiendo de la cantidad y calidad de la proteína utilizada, el precio del producto y el valor marca. Consecuentemente, un producto económico utiliza menor proporción de proteína de peor calidad, generalmente de origen vegetal; mientras que un alimento *super premium* se compone de una mayor proporción de proteína de mayor calidad y de origen animal – incluso, algunas marcas utilizarían carne propiamente—. Lo anterior tendría un correlato en el precio y marca del producto²⁴.
16. Si bien los proveedores ofrecen productos asociados a las categorías económica, *mainstream*, *premium* o *super premium*, de acuerdo a los antecedentes de la Investigación ésta se trata de una distinción imprecisa y no estandarizada cuyos criterios cambian entre productores y clientes. Incluso, dentro de una misma categoría existen diferencias relevantes de calidad, valor o marca entre distintos productos²⁵.
17. En Chile, la producción de alimento para mascotas comprende principalmente la elaboración de alimento seco, mientras que el húmedo, en su mayoría, se importa²⁶. En atención a lo anterior, en adelante se caracterizarán las condiciones relativas a la producción de alimentos secos.
18. La normativa chilena requiere que el alimento para mascotas cumpla con las tablas nutricionales certificadas por organismos internacionales²⁷. Así, la producción garantiza alimentos balanceados que se componen principalmente de proteína, grasa, fibra y almidón que se obtienen tanto de insumos animales como vegetales²⁸. El origen y composición de cada receta varía dependiendo del valor nutricional, tipo de producto y calidad perseguida, resultado que puede obtenerse mediante la combinación de distintos insumos. Así, a mayor sofisticación del producto, el porcentaje de los insumos animales es mayor.

²⁴ Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [11]**.

²⁵ Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [12]**. En igual sentido, Comisión Europea caso M.2544 Masterfoods / Royal Canin y caso M.2337 Nestlé / Ralston Purina.

²⁶ Cabe señalar que la elaboración de alimento húmedo requiere instalaciones de mayor complejidad –comprado con aquellas usadas para la elaboración de alimento seco– que suponen un alto valor de inversión. Asimismo, la demanda local por alimentos húmedos es reducida y, a diferencia de otros países, se utiliza como *snack* o complemento al alimento seco y no como alimentación exclusiva. En específico, para el año 2017, las ventas de alimento seco de perro representan un [85-95]% de las ventas en valor y un [85-95]% de las ventas en volumen; mientras que el alimento seco de gato representa un [85-95]% de las ventas en valor y un [75-85]% en volumen. Euromonitor Chile 2018, respuesta Proa oficio N° 864. **Nota confidencial [13]**.

²⁷ Según Norma Chilena NCH 2546.Of2019, párrafo 4.3.1 "(l)os alimentos completos para perros y gatos deben cumplir en su formulación con lo establecido en las tablas de perfiles nutricionales establecidas en la Association of American Feed Control Officials (AAFCO, ver Anexo A [2]), National Research Council (NRC, ver Anexo A, [3]) o la The European Food Industry (FEDIAF, ver Anexo A, [4])". Por su parte, según el párrafo 3.4 de la citada norma, el alimento completo o balanceado se define como la "mezcla de ingredientes con o sin aditivos que suministra a los animales y que está concebida para cumplir la totalidad de sus necesidades nutricionales como única fuente de alimento, de acuerdo a la especie, estado fisiológico y tipo de actividad a que es destinado".

²⁸ Declaraciones competidores de la industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [14]**.

