

ANT.: Notificación de Operación de
Concentración entre NV Bekaert
SA y Ontario Teachers' Pension
Plan Board.
FNE F60-15.

MAT.: Informe de archivo.

Santiago, 22 JUN 2016

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
DE : JEFE DE DIVISIÓN DE FUSIONES Y ESTUDIOS

Por este medio, y de conformidad a lo establecido en la "Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración" publicada por esta Fiscalía en octubre de 2012 (en adelante, la "Guía"), presento a usted el siguiente informe (el "Informe") relativo a la investigación del Antecedente (la "Operación"), recomendando el archivo de sus antecedentes, en virtud de las razones que a continuación se exponen:

I. ANTECEDENTES

I.1. Investigación

1. Con fecha 18 de diciembre de 2015 (Correlativo ingreso N° 04723-15) el apoderado de NV Bekaert SA ("Bekaert") y de Ontario Teachers' Pension Plan Board ("OTPP" y conjuntamente con Bekaert las "Partes"), notificó a esta Fiscalía Nacional Económica ("FNE" o "Fiscalía"), en el marco de la Guía, el acuerdo existente para que Bekaert y OTPP aporten sus negocios de cables de acero, además de otros negocios relacionados, a una nueva sociedad ("NewCo"), según los términos señalados en la notificación (la "Notificación") y en los documentos de cierre presentados por las Partes.
2. Posteriormente, esta División de Fusiones y Estudios (la "División") solicitó mediante correo electrónico remitido con fecha 28 de diciembre de 2015, complementar la información acompañada en la Notificación, de acuerdo a lo establecido por la Guía, para así proceder a dar inicio a la respectiva investigación conforme al procedimiento correspondiente.

3. Luego, Bekaert y OTPP, debidamente representadas, con fecha 22 de enero de 2016¹, dieron respuesta a la solicitud de información señalada en el numeral anterior, complementando los antecedentes necesarios para iniciar el procedimiento conforme a la Guía.
4. Con fecha 29 de enero de 2016, a través de los Ord. 0128-16 y 0130-16, remitidos mediante correo certificado al representante legal de las Partes, esta División les comunicó la Resolución de instruir investigación respecto a eventuales restricciones a la libre competencia que pudiera importar la Operación, procedimiento que se tramitó bajo el Rol FNE F60-2015 (la "Investigación").
5. Luego, la Fiscalía acordó con las Partes² prorrogar el plazo para concluir el procedimiento de Investigación, y para que en definitiva, la FNE les comunicara su decisión conforme los términos de la Guía, siendo la última fecha de prórroga el día 24 de mayo de 2016.

I.2. Partes de la Operación

6. Bekaert es una empresa con domicilio en el Reino de Bélgica, cuyo giro se relaciona con la transformación y revestimiento de alambres de acero en el mundo. En 2014, Bekaert obtuvo ingresos mundiales de aproximadamente €4 billones³. Bekaert y sus filiales son agentes mundiales relevantes en la producción y venta de cables de alambre, cables de acero y productos de cuerdas sintéticas para diversas aplicaciones, y de servicios de análisis e inspección de cables, entre otros. En Chile tiene presencia mediante importaciones de productos desde plantas situadas en el extranjero, y a través de su filial Prodinsa S.A. ("Prodinsa"), quien es titular de una planta de producción de cables de acero.
7. De tal forma, las filiales de Bekaert que actualmente tienen actividades en Chile, y que se encuentran relacionadas a la Operación, son: Wire Ropes Industries Ltd, con domicilio en Canadá, quien vende indirectamente sus productos en Chile mediante un tercero comercializador; Prodinsa S.A., con domicilio en Chile, quien es titular de una planta ubicada en nuestro país, y que actualmente produce y luego comercializa directamente sus productos, dentro de Chile y en el extranjero; y Bekaert Ausco,

¹ Correlativo ingreso N° 00244-16.

² Dichos acuerdos de prórroga fueron suscritos sucesivamente con fechas 22 de abril de 2016, 28 de abril de 2016, 13 de mayo de 2016, 19 de mayo de 2016 y 24 de mayo de 2016.

