

ANT.: Investigación de oficio sobre participación minoritaria de Cristalerías de Chile S.A. en Rayén Curá S.A.I.C.
Rol N°2556-19 FNE.

MAT.: Informe de archivo.

Santiago, 18 FEB 2020

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO

DE : JEFE DIVISIÓN ANTIMONOPOLIOS (S)

Por medio del presente documento, informo al señor Fiscal Nacional Económico acerca de la investigación del Antecedente ("**Investigación**"), recomendando su archivo, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

a. Investigación

1. Con fecha 21 de febrero de 2017, y de conformidad con el artículo 4° transitorio de la Ley N° 20.945 que Perfecciona el Sistema de Defensa de la Libre Competencia ("**Ley 20.945**"), Cristalerías de Chile S.A. ("**CristalChile**") presentó a esta Fiscalía Nacional Económica ("**FNE**" o "**Fiscalía**") el formulario para informar la adquisición de participación en competidores ("**Formulario**"), dando cuenta de la propiedad que mantiene en el capital de la sociedad argentina Rayén Curá S.A.I.C. ("**Rayén Curá**"), correlativo de ingreso N°00591-17.
2. Con fecha 13 de mayo de 2019, se ordenó el inicio de la Investigación, con el fin de permitir a esta Fiscalía recabar mayores antecedentes que permitiesen determinar si existían o no infracciones al artículo 3° del DL 211 derivadas de dicha participación, según lo dispuesto en los artículos 4°bis y 39 letra a) del DL 211 y 4° transitorio de la Ley 20.945.

b. Partes involucradas

3. CristalChile pertenece al grupo económico Elecmetal¹. Es la única entidad de dicho grupo empresarial dedicada a la producción, distribución y/o comercialización de envases de vidrio²⁻³.
4. Por otro lado, Rayén Curá es una sociedad argentina dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de envases de vidrio. Forma parte del grupo internacional Verallia, el que cuenta con presencia en un total de 11 países y una producción anual de cerca de 16.000 millones de envases de vidrio, siendo el tercer productor mundial de envases de vidrio para la industria de alimentos y bebidas⁴.
5. Por último, Verallia Chile S.A. ("**Verallia Chile**") es una sociedad chilena, perteneciente también al grupo Verallia y dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de envases de vidrio en el mercado nacional⁵. Se relaciona con Rayén Curá únicamente a través de un controlador común ubicado en Francia, Verallia Packaging SAS, no siendo una compañía *holding*, filial o coligada de Verallia Chile o viceversa⁶, como se verá más adelante.

c. Descripción de la Participación

6. Con fecha 31 de agosto de 1999, Vicasa S.A. ("**Vicasa**") –actual Saint Gobain Vicasa S.A.– suscribió con CristalChile un contrato de compraventa de acciones mediante el cual, y a raíz del cumplimiento de una serie de condiciones, transfirió a CristalChile el 40% del capital y votos de Rayén Curá, quedando así un restante [50-60]% en manos de Vicasa y un [0-10]% en poder de accionistas minoritarios⁷. Adicionalmente, CristalChile y Vicasa suscribieron un pacto de accionistas con el objeto de regular la dirección y administración de Rayén Curá.

¹ Su controladora final es doña María Luisa Vial de Claro. Véase información aportada por Cristalerías de Chile S.A., correlativo de ingreso N°02666-19, de fecha 4 de junio de 2019, pp. 1 y 2.

² Véase información aportada por Cristalerías de Chile S.A., correlativo de ingreso N°02666-19, de fecha 4 de junio de 2019, p. 2.

³ Además de su relacionada Rayén Curá.

⁴ Para más información, véase [En línea]: <<https://www.verallia.com/en/our-company/about-us>> [última consulta: 15 de enero de 2020].

⁵ Para información sobre inversiones, ver **Nota Confidencial [1]**.

⁶ Para mayor detalle sobre su estructura de control, véase **Nota Confidencial N°[2]**.