19. Respecto de los insumos vegetales, la elección depende de la disponibilidad y del precio del bien, privilegiando el uso de trigo y maíz por sobre arroz, cuya disponibilidad es mayor y tiene un costo más económico²⁹. En adición a los aportes nutricionales de los subproductos del arroz –proteínas, grasas y fibra, por un lado y almidón de fácil digestión, por el otro–, la harinilla entrega textura y buena presentación visual, mientras que las puntas de arroz aportan características de palatabilidad y digestibilidad al alimento³⁰.
20. El adecuado balance de las recetas exige de conocimiento especializado y procesos extensos de prueba, adecuación en planta y testeos en animales³¹. En la industria se utilizan *softwares* para la elaboración de recetas que permiten la adecuación del tipo y proporción de los insumos sin afectar el producto final. Una modificación en los ingredientes de una receta puede ser mayor o menor en atención a su impacto en el producto. Una modificación mayor acarrea problemas principalmente de palatabilidad o digestibilidad del alimento, siendo el primero más crítico para el alimento de gatos. La modificación menor de una receta supone un impacto mínimo y su viabilidad depende de la previsión del productor –registro sanitario y rotulación de envase–³².
21. En Chile, los actores activos en la importación, elaboración, comercialización y distribución de alimento para mascotas son las Vendedoras –que comercializan las marcas Charly y Minninis caracterizadas como económicas (además de maquila para **[15]**), junto con Cannes y Felinnes en lo que informan *mainstream*–, Carozzi –principalmente mediante las marcas Master Dog y Master Cat caracterizadas como *premium*–, Proa S.A. (“**Proa**”) –por medio de la marca Champion Dog y Champion Cat caracterizadas como *premium*–, Nestlé Chile S.A. (“**Nestlé**”) –centralmente con la marca Dog Chow y Cat Chow caracterizadas como *premium*–, Masterfoods Chile Alimentos Limitada (“**Masterfoods o Mars**”) Mars Inc. (“**Mars**”) –a través de la marca Pedigree, Royal Canin y Whiskas principalmente–. En el mercado también participan otros actores de menor entidad, como Extruder S.A. (“**Extruder**”), Southpoint S.A (“**Southpoint**”), Molino Caupolicán SpA (“**Nutritec**”), Laboratorio Drag Pharma Chile Invetec S.A. (“**Drag Pharma**”) y Alimentos Cisternas S.A. (“**Cisternas**”). Por su parte, la distribución de alimento para mascotas se realiza a través del canal tradicional, supermercado, tiendas de mascota y clínicas veterinarias³³.

III. ANÁLISIS COMPETITIVO

A. Mercado relevante

22. De acuerdo a lo ya expuesto, la materialización de la Operación daría lugar a un traslape vertical dada la relación que se produce entre la comercialización de subproductos del arroz por parte de Tucapel y la producción de alimento para mascotas por las Vendedoras.

²⁹ Declaraciones competidores de la industria arrocera y de alimento para mascotas. **Nota confidencial [16].**

³⁰ Declaraciones médico veterinario y competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [17].**

³¹ Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [18].**

³² Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [19].**

³³ Para el año 2017, los supermercados representaron alrededor de [45-55]% de las ventas de alimentos para mascotas, seguido por el canal tradicional con [25-35]%, las tiendas de mascotas con [5-15]%, las tiendas de mejoramiento de hogar con [0-5]%, *outlets* [0-5]% y ventas online [0-5]%. Al respecto, datos Euromonitor Chile 2018, respuesta Proa oficio N° 864. **Nota confidencial [20].**

