

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Bogotá D.C.

RAD: 13-45115- -3-0
DEP: 1005 DESPACHO DEL FECHA: 2013-04-23 16:59:31
SUPERINTENDENTE EVE: 375 CONCEPTO
TRA: 305 ENTREGAECONO FOLIOS: 16
ACT: 440 RESPUESTA

1005

Doctor
DIEGO CARDONA BAQUERO
Apoderado
SOLLA Y DISTRIBUCIONES AVICOLA S.A
CARRERA 9 NO 74-08 OFC 305
BOGOTA D.C. COLOMBIA

Asunto: Radicación: 13-45115- -3-0
 Trámite: 305
 Evento: 375
 Actuación: 440
 Folios: 16

Apreciado Doctor:

En su comunicación radicada con el número de la referencia, usted informó a esta Entidad sobre la operación que se proyecta realizar entre las sociedades SOLLA S.A. y DISTRIBUIDORA AVÍCOLA S.A. en los siguientes términos:

"La Operación Proyectada consiste en la adquisición por parte de SOLLA del 100% de las acciones que componen el capital suscrito y pagado de la sociedad DISTRAVES. Como resultado de la transacción, SOLLA comenzará a participar en el mercado de la producción, procesamiento y comercialización de carne de pollo en Colombia".

Sobre el particular le informo que la Superintendencia de Industria y Comercio evaluó la citada transacción conforme con el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009. Dicha evaluación hace parte integral de esta comunicación.

De acuerdo con la evaluación realizada se concluye que la operación, en los términos en que fue presentada no crea una indebida restricción de la competencia, por lo que no amerita objeción o condicionamiento.

¹ Información aportada por las intervinientes, folio 1.

Sede Centro: Carrera 13 No. 27-00 pisos 1, 3, 5, 7 y 10 PBX: (571) 5870000
Sede CAN: Av. Carrera 50 No. 26- 55 int. 2 Tel (571) 5737020
Call Center (571) 592 04 00. Línea gratuita Nacional 01800-910165
Web: www.sic.gov.co e-mail: contactenos@sic.gov.co
Bogotá D.C. Colombia

Al contestar favor indique el número de radicación que se indica a continuación:
Radicación: 13-45115- -3-0 2013-04-23 16:59:31



INDUSTRIA Y COMERCIO
SUPERINTENDENCIA

PROSPERIDAD
PARA TODOS

Lo anterior, bajo el entendido que la integración entre SOLLA S.A. y DISTRIBUIDORA AVICOLA S.A. no generaría una indebida restricción de la oferta debido a las bajas cuotas de participación, atomización de los mercados y ausencia de barreras de entrada.

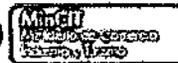
Por lo anterior, y de acuerdo con lo previsto en el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, esta Superintendencia da por terminado el trámite administrativo iniciado.

A continuación se anexa el estudio económico correspondiente, en 14 folios.

Atentamente,


PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO
SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Elaboró: José García
Revisó: Melba Castro, Miguel de Quinto, Carolina Liévano
Aprobó: Germán Bacca / Felipe Serrano



**ESTUDIO ECONÓMICO DE INTEGRACIÓN SOLLA S.A. Y DISTRIBUIDORA
AVÍCOLA S.A.**

VERSION PUBLICA

1. DATOS BÁSICOS

Número de radicación:	13-45115
Fecha de radicación:	6 de marzo de 2013
Orden de Publicación:	11 de marzo de 2013
Vencimiento a Terceros:	26 de marzo de 2013
Fecha de Vencimiento:	24 de abril de 2013

2. OPERACIÓN PROYECTADA

Mediante comunicación radicada con el número de referencia, las sociedades SOLLA S.A. y DISTRIBUIDORA AVÍCOLA S.A., informaron a esta Entidad una operación que proyectan llevar a cabo consistente en una integración entre dichas sociedades, en los siguientes términos:

"La Operación Proyectada consiste en la adquisición por parte de SOLLA del 100% de las acciones que componen el capital suscrito y pagado de la sociedad DISTRAVES. Como resultado de la transacción, SOLLA comenzará a participar en el mercado de la producción, procesamiento y comercialización de carne de pollo en Colombia".