³ Conforme se señala en "Press release. Regulated information. 7 December 2015". Disponible en: <<http://hugin.info/133955/R/1971663/721056.pdf>> [Última Visita 20 de junio de 2016].

recientemente adquirida por Bekaert, que a la fecha continúa con ventas limitadas a un actor comercializador de la industria⁴, quien lo representa en Chile.

Figura N° 1 – "Filiales de Bekaert en el Mundo"

[1]

8. OTPP es una entidad sin capital social bajo la ley de Pensiones de Profesores (Ontario), la que invierte y administra las pensiones de profesores activos y jubilados en Ontario. OTPP tiene inversiones en una amplia gama de empresas alrededor del mundo, incluyendo Bridon International Ltd.⁵ ("Bridon").
9. Bridon es una sociedad con domicilio en Reino Unido, cuyo giro se centra en la producción y venta de cables metálicos y productos de cables sintéticos para varios usos. En 2014, Bridon tuvo ventas mundiales por €350 millones⁶.
10. Bridon y sus filiales son agentes mundiales en la producción y venta de cables de alambre, cables metálicos y productos de cuerdas sintéticas para diversas aplicaciones, y de servicios de análisis e inspección de cables.

Figura N° 2 – "Filiales de Bekaert en el Mundo"

[2]

11. Actualmente Bridon tiene ventas en Chile de productos relacionados a la Operación, las cuales son realizadas a través de un comercializador⁷.

I.3. Descripción de la Operación

12. Con fecha 7 de diciembre de 2015, las Partes llegaron a un acuerdo para constituir la NewCo como una nueva entidad, a la cual comprometieron contribuir ciertas actividades de cable de acero que actualmente desarrollaban de manera autónoma, para ser desarrolladas mediante dicha nueva entidad. La Transacción está valorada

⁴ Antes denominada OneSteel Wire Ropes, Véase Punto 3 del Anexo Confidencial.

⁵ Conforme lo señalado por las Partes en la Notificación de fecha 18 de diciembre de 2015, p. 2. Véase Punto 4 del Anexo Confidencial.

⁶ Conforme se señala en "Press release. Regulated information. 7 December 2015. Disponible en: <<http://hugin.info/133955/R/1971663/721056.pdf>> [Última Visita 20 de junio de 2016].

⁷ Desde el año 2015 comercializa sus productos en Chile a través de Joy Global Chile.

en torno a [5]⁸ de dólares⁹, y se espera que las ventas conjuntas de ambas entidades alcancen los € 600 millones anuales¹⁰.

13. En particular: Bekaert se comprometió a aportar su negocio mundial de cables metálicos y parte de su negocio mundial de alambres avanzados, [6]¹¹. Bekaert excluye de dicho aporte el negocio mundial de cables de alambre, el cual seguirá operando fuera de la NewCo. Por su parte, OTPP aportará su participación completa e indirecta en Bridon Topco (Jersey) Limited, propietaria indirecta de Bridon. Las actividades de Bridon incluyen la fabricación y comercialización de: i. cables de alambre; ii. diversos productos de cables metálicos; iii. productos de cuerdas sintéticas; y iv. servicios de análisis e inspección, incluyendo capacitaciones de los analistas de cuerdas, terminaciones, examen no destructivo, examen visual y pruebas forenses de muestras en laboratorios¹².

14. Las Partes proyectan que Bekaert sea titular directo de un sesenta y seis coma siete por ciento (66,7%) de participación en las acciones con derecho a voto en la NewCo, mientras que OTPP sea titular o controlador indirecto del treinta y tres coma tres por ciento (33,3%) restante de las acciones con derecho a voto de la NewCo. Ambas Partes nombrarán a los integrantes de su directorio, [7]¹³.

15. En consecuencia, OTPP y Bekaert tendrán el control conjunto de la NewCo, que operará como una entidad económicamente independiente de las Partes [8]¹⁴. Respecto de Chile, la NewCo pasará a estar a cargo de y continuará todas las actividades que Bekaert y Bridon actualmente desarrollan en Chile.