i. Aguas arriba

23. Respecto del mercado relevante del producto, las Partes indican que existen varios cereales que se usan como insumos para la fabricación de alimento para mascotas, definiendo dos mercados, según el aporte nutricional de los insumos: (a) cereales o subproductos de molinería que aportan proteína, grasa y fibra, incluyendo a lo menos harinilla de arroz y harinilla o afrechillo de trigo; y (b) cereales o subproductos que aportan almidón o carbohidratos de fácil digestión y que incluyen a lo menos puntas de arroz y maíz³⁴. Esta definición se fundamenta en que los fabricantes de alimento para mascotas utilizarían distintas recetas que combinan los cereales en proporciones diferentes, buscando obtener un alimento balanceado de acuerdo a las exigencias normativas³⁵. Bajo esta argumentación, existirían distintos cereales que cumplirían la misma función que la harinilla y puntas de arroz³⁶.
24. En particular, las Partes sostienen que el maíz podría considerarse un sustituto perfecto a las puntas de arroz desde el punto de vista nutricional, mientras que la proteína, grasa, fibra y almidón que aporta la harinilla de arroz puede ser sustituida en un [35-45]% por los compuestos de la harinilla de trigo³⁷. Sin perjuicio de lo anterior, de eliminarse la harinilla de arroz en una fórmula sería posible elaborar una alternativa utilizando distintas proporciones de otros insumos. Adicionalmente, las Partes destacan que en tanto en su propia línea de producción como en la de sus competidores existirían productos que no utilizan arroz ni sus subproductos³⁸.
25. Adicionalmente a los argumentos expuestos por las Partes, esta División ha tenido a la vista otros antecedentes para analizar la posible sustitución entre los subproductos de arroz y otros cereales. En primer lugar, considerando el uso en la industria de alimento para mascotas de *softwares* para la elaboración de recetas –en función de las características del producto final que se busca obtener, balanceando las proporciones de cada insumo según su aporte nutricional y su precio– sería posible generar distintas recetas que incluyan o excluyan subproductos de arroz utilizando distintas proporciones de otros insumos de origen animal y vegetal³⁹.
26. En el caso de lansa, mediante el llamado “precio sombra” la compañía determina un rango de precios máximo y mínimo por el cual dicha materia prima es factible como insumo para la elaboración de un determinado alimento, desde una perspectiva económica y nutricional. Así, este indicador establece un equilibrio entre las propiedades de un insumo y su precio que, de ser sobrepasado, gatillaría recetas alternativas con insumos diferentes. En el caso de los subproductos del arroz, el precio sombra para abril de 2020 permitiría una variación en el precio de puntas de arroz de un [REDACTED] % y de la harinilla de arroz de un [REDACTED] , indicando que la factibilidad de un cambio en la receta de un alimento respondería a cambios de precio significativos⁴⁰.

³⁴ Notificación p. 9.

³⁵ Según Norma Chilena NCH 2546.Of2019, párrafo 4.3.1 y 3.4.

³⁶ Notificación, Complemento, Segundo Complemento.

³⁷ Segundo complemento pp. 3 y 4. **Nota confidencial [21]**.

³⁸ Complemento, p. 5 y Segundo Complemento, pp. 4 y 5. En igual sentido, declaración Vendedoras. **Nota confidencial [22]**.

³⁹ Declaración Vendedoras. **Nota confidencial [23]**.

⁴⁰ Respuesta lansa oficio N° 873. **Nota confidencial [24]**.

27. Por otra parte, antecedentes recopilados durante la Investigación indican que los actores de la industria evitan realizar cambios mayores en las recetas debido a los efectos adversos que pueden provocar sobre el producto final, pudiendo resultar en el rechazo por parte del animal⁴¹. Según expertos consultados, cambios significativos en la formulación de un producto requerirían testeo para percibir el nivel de aceptación por parte de un perro o gato⁴². En esta línea, lansa realiza estudios de palatabilidad y compara distintas formulaciones en centros de estudio en Chile y en el extranjero⁴³.
28. Consecuentemente, si bien existen ciertos indicios que podrían apuntar a un mercado de subproductos de arroz en sí mismo (hipótesis restringida) –considerando las dificultades que implica un cambio mayor en la receta y las particularidades de palatabilidad y digestibilidad que aportan dichos insumos–, diversos antecedentes de la Investigación sustentan la sustitución con otros cereales desde el punto de vista nutricional. Por este motivo esta División considera que no es posible descartar la sustituibilidad entre las recetas que utilizan arroz y las que carecen de aquel. Sin perjuicio de lo anterior, la definición precisa del mercado del producto no resulta necesaria debido a que no afecta las conclusiones del presente Informe.
29. En cuando al mercado relevante geográfico, las Partes plantean una delimitación nacional debido a que el abastecimiento de granos se hace principalmente a nivel de productores localizados en el país. A este respecto, la Investigación ha permitido concluir la factibilidad de importaciones directas. No obstante, la definición precisa del alcance geográfico del mercado no es necesaria al no afectar las conclusiones del análisis.