3. SOCIEDADES INTERVINIENTES

3.1 SOLLA S.A. (en adelante "SOLLA")

La sociedad fue establecida en el año 1950 bajo el nombre SOTO LLANO LTDA.² (SOLLA LTDA.), y en 1982 cambió el nombre por el de SOLLA S.A. La actividad principal de la empresa consiste en el diseño, desarrollo, producción y comercialización de alimento balanceado para animales – ABA.

Las actividades económicas de la sociedad son las siguientes: (i) comercio al por mayor de materias primas agropecuarias; animales vivos – Código CIU 4620, (ii) elaboración de alimentos preparados para animales – Código CIU 1090, (iii) otras

¹ Información aportada por las intervinientes, folio 1.

² La Superintendencia de Industria y Comercio autorizó una operación de integración jurídico-económica entre SOLLA S.A. y AGRINAL COLOMBIA S.A. mediante oficio No. 07135229-14 de fecha 19 de febrero de 2008. Esta operación consistió en la celebración de contratos de colaboración como compras conjuntas de insumos y/o asesorías y apoyos conjuntos entre las compañías, y/o participación en órganos administrativos entre las compañías integradas; entre otros.

ACCIONISTA	No. ACCIONES	PARTICIPACIÓN %
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folios 13 y 14.

3.2 DISTRIBUIDORA AVÍCOLA S.A. (en adelante "DISTRAVES")

Sociedad que se constituyó con el nombre de DISTRAVES LTDA³ en el año 1975, se transformó en sociedad anónima en el año 1993 y desde entonces se denomina DISTRIBUIDORA AVÍCOLA S.A. – DISTRAVES S.A.

DISTRAVES se dedica principalmente a la explotación de la actividad agrícola, en especial la avicultura. Tiene como objeto social la reproducción, cría, desarrollo, engorde, sacrificio, procesamiento y posterior comercialización de animales, sus productos y subproductos, particularmente de aves de corral⁴.

Las principales cuentas de los estados financieros de DISTRAVES a diciembre 31 de 2011 se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No. 3
Estados financieros de DISTRAVES a diciembre 31 de 2011

CUENTA	VALOR EN PESOS
ACTIVOS	\$ 149.495.877.902
PASIVOS	\$ 64.098.767.970
PATRIMONIO	\$85.397.109.932
INGRESOS OPERACIONALES	\$180.904.312.241

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folios 68 al 72.

A continuación se presenta la relación de accionistas de la sociedad DISTRAVES:

³ En el mes de mayo de 2010 la Superintendencia de Industria y Comercio recibe la notificación de una operación de integración entre DISTRAVES y PRONASA, esta última dedicada al sector avícola.

⁴ Actividades clasificadas con código CIU: 0145, 0150, 1011, 4631, 4722 y 4723.

Tabla No. 4
Accionistas de DISTRAVES

ACCIONISTA	No. ACCIONES	PARTICIPACIÓN %
██████████	██████████	██████
████████████████████	██████	████
██████████████████	██████	████
██████████████████	██████	████
██████████████	██████	████
██████████████████	██████	████
██████████████████	██████	████
██████	██████████	██████

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folios 14 y 15.

Es preciso informar que la empresa de Productos Alimenticios NAPOLES S.A-PRONASA, productora de carne de pollo pertenece al mismo grupo empresarial DISTRAVES, por lo que en las cuotas de participación descritas en el presente estudio se señalarán y analizarán las cuotas de ambas compañías⁵.