⁷ Véase información aportada por Cristalerías de Chile S.A., correlativo de ingreso N°02666-19, de fecha 4 de junio de 2019, en **Nota Confidencial N°[3]**.

7. Posteriormente, con fecha 28 de diciembre de 2012, CristalChile traspasó sus acciones a su filial CristalChile Inversiones S.A.⁸.
8. Luego, el año 2015, el grupo Saint Gobain vendió su operación vidriera Verallia a dos fondos de inversión, a saber, Apollo Global Management, que maneja el 90% del capital de la firma, y Bpifrance con el 10% de las acciones, pasando Verallia a ser un grupo independiente.

Figura N°1: Participación de Cristalerías de Chile y Grupo Verallia en Rayén Cura⁹

[4]

II. INDUSTRIA

9. Las actividades de las Partes se superponen en la producción y comercialización de envases de vidrio. De acuerdo a la información recabada en la investigación, dicha industria, a nivel nacional, vendió en promedio [200-300] millones de dólares y experimentado un crecimiento a una tasa de [0-5%]¹⁰ en los últimos 3 años.
10. El vidrio es un material inorgánico procedente de la fusión de arena de sílice, carbonato de sodio, carbonato de calcio y otros ingredientes menores¹¹, que ha sido enfriado hasta alcanzar un estado rígido.
11. En la fabricación de envases de vidrio se pueden distinguir varias etapas. Para efectos del presente informe y sin que las mismas sean excluyentes de posteriores sub-segmentaciones, se considerarán: (i) la producción y comercialización de las materias primas; (ii) la producción de envases de vidrio y; (iii) la comercialización de dichos envases.
12. En cuanto a las principales materias primas, existen a nivel nacional proveedores que extraen y comercializan tanto arena de sílice como carbonato de calcio. Por el contrario, el carbonato de sodio no es producido ni comercializado en Chile, por lo que debe ser importado, principalmente desde Estados Unidos¹².

⁸ Ver Formulario, correlativo de ingreso N°0591-17, p.2.

⁹ Véase información en **Nota Confidencial N°[4]**.

¹⁰ Para valores, véase información en **Nota Confidencial N°[5]**.

¹¹ Como lo pueden ser los distintos minerales que se introducen en la fundición, para otorgar, dependiendo del mineral, distintos colores del vidrio, entre otros.

¹² Ver declaraciones de miembros de la industria, en **Nota Confidencial N°[6]**.

13. Luego, todos los insumos se introducen en hornos que funcionan las 24 horas del día, durante siete días de la semana¹³ y se mezclan a una temperatura aproximada de 1.500°C. El material fundido es luego dividido cuidadosamente en gotas, con un peso, forma y temperatura controlada en forma rigurosa según el tipo de envase que se requiere elaborar.
14. Por último, con el propósito de corroborar la correcta fabricación de estos envases – en características tales como dimensión, grosor del vidrio o sus cualidades estéticas– se realizan controles de calidad, ya sean automáticos o manuales dependiendo de la tecnología disponible en la fábrica.
15. Las principales cualidades que le son otorgados a los envases de vidrio son el color y la forma o diseño del envase. Mientras los colores que más se utilizan en la industria chilena son el verde olivo, verde hoja seca, verde esmeralda, ámbar, ébano y blanco, las formas son variadas y se agrupan de acuerdo al uso que se le da al envase, siendo los principales usos destinados a vinos, espumantes, pisco, licores, cerveza, bebidas analcohólicas y frascos, entre otros.
16. Los fabricantes de dichos envases se los ofrecen a sus clientes para su posterior relleno con líquidos o alimentos, quienes finalmente realizan la venta al consumidor final. Las negociaciones entre proveedores y clientes suelen tener un carácter bilateral, determinándose los precios y/o descuentos atinentes caso a caso o bien mediante licitaciones más bien informales, variando de esta forma los precios de un cliente a otro. Finalmente, los productos son despachados desde las plantas de producción a las distintas ubicaciones indicadas por los clientes.
17. En el país existen únicamente tres fabricantes de envases de vidrio, a saber, CristalChile, Cristalerías Toro y Verallia Chile, siendo un mercado altamente concentrado¹⁴. Adicionalmente, existirían algunos importadores de envases de vidrio para su comercialización el país, tales como Partner S.A., Comercializadora de Envases Limitada, entre otros, así como importación directa por parte de algunos clientes de los fabricantes nacionales¹⁵. No obstante, las importaciones representan un volumen menor considerando el total transado en el mercado¹⁶.