ii. Aguas abajo

30. Las Partes señalan que los mercados relevantes aguas abajo corresponderían a la provisión alimento para perros y la provisión de alimento para gatos, ambos a nivel nacional, sin mayores segmentaciones⁴⁴.
31. Por otra parte, la jurisprudencia comparada ha dejado abierta la definición de mercado, analizando una posible segmentación por tipo de alimento que distingue entre producto seco, húmedo y *snacks*⁴⁵. Asimismo, previamente la Fiscalía ha examinado el mercado de alimentos para perros y gatos, definiendo el segmento *super premium* en el canal tiendas de mascotas como un mercado relevante de producto en sí mismo⁴⁶.

⁴¹ Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [25]**.

⁴² Declaración médico veterinario. **Nota confidencial [26]**.

⁴³ Declaración Vendedoras. **Nota confidencial [27]**.

⁴⁴ Sin perjuicio de lo anterior, las Partes incluyen definiciones plausibles a efectos de la completitud. Respecto de la segmentación entre alimento para mascotas seco y húmedo, las Partes distinguen el mercado nacional del europeo, sosteniendo que en Chile es extraño que los consumidores alimenten a sus mascotas solamente en base a alimento húmedo –a diferencia de lo que ocurre en Europa–, el que se comercializa en formatos pequeños y utiliza como complemento al alimento seco. Notificación, pp. 11 y 12.

⁴⁵ Comisión Europea caso IV M.554 Dalgety / The Quaker Oats Company; caso IV M.1127 Nestlé / Dalgety; caso M.2337 Nestlé / Ralston Purina; caso M.2544 Masterfoods / Royal Canin. En igual sentido, Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (“FTC”) Nestlé Holding Inc y Ralston Purina Inc.

⁴⁶ Informe de archivo, Fiscalía Nacional Económica rol 1481-09, Investigación en contra de Royal Canin Chile Ltda. por presunta fijación de precios de reventa.

32. Cabe señalar que esta División concuerda con la distinción entre alimentos para perros y gatos considerando que estas dos categorías satisfacen distintas necesidades desde la perspectiva de la demanda. Asimismo, desde la perspectiva de la oferta, cada categoría se ajusta a los requerimientos en aporte calórico y composición nutricional del animal, por lo que no comparten la misma estructura de costos.
33. Respecto de una posible segmentación por calidad, valor o marca, para el caso en análisis sería plausible la categorización entre eventuales segmentos económico y *mainstream* de acuerdo a las actividades del Negocio Objetivo, sin perjuicio de que la pertenencia de un determinado producto a un segmento u otro no está necesariamente determinada por parámetros objetivos y uniformes, según se señaló *supra*. En lo que respecta al canal de distribución, la diferenciación respondería a categorías de producto similares a las descritas por calidad, valor o marca. Así, el canal tradicional comercializa principalmente productos económicos, mientras que los productos pertenecientes al segmento *mainstream* tienen mayor presencia en el canal supermercado y los productos de segmentos *premium* y *super premium* tendrían prevalencia en tiendas especializadas y veterinarias.
34. El presente análisis considerará como mercado relevante la provisión de alimentos secos para perros, por un lado, y la provisión de alimentos secos para gatos, por otro, en atención a que las Vendedoras cuentan con producción propia en dichos segmentos, que da lugar a la relación vertical entre las Partes. En relación a posibles segmentaciones por calidad, valor o marca, o por canal de distribución, esta División estima que no es necesario definir con precisión el mercado relevante, ya que las conclusiones del presente informe no varían.
35. Finalmente, el mercado geográfico se abordará desde una perspectiva nacional considerando que la producción abastece todo el territorio.