4. ANÁLISIS DE LA OPERACIÓN

La operación proyectada consiste en la adquisición por parte de SOLLA del 100% de las acciones que componen la sociedad DISTRAVES. Por lo tanto, la operación da lugar a una integración vertical en el sentido en que las intervinientes, en el caso de SOLLA, participan en la producción y comercialización de alimento balanceado para animales (ABA) y, por parte de DISTRAVES, en el mercado de producción, procesamiento y comercialización de carne de pollo. A nivel horizontal durante los años 2010 y 2011 se encuentra que DISTRAVES no participaban en el mercado de ABA, sin embargo a partir del 2012 participa en esta actividad con una participación marginal del 2.8%.

En la presente operación se identifica como mercado primario, la producción de alimento balanceado para animales. En consecuencia, el mercado secundario es el comprendido por el levante y cría de aves de corral, producción de carne de pollo y de productos derivados a base de carne de pollo.

4.1. Mercado Alimento Balanceado para Animales (ABA)

4.1.1. Mercado producto

⁵ En diciembre de 2012, quedó protocolizado el proyecto por medio del cual DISTRAVES adquirió los activos del negocio avícola de PRONASA. Cuaderno Reservado No 1, Folio 5.

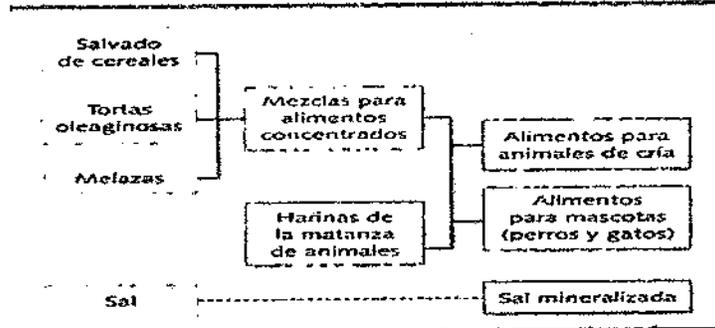
La producción de alimento balanceado para animales (ABA) en el sector avícola corresponde a las mezclas homogéneas de varios alimentos, formulados de forma específica para satisfacer las necesidades nutricionales de las aves de corral en sus diferentes etapas, gallinas reproductoras y pollos en fase de iniciación, levante y engorde.

4.1.1.1. Proceso de fabricación del producto

En cuanto a la elaboración del producto, se requieren dos componentes: la macromezcla y la micromezcla. La macromezcla está formada por cereales forrajeros como maíz amarillo duro, soya, sorgo y torta de soya y proteína oleaginosa, éstos son la fuente de energía. Por su parte, la micromezcla se encuentra en la forma de: salvado de cereales, tortas oleaginosas y melazas.

La micromezcla, se hace con base en la macromezcla adicionando medicinas, vitaminas, minerales y colorantes en una mezcladora tipo concreto. En la ilustración a continuación se muestran los componentes para los alimentos concentrados descritos⁶.

Diagrama No. 1
Componentes en la elaboración de alimentos balanceados para animales



Fuente: DNP (ALIMENTOS CONCENTRADOS O BALANCEADOS, Pág. 188)

Según el Departamento Nacional de Planeación (DNP), en Colombia el sector de los alimentos balanceados para animales ha girado en torno a la producción de aves de corral, "debido a que el levante y el engorde avícola destinado a la producción industrial de huevo y pollo se realiza exclusivamente con base en preparados."⁷

4.1.1.2. Población objetivo

⁶ DNP. Alimentos concentrados o balanceados. Generalidades de la Cadena Productiva. Pág 188.

⁷ Ibid.

Con base en la información aportada por las intervinientes la población objetivo de ABA, son pequeños, medianos y grandes productores avícolas, que necesitan de este insumo para la alimentación de las aves en diferentes etapas de desarrollo.