¹³ Es más, los actores mencionaron que sólo ante un evento de fuerza mayor, como un terremoto o cortes de suministros energéticos, se deben detener los hornos y que los apagados que se tienen en la actualidad son programados para la realización de un mantenimiento periódico. **Nota Confidencial N°[7]**.

¹⁴ Los índices de concentración promedio para esta industria entre los años 2015 a 2018 son de 5.077 puntos.

¹⁵ Véase información aportada por Cristalerías Toro SpA, correlativo de ingreso N°02700-19.

¹⁶ Ver **Nota Confidencial [8]**.

18. CristalChile es la empresa líder de la industria. Posee dos plantas de fabricación de vidrio, una en la comuna de Padre Hurtado y otra en Llay-Llay, con tres y dos hornos de fundición respectivamente, alcanzando ventas anuales promedio cercanas a los [100-200]¹⁷ millones de dólares en los últimos tres años. Produce envases para vino, espumantes, pisco, cerveza, bebidas analcohólicas, diversos licores y frascos para alimentos, entre otros¹⁸.
19. Cristalerías Toro, por su parte, posee un único horno en su planta ubicada en la comuna de Cerrillos, produciendo envases de vidrios para ser destinados principalmente a vinos, aceites y en menor medida para diversos licores, piscos y bebidas analcohólicas¹⁹. En promedio, entre los años 2015 y 2018 obtuvo ventas por [0-100]²⁰ millones de dólares anuales.
20. Por último, Verallia Chile tiene una planta ubicada en la comuna de Rengo, en la cual cuenta con un único horno que estaría próximo a alcanzar su vida útil y sería remplazado por otro que, según estimaciones de la misma empresa, aumentará su producción en hasta un 70% aproximadamente con respecto al antiguo²¹. En promedio, tuvo una venta anual aproximada a [0-100]²² millones de dólares, dedicándose a la elaboración de envases de vidrio para vino y cerveza principalmente.
21. La Tabla N°1 muestra las participaciones de mercado de las distintas empresas a durante los últimos tres años, las que, como se advierte, se han mantenido estables.

Tabla N°1: Participación por ventas y por cantidad²³

Empresa	Valor			Volumen		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
CristalChile	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[70-80]%	[70-80]%
Cristalerías Toro	[20-30]%	[20-30]%	[20-30]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

¹⁷ Ver **Nota Confidencial [9]**.

¹⁸ Para mayor información sobre productos, véase catálogo online [En línea]: <<http://cristalchile-sitioweb.opensoft.cl/OpenCatalogo/asp/pagdefault.asp>> [última consulta: 24 de enero de 2020].

¹⁹ Para información sobre inversiones, ver **Nota Confidencial [10]**.

²⁰ Ver **Nota Confidencial [11]**.

²¹ Véase nota de prensa [En línea]: <<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=363910>> [última consulta: 24 de enero de 2020].

²² Ver **Nota Confidencial [12]**.

²³ Ver **Nota Confidencial [13]**.

Verallia Chile	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
----------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Fuente: Elaboración propia a partir de antecedentes recopilados durante la investigación.

22. Luego, en la Tabla N°2 se puede apreciar la distribución de los principales envases de vidrio producidos en Chile para el periodo comprendido entre el año 2015 y el 2018. Aunque la producción de envases de vidrio para vino no se ha visto reducida²⁴, se advierte una disminución en la participación de dicho segmento debido, principalmente, a la tasa de crecimiento de cerca de un 16% anual que ha experimentado el segmento de cervezas para el mismo periodo.