B. Análisis competitivo de la Operación

36. Las Partes argumentan que no existirían riesgos para la competencia en el mercado dada la escasa relevancia de la relación vertical de sus actividades. Aguas arriba, los subproductos de arroz serían fácilmente sustituibles por otros cereales y sus subproductos; aguas abajo, las bajas participaciones de las Vendedoras en el mercado harían inocua la Operación⁴⁷.
37. En lo relativo al segmento aguas arriba, las tablas N° 1 y 2 a continuación contienen las participaciones de mercado de Tucapel, estimadas por las Partes, en cada uno de los mercados plausibles⁴⁸. Si se acota el mercado –considerando cada subproducto del arroz

⁴⁷ Notificación, pp. 7-13.

⁴⁸ En el caso a la vista no se cuenta con datos precisos de las participaciones de mercado. Las Partes realizan la estimación a partir del volumen de producción de arroz *paddy* con datos obtenidos de ODEPA para la cosecha del año 2018-2019. Utilizan como supuesto que la cantidad de harinilla de arroz producida equivalente al 10% del volumen de arroz *paddy*, mientras que las puntas de arroz representarían el 2,5%. Luego contrastan estas estimaciones con el volumen efectivo que produce Tucapel. Para obtener el valor de estos productos y compararlo con los insumos de un mercado relevante que considere subproductos de otros cereales, se multiplica la cantidad por el precio promedio de Tucapel. En dicho caso, se asume que el subproducto de trigo corresponde al 18% del volumen total disponible. Cabe destacar que tanto el volumen como la proporción tiene su origen en los antecedentes de ODEPA. Finalmente, para valorarlo se ocupa el precio de inventario de Iansa. A su vez, para integrar el subproducto de maíz, se utiliza la producción y el precio que entrega ODEPA en su Boletín de Cereales de diciembre del año 2019.

como un mercado en sí mismo— es posible apreciar la importante participación de Tucapel aguas arriba. En cambio, al ampliar el mercado de referencia —incluyendo subproductos de otros cereales, en particular, maíz y trigo— la participación de Tucapel se reduce sustancialmente.

Tabla N° 1: Participaciones estimadas Tucapel mercado puntas de arroz cosecha año 2018 - 2019⁴⁹

Producto	Volumen (TON)	Valor (CLP)	% del Volumen Total	% del Valor Total
Puntas de arroz	[-]	[-]	[60-70]%	[60-70]%
Puntas de arroz y maíz	[-]	[-]	[0-5]%	[0-5]%

Fuente: Notificación.

Tabla N° 2: Participaciones estimadas Tucapel mercado harinilla de arroz cosecha año 2018 - 2019⁵⁰

Producto	Volumen (TON)	Valor (CLP)	% del volumen total	% del valor total
Harinilla de arroz	[-]	[-]	[50-60]%	[50-60]%
Harinilla de arroz y afrechillos de trigo	[-]	[-]	[0-5]%	[0-5]%

Fuente: Notificación.

38. En cuanto al segmento aguas abajo, las tablas N° 3 y 4 a continuación presentan la información agregada de todos los productos en el canal supermercado, de acuerdo con los datos disponibles en la presente Investigación⁵¹. Así, se puede observar que el Negocio Objetivo es uno de los cinco comercializadores más importantes de comida seca de mascotas, junto con Carozzi, Proa, Nestlé y Masterfoods. En el caso de alimentos de perro, es el tercero en volumen y cuarto en valor, incluyendo la provisión de marcas propias por el canal supermercado. Por su parte, se encontraría en el quinto lugar para alimento de gato, detrás de las empresas competidoras mencionadas. Es relevante mencionar que, si bien los segmentos económico y *mainstream* podrían diferenciarse, el Negocio Objetivo participa de ambos mercados.

Participaciones alimento seco de perro segmento supermercados año 2019⁵²

Empresa	Volumen	Valor
Carozzi	[40-50]%	[30-40]%
Proa	[20-30]%	[10-20]%

⁴⁹ Nota confidencial [28].

⁵⁰ Nota confidencial [29].

⁵¹ Las Partes estiman las participaciones de mercado a partir de los datos de Nielsen. Sin embargo, Nielsen no identifica los productos de marca propia que produce LDA. Por lo tanto, las Partes realizan una estimación para calcular la participación conjunta de la totalidad de sus productos. Primer Complemento, Anexo I-13a.