SOLLA ha segmentado sus clientes de ABA para animales según las siguientes divisiones:

- a. Industriales: comprende grandes empresas avícolas que adquieren alimento balanceado producido en las plantas de producción de SOLLA, o alternativamente materia prima y premezclas para ser procesada en las plantas propias del cliente.
- b. Balanceados: comprende productores avícolas de tamaño pequeño y mediano que adquieren alimentos, complementos y suplementos marcas SOLLA y AGRINAL, directamente o a través de la red de distribución mayorista.
- c. Premezclas y materias primas: comprende diversos productores de alimento balanceado completo, premezclas y suplementos nutricionales para animales, que adquieren los productores para fabricación de ABA, ya sea para comercialización o autoconsumo.

Luego de describir la forma como se segmentan los clientes de SOLLA en el territorio nacional, a continuación se describe el porcentaje de ventas por división de ABA para avicultura:

Tabla No. 5
Ventas de ABA por tipo de cliente – SOLLA S.A.

DIVISIÓN	PORCENTAJE DE VENTAS
INDUSTRIAL	69,4%
BALANCEADOS	22,2%
PREMEZCLAS Y MATERIAS PRIMAS	8,4%
TOTAL	100,00 %

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 27.

Como se muestra en el cuadro anterior,

⁸ Las ventas a clientes principales de SOLLA para el mercado de ABA durante el 2011 fue de 565.893.489, en donde el segmento industrial registró 459.402.847, representado cerca del 80% de dichas ventas para el año de estudio.

4.1.2. Mercado geográfico

En cuanto al mercado geográfico de ABA, las partes afirman que este producto es comercializado en la totalidad del territorio nacional, independientemente de la zona geográfica donde se realice su producción. Adicionalmente, los insumos productivos para su fabricación, están disponibles y pueden ser adquiridos en todo el país.

De acuerdo con lo anterior, esta Superintendencia considera que el mercado geográfico es de alcance nacional.

4.1.3. Competidores y cuotas de participación

Según estimaciones realizadas por Solla, basadas en trabajo de campo y datos recopilados por la ANDI, en el año 2012 esta sociedad tuvo una participación del 17,20% en el mercado de ABA, seguido por CONTEGRAL/FINCA, ITALCOL Y AVIDESA MACPOLLO con el 15,20%, 14,20% y 9,20%, respectivamente. Estas cuatro empresas concentraron el 55,80% del mercado analizado. De otra parte, DISTRIVES participó en el año 2012 con una participación poco representativa, de 2,8%, es decir que como consecuencia de la integración no se refuerzan los niveles de concentración en este mercado, pasando la cuota de participación de Solla a ser de 20%.

Tabla No. 6
Cuotas de participación de mercado de ABA

Empresa	PORCENTAJE DE VENTAS
SOLLA / AGRINAL	[13%-18]
CONTEGRAL / FINCA	[13%-18]
ITALCOL	[14%-20%]
AVIDESA MACPOLLO	[7%-10%]
ALBATEQ	[2%-7%]
DISTRIVES	[1%-3%]
ESCALA POOL - DSM	[1%-3%]

⁹ Las ventas a clientes principales en los segmentos balanceados y premezclas fueron de 49.272.918 y 57.217.723 respectivamente.

Empresa	PORCENTAJE DE VENTAS
CRESTA ROJA	[1%-3%]
ESPARTACO	[1%-3%]
MEJÍA Y CIA.	[1%-3%]
Otros ¹⁰	[1%-3%]
TOTAL	100,00%

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 105.

De acuerdo con lo anterior, existe oferta alternativa de ABA, proveniente de empresas diferentes a SOLLA, como CONTEGRAL e ITALCOL y el efecto de la integración a nivel horizontal es poco significativo.

4.2. Mercado de carne de pollo

4.2.1. Mercado producto

Se define como el producto final de la crianza, levante, engorde, sacrificio, procesamiento y venta de pollos de engorde, con el objetivo de producir carne de pollo para consumo masivo.

Las presentaciones disponibles del producto son: (i) pollo entero en bolsa o bandeja por unidad, (ii) pollo despresado en bolsa o bandeja, (iii) menudencias congeladas en bolsa o bandeja, (iv) pollito de un día, (v) reproductoras de descarte hembras, (vi) reproductoras de descarte machos, y (vii) huevos fértiles para pollito de engorde.