II. LA INDUSTRIA

II.1. Cables de Alambre y Cables de Acero

16. Los productos que forman parte de la Operación son los cables de alambre y cables metálicos o de acero, destinados para diversos fines, actualmente son manufacturados directa o indirectamente por las Partes, y cuya fabricación se proyecta sea ejecutada en el futuro por la NewCo.

⁸ Véase Punto 5 del Anexo Confidencial.

⁹ Conforme Notificación de fecha 18 de diciembre de 2015, p. 4.

¹⁰ Conforme se señala en *Press release. Regulated information. 7 December 2015*. Disponible en: <http://hugin.info/133955/R/1971663/721056.pdf> [Última Visita 20 de junio de 2016].

¹¹ Para ver párrafo completo, véase Punto 6 del Anexo Confidencial.

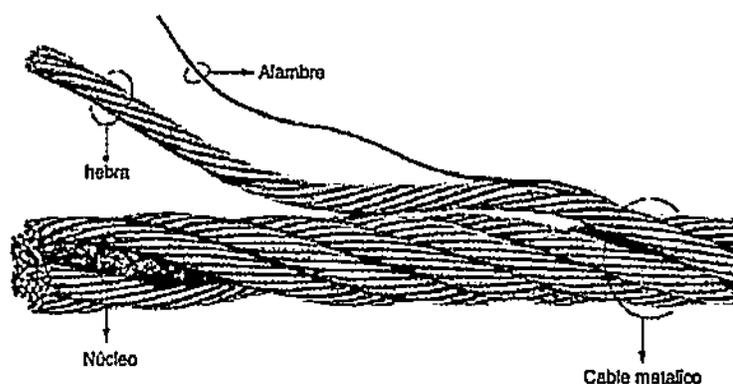
¹² Conforme lo señalado por las Partes en Notificación de fecha 18 de diciembre de 2015, p. 2.

¹³ Para ver párrafo completo, véase Punto 7 del Anexo Confidencial.

¹⁴ Para ver párrafo completo, véase Punto 8 del Anexo Confidencial.

17. En la actualidad, tanto Bekaert como Bridon participan en la producción y venta de cables metálicos. Asimismo, tanto Bekaert y Bridon comprenden dentro de su giro la producción de cables de alambre.
18. Al respecto, cabe señalar que el cable de alambre es el principal insumo para productos de cables metálicos. Confeccionado en base a alambroón –producto relacionado al acero que actualmente recibe la calidad de *commodity*-, el cual es "trefilado" en alambre, usando equipamiento especial. Éste es suministrado por todos los grandes productores de acero a nivel mundial, en base a especificaciones estandarizadas de la industria.
19. Atendido lo anterior, los cables de acero o cables metálicos (en adelante indistintamente el "cable" o el "cable de acero") son ensamblajes de alambres de acero, los cuales se tuercen de manera helicoidal y simétrica, formando hebras o torones, las que luego se ensamblan en torno a un núcleo central o alma, tal como muestra la Figura N° 3, la que puede ser de acero o de otro material (tal como fibra natural o sintética). Un cable de acero puede tener un diámetro de entre tres milímetros (3 mm.) y doscientos milímetros (200 mm.), dependiendo de la aplicación a la cual está destinado¹⁵.

Figura N° 3: "Imagen de un Cable de Acero"



Fuente: Notificación de Partes de fecha 18 de diciembre de 2015¹⁶.

¹⁵ Conforme se señala por las Partes en Notificación de fecha 18 de diciembre de 2015, p. 14.

¹⁶ Notificación de Partes de fecha 18 de diciembre de 2015 p. 19.