⁵² Nota confidencial [30].

lansagro y marcas propias	[10-20]%	[10-20]%
lansagro	[10-20]%	[10-20]%
Marcas propias	[10-20]%	[0-10]%
Nestlé	[0-10]%	[10-20]%
Masterfoods	[0-10]%	[10-20]%
Otras empresas	[0-5]%	[0-5]%

Fuente: Primer Complemento a partir de datos de Nielsen.

Tabla N° 4: Participaciones alimento seco de gato supermercados año 2019⁵³

Empresa	Volumen	Valor
Nestlé	[20-30]%	[30-40]%
Proa	[20-30]%	[20-30]%
Carozzi	[20-30]%	[20-30]%
Masterfoods	[10-20]%	[10-20]%
lansagro y marcas propias	[5-10]%	[5-10]%
lansagro	[5-10]%	[0-5]%
Marcas propias	[0-5]%	[0-5]%
Otras empresas	[0-5]%	[0-5]%

Fuente: Complemento a partir de datos de Nielsen⁵⁴.

39. Dada la relevancia de Tucapel en la hipótesis de mercado restringida –que considera los subproductos de arroz como un mercado relevante en sí mismo– y atendido que aquel correspondería al escenario más conservador –que maximiza los riesgos de la Operación en la competencia– a continuación se analiza: (i) un posible riesgo de bloqueo de insumos de la Compradora hacia otros productores de alimento de mascotas en la provisión de subproductos de arroz; y (ii) una posible estrategia de bloqueo de clientes respecto de los productores de arroz competidores de Tucapel, considerando la disminución en la demanda de insumo dada la integración del Negocio Objetivo.

i. Bloqueo de insumos

40. Respecto a la eventual habilidad de bloquear insumos que podría detentar la Compradora una vez materializada la Operación, el hecho que en el mercado de alimentos de mascotas participan actores que no utilizan subproductos de arroz en sus recetas es un elemento

⁵³ Nota confidencial [31].

⁵⁴ Esta División tuvo acceso al informe Pet Care Chile & Perú publicado por Euromonitor el año 2018, documento que estima a las participaciones de mercado de lansa en Chile para el año 2017. En virtud de dichos antecedentes, las Vendedoras detentarían un [0-5]% de presencia en el mercado de alimento seco para perros y un [5-15]% en alimento secos para gatos. Estos datos no son comparables con los obtenidos de Nielsen dado que incluyen, además de las ventas en el canal supermercado, aquellas realizadas en el canal tradicional, tiendas por departamento, tiendas especializadas, veterinarias y páginas web. Sin perjuicio de lo anterior, se escoge presentar en detalle las estimaciones de mercado según Nielsen considerando que se encuentran más actualizadas y reflejan mejor un segmento relevante del mercado referido a las ventas por supermercado. Finalmente, al ser más elevadas corresponden a un enfoque conservador para el análisis. Al respecto, respuesta Proa oficio N° 864. Nota confidencial [32].

relevante en el análisis. Así, en la Investigación se recabaron diversos antecedentes que dan cuenta que existiría cierta sustitución entre recetas que reemplazan tanto los aportes nutricionales de los subproductos del arroz con otros ingredientes, como sus características de palatabilidad o digestibilidad mediante la sofisticación de procesos productivos y aditivos. De esta forma, sería factible competir sin hacer uso de insumos como la harinilla de arroz o las puntas de arroz, por lo que dichos subproductos no tendrían el carácter de componente esencial, sin el cual la elaboración o venta de los productos comercializados aguas abajo quede impedida en el mercado o que carecer de dicho ingrediente en la receta respectiva pueda constituir una desventaja competitiva⁵⁵⁻⁵⁶.

41. Respecto de los productores que requieren de los señalados insumos por la composición de sus recetas, antecedentes de la Investigación indican que el uso de los subproductos de arroz es reducido, representando una parte menor del total de ingredientes y costo final del producto⁵⁷⁻⁵⁸. Así, los insumos de origen animal –como la harina de carne o de ave o aceite de ave–, son los costos más importantes en la producción de alimento para mascota. De este modo, en el caso que Tucapel pudiese afectar la provisión del insumo en análisis, ello tendría un efecto muy acotado en sus competidores.
42. A mayor abundamiento, considerando la calidad de *commodity* del arroz y su transacción con precios transparentes mediante instrumentos financieros en mercados internacionales, es razonable sostener que Tucapel tendría capacidad limitada para alterar los precios por encontrarse constreñido por la competencia externa⁵⁹. En la misma línea, la Investigación da cuenta que la importación sería una alternativa viable para el abastecimiento de los productores de alimentos de mascotas. Diversos actores de la industria sostienen que el mercado nacional de arroz es pequeño en comparación a la producción de países vecinos como Argentina, Brasil y Paraguay⁶⁰. Adicionalmente, existiría la alternativa de importar, que ha sido utilizada por algunos productores de alimentos de mascota⁶¹.
43. Por otra parte, en cuanto a los incentivos a realizar una estrategia de bloqueo de insumos, es relevante tener presente que los competidores más cercanos del Negocio Objetivo son las compañías con mayores participaciones de mercado, que difícilmente se verían afectadas por ese bloqueo⁶². Así, Carozzi se encuentra integrado verticalmente, por lo que provee de subproductos de arroz su negocio de alimento para mascotas directamente;

⁵⁵ Como fue revisado, cada receta tiene una capacidad limitada de sustitución de ingredientes. No obstante, es posible sostener cierta sustitución entre recetas, obteniendo productos competitivos compuestos por diversos ingredientes y, en particular, que no utilizan subproductos de arroz. Así, Proa prácticamente no utiliza subproductos de arroz en sus recetas. Al respecto, respuesta Proa oficio N° 864.

⁵⁶ Comisión Europea. 2008. Directrices para la evaluación de las concentraciones no horizontales con arreglo al Reglamento del Consejo sobre el control de las concentraciones entre empresas, pf. 34. Disponible en: <[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008XC1018\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008XC1018(03)&from=EN)> [última visita: 20.03.2020].

⁵⁷ Notificación p. 10.

⁵⁸ Así, Nestlé utiliza menos de [0-5]% de puntas de arroz en todos sus productos salvo en *Excellent*. Lo mismo ocurre con Proa, Drag Pharma, Iansa y los alimentos producidos en Chile por Southpoint. En el caso de la harinilla de arroz, ningún producto de Nestlé, Proa, Drag Pharma, Extruder y Southpoint (producido en nuestro país) contempla el insumo dentro de su receta. Al respecto, respuesta Nestlé oficio N° 861, Proa oficio N° 864, Iansa oficio N° 873, Drag Pharma oficio 866, Extruder oficio N° 865 y Southpoint 862. **Nota confidencial [33]**.

⁵⁹ Declaraciones competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [34]**.

⁶⁰ Declaración cliente industria de cereales. **Nota confidencial [35]**.

⁶¹ Declaración competidores industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [36]**. En igual sentido, respuesta Nestlé oficio N° 861, Carozzi oficio N° 869 e Iansa oficio N° 873.

⁶² Notificación, Anexo I-05.

Nestlé forma parte de un conglomerado cuyo abastecimiento [37]⁶³; Proa prácticamente no utiliza subproductos de arroz en sus recetas⁶⁴; y Masterfoods no cuenta con producción nacional, importando el producto terminado⁶⁵.