4.2.2. Población objetivo

De conformidad con la información suministrada por las intervinientes, la población objetivo de DISTRAVES son pequeños, medios y grandes comercializadores que distribuyen carne de pollo junto a sus derivados.

DISTRAVES ha segmentado sus clientes de carne de pollo de la siguiente manera:

- a. Supermercados
- b. Clientes especiales
- c. Distribuidores
- d. Canal institucional
- e. Canal puntos de venta

¹⁰ Según el estudio realizado por la ANDI y el DNP "Alimentos Concentrados o Balanceados", 2012. Existen cerca de 96 establecimientos cuyo objeto social es la producción de ABA en los diferentes eslabones productivos que la componen.

f. Venta directa

El porcentaje de ventas por segmento para carne de pollo es el siguiente:

Tabla No. 7
Ventas de carne de pollo por tipo de cliente – DISTRAVES

SEGMENTO	PORCENTAJE DE VENTAS
SUPERMERCADOS	5,6%
CLIENTES ESPECIALES	4,8%
DISTRIBUIDORES	4,0%
INSTITUCIONAL	28 %
PUNTOS DE VENTA	57,6%
TOTAL	100%

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 27.

Como se muestra en la tabla 7, la mayor participación sobre el total de ventas está compuesta por los diferentes puntos de venta concentrando el 57,6%, los segmentos de Supermercados, Clientes Especiales y Distribuidores componen en conjunto el 10% del total de ventas, el 28% restante lo concentra los clientes institucionales de la compañía. El porcentaje de ventas por segmento para productos procesados a base de carne de pollo se ilustran en la tabla 8.

Tabla No. 8
Ventas de productos procesados a base de carne de pollo por tipo de cliente – DISTRAVES

SEGMENTO	PORCENTAJE DE VENTAS
SUPERMERCADOS	24%
CLIENTES ESPECIALES	5,4%
DISTRIBUIDORES	16,2%
INSTITUCIONAL	8,1%
PUNTOS DE VENTA	45,5%
VENTA DIRECTA	0,4%
TOTAL	100%

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 27.

La participación en las ventas de los diferentes productos procesados a base de carne de pollo mantiene la tendencia respecto a las cuotas presentadas en la tabla 10, sin embargo los supermercados participan de manera importante en las ventas de productos procesados con una participación del 24%.

4.2.3. Mercado geográfico

De manera análoga al mercado de ABA, las partes afirman que este producto es comercializado en la totalidad del territorio nacional, independientemente de la zona geográfica donde se realice su producción. Adicionalmente, los insumos productivos para su producción, están disponibles y pueden ser adquiridos en todo el país¹¹.

Así, para esta Entidad el mercado geográfico corresponde a todo el territorio nacional,

4.2.4. Competidores y cuotas de participación

Con base en la información suministrada por las intervinientes, se presentan las cuotas de participación para los principales competidores de DISTRAVES en el mercado de carne de pollo para los últimos dos años¹².

Tabla No. 9
Cuotas de participación mercado de carne de pollo

Empresa	2012
Macpollo (Bucaramanga)	[10%-12%]
Operadora Avícola (Pimpollo, Idecampo, Friko)	[9%-11%]
Italcol (Avicampo, Avifonce, San Marino, Pollo San, Indupollo)	[9%-10%]
Bucanero	[2%-5%]
Macpollo (Avidesa de Occidente)	[0-4%]
Distraves	[0-4%]
Campollo	[0-4%]
Pollo Andino	[0-4%]
Savicol	[0-4%]
Fiesta	[0-4%]
Acondesa	[0-4%]
Puropollo	[0-4%]
Cambulos	[0-4%]
Don pollo	[0-4%]

¹¹ El área de mayor operación en donde DISTRAVES produce y comercializa sus productos es: Bogotá, Valle, Santander y Antioquia, en donde la participación en toneladas concentra cerca del 80% del total de departamentos en la que opera. Cuaderno Reservado 1, folio 30.