20. Los cables de acero son utilizados para variados usos en distintas industrias, tales como la minería, petrolera, de gas, industrial, de infraestructura, pesca, forestal, entre otras.
21. Los cables de acero son muy versátiles en cuanto a sus características, siendo algunas de las más relevantes su diámetro, número de torones, material del alma y el tipo de revestimiento, las cuales definen el nivel de resistencia, flexibilidad, protección a la corrosión y otras que, en definitiva, constituirán los atributos necesarios para que el cable desempeñe la función específica que se le quiera dar¹⁷.
22. En este sentido, y como señalaron las Partes en la Notificación, uno de los criterios de clasificación del cable de acero es conforme a su rendimiento. Si bien no existe una línea divisoria clara entre ellos, los cables de bajo rendimiento se caracterizan por un menor grado de elaboración, pero pueden satisfacer varios requerimientos específicos de ciertas aplicaciones debido a que son más estandarizados. En general, estos cables se destinan a tareas sencillas, por lo que no requieren atributos muy específicos o complicados. En este tipo de cables existe significativa competencia, bajas barreras a la entrada y alta sustitución entre marcas en este tipo de cables¹⁸.
23. En cambio, en tareas más críticas, se requieren ciertos atributos específicos para que el cable de acero pueda desempeñar su función, por lo que se utilizan cables de alto rendimiento. Estos cables son intensivos en tecnología y se caracterizan por tener atributos más sofisticados, tales como mayor resistencia al desgaste o predictibilidad¹⁹; sin embargo, a diferencia de los cables de bajo rendimiento, tienen características tales que hacen que sea más difícil darles un destino diferente para el cual fueron diseñados²⁰.
24. Generalmente, en virtud de las funciones en que se utilizan cables de alto rendimiento, una falla del cable puede ser muy costosa o acarrear un gran riesgo, por lo que garantizar su calidad es fundamental para poder competir en el mercado, en el cual en general existe una alta lealtad a las marcas y barreras a la entrada.

¹⁷ En este sentido, ver *European Commission, Case No COMP/M.7230 - BEKAERT/ PIRELLI STEEL TYRE CORD BUSINESS*, p. 3.

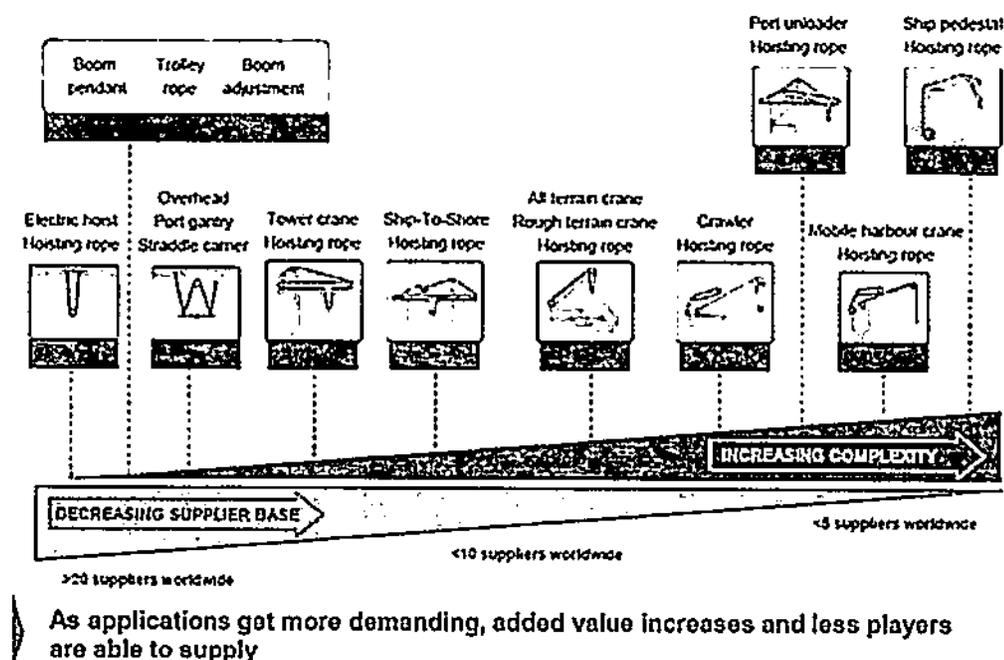
¹⁸ En este sentido, ver *Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, NOTA TÉCNICA Nº 14/2016/CGAA3/SGA1/SG/CADE, respecto del Ato de Concentração nº 08700.012341/2015-37*, p. 3.

¹⁹ Véase Punto 9 del Anexo Confidencial.

