FISCALIA
NACIONAL
ECONOMICA

Santiago, 07 DIC. 2017

VISTOS:

1) El documento presentado a esta Fiscalía Nacional Económica ("**FNE**" o la "**Fiscalía**"), con fecha 28 de julio de 2017 y su complementación realizada el 25 de agosto, mediante los cuales, Ideal S.A. ("**Ideal**"), Foods Compañía de Alimentos CCU S.A. ("**Foods**") y CCU Inversiones S.A. ("**CCU Inversiones**" y junto a Ideal y Foods, las "**Partes**") notificaron a esta Fiscalía el acuerdo de compraventa de acciones por el cual Foods y CCU Inversiones, en su calidad de titulares, transfirieron el 100% de las acciones de Alimentos Nutrabien S.A. ("**Nutrabien**") a Ideal (la "**Operación**");

2) La resolución de inicio dictada por esta Fiscalía con fecha 8 de septiembre de 2017;

3) Los antecedentes contenidos en el respectivo expediente de investigación Rol F90-2017 (la "**Investigación**");

4) La reunión sostenida con apoderados de las Partes el día 18 de octubre de 2017, en que se le informaron los riesgos a la libre competencia que la Operación podría suscitar, de acuerdo a los antecedentes de la Investigación y la minuta enviada a los apoderados de las Partes con fecha 6 de diciembre de 2017;

5) Las reuniones sostenidas con apoderados de las Partes los días 23 de noviembre y 5 de diciembre del presente, donde presentaron sus análisis de las eficiencias de la Operación y estudios sobre riesgos unilaterales a la competencia, respectivamente;

6) Lo dispuesto en los artículos 46, 47, 48, 49, 54, 55 y 56 del Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211 de 1973, y sus modificaciones posteriores (el "**DL 211**"); y el Decreto N° 33, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que Aprueba Reglamento sobre la Notificación de una Operación de Concentración (el "**Reglamento**"); y

CONSIDERANDO:

1) Que, Ideal es una sociedad domiciliada en Chile, cuyo objeto social es la manufactura y comercialización de productos alimenticios, siendo filial del Grupo Bimbo, consorcio mexicano enfocado en la elaboración y comercialización de productos de panadería y pastelería. En Chile, la empresa cuenta con una planta de producción ubicada en la comuna de Quilicura, en donde se elaboran la mayoría de los productos comercializados en el país, bajo las marcas Agua de Piedra, Cena, Fuchs, Ideal, Lagos del Sur, Laguito, Marinela y Sanissimo.

2) Que, por su parte, Foods y CCU Inversiones son sociedades domiciliadas en Chile, filiales de Compañía Cervecerías Unidas S.A. ("**CCU S.A.**") y controladoras de Nutrabien. Foods, tras la enajenación de Calaf y Natur a Empresas Carozzi S.A., se limita a ejercer sus derechos como controlador de Nutrabien y a prestarle servicios exclusivos de distribución y

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

comercialización a dicha sociedad. CCU Inversiones, por su parte, es una sociedad de inversiones de CCU S.A.

3) Que Nutrabien es una empresa dedicada a la fabricación, distribución y venta de bizcochos, galletas y productos horneados. La totalidad de sus productos son elaborados en su planta de producción ubicada en la comuna de Talagante, los cuales comercializa con las marcas Nutrabien y Sweetlife.

4) Que la actividad de las Partes se superpone en la producción y comercialización de bizcochos[1], alfajores[2] y galletas dulces[3].

5) Que el principal producto de Nutrabien es el bizcocho Brownie. Ideal cuenta con cuatro productos en esta categoría, de marca Mankeke, Pingüinos, Rayita y Gansito. Los productos mencionados tienen en común el hecho de tratarse de bizcochos individuales envasados y que se comercializan a través de los mismos canales de venta.

6) Que, además, Ideal ha incorporado recientemente en el mercado dos variedades de brownie, con la marca Fuchs (Brownie con Nueces y Brownie con Chips de Chocolate), los que, por sus características, denominación y apariencia, se tratarían de productos análogos a aquellos comercializados por Nutrabien.

7) Que, en la categoría alfajores, Ideal comercializa las marcas Alfi, Lagos del Sur y Laguito. Nutrabien cuenta con dos productos en este segmento: alfajor chileno (galleta de vainilla rellena con manjar, sin cobertura de chocolate) y delicia de frambuesa (galleta de vainilla rellena con mermelada de frambuesa).

8) Que, la última categoría en donde las actividades de ambas empresas se superponen es galletas dulces, donde Ideal tiene una muy baja participación. Con todo, bajo la misma marca Fuchs, Ideal habría ingresado en este segmento durante el segundo semestre del año 2016.

9) Que, en relación con las definiciones plausibles de mercado relevante, desde la perspectiva del producto, en su Notificación las Partes han sostenido que la oferta de ambas compañías se vería superpuesta en un "mercado de los *snacks* en general", y conservadoramente han propuesto una definición de mercado relevante más restringida, entendida como la "producción y comercialización de *snacks* dulces", dentro de la cual estarían comprendidas las siguientes categorías de productos: alfajores, barras de cereal, barras de cereal energéticas, bizcochos/queques, cereales, chocolates, cuchuflís, dulces (candies), fruta deshidratada, fruta fresca, frutas secas/semillas, galletas dulces, helados, obleas, palomitas de maíz (cabritas), panecillos dulces, postres lácteos y yogurts.

10) Que, la definición de mercado relevante de producto comprende todos aquellos bienes que pueden ser considerados sustitutos razonables, desde el punto de vista del consumidor. Lo

---

[1] Se entiende por bizcochos aquellos productos alimenticios horneados hechos generalmente con harina, huevos y azúcar, que resulta en una masa blanda, dulce y esponjosa. Se consideran dentro de esta categoría también los bizcochos rellenos o con coberturas de chocolate u otras.

[2] Se entiende por alfajores a aquellos productos compuestos por dos rodajas delgadas de masa, adheridas una a otra con manjar y generalmente recubiertas con chocolate.

[3] Se entiende por galletas dulces la mezcla compuesta de harina, azúcar y a veces huevo, manteca o confituras que se hornea y resulta en un producto crujiente y dulce. Se consideran dentro de esta categoría las obleas, galletas sándwich, bañadas en chocolate, entre otras.

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

anterior implica que, en general, los productos que participan en un mismo mercado relevante comparten ciertos atributos y responden a las mismas necesidades de los consumidores, lo que no ocurre entre algunas de las categorías mencionadas por las Partes.

11) Que, en relación con lo anterior, esta División ha tenido en vista una serie de antecedentes que permiten inferir que las Partes intervendrían en mercados relevantes más restringidos que los propuestos:

   a. Consultados distintos competidores y clientes en la industria, la mayoría señaló que las categorías más cercanas a los bizcochos individuales –que es donde se presenta el traslape entre las Partes–, eran los alfajores y en menor medida los galletones. Ninguno mencionó una gama tan amplia de productos como parte de un mismo mercado.

   b. Los estudios de mercado realizados por encargo de las Partes o por terceros dan cuenta de que las compañías segmentan el mercado de acuerdo a categorías, sin que los consumidores o usuarios mencionen posibilidades de sustitución entre bizcochos y alfajores con algunas de las categorías descartadas que se mencionan en el párrafo anterior. En efecto, en estos estudios puede apreciarse que las empresas miden su desempeño competitivo y diseñan sus estrategias de publicidad y *marketing*, observando el comportamiento de grupos limitados de productos, en categorías más acotadas que las señaladas en la Notificación[4].

   c. El monitoreo de precios ejercido por los actores de mercado es otro elemento que permite inferir el ámbito en el que tiene lugar la competencia. De acuerdo a los antecedentes investigativos, los actores no observarían todos los grupos de productos que las Partes han calificado como "*snacks dulces*", sino que se restringirían a aquellos bienes o marcas con las cuales tienen mayor cercanía.

   d. La distribución en góndola de los productos en el canal *retail* también sigue criterios diferenciados por categoría, agrupando usualmente los alfajores, bizcochos y galletones de manera separada. De acuerdo a antecedentes de la Investigación, las unidades vendidas en formato individual, generalmente agrupadas en tiras o paquetes, suelen cubrir una compra planificada, para su consumo fuera del hogar, de un adulto o un niño, en forma de refrigerio o colación, ocasión en que las otras categorías o formatos de productos no podrían ejercer igual presión competitiva.

12) Que, a mayor abundamiento, la jurisprudencia comparada que ha sido tenido a la vista distingue distintos segmentos o grupos de productos, diferenciando en su análisis los

[4] Por ejemplo, véase: (i) Presentación interna de Nutrabien, "Management Presentation" Project Boston April 2017, acompañada en Anexo 14-3 CCU, correlativo ingreso N° 02945-17, divide los productos de la compañía en "brownies and cakes", "cookies", "family cakes" y "sugar free"; (ii) RPAdvice, Anexo 14-5 CCU, correlativo ingreso N° 02945-17, divide los productos en "brownies and cakes", "alfajores" y "cookies", y en "brownies and cakes", cookies", "family cakes" y "sugar free" (láminas 13, 15 y 16); y (iii), Anexo 14-14 CCU, GfK Adimark. Tracking Food T314, Proyecto N° 0653/2014. Noviembre 2014, correlativo ingreso N° 02945-17, una clasificación de al menos 7 segmentos o categorías diferenciadas.

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

mercados de galletas[5], chocolates[6], dulces o *candies*[7], e incluso bizcochos o queques[8], aunque la definición de mercado relevante siempre dependerá en última instancia del comportamiento local de la demanda. En cualquier caso, esta misma Fiscalía ha seguido un criterio similar en investigaciones anteriores[9].

13) Que, en suma, el mercado relevante de producto afectado por esta Operación, según los antecedentes expuestos, no se correspondería con el propuesto por las Partes, sino que se trataría de una definición más estrecha, probablemente coincidente con los productos comprendidos en las categorías de alfajores, bizcochos individuales y galletones, cuestión que será necesario profundizar. Con todo, es preciso señalar que el tipo de competencia existente en los mercados involucrados vuelve preferible un análisis de cercanía competitiva y dificulta delimitar de manera inequívoca el o los mercados relevantes en que la Operación incide.

14) Que, además, respecto a la forma de comercialización de los productos y la ocasión de consumo de los mismos, de acuerdo a las declaraciones de actores de la industria, habría espacio para considerar a los canales de distribución *retail* y tradicional de manera diferenciada.

15) Que, respecto a la dimensión geográfica del mercado relevante, para efectos de la Investigación, ha sido definida como nacional, atendida la forma de comercialización de los bienes y las decisiones previas de esta Fiscalía ante casos de producción de alimentos para consumo masivo[10].

16) Que, a partir de la definición plausible de mercado relevante señalada, se observa que la Operación supera los umbrales establecidos en la Guía de Operaciones de Concentración Horizontales del año 2012 de esta Fiscalía ("**la Guía**"), tanto en las bases Nielsen aportadas por las Partes como en aquellas de elaboración propia a partir de información de ventas obtenidas por esta Fiscalía[11].

17) Que, de acuerdo a las Partes, el mercado definido como *snacks dulces* no presentaría mayores barreras a la entrada para nuevos actores ni para la expansión de los actuales incumbentes en nuestro país. Respecto a lo primero, argumentan que un competidor medio no tendría dificultades significativas de incurrir en el costo de la maquinaria necesaria para operar en el mercado y que las importaciones son asimismo una alternativa competitiva. En relación a la expansión de competidores, en su parecer "*no existen costos relevantes, ni*

---

[5] European Commission, Kraft Foods/Cadbury, N° COMP/M.5644; European Commission, Kraft / Danone Biscuits, N° COMP/M4824; European Commission, Nabisco / United Biscuits, N° COMP/M.1920. También en un antiguo caso de la jurisprudencia australiana, Re Arnotts Limited; Arnotts Biscuits Limited; Fledspac Limited and the Dickens Corporation Pty Limited v Trade Practices Commission [1990] FCA 473; 97 ALR 555/2, 29.11.1990.

[6] European Commission, Kraft Foods/Cadbury, N° COMP/M.5644; European Commission, Mars/Wrigley, N° COMP/M.5188; CADE, *Nestlé / Garoto*, Ato de Concentração, [2004] N°08012.001697/2002-89.

[7] European Commission, Kraft Foods/Cadbury, N° COMP/M.5644; European Commission, Mars/Wrigley, N° COMP/M.5188

[8] European Commission, Kraft Foods/Cadbury, N° COMP/M.5644. En el mismo sentido, un antiguo caso de la jurisprudencia norteamericana: US District Court, E.D. Pennsylvania, Tasty Baking Company and Tastykake Inc.v. Ralston Purina Inc. and Continental Baking Co., 21.01.1987.

[9] FNE, Informe de Archivo Enajenación de Foods Cía. de Alimentos, 3 de noviembre de 2015, Rol F 43-2015, que distinguió preliminarmente los mercados de chocolates, galletas, *candies* y cereales.

[10] Véase FNE, Informe de Archivo Enajenación de Foods Cía. de Alimentos, 3 de noviembre de 2015, Rol F 43-2015.

[11] Los índices de concentración HHI resultantes de la Operación en los canales supermercadista y tradicional son de 3.683 y 5.407, respectivamente, con variaciones de 1.223 y 1.781.

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

demoras de tiempo a considerar, para adaptar la línea de producción de galletas para producir bizcochos (y viceversa)", lo que daría a los demás actores la posibilidad cierta de reacomodo de su propia oferta.

18) Que, no obstante lo anterior, existen ciertas características del mercado que no se corresponderían con el dinamismo esperado de un mercado con bajas barreras a la entrada y que hacen aconsejable un análisis en profundidad de los efectos de la Operación en el mercado. En efecto, las participaciones de mercado son relativamente estables en el tiempo en las categorías analizadas y más del 80 % de las ventas en bizcochos individuales y alfajores corresponden a marcas que tienen más de 10 años de presencia en nuestro país. En el mismo sentido, actores con menor trayectoria no alcanzan altas participaciones y suelen posicionarse en nichos de mercado.

19) Que, de acuerdo a declaraciones de actores de la industria, lo anterior podría explicarse, en parte, por la importancia de la marca en la elección de consumo en esta industria. Los actores han destacado la importancia de contar con una marca visible y recordada, que sea capaz de inspirar confianza y señalizar calidad al público, cuestión que las Partes habrían logrado satisfactoriamente, con marcas tradicionales y reconocidas.

20) Que, atendido que los umbrales de concentración son sobrepasados ante definiciones plausibles de mercado relevante y que al menos preliminarmente no se observaría entrada oportuna y suficiente en los mismos, en base a los antecedentes de la investigación, se requiere de evaluar en mayor profundidad riesgos de carácter unilateral de alza en precios o afectación de otras variables competitivas y eventuales eficiencias que pudieran resultar de la Operación.

21) Que, en relación con las eficiencias, con fecha 27 de noviembre de 2017 las Partes han acompañado dos presentaciones elaboradas por economistas externos. Si bien ambos reportes tienen diferencias, coinciden en que las principales fuentes de eficiencias corresponderían a ahorros en la adquisición de insumos (materias primas), disminución en los costos en el componente variable de la mano de obra, y sinergias provenientes de la distribución y logística conjunta de los productos por parte de Ideal.

22) Que, siguiendo el mismo criterio del Reglamento, las eficiencias pueden ser consideradas por esta Fiscalía en la medida en que hayan sido debidamente cuantificadas, justificando el plazo en que se concretarían sus efectos, detallando además el modo en que serían traspasadas a consumidores y las razones por las cuales no podrían alcanzarse por mecanismos distintos a la operación de concentración.

23) Que los antecedentes tenidos a la vista en esta primera fase de la Investigación no serían suficientes para garantizar la verificabilidad, inherencia y posibilidades de traspaso de las eficiencias a consumidores, por lo que se requiere un análisis en profundidad al respecto. Entre otras consideraciones, ciertas cifras no están debidamente respaldadas o su origen es desconocido.

24) Que, respecto a los riesgos, tal como ha sido analizado en investigaciones anteriores[12], dada la naturaleza de la competencia entre los productos involucrados resulta inadecuado basarse

[12] FNE, Informe de Archivo Enajenación de Foods Cía. de Alimentos, 3 de noviembre de 2015, Rol F 43-2015.

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

sólo en las definiciones plausibles de mercado relevante y el consiguiente análisis estructural. En efecto, los mercados afectados se caracterizan por una alta diferenciación de productos en características físicas e intangibles, diferenciación que no es captada por el cambio en HHI.

25) Que, por lo anterior, se vuelve pertinente un análisis de presión al alza de precios (*upward pricing pressure*, **UPP**) que tome en cuenta los diversos grados de cercanía competitiva entre los productos comercializados. De hecho, con fecha 5 de diciembre de 2017, las mismas Partes presentaron un análisis de este tipo, sin acompañar en dicha oportunidad las bases de datos y antecedentes necesarios para que esta Fiscalía pudiese verificar adecuadamente la exactitud de sus conclusiones.

26) Que, en definitiva, en esta primera fase de investigación, esta Fiscalía considera que la Operación podría reducir sustancialmente la competencia en los términos dispuestos en el artículo 54 letra c) del DL 211, por lo que resulta necesario realizar un análisis en profundidad y recabar mayores antecedentes para determinar si la Operación resulta o no apta para reducir sustancialmente la competencia en los mercados referidos precedentemente en los términos dispuestos en el artículo 57 del DL 211, sin perjuicio de nuevos riesgos que pudiesen ser detectados a la vista de los antecedentes que se acompañen en el periodo por el que se extiende la presente Investigación.

RESUELVO:

1) **EXTIÉNDASE LA INVESTIGACIÓN** hasta por un término de noventa días adicionales, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 54 inciso primero letra c) del DL 211.

2) **COMUNÍQUESE** a los notificantes por medio de correo electrónico, según lo dispone el artículo 61 del DL 211.

3) **COMUNÍQUESE** por medio de oficio a las autoridades directamente concernidas y a los agentes económicos que puedan tener interés en la Operación, según lo establece el artículo 55 inciso segundo del DL 211.

4) **PUBLÍQUESE**, en el sitio electrónico institucional, para quienes hayan recibido la comunicación señalada en el resuelvo 3), así como cualquier tercero interesado en la Operación puedan aportar antecedentes a la investigación dentro de los 20 días hábiles siguientes a la publicación.

Rol N° FNE F90-2017

MARIO YBAR ABAD
FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)

REPUBLICA DE CHILE
FISCAL NACIONAL
FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

JTO

Huérfanos N°670 - Piso 8.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl