



MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
 SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCIÓN NÚMERO DE 2013
 57633)

000 576 33

VERSIÓN PÚBLICA

30 SEP 2013

Radicación No. 13-114574

Por la cual se autoriza una operación de integración

EL SUPERINTENDENTE DE INDUSTRIA Y COMERCIO

En ejercicio de facultades legales, especialmente las previstas en la Ley 155 de 1959, la Ley 1340 de 2009 y el numeral 15 del artículo 3 del Decreto 4886 de 2011,
 y

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que el artículo 9 de la Ley 1340 del 24 de julio de 2009 prevé que:

"ARTÍCULO 9. Control de integraciones empresariales. El artículo 4º de la Ley 155 de 1959 quedará así:

Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor, y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada:

1. *Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio o;*
2. *Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio.*

En los eventos en que los interesados cumplan con alguna de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante, se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación (...)."

SEGUNDO: Que de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, el día 8 de mayo de 2013¹, y con número de radicación 13-114574, MULTIDIMENSIONALES S.A. y EMPAQUES ECOLÓGICOS DE COLOMBIA S.A.S-ECOPACK (en adelante también llamadas las "intervinientes") presentaron ante esta

¹ Expediente 13-114574. Folios 1 al 115. Cuaderno público 1.

Superintendencia una solicitud para la aprobación de una operación de integración que pretenden adelantar, la cual consiste en:

"(...) la compra por parte de la sociedad PHOENIX PAPER PACKAGING COLOMBIA S.A.S., empresa del GRUPO PHOENIX, de la unidad de negocio, que comprende la maquinaria y equipo, que posee EMPAQUES ECOLOGICOS DE COLOMBIA S.A.S.- ECOPACK para la producción y comercialización de vasos de cartón, platos de cartón y conos de papel, así como el inventario de estos productos y el inventario de materia prima"².

TERCERO: Que en virtud de lo previsto en el artículo 156 del Decreto No. 19 de 2012 y en el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, el 30 de mayo de 2013, se realizó publicación en la página web de esta Entidad del inicio del procedimiento de autorización de la operación presentada.

CUARTO: Que dentro de los 10 días siguientes a la publicación del inicio del procedimiento de autorización de la operación en la página web de la Superintendencia de Industria y Comercio, ningún tercero presentó información que pudiera aportar elementos para el análisis de la operación, todo de conformidad con el numeral 2 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009.

QUINTO: Que dentro de los 30 días siguientes a la presentación de la información de la operación, y de conformidad con el numeral 3 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, la Superintendencia consideró procedente continuar con el procedimiento de autorización de la operación, para lo cual solicitó a las intervinientes, el 2 y 11 de julio de 2013³, aportar la información señalada en el Anexo No. 2 de la guía de estudio de fondo de integraciones empresariales, para que fuera allegada a esta Entidad dentro de los 15 días hábiles siguientes al envío de la comunicación. Las intervinientes dieron respuesta mediante oficio radicado el 17 de julio de 2013, con el número 13-114574-00038⁴.

SEXTO: Que en ejercicio de las facultades previstas en el numeral 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, esta Entidad solicitó información a la DIAN mediante escrito del 17 de mayo de 2013 radicado con el número 13-114574-0003⁵, al cual dieron respuesta mediante oficio radicado el 27 de junio de 2013, con el número de radicado 13-114574-00032⁶.

SÉPTIMO: Que en ejercicio de las facultades previstas en el numeral 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, el día 22 de mayo de 2013, esta Entidad requirió información a diferentes empresas pertenecientes al sector de producción y

² Expediente 13-114574. Folio 3. Cuaderno reservado intervinientes 1.

³ Expediente 13-114574 Folios 213 y 214. Cuaderno público 1.

⁴ Expediente 13-114574. Folios 220 al 232. Cuaderno reservado intervinientes 1.

⁵ Expediente 13-114574. Folio 120. Cuaderno público 1.

⁶ Expediente 13-114574. Folios 185 al 205. Cuaderno reservado terceros 1.

comercialización de vasos de cartón, con el fin de obtener información para analizar el impacto de la operación presentada⁷.

OCTAVO: Que en ejercicio de las facultades previstas en el numeral 63 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011, se solicitó información a las empresas intervinientes, mediante escrito del 22 de julio de 2013 radicado con el número 13-114574-00039⁸, al cual dieron respuesta mediante oficio radicado el 5 de agosto de 2013, con el número de radicado 13-114574-00042⁹.

NOVENO: Que una vez hechas las anteriores consideraciones, y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación informada, en los siguientes términos:

9.1. Intervinientes

9.1.1. MULTIDIMENSIONALES S.A. (en adelante MULTIDIMENSIONALES)

Se dedica a la fabricación, comercialización y distribución de empaques plásticos para alimentos, como los vasos de cartón. El código CIIU que identifica su actividad económica es 1702¹⁰.

Su composición accionaria para el año 2012 es la siguiente:

Tabla No. 1
Composición accionaria de MULTIDIMENSIONALES

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
TOTAL	100%

Fuente: Intervinientes, folio 5, cuaderno reservado 1 de intervinientes.

9.1.2. EMPAQUES ECOLÓGICOS DE COLOMBIA S.A.S. (en adelante ECOPACK)

Se dedica a la fabricación de vasos y platos de cartón, conos de papel y tapas plásticas para bebidas. El código CIIU que identifica su actividad económica es 1702¹¹.

Su composición accionaria para el año 2012 se observa a continuación:

⁷ Expediente 13-114574. Folios 122 al 137. Cuaderno público 1.

⁸ Expediente 13-114574. Folio 233. Cuaderno público 1.

⁹ Expediente 13-114574. Folios 245 al 249. Cuaderno reservado intervinientes 1.

¹⁰ Expediente 13-114574. Folio 4. Cuaderno reservado intervinientes 1.

¹¹ *Ibíd.*

Tabla No. 2
Composición accionaria de ECOPACK

ACCIONISTA	PARTICIPACIÓN
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
TOTAL	100%

Fuente: Intervinientes, folio 5, cuaderno reservado 1 de Intervinientes.

9.2. Mercado relevante afectado

9.2.1. Mercado Producto

El mercado de producto se determina a partir de aquellos productos que son ofrecidos por MULTIDIMENSIONALES y ECOPACK de manera coincidente. De acuerdo con las actividades desarrolladas por las intervinientes, a continuación, se listan todos los productos que son ofrecidos en el mercado:

Tabla No. 3
Productos ofrecidos por las intervinientes

PRODUCTOS	MULTIDIMENSIONALES	ECOPACK
Vasos de cartón	x	x
Tapas plásticas	x	
Vasos plásticos	x	
Platos plásticos	x	
Cubiertos plásticos	x	
Pitillos	x	
Film extensible para alimentos	x	
Bases plásticas multiusos	x	
Platos espumados	x	
Vasos térmicos	x	
Papel aluminio	x	
Copas plásticas	x	
Platos y contenedores en pulpa de bagazo de caña	x	
Platos de cartón		x
Conos de papel		x
Aisladores y asas plásticas		x

Fuente: Intervinientes, folio 8, cuaderno reservado 1 de Intervinientes.

Respecto a la tabla anterior, se observa que en dicha operación se presentará una integración de tipo horizontal dado que tanto MULTIDIMENSIONALES como ECOPACK comercializan y producen vasos de cartón¹².

¹² Cabe aclarar que de acuerdo con las Intervinientes: "La operación no incluye la maquinaria para la producción de tapas plásticas para vasos de cartón, ni el inventario de este producto, motivo por el cual la operación proyectada no tendrá efectos integrativos sobre dicho mercado. Para claridad total de la Superintendencia, se deja constancia que la maquinaria, inventarios y activos intangibles

De acuerdo con la información aportada por las intervinientes, los vasos de cartón corresponden a:

"(...) un contenedor de alimentos y bebidas elaborado en papel o cartón con recubrimiento en polietileno o cualquier otro material que evita que se salga su contenido a través de las paredes del mismo"¹³.

Gráfico No. 1



A continuación, se presenta una descripción del proceso de producción de los vasos de cartón:

1. **"Compra de materia prima:** Poly Cup o Poly Board, este material maneja dos especificaciones básicas, el calibre y/o el gramaje del material y el uso final, bebidas calientes (P1S) y bebidas frías (P2S), el Poly cup o Poly board es un cartón recubierto de Polietileno de baja densidad, cuando se habla de P1S se dice que solo tiene recubrimiento en una de las caras del papel, P2S se dice que tiene recubrimiento por las dos caras del papel.
2. **Impresión y Troquelado del material:** Este proceso es intermedio y se refiere a la impresión (si la hay) y el troquelado de la etiqueta individual de cada producto.
3. **Armado del vaso:** El proceso consiste en armar el cono del vaso e incorporarle el fondo por medio de sellados al calor o por elementos que básicamente funden el polietileno de baja densidad uniendo los papeles entre sí, en este proceso primero se hace el cono del vaso, luego se le incorpora el fondo del vaso, se le aplica calor y presión para sellarlo y finalmente se le hace el reborde superior.
4. **Empaque y distribución:** Se pasa a la unidad de empaque en donde se marca el producto y luego es despachado al cliente"¹⁴.

- Características generales y usos

Las intervinientes señalan que en el mercado se encuentran diversas presentaciones disponibles como: 4oz, 6oz, 7oz, 9oz, 10oz, 12oz, 16oz, 22oz y 32oz.

Estos vasos de cartón son utilizados en diversos canales como son, entre otros, el canal "food service", el cual sirve para ofrecer bebidas y/o alimentos fuera del hogar

asociados al producto tapas plásticas para vasos de cartón, no serán objeto de adquisición por parte de la sociedad PHOENIX PAPER PACKAGING COLOMBIA S.A.S.". Expediente 13-114574. Folio 258. Cuaderno reservado intervinientes 1.

¹³ Expediente 13-114574. Folio 9. Cuaderno reservado intervinientes 1.

¹⁴ Expediente 13-114574. Folio 11. Cuaderno reservado intervinientes 1.

o el canal institucional, a través del cual las empresas publicitan la imagen de su compañía.

Dentro de los principales consumidores¹⁵ se encuentran: (i) compradores de "food service", segmento compuesto por aquellas empresas que ofrecen los alimentos por fuera del hogar; (ii) compradores institucionales, son las empresas que personalizan la imagen de su compañía para posicionar su marca en el mercado; (iii) consumidores del hogar, son aquellos que utilizan este producto para el consumo personal; y (iv) compradores utilitarios, conformado este grupo por aquellas personas que ofrecen los alimentos y bebidas por fuera del hogar sin necesidad de un establecimiento.

Según las intervinientes, la mayoría de estos productos son adquiridos por los consumidores del canal de food service, representando dentro del total de ventas de MULTIDIMENSIONALES el ■■■■ y en ECOPACK el ■■■■¹⁶.

Respecto a la sustitución de los vasos de cartón, desde el punto de vista de las características y usos de este, terceros afirmaron que *"[e]n Colombia se fabrican y comercializan productos sustitutos como los vasos fabricados con distintas resinas plásticas, incluido el poliestireno expandido (icopor). Dichos productos pueden sustituir los vasos de cartón por tener un uso, dimensiones, forma y capacidad similares"*¹⁷.

No obstante lo manifestado por competidores, esta Superintendencia considera, teniendo en cuenta las características de los materiales y el tipo de clientes, que los vasos de cartón no tienen productos sustitutos cercanos.