²⁰ En este sentido, ver *Conselho Administrativo de Defesa Econômica – CADE, NOTA TÉCNICA Nº 14/2016/CGAA3/SGA1/SG/CADE, respecto del Ato de Concentração nº 08700.012341/2015-37*, p. 4.

25. De lo anterior puede desprenderse que, a medida que aumenta el grado de complejidad de elaboración del cable, decrece el número de proveedores. De esta manera, para cables de alto rendimiento existirá una oferta mucho más acotada y un menor grado de competencia que para cables de bajo rendimiento²¹.

Figura N° 4: "Gráfico de Bajo-Alto Rendimiento"²²



Source: GBD, GMM, WRI, CIMAF, external interviews, Liebherr, Mandowoc, MacGregor, Draxxy, cranes today, carposystems.net

Fuente: Ropes: strategy review. BGR, 17 June 2015²³.

II.2. Mercado de cables de acero en Chile

26. Dentro del país los cables de acero son utilizados para variados propósitos y usos. A nivel nacional, entre las principales industrias en las que se utilizan cables de acero como insumo pueden mencionarse la pesca, la actividad forestal, el cultivo de salmones, las labores de construcción y grúas, la actividad industrial, puertos y la minería, tanto subterránea como de superficie, entre otros.

27. En Chile, como ya fue mencionado, la única planta de producción de cables de acero es la de Prodinsa, entidad perteneciente al grupo Bekaert. El resto de los cables de acero comercializados a nivel nacional son importados.

²¹ En este sentido, ver *European Commission, Commission decision in Case M.7904 –Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV*, p.7.

²² Para ver imagen original, véase Punto 10 del Anexo Confidencial.

²³ Acompañado por las Partes mediante presentación de fecha 22 de enero de 2016.

28. Si bien en Chile Bekaert está presente a través de filiales que actúan directamente, o bien mediante comercializadores, en todos los mercados antes mencionados, Bridon sólo participa con determinados productos dentro de la actividad minera de superficie, por lo que dicho mercado es el único afectado de manera directa por la materialización de la Operación.

II.3. Industria Minera y Cables de Acero

29. El mercado minero chileno tiene gran relevancia a nivel mundial²⁴. Para su desarrollo, es necesario el uso de cables de acero, los cuales deben responder a determinadas características²⁵.

30. Los cables utilizados en la minería pueden clasificarse en dos (2) tipos. Por un lado, cables de uso general, tales como los utilizados para montaje e izaje con grúas; por el otro, se utilizan cables específicos según el tipo de minería que se desarrolla, la que puede ser de superficie o subterránea.

31. Los productos comercializados por las Partes se utilizan únicamente en minería de superficie, la cual ha alcanzado en Chile un gran desarrollo en cuanto a su intensidad y tecnología, especialmente en la gran minería del cobre²⁶. Ésta utiliza, entre otras maquinarias, palas mecánicas o también denominadas palas electromecánicas (en adelante, las "palas"), las cuales son intensivas en el uso de cables de acero y tienen un rol esencial en el proceso de extracción del mineral²⁷. De acuerdo a declaraciones prestadas por compañías mineras ante esta División, los recursos involucrados en compras de cables de uso general, es menor en comparación con los recursos destinados a otros insumos y al mantenimiento de las palas²⁸.

²⁴ Estadísticas del año 2015 del Consejo Minero sitúan a Chile como el mayor productor de cobre y el responsable del 30% del total de su producción mundial.

²⁵ En este sentido, ver *European Commission, Commission decision in Case M.7904 –Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV*, p.8.

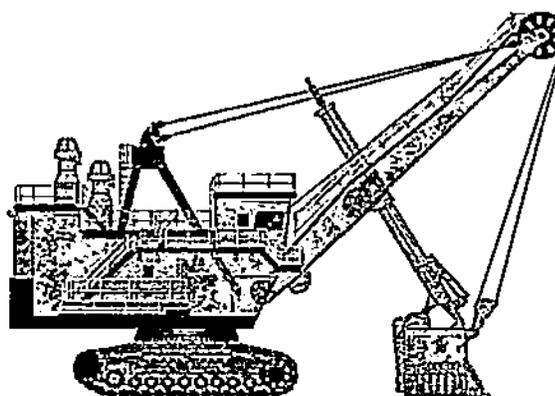
²⁶ Se entiende por Gran Minería, conforme a la definición del artículo 1° de la ley 16.624, las: "empresas productoras de cobre de la Gran Minería las que produzcan, dentro del país cobre "blister", refinado a fuego o electrolítico, en cualquiera de sus formas, en cantidades no inferiores a 75.000 toneladas métricas anuales mediante la explotación y beneficio de minerales de producción propia o de sus filiales o asociadas".

²⁷ Cabe mencionar que también existen en la industria minera chilena las palas hidráulicas, de condiciones similares pero con una dimensión, confiabilidad, costo y rendimiento inferior a las palas electromecánicas. Cabe mencionar que dichas palas no utilizan los cables de acero que utiliza la pala electromecánica. Véase Punto 11 del Anexo Confidencial.

²⁸ Véase Punto 12 del Anexo Confidencial.

32. La pala, representada en la Figura N° 5, es una máquina de excavación frontal, utilizada para mover grandes volúmenes y superficies de tierra y rocas, y constituye la máquina de mayor relevancia dentro del proceso extractivo. Son equipadas, entre otros insumos, con cables de acero, los cuales cumplen un rol estratégico en sostener y mover el balde que recoge la carga. A la fecha de la Investigación, y conforme la información recabada, existen alrededor de un centenar de palas mecánicas en la industria minera chilena. Cada una representa una inversión de entre veinticinco (25) y treinta (30) millones de dólares²⁹ y tienen una vida útil estimada de aproximadamente entre quince (15) y veinte (20) años³⁰.

Figura N° 5: "Pala electromecánica"



Fuente: Excel Foundry & Machine³¹.

33. Con el fin de mantenerse en continuo funcionamiento, para efectos de maximizar la rentabilidad de la respectiva faena, para cada pala deben operar en paralelo entre cinco (10) y quince (15) camiones mineros³², los cuales transportan el material que la pala extrae y deposita sobre ellos.

34. Así, la pala requiere mantención para su funcionamiento ininterrumpido y para la optimización de su vida útil. El servicio de mantención de las palas puede externalizarse de la faena minera a través de contratos suscritos con *Original Manufacturer Equipment* ("OEMs"), tales como el denominado contrato MARC³³ (el

²⁹ Véase Punto 13 del Anexo Confidencial.

³⁰ Véase Punto 14 del Anexo Confidencial.

³¹ Véase: <<http://www.excelfoundry.mx/replacement-components/electric-rope-shovels/bucyrus/>> [Última Visita 20 de junio de 2016].

³² Véase Punto 15 del Anexo Confidencial.

³³ Son los convenios mediante los cuales una empresa minera encarga a un tercero, que generalmente es un OEM, la mantención, repuestos y su instalación a un tercero, basados en el aseguramiento de un rendimiento, entregando de tal manera un servicio integral. De la información recabada, se señala que actualmente respecto del 30% de las palas mineras se utilizan dichos contratos. Véase Punto 16 del Anexo Confidencial.

"contrato MARC") y otros contratos alusivos al mantenimiento de maquinaria, o bien puede ser internalizados y realizarse como parte de la gestión de la faena minera, con personal propio. Cabe mencionar que la mantención realizada por OEMs puede incluir la provisión e instalación de repuestos de piezas consumibles –las cuales se desgastan con el uso- y las eventuales reparaciones de la maquinaria, siempre y cuando no estén comprendidas dentro de la garantía del OEM respectivo³⁴.

35. Los cables de acero que utilizan las palas son tres (3); i. cable de suspensión; ii. cable abre balde o *dipper trip*; y iii. cable de levante (en adelante indistintamente los "cables de pala").

i. Cable de suspensión:

36. Cable destinado a sujetar la pluma, la cual constituye la estructura que sostiene el balde. Este cable no experimenta un nivel de desgaste elevado. Por tanto, su cambio se realiza cada tres (3) o cuatro (4) años, de tal manera no forma parte de los insumos que permanentemente deben ser adquiridos. Tiene la particularidad de tener sólo una hebra o torón y un gran diámetro, lo que asegura su resistencia, necesaria en virtud de su función.

ii. Cable abre balde o dipper trip:

37. Es el cable de acero que desempeña la labor de abrir el balde de la pala minera, para luego dejar caer la carga sobre el respectivo camión. Su función es relativamente sencilla, por lo que no implica mucha complejidad en su elaboración. Es un insumo de rápido desgaste, que debe ser cambiado aproximadamente cada quince (15) días³⁵. Así, es considerado un cable de bajo rendimiento y con un alto grado de sustitución.

iii. Cable de levante:

38. Es el cable de acero más relevante y crítico que utiliza la pala, que reúne características especiales en atención a las grandes cargas que soporta³⁶. Su función consiste en levantar la carga, la cual puede pesar hasta ciento veinte (120)

³⁴ Véase Punto 17 del Anexo Confidencial.

³⁵ Véase Punto 18 del Anexo Confidencial.

³⁶ En este sentido, ver *European Commission, Commission decision in Case M.7904 –Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV*, p.8.

toneladas en condiciones extremas³⁷. En ciertos modelos de pala, específicamente en las palas confeccionadas por Caterpillar Inc. ("Caterpillar"), se utilizan cables de levante y cables de empuje/recoge como parte del sistema de levante de carga, diferenciándose específicamente del cable de levante en sus largos y terminales³⁸. En adelante, ambos tipos serán denominados indistintamente "cables de levante".

39. El cable de levante es considerado un consumible de la pala y constituye un activo crítico para su funcionamiento. Es un cable que experimenta un alto grado de desgaste, debido a su función y a exposición a la caída de roca. Un corte del cable representaría un alto costo para la mina, debido a su paralización y la consecuente menor producción. El cable de levante debe monitorearse por la misma faena minera o por terceros subcontratados, para efectos de reemplazarse una vez cumplido cierto tonelaje, el que usualmente fluctúa entre los dos (2) y tres (3) millones de toneladas, lo que aproximadamente equivale a cuarenta (45) o sesenta (60) días. Por dichas dos razones, es evidente en la industria que un posible corte es un riesgo que debe ser minimizado, asegurando su correcto uso y optimizando su rendimiento.
40. Dado todo lo anterior, las exigencias de la industria respecto al cable de levante son múltiples. Primero que todo, deben ser de alto rendimiento y de una calidad debidamente certificada por los usuarios. Dicha calidad debe ser constatada por cada faena minera³⁹, quienes antes de contratar el suministro de cualquier marca, realizan pruebas del producto para efectos de asegurar que su rendimiento sobrepasa el mínimo exigido⁴⁰. Las pruebas del cable de levante tienen una extensión considerable de tiempo, las que pueden tener una duración de seis (6) meses hasta un (1) año. Estas pruebas son costosas para las faenas, ya que implican detener la pala para cambiar los cables por unos que no son conocidos por la misma, con los riesgos asociados a seguridad y rendimiento que ello podría conllevar.
41. En segundo lugar, las minas requieren tener un stock de cables de levante cercano a la faena⁴¹, el cual puede encontrarse incluso dentro de la misma, para efectos de lograr abastecerse rápidamente en caso de alguna emergencia. Por último, el

³⁷ Véase Punto 19 del Anexo Confidencial.

³⁸ Véase Punto 20 del Anexo Confidencial.

³⁹ Sin perjuicio que distintas faenas pertenezcan a una misma empresa minera, en general en la industria cada faena efectúa dichas pruebas de manera autónoma e independiente.

⁴⁰ Véase Punto 21 del Anexo Confidencial.

⁴¹ Los que incluso llegan a solicitar la consignación del producto en dependencias de la faena minera.

servicio de post venta del cable de levante es de gran relevancia, incluso si la minera internaliza la mantención de la pala, ya que se necesita que se asista técnicamente al personal que monitorea el desgaste del cable, y que se les capacite para efectos de sacar el máximo rendimiento al producto⁴².

42. Sin perjