

Santiago, 09 FEB 2015

VISTOS:

- 1) La adquisición de Productos Plásticos HYC (en adelante "HYC") por parte de Alusa S.A. (en adelante "Alusa"), a través de la compra del 100% del total de su capital accionario (la "Operación")¹;
- 2) El informe de la División de Fusiones y Estudios de esta Fiscalía, de fecha 30 de enero de 2015;
- 3) Lo dispuesto en la Guía Interna para el Análisis de Operaciones de Concentración 2012 publicada por la Fiscalía Nacional Económica (en adelante la "Guía") y en los artículos 1, 2, 3 y 39 del DFL N°1/2005 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N° 211;

CONSIDERANDO:

- 1) Que Alusa es una empresa chilena de alcance regional, que produce envases flexibles de baja, mediana y alta complejidad, con tecnología de impresión flexográfica y en huecograbado, contando con filiales en Perú, Argentina y Colombia;
- 2) Que HYC era, asimismo, una empresa chilena dedicada a la fabricación de envases flexibles de baja, mediana y alta complejidad, con tecnología de impresión flexográfica;
- 3) Que la Operación analizada supuso el cese de la independencia entre Alusa y HYC (las "Partes"), dos agentes económicos anteriormente competidores en la comercialización de envases flexibles a empresas de productos de consumo masivo;
- 4) Que la existencia de varias convertidoras de diversos tamaños que cuentan con conocimiento del negocio, así como de empresas productoras de envases de menor complejidad, permite prever que, ante eventuales

¹ Hecho Esencial de fecha 10 de junio de 2014, comunicado por la sociedad MADECO S.A. a la Superintendencia de Valores y Seguros.

abusos de las Partes, existiría una alta probabilidad de desvío de demanda hacia otras empresas, las que aún en caso de no presentar capacidad ociosa, no deberían tener impedimentos para realizar nuevas inversiones; y

- 5) Que sumado a lo anterior, las empresas demandantes de envases flexibles operan como un importante contrapeso, por contar con un alto poder de negociación, explicado por la posibilidad de alentar la entrada o expansión en el mercado a través del desvío de su demanda; cuestión que por lo demás realizan actualmente a través de importaciones, principalmente en pedidos de naturaleza programable y de tirajes largos, así como en productos de especialidad;

RESUELVO

1° ARCHÍVESE

2° ANÓTESE Y COMUNÍQUESE.

Rol F33-2014.

 JTO



MARIO YBAR ABAD

FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)