44. Adicionalmente, un posible bloqueo de insumos podría suceder solo respecto de productores con participaciones marginales y que no han sido identificados como competidores cercanos del Negocio Objetivo. Por lo anterior, dicha estrategia generaría desvíos bajos hacia las marcas del mismo, hecho que diluye las posibles ganancias en el mercado aguas abajo que difícilmente podría contrarrestar la pérdida de ingresos asociada en el mercado aguas arriba. Más aún, la existencia de otros competidores que exclusivamente importan alimento para mascotas para su comercialización en Chile supone que existen agentes con productos que ejercerían presión competitiva al Negocio Objetivo aun en el caso en que Tucapel iniciara un bloqueo de subproductos de arroz⁶⁶.
45. Finalmente, dado que solo es posible almacenar los subproductos de arroz por un periodo limitado, un eventual bloqueo de insumos podría conllevar costos adicionales para Tucapel⁶⁷. Eventualmente, la compañía incurriría en costos adicionales con objeto de eliminar los subproductos inutilizables al dejar de percibir el ingreso que podría haber obtenido por el subproducto, soportar el valor de mantenerlo almacenado e incurrir en el costo de deshacerse del producto en mal estado.
46. En vista de los antecedentes analizados en el marco de la Investigación, y a la falta de habilidad e incentivos de Tucapel para realizar esta estrategia, esta División estima que no existiría riesgo de bloqueo de insumos producto de la materialización de la Operación.

ii. Bloqueo de clientes

47. Para efectos de analizar un posible riesgo asociado a una estrategia de bloqueo de clientes, debe tenerse presente que lansa no es un comprador particularmente relevante de los subproductos de arroz dado que la producción de alimentos para mascotas es solo una de las industrias que demanda estos insumos.
48. En efecto, Tucapel abastece de subproductos de arroz mayoritariamente a otras industrias –según se señala *supra*, más del [45-55]% de sus ventas de la harinilla de arroz abastece la crianza porcina, mientras que más del [65-75]% de las puntas de arroz se destinan a clientes de la industria cervecera⁶⁸. En igual sentido, el déficit que la producción nacional de arroz supone respecto a la demanda total, implica que el remanente es provisto mediante la importación directa del producto. Consecuentemente, las posibilidades de importación impedirían a Tucapel desplegar una estrategia de bloqueo de clientes rentable.

⁶³ En el caso de Nestlé, tanto las negociaciones como la adquisición de insumos para la producción en Chile se realiza de forma [38]. Al respecto, declaración Eric Zeller, Gerente de Petfood de la compañía Nestlé Chile S.A.

⁶⁴ Proa informa que utiliza únicamente un [0-5]% de puntas de arroz en uno de sus productos. Al respecto, respuesta Proa oficio N° 864. **Nota confidencial [39].**

⁶⁵ Declaraciones competidores de la industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [40].**

⁶⁶ Junto con Masterfoods, Southpoint también importa productos desde Brasil. Euromonitor, Notificación Anexo I-13b.

⁶⁷ Notificación p. 8. En igual sentido, declaración competidor de la industria de alimento para mascotas. **Nota confidencial [41].**

⁶⁸ Notificación p. 9. **Nota confidencial [42].**

49. Finalmente, cabe destacar que los subproductos de arroz son elaborados mediante el procesamiento del grano de arroz, siendo la venta de arroz para consumo humano la principal fuente de ingresos de los productores⁶⁹.
50. En consecuencia, a la luz de lo expuesto esta División descarta un posible riesgo de bloqueo de clientes producto de la materialización de la Operación en análisis.

III. CONCLUSIONES

51. En atención a los antecedentes y análisis realizado, se recomienda aprobar la Operación de manera pura y simple por no resultar apta para reducir sustancialmente la competencia, salvo el mejor parecer del señor Fiscal. Ello sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados analizados.

Saluda atentamente a usted,

Francisca Javiera
Levín Visic

Firmado digitalmente por
Francisca Javiera Levín Visic
Fecha: 2020.05.25 18:43:00
-04'00'

FRANCISCA LEVIN VISIC
JEFA DE DIVISIÓN DE FUSIONES

DRU

⁶⁹ Para Tucapel los ingresos por venta de harinilla de arroz en el año 2019 representaron el [0-5]% de sus ventas totales, mientras que las puntas de arroz un [0-5]% de sus ingresos para el mismo año. Notificación, p. 8. **Nota confidencial [43]**.