9.2.2. Mercado geográfico

El mercado geográfico es el área de influencia en la cual los compradores pueden elegir varios productos y los proveedores pueden a su vez suministrarlos. Por lo tanto, de acuerdo con la información aportada por las intervinientes se estableció que el área de influencia en la que tendrá efecto la integración es todo el territorio nacional¹⁸.

9.2.3. Conclusión del mercado relevante

Con base en lo expuesto, este Despacho considera que el mercado relevante afectado por la operación objeto de estudio es la producción y comercialización de vasos de cartón.

En cuanto al mercado geográfico, se considera que es de carácter nacional dado que el producto afectado se encuentra disponible en todo el país donde las condiciones de calidad, oferta y precio son homogéneas.

¹⁵ Algunos de los clientes de Multidimensionales y Ecopack son: Gaseosas Posada Tobón, Gaseosas Colombiana, Gaseosas Lux, Restcafe S.A.S., Cinemark Colombia S.A.S., Don Jediondo Sopitas y Parilla, Royalfilm, Novaventa S.A.S.

¹⁶ Expediente 13-114574. Folio 10. Cuaderno reservado Intervinientes 1.

¹⁷ Expediente 13-114574. Folio 146. Cuaderno reservado terceros 1.

¹⁸ Expediente 13-114574. Folio 12. Cuaderno reservado Intervinientes 1.

9.3. Estructura del mercado

Con base en lo indicado en los numerales anteriores, el mercado que se analizará corresponde los vasos de cartón que se comercializan a nivel nacional.

9.3.1. Participación en el mercado de vasos de cartón

Para calcular la participación de las empresas en este mercado se tuvo en cuenta la información correspondiente a las importaciones de vasos de cartón, así como las ventas en pesos realizadas por diferentes sociedades en el país. En la siguiente tabla se presentan las cuotas de participación para el año 2012.

Tabla No. 4
Participación en el mercado de vasos de cartón para el año 2012.

Fuente: Información aportada por las intervinientes y por terceros. Folios 246 al 249, cuaderno reservado intervinientes 1 y folios 142 al 182 y folios 206 al 242, cuaderno reservado terceros 1.

De acuerdo con la tabla anterior, el porcentaje de importaciones de vasos de cartón (7,8%) es inferior al porcentaje en ventas nacionales de este producto (92,20%).

Así mismo, como se puede apreciar, se encontró que la sociedad INTERNATIONAL PAPER tuvo una participación del 29,85% para el año 2012, seguido de MULTIDIMENSIONALES con una participación del 26,34%, ECOPACK con una participación del 19,98%, KOS (EKA CORPORACIÓN) con el 10,58%, entre otros. Una vez realizada la operación proyectada, MULTIDIMENSIONALES alcanzaría una participación del 46,33%.

Por lo anterior, si bien las empresas integradas ostentarían una alta participación en este mercado, existen diversos agentes que ejercen una presión competitiva, tal como se señaló anteriormente.

9.3.2. Índices de Concentración y dominancia

• HHI

Una vez definidas las cuotas de participación en el mercado de vasos de cartón, se calculó el índice HHI, el cual se muestra a continuación:

Tabla No. 5
HHI antes y después de la operación

Antes de la Operación	Después de la Operación	Diferencia porcentual
2.129	3.182	49,45%

Fuente: cálculos propios, SIC.

El índice HHI evidencia que este mercado se encuentra altamente concentrado¹⁹ desde antes de la integración, con un HHI antes de la operación de 2.129 y luego de la operación proyectada de 3.182, incrementando dicho índice en un 49,45%.

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede afirmar que el mercado de vasos de cartón es concentrado previo a la integración. A continuación, se analizan los índices de dominancia con el fin establecer si la empresa MULTIDIMENSIONALES luego de la operación resultaría con poder de mercado.

• ÍNDICES DE DOMINANCIA: KWOKA y STENBACKA

Una vez, analizado el índice de concentración HHI, este Despacho evaluará la posibilidad de que el ente integrado pudiera entrar a consolidar una posición dominante en el mercado como resultado de la operación proyectada, por lo cual, se hace un análisis de los índices de dominancia de KWOKA²⁰ y STENBACKA²¹:

¹⁹ Una vez calculado el valor del índice, se pueden definir tres categorías dependiendo de la concentración. Un mercado no será concentrado cuando el HHI es menor que 1000; será moderadamente concentrado, cuando el indicador se encuentre entre 1000 y 1800; y se habla de una industria altamente concentrada, cuando el HHI supere este último valor. Por lo tanto, a partir de 1800 puntos, el mercado afectado puede considerarse como significativamente concentrado; algunos académicos han sugerido que a esta conclusión sólo debería llegarse a partir de niveles de 2500 puntos. *Ibidem*.

²⁰ El índice de KWOKA se concentra en la estructura de las participaciones de mercado de las empresas. De esta forma, cuando la desigualdad entre el tamaño de las empresas aumenta, se incrementa la dominancia y, consecuentemente, el índice se eleva. Este índice se determina mediante la siguiente fórmula:

$$KWOKA = \sum_{i=1}^n (s_i - s_{i+1})^2$$

donde S_i 's están ordenadas de mayor a menor y corresponden a las participaciones de mercado de las empresas. El índice varía entre 0 y 1, siendo 1 el valor correspondiente a una estructura de mercado de monopolio. Al respecto ver: Kwoka, John, "Large Firm Dominance and Price-Cost Margins in Manufacturing Industries", *Southern Economic Journal*, Vol. 44, No. 1 (Jul., 1977), pp. 183-189.

²¹ El índice de STENBACKA es una aproximación para identificar cuándo una empresa tiene una posición dominante en un mercado determinante. Teniendo en cuenta la participación de mercado de la empresa líder y de la segunda empresa más importante, el índice de STENBACKA arroja un umbral de cuota de mercado para determinar si la empresa más grande tiene o no posición de dominio. Según

Tabla No. 6
Índices de dominancia mercado de vasos de cartón

	Antes de la operación	Después de la operación
KWOKA	0,06	0,35
STENBACKA	48,5%	39,3%

Fuente: Cálculos propios, SIC.

Como se observa en la tabla anterior, una vez realizada la operación proyectada, el índice de KWOKA pasa de 0,06 a 0,35 teniendo un incremento de 0,29. Se debe tener en cuenta que el índice está definido en un intervalo de 0 a 1, por lo que el valor de 0,35 no es preocupante en términos de dominancia. Por lo tanto, este índice de dominancia refleja que la diferencia de cuota de mercado de las empresas intervinientes respecto a la cuota de mercado de su inmediato competidor, INTERNATIONAL PAPER, no se incrementa sustancialmente a raíz de la integración que se proyecta.

Con respecto al índice de STENBACKA, las intervinientes alcanzarían una cuota de participación luego de la operación proyectada del [REDACTED] el cual supera al índice calculado luego de la operación de 39,3%, por lo cual podría inferirse preliminarmente que MULTIDIMENSIONALES tendría posición de dominio en el mercado relevante de vasos de cartón. No obstante lo anterior, hay que tener en cuenta que el índice STENBACKA es un indicador de dominancia que no puede analizarse de manera aislada de otros factores como las barreras a la entrada y la contestabilidad del mercado, factores que analizaremos más adelante.

9.3.3. Conclusión de la estructura del mercado

De acuerdo con lo anterior, se considera que el mercado relevante afectado por la operación objeto de estudio son los vasos de cartón. En cuanto al mercado geográfico, se considera que es de carácter nacional dado que los compradores pueden elegir varios productos y los proveedores pueden suministrarlos en todo el territorio nacional.

lo anterior, cualquier cuota de mercado superior a dicho umbral podría significar a una posición dominante. La fórmula para calcular el umbral de STENBACKA es la siguiente:

$$S^D = g(S_1, S_2) = \frac{1}{2}(1 - \gamma(S_1^2 - S_2^2))$$

donde S_1, S_2 corresponden a las participaciones de mercado de las dos empresas más importantes, respectivamente. Por su parte, γ es un parámetro específico a cada industria y está relacionado con las barreras a la entrada, los instrumentos de política pública para incentivar la competencia, la regulación económica, la existencia de derechos de propiedad intelectual, entre otros. Para simplificar el análisis, en este ejercicio supondremos $\gamma=1$. Al respecto ver: Stenbacka et al, "Assesing Market Dominance", Journal of Economic Behavior, Vol. 68, Issue 1, (October 2008), pp. 63-72.

9.4. Barreras a la entrada

Una vez definida la operación proyectada, es preciso determinar la existencia de barreras a la entrada. Es decir, si existen dificultades para que en un corto, mediano o largo plazo, nuevos competidores puedan ofrecer su producto en el mercado de vasos de cartón, con el fin de establecer si además de la actual competencia, los competidores se pueden ver debilitados por posibles empresas que ingresen a este mercado.

Las barreras a la entrada y altos niveles de concentración en un mercado, llevan a que las empresas que proyectan integrarse tengan la posibilidad de determinar condiciones tales como los precios, los cuales pueden estar por encima de los costos promedio mínimos de producción y distribución.

Esto se acompaña con una baja capacidad por parte de los competidores para afectar la participación de las intervinientes mediante precios más bajos o calidades superiores.

De acuerdo con la información y el tipo de mercado, se puede apreciar que no existen barreras de entrada, toda vez que:

- i. La inversión inicial para ingresar al mercado afectado no es sustancial. De acuerdo con la información aportada por las intervinientes, cualquier competidor puede ingresar al mercado con una inversión aproximada de \$3.600'000.000 y un tiempo de 180 días.

Adicionalmente, se debe tener en cuenta que la única forma de participar en este mercado no es establecer una planta de producción de vasos de cartón, sino que también es posible hacerlo importando el producto, como lo hacen algunos competidores en la actualidad.

- ii. No hay barreras legales que retarden o imposibiliten la entrada al mercado de un nuevo competidor que pretenda entrar al mercado.
- iii. No se observan barreras de distribución o de acceso a clientes que obstruyan a las empresas cubrir el territorio al que quieren llegar.
- iv. No es un mercado esencialmente marquista, lo cual es un incentivo para potenciales competidores que quieran ingresar al mercado.

Por lo anterior, se infiere que un nuevo agente puede comercializar en el mercado colombiano productos importados o realizar inversiones para fabricar los vasos de cartón localmente. Así las cosas, de acuerdo con lo expuesto anteriormente, no se encuentran obstáculos en el mercado de vasos de cartón que puedan retrasar la entrada de nuevos competidores, ni se encuentran barreras de tipo legal²² que puedan obstaculizar la participación de un nuevo agente en el mercado relevante definido.

²² Expediente 13-114574. Folio 221. Cuaderno reservado intervinientes 1.

9.5. Contestabilidad del mercado

Desde el año 2010 han ingresado diversas empresas como EMPRESAS & EMPAQUES INNOVADORES S.A., GRUPO GRÁFICO IMPRESORES LTDA., EKA CORPORACIÓN S.A., ECOPUBLIPACK, entre otras; lo que refleja el dinamismo del mercado²³. De otra parte, las empresas competidoras, como INTERNATIONAL PAPER²⁴, KOS²⁵, son empresas aliadas con empresas multinacionales de gran experiencia y con clientes con un gran poder de negociación²⁶.

9.6. Conclusión

Evaluada la información relevante respecto de la operación objeto del presente estudio, esta Superintendencia encuentra que:

- La operación informada daría lugar a una integración de tipo horizontal en el mercado de vasos de cartón.
- En el mercado relevante anteriormente mencionado, MULTIDIMENSIONALES y ECOPACK enfrentan la competencia de diversas empresas, como INTERNATIONAL PAPER, KOS (EKA CORPORACIÓN), entre otras.
- Es importante tener en cuenta que este producto afectado también puede ser importado. De ahí que existe la opción para que cualquier competidor que tenga el interés de ingresar al mercado pueda hacerlo importando a Colombia dicho producto, sin necesidad de tener presencia en el país.
- Además de no existir barreras a la entrada, el mercado es contestable por la presencia de empresas de gran trayectoria, algunas de las cuales mantienen alianzas con multinacionales. De igual forma, los clientes son grandes compañías con capacidad de negociación, por lo cual se concluye que

²³ Expediente 13-114574. Folios 221 y 222. Cuaderno reservado Intervinientes 1.

²⁴ Al respecto, se observa en la página web de esta compañía la siguiente información: "Nuestra empresa fue fundada el 25 de mayo de 1968 con el nombre de Envases Puros de Colombia S.A., luego con la firma de una alianza estratégica con International Paper, la compañía papelera más grande del mundo, cambia su nombre por Envases Puros International Paper Ltda. Son más de 40 años de experiencia, puestos a disposición de nuestros clientes y de los consumidores en general". Información consultada en la página: <http://www.envasespuros.com.co/index.php/nuestra-compania> el 28 de agosto de 2013.

²⁵ En la página web de esta compañía se registra: "Contamos con un amplio portafolio de clientes de empresas grandes, medianas y pequeñas, que ofrecen productos y servicios. Nuestra compañía está en capacidad de adaptarse a los diferentes tipos exigencias siempre con gran calidad e innovación". Consultada en la página web: <http://www.koscolombia.com/clientes.htm> el 28 de agosto de 2013.

²⁶ Algunos de los clientes de International Paper son: Postobón, Pepsi, Cine Colombia, Coca Cola, Juan Valdez, Burger King, Kokoriko, Mac Donalds. Información consultada en la página: <http://www.envasespuros.com.co/index.php/nuestra-compania> el 28 de agosto de 2013.

MULTIDIMENSIONALES no adquirirá la capacidad de determinar las condiciones en el mercado relevante de manera unilateral.

DÉCIMO: Que una vez hechas las anteriores consideraciones y estando dentro del término previsto en el numeral 5 del artículo 10 de la Ley 1340 de 2009, este Despacho procede a pronunciarse respecto de la operación informada, en los siguientes términos:

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: NO OBJETAR ni someter a condicionamientos la integración empresarial proyectada entre las empresas MULTIDIMENSIONALES S.A. y EMPAQUES ECOLÓGICOS DE COLOMBIA S.A.S.

ARTÍCULO SEGUNDO: NOTIFICAR personalmente el contenido de la presente resolución a las empresas MULTIDIMENSIONALES S.A. y EMPAQUES ECOLÓGICOS DE COLOMBIA S.A.S., entregándoles copia de la misma e informándoles que en su contra procede el recurso de reposición el cual puede interponerse ante el Superintendente de Industria y Comercio dentro de los 10 días hábiles siguientes a su notificación.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE.

Dada en Bogotá, D.C., a los **30 SEP 2013**

El Superintendente de Industria y Comercio


PABLO FELIPE ROBLEDO DEL CASTILLO

NOTIFICACIONES:

MULTIDIMENSIONALES S.A.
Nit 860530547-0
EMPAQUES DE COLOMBIA S.A.S.
Nit 811045973-7

Doctor
JAIRO RUBIO ESCOBAR
C.C. 79.108.890 de Bogotá
Apoderado
MULTIDIMENSIONALES S.A.
EMPAQUES DE COLOMBIA S.A.S.
Calle 94 A # 13-34 Oficina 102
BOGOTÁ D.C.

Elaboró: Diana Restrepo
Revisó: Melba Castro, Carolina Liévano
Aprobó: Germán Bacca, Felipe Serrano