Tabla N°2 - Participación por segmentos de botellas de vidrio²⁵

Tipo de Envase	2015	2016	2017	2018
Vino	[60-70]%	[60-70]%	[60-70]%	[50-60]%
Cerveza	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%
Licores	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%	[0-10]%
Otros	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%	[10-20]%

Fuente: Elaboración propia a partir de antecedentes recopilados durante la investigación.

III. MERCADO RELEVANTE

23. Tal como fue señalado, las actividades de las Partes se superponen en la fabricación y comercialización de envases de vidrio.
24. Esta Fiscalía entiende por mercado relevante el de un producto, o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tal que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado²⁶.
25. Particularmente, esta Fiscalía entiende que conforman el mercado relevante de producto, el producto o grupo de productos que sus consumidores consideren sustitutos suficientemente próximos²⁷.
26. Por otro lado, esta Fiscalía entiende por mercado geográfico relevante la menor área geográfica dentro de la cual sea probable ejercer poder de mercado respecto del producto o grupo de productos relevantes²⁸, donde, además, las condiciones de

²⁴ Es más, dicha producción ha aumentado en una tasa anual cercana al [0-10]%. Ver **Nota Confidencial [14]**.

²⁵ Ver **Nota Confidencial [15]**.

²⁶ FNE, Guía para el Análisis de Operaciones de concentración, octubre de 2012 ("Guía"). p. 10.

²⁷ Guía p. 10.

²⁸ Guía p. 10.

competencia son suficientemente homogéneas como para permitir su diferenciación respecto de otras áreas²⁹. En consecuencia, el análisis considerará tanto la dimensión geográfica como la de producto.

a. Mercado relevante de producto

27. Para el análisis y definición del mercado relevante de producto en la presente investigación, se procedió a analizar la jurisprudencia internacional existente, así como lo indicado por los principales actores de la industria nacional, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.
28. Considerando la jurisprudencia internacional, agencias de competencia extranjeras como la Comisión Europea³⁰ y las autoridades de competencia de España³¹ y Portugal³², han sostenido que, en términos generales, la definición de mercado relevante de producto se correspondería a la fabricación y distribución de envases de vidrio para bebidas y alimentación.
29. Adicionalmente, tomando en cuenta los envases de vidrio en sí mismos y su uso final respectivo, la Comisión Europea observó que también podrían realizarse sub-segmentaciones adicionales - en particular a los formatos de envases de mayor volumen como el de vinos, espumantes y licores; menor volumen como el de cervezas y bebidas analcohólicas; y el de alimentos -, dejando finalmente la definición abierta atendido el elevado nivel de sustitución desde el lado de la oferta³³.
30. Considerando ahora el panorama nacional, de acuerdo a los antecedentes recabados por la Unidad de Fiscalización de Cumplimiento (“Unidad”), en particular desde el lado de la oferta, si bien los tres actores principales circunscribieron su ámbito de competencia a los envases de vidrio³⁴, un actor indicó además que los fabricantes de envases de vidrio también enfrentarían competencia de otros tipos de envases, tales como aquellos de plástico, cartón o aluminio³⁵.

²⁹ Guía p. 17.

³⁰ Ver decisiones de la Comisión Europea: COMP/M.6025 Ardagh / Impress, del 29 de noviembre de 2010; M.3397 Owens-Illinois / BSN Glasspack, del 9 de junio de 2004; IV/M.1539 CVC / Danone / Gerresheimer, del 5 de julio de 1999; y V/M.1109 Owens-Illinois / BRT Packaging, del 21 de abril de 1998, entre otros.

³¹ Ver decisiones de la CNMC: Expediente C/0893/17, Vidrala / Santos Barosa, del 5 de octubre de 2017 y Expediente N-04085, Vidrala / BSN Glasspack España, del 24 de noviembre de 2004.