¹² Según la Federación Nacional de Avicultores de Colombia – FENAVI, el número de empresas cuyo objeto social es la producción y comercialización de carne de pollo y sus derivados ha aumentado durante los últimos 5 años, dando como resultado tasas de crecimiento anual mayor al 6% en carne de pollo y producción de huevos en particular.

Pronasa¹³	[0-4%]
Pollos El Dorado	[0-4%]
Pollos El Galpon	[0-4%]
Aretama	[0-4%]
Fabipollo	[0-4%]
otros ¹⁴	[20%-40%]
TOTAL	100,00%

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 27.

Como se muestra en la tabla anterior, las cuotas de participación para las diferentes empresas que componen el mercado de pollo no presentan altas concentraciones



Tabla No. 10
Cuotas de participación mercado de productos procesados de carne de pollo

Empresa	2012
ALIMENTOS CÁRNICOS	[25%-30%]
ALIMENTOS ZENÚ	[6%-8%]
CAMAGUEY	[2%-4%]
ANTIOQUEÑA DE PORCINOS	[2%-4%]
LA FAZENDA	[2%-4%]
FRIOGAN	[2%-4%]
FRIGOSINÚ	[2%-4%]
COMESTIBLES DAN	[2%-4%]
CERDOS DEL VALLE	[1%-3%]
CIALTA	[1%-3%]
FRIGORÍFICO VIJAGUAL	[1%-3%]
CÁRNICOS Y ALIMENTOS	[0-1%]
FRIGORÍFICO GUADALUPE	[0-1%]
CARNES CASA BLANCA	[0-1%]
KOYOMAD	[0-1%]

¹³ Como consecuencia de la reorganización empresarial realizada en diciembre de 2012, DISTRAVES adquirió la empresa PRONASA.

¹⁴ De conformidad con la investigación "Perdurabilidad empresarial: el caso del sector avícola en Colombia" de la Universidad del Rosario, 2011, el sector avícola en Colombia está conformado por más de cincuenta empresas a lo largo del territorio Nacional.

ALIMENTOS CARBEL	[0-1%]
ALIMENTOS LA CALI	[0-1%]
CARNES LA SEVILLANA	[0-1%]
CARNACOL	[0-1%]
FRIGORÍFICO DEL CAUCA	[0-1%]
FRIGO CARGO INTERNACIONAL	[0-1%]
EL CERDITO DE LA CORTE	[0-1%]
FRIGOCARNES	[0-1%]
CARNES FRIAS ENRIKO	[0-1%]
CARNES LOS SAUCES	[0-1%]
DISTRAVES	[0-1%]
OTROS ¹⁵	[8%-10%]
TOTAL	100,00%

Fuente: Información aportada por las intervinientes, folio 27.

A diferencia del mercado de carne de pollo, el mercado de productos procesados tiene una estructura más concentrada respecto al primero



4.3. Barreras a la Entrada

El análisis de las barreras de entrada en el mercado de ABA y productos de carne de pollo, constituye uno de los elementos fundamentales para analizar los efectos de una integración empresarial, en la medida en que su presencia puede impedir la entrada de potenciales competidores. A continuación se presentan algunos componentes restrictivos descritos por las intervinientes:

“En el caso que nos ocupa, ni el mercado de ABA ni el mercado de venta de carne de pollo presentan barreras de acceso que impidan la entrada de potenciales competidores, como seguidamente se ilustra¹⁶ .

a. Barreras Legales: No existen barreras legales que impidan el ingreso de nuevos participantes en los mercados afectados en Colombia. Por el contrario, nuevas regulaciones como el TLC incentivan la entrada de pollo importado y, por ende, de nuevos jugadores.

¹⁵ De acuerdo al estudio realizado por la Universidad del Rosario, el mercado de alimentos procesados del pollo constituye un mercado atomizado, debido a que se desprende un significativo número de empresas provenientes de la carne de pollo.

¹⁶ Cuaderno Reservado No 1, folio 6.

b. Requerimientos Tecnológicos: Las actividades relevantes para la transacción que nos ocupa no requieren de tecnologías altamente especializadas que impliquen inversiones significativas.

c. Posicionamiento de Marcas: Las marcas no son un elemento esencial en la decisión de compra de los consumidores de carne de pollo, así como tampoco de los consumidores de alimento balanceado para animales, donde prima el rendimiento nutricional del producto.

d. Acceso a fuentes de abastecimiento: Existe suficiente oferta de las actividades primas requeridas para la fabricación de los productos afectados. Así mismo, existe una amplia oferta de insumos y materias primas importadas (especialmente en el mercado de ABA), con lo cual se aprecia que se trata de mercados abiertos al mercado internacional.

e. Escala de Entrada: La estructura de los mercados afectados en Colombia, en los que existe un alto número de participantes de diferentes tamaños y escalas productivas, denota que no se requiere de una alta capacidad de producción para que el negocio sea rentable, de manera que no existen barreras de entrada relacionadas con la escala de producción.

De acuerdo con lo anterior, esta Superintendencia concluye que no existen barreras de entrada a los mercados de ABA y productos de carne de pollo que desestimulen la posibilidad de entrada de nuevas empresas.

4.4. Efectos verticales

Los efectos verticales de una integración se derivan de la exclusión de competidores o cierre de mercados que puede generarse como fruto de la integración. Dicha restricción se puede originar por el aumento de costos que puede ocasionar el proveedor en el nivel superior de la cadena productiva hacia empresas ubicadas en la cadena de producción aguas abajo, competidoras de la empresa interviniente con la cual se está integrando el productor.

Para este caso en particular, dicho efecto no se daría en la medida que existe oferta alternativa aguas arriba de alimento balanceado proveniente de empresas competidoras de SOLLA, como FINCA, ITALCOL, AVIDESA MC POLLO principalmente.

Del mismo modo, no habría una indebida restricción de la competencia por cierre de mercados aguas abajo, toda vez que los proveedores de alimento concentrado pueden ofrecer los productos a los competidores de DISTRAVES. En efecto, como ya se señaló, DISTRAVES tiene una participación inferior al 5% en el mercado de carne de pollo e inferior al 1% en el mercado de productos procesados de carne

de pollo, lo que evidencia que dicha empresa no concentra la producción y comercialización de dichos productos.

5. CONCLUSIONES

Evaluada la información relevante respecto de la operación objeto del presente estudio se encuentra:

- A nivel horizontal no se genera una indebida restricción sobre la competencia en la medida que la participación de DISTRAVES es poco significativa, siendo del 2.8% la cual no representa una modificación sustancial al 17.20% que ostenta en la actualidad SOLLA.
- La integración vertical que se daría entre SOLLA y DISTRAVES, no generaría efectos en el mercado de ABAS, pues la participación de las intervinientes concentra cerca del 20% en un mercado donde existen más de 90 empresas, de manera que la integración no afecta de manera restrictiva la competencia de este mercado (mercado atomizado por el lado de la oferta).
- En el mercado de carne de pollo y sus derivados no se vislumbra que la integración vertical pueda generar efectos restrictivos de la competencia, pues las participaciones de las intervinientes son de 4,5% y 0,74% respectivamente, de manera que no representa restricciones a nuevos competidores y tampoco a la demanda de estos productos. De otra parte, es importante señalar que los mercados analizados son atomizados con bajas cuotas de participación.
- En síntesis, la integración vertical entre SOLLA y DISTRAVES no generaría efectos restrictivos de la competencia en los mercados relevantes señalados, debido a las bajas cuotas de participación, atomización de los mercados y a la ausencia de barreras de entrada.

Atentamente


Vo. B. MELBA CASTRO CORTES
COORDINADORA GRUPO DE INTEGRACIONES EMPRESARIALES
Elaboró José García