³² Ver decisiones de la AdC: Caso Ccent. 26/2008 – BA Glass / Sotancro, del 21 de mayo de 2008; y Expte. Ccent. 33/2003 – Bar-Bar-Idade Glass / Fábrica de Vidros Barbosa & Almeida, del 9 de septiembre de 2003.

³³ M.3397 Owens-Illinois / BSN Glasspack, del 9 de junio de 2004.

³⁴ Ver **Nota Confidencial [16]**.

³⁵ Para mayor detalle sobre declaraciones, ver **Nota Confidencial [17]**.

31. Sin embargo, según lo observado por esta Unidad, se advertiría una escasa sustituibilidad entre los envases de vidrio y aquellos fabricados con otros materiales, por cuanto las empresas deben incurrir en costos significativos para adecuar su producción³⁶.
32. Así, con respecto a la elección del tipo de envase, un actor manifestó que en especial para los vinos de exportación, la decisión de envasar en vidrio estaría relacionada a la calidad misma del vino. En particular, esta elección se basaría fundamentalmente en tres razones. Primero, mantendría el origen del embotellado y la marca del vino, cosa que sería muy valorada por los consumidores extranjeros; segundo, no habría una pérdida de la calidad del producto, en comparación a si éste se exportara a granel³⁷; y tercero, por competitividad, ya que sería más rentable embotellarlo internamente que en otros lugares³⁸.
33. Por otro lado, actores del mismo rubro agregaron que si bien se abastecen de otros tipos de envases, como los de tipo Tetrapak o *bag-in-box*³⁹, su elección estaría relacionada a la ocasión de consumo que tiene destinada el producto, además de los costos de transporte asociados⁴⁰.
34. En lo que se refiere a las características de los envases de vidrio de los distintos productores, empresas del sector vitivinícola - que como fue indicado concentran el [50-60%] de la demanda de este tipo envases - señalaron que algunos tipos de botellas de vino podrían ser fácilmente intercambiables entre sí en el proceso de envasado, ya que algunos modelos serían muy similares entre los distintos proveedores⁴¹. Así, y según fue constatado por esta Unidad, habría diversas empresas del sector vitivinícola que se abastecerían de dos o más proveedores⁴².
35. De acuerdo a lo expuesto, tanto la información recopilada en la presente investigación como la jurisprudencia existente, permitiría considerar a los envases de vidrio como un mercado relevante de producto distinto a los de otros materiales de envasado, en

³⁶ Ver Nota Confidencial [18].

³⁷ En grandes tanques con capas de plástico, generalmente del tamaño de un contenedor, que alcanza una capacidad total de transporte desde 16.000 hasta 36.000 litros.

³⁸ Ver Nota Confidencial [19].

³⁹ A modo general, es un tipo de envase que se compone de una bolsa resistente e impermeable, generalmente compuesta de varias capas de películas de metal o plástico, que es donde se introduce el líquido a almacenar, y que iría dentro de una caja de cartón corrugado.

⁴⁰ Cuando el vino se exporta a granel, algunos actores utilizarían *flexi-bag* para su transporte, y no envases de vidrio. Ver Nota Confidencial [20].

⁴¹ Ver Nota Confidencial [21].

⁴² Ver Nota Confidencial [22].

particular los envases de plástico y latas de aluminio. Sin embargo, en este caso en particular, la definición exacta de mercado relevante de producto puede dejarse abierta, puesto que, como se explicará, sea cual fuere la posición que se adoptare, la participación que tiene CristalChile en Rayén Curá no implicaría actualmente riesgos de consideración a la libre competencia.

b. Mercado relevante geográfico

36. Los distintos actores de la industria circunscribieron el área geográfica involucrada al ámbito nacional, considerando costos de transporte y el escaso nivel de importaciones de este tipo de envases.
37. La Comisión Europea ha señalado que los costos de transporte constituirían la primera barrera que enfrentan los productores para lograr distribuir productos en áreas geográficamente más amplias que a nivel nacional⁴³, indicando que la distancia máxima en la cual sería económicamente rentable distribuir sus productos se encontraría entre los 400 y 500 kilómetros de distancia de la planta de origen. No obstante, agrega que dicho radio podría variar dependiendo de la infraestructura de transporte local, los volúmenes a transportar y los precios, entre otros⁴⁴.
38. Lo anterior se condice con los antecedentes recopilados en la presente investigación, donde los clientes se abastecerían principalmente de productores nacionales de envases de vidrio y existirían bajos niveles de importaciones de productos terminados⁴⁵.
39. Así, consultados algunos clientes de envases de vidrio, señalaron que si bien periódicamente hacen cotizaciones en el extranjero como punto de comparación⁴⁶, la importación de productos es escasa al no existir servicios de post-venta, necesitar mayores plazos de entrega, ser variable la calidad de los productos y, por último, ser más ineficiente en términos de transporte, dado el volumen que ocupan los envases de vidrio y la fragilidad de éstos, que se traduciría finalmente en un precio mayor, comparado a la realidad nacional.

⁴³ M.3397 Owens-Illinois / BSN Glasspack, del 9 de junio de 2004.

⁴⁴ M.3397 Owens-Illinois / BSN Glasspack, del 9 de junio de 2004.

⁴⁵ En este sentido, ver declaración de miembro de la industria en **Nota Confidencial [23]**.

⁴⁶ Ver declaración en **Nota Confidencial [24]**.

40. Por todo lo anterior, si bien una noción conservadora en relación a la participación cruzada en análisis, conllevaría ampliar el ámbito geográfico en el cual se desarrolla la comercialización de envases de vidrios desde el ámbito nacional a uno internacional donde se incluya, al menos, a Argentina, los antecedentes recopilados no permiten sostener, en las circunstancias actuales de mercado, dicha postura. Por ende, esta Unidad estima que la dimensión del mercado relevante geográfico tiene un carácter nacional para la producción y comercialización de envases de vidrio.
41. En dicho sentido, se tiene presente que, considerando al mercado relevante geográfico como nacional, esta Unidad no advierte una superposición entre las actividades de las Partes, dado que Rayén Curá no comercializa sus productos en el país.
42. No obstante lo anterior, dado que la presente investigación trata sobre el análisis de una participación cruzada entre dos actores dedicados a la fabricación y comercialización de envases de vidrio, donde uno de ellos –Rayén Curá– se relaciona con un actor que cuenta con presencia nacional a través de la pertenencia a un mismo grupo empresarial –Verallia Chile–, se realizará de igual forma un breve análisis sobre los posibles efectos derivados de dicho vínculo estructural.

IV. ANÁLISIS DE LIBRE COMPETENCIA

43. Para el desarrollo de esta sección, se utilizará, en lo que fuere aplicable, el análisis sustantivo propio de un control de operaciones de concentración, aunque la presente investigación trate sobre una participación cruzada entre dos actores dedicados a la fabricación y comercialización de envases de vidrio. Esto, debido a que los efectos cualitativos de las participaciones en competidores son similares a los que pueden ser identificados a partir de dichas operaciones, sin perjuicio de algunas diferencias específicas entre uno y otro tipo de vínculo⁴⁷⁻⁴⁸.
44. En cuanto a los posibles efectos, al implicar las participaciones cruzadas un vínculo estructural entre dos o más actores, normalmente traen aparejados riesgos de

⁴⁷ Informe de la Fiscalía Nacional Económica sobre la adquisición por Tianqi Lithium Corporation de una participación accionaria en SQM, pp. 45 y 46.

⁴⁸ En el mismo sentido, Véase, Informe denominado “Participaciones Minoritarias y Directores Comunes entre Empresas Competidoras”, de Fiscalía de Fusiones y Estudios de noviembre de 2013; e Informe OECD *Policy Roundtables: Minority Shareholdings*, 2008, p. 11. En dicho sentido, se tiene especialmente presente que las razones de eficiencias asociadas a las participaciones minoritarias tienden a ser considerablemente menores.

carácter coordinado. Sin embargo, tampoco es posible descartar *a priori* la posibilidad de que las mismas den origen a la verificación de efectos unilaterales.

a. Efectos unilaterales

45. En este caso en particular, el análisis de efectos unilaterales realizado por esta Unidad se centró en los segmentos analizados anteriormente. Por ende, al no existir superposición entre las actividades de fabricación y comercialización de envases de vidrio a nivel nacional entre las Partes, es posible considerar que la participación analizada no trae aparejada efectos unilaterales sustanciales a la competencia, al no tener la aptitud de incrementar la capacidad e incentivos necesarios para que CristalChile aumente sus precios o disminuya las cantidades producidas, los niveles de innovación, calidad o variedad que ofrece a sus clientes⁴⁹.
46. A mayor abundamiento, dicha participación únicamente afecta el interés financiero de CristalChile en Rayén Curá, por lo que no modifica ni la estructura de incentivos para competir entre la primera y Verallia Chile⁵⁰, ni la estructura de control de ésta última.
47. Por último, tampoco se estudiarán efectos verticales por cuanto las Partes no estarían relacionadas mediante este tipo de vínculos en la industria.

b. Efectos coordinados

48. Conforme a lo dispuesto en la Guía, “[u]na operación de concentración puede reducir los niveles de competencia en el o los mercados relevantes cuando facilita o puede hacer más efectivo el comportamiento coordinado de la entidad concentrada con sus competidores”⁵¹.
49. La misma Guía señala también que la existencia de participaciones cruzadas es un elemento que torna un mercado vulnerable a la coordinación⁵², al facilitar el traspaso de información estratégica y el monitoreo de competidores y, a la vez, reducir el atractivo de los desvíos de una coordinación.

⁴⁹ En los términos descritos en la Guía, p.19.

⁵⁰ Ya que la ocurrencia de posibles efectos mencionados en el párrafo anterior, no serían rentables para CristalChile en cuanto la participación que es titular no le permite recapturar parte de las rentas adicionales que podrían desviarse a otros actores del mercado, como Verallia Chile.

⁵¹ Guía, p. 20.

⁵² Guía, p. 22.

50. Como fue mencionado anteriormente, las Partes no presentan actualmente traslape en sus actividades a nivel nacional, por lo que la potencial ocurrencia de riesgos coordinados no diría relación con un vínculo entre las dos empresas.
51. No obstante, de igual forma se analizará la factibilidad de una potencial coordinación entre CristalChile, Verallia Chile y Rayén Curá, dadas las relaciones estructurales presentes entre estas tres entidades, considerando la participación de CristalChile en la propiedad y directorio de Rayén Curá y la pertenencia de ésta última al mismo grupo empresarial de Verallia Chile.
52. Una de las condiciones para propiciar tal coordinación sería la habilidad de los distintos participantes de alcanzar algún tipo de acuerdo y monitorear el cumplimiento del mismo⁵³. Lo anterior es más factible en mercados altamente concentrados, donde se transan productos homogéneos o con altos grados de transparencia respecto a precios, capacidades y ventas⁵⁴, todas características presentes en la industria en cuestión, como fue mencionado *supra*.
53. En el caso específico, se tiene presente que el vínculo que actualmente une a CristalChile con Rayén Curá es la participación de un 40% de la primera sobre ésta última, donde CristalChile, en su calidad de accionista, puede nombrar dos de cinco directores y es capaz de acceder a información altamente sensible con respecto a la fabricación de envases de vidrio en el país trasandino, especialmente referida a cantidades de producción, inversiones, tecnologías, *know how*, contratos de venta, políticas de precios, nuevos negocios, costos y otras variables estratégicas competitivas⁵⁵. Por su parte, de acuerdo a los antecedentes recopilados, Rayén Curá no accedería a tal información de CristalChile.
54. Por otra parte, se ha constatado que Verallia Chile y Rayén Curá acceden a cierta información comercialmente sensible de cada cual, aunque restringida. En efecto, la misma se refiere principalmente a informes de desempeño y de riesgos en la operación de las distintas plantas ubicadas en América Latina, a través de una sociedad del grupo Verallia ubicada en Brasil, Verallia Brasil S.A., a la que ambas compañías reportan.

⁵³ Ver CMA, *A Quick Guide to UK Merger Assessment*, p. 10.

⁵⁴ En el mismo sentido, ver Informe de la Fiscalía Nacional Económica sobre la adquisición por Tianqi Lithium Corporation de una participación accionaria en SQM. p. 63.

⁵⁵ Ver información aportada por CristalChile, correlativo de ingreso N°2666-19 de fecha 4 de junio de 2019.

55. Así, entre Verallia Chile y Rayén Curá no existe vínculo directo de propiedad que propicie un flujo adicional de información capaz de dotar de mayor transparencia en los mercados relevantes identificados, sino que su contacto se genera únicamente a través de una sociedad ubicada en el extranjero.
56. En dicho sentido, mediante el vínculo referido, CristalChile podría acceder indirectamente a cierta información comercial de Verallia Chile, mediante las comunicaciones que hace Verallia Brasil S.A. a Rayén Curá, pudiendo utilizar eventualmente dicha sociedad como una plataforma de comunicación entre ambos competidores para coordinar una eventual actuación conjunta.
57. Sin embargo, de acuerdo a los antecedentes tenidos a la vista, dicha información no se referiría a volúmenes de ventas o a precios y, en general, carecería de la precisión necesaria para permitir por sí la transparencia suficiente para provocar o monitorear fehacientemente un acuerdo colusorio⁵⁶.
58. Por otro lado, en cuanto a un posible riesgo de coordinación frente a una disminución de la cantidad producida, no se advierte por esta Unidad que lo anterior sea especialmente rentable para las Partes, por cuanto debido a las características de los hornos y del proceso productivo ya mencionadas anteriormente, una baja en la cantidad producida no disminuiría de forma significativa los principales costos, existiendo entonces mayores incentivos hacia un posible desvío.
59. Adicionalmente, se debe tener presente que los demandantes de envases de vidrio suelen poseer un poder de negociación relevante, que les podría permitir generar un contrapeso efectivo ante estrategias que tuvieran por finalidad reducir la competencia en el mercado. En efecto, se trataría de negociaciones bilaterales donde las Partes acordarían los volúmenes a producir⁵⁷.
60. Esto último, a su vez, puede también significar un incentivo al desvío de alguno de los actores que formen parte de un eventual acuerdo colusorio, atendido que tal modalidad de negocio les asegura un volumen de ventas determinado a favor del cliente.
61. Lo anterior no obsta a que, en opinión de esta FNE, todo vínculo estructural o punto de contacto entre competidores debe ser objeto de medidas internas en constante

⁵⁶ Para mayor detalle sobre dicha información, ver **Nota Confidencial [25]**.

⁵⁷ Ver **Nota Confidencial [26]**.

actualización por parte de los agentes económicos involucrados que tiendan a evitar, de forma efectiva y real, que se produzcan hechos, actos o contratos que puedan atentar contra la libre competencia.

V. CONCLUSIONES

62. En atención a los antecedentes recabados durante la Investigación y el análisis realizado por esta Unidad, se recomienda archivar la presente investigación, al no haberse verificado riesgos para la libre competencia de consideración, salvo el mejor parecer del señor Fiscal Nacional Económico.

Saluda atentamente a usted,


ALEJANDRO DOMIC SEGUCH
JEFE DIVISIÓN ANTIMONOPOLIOS (S)

AG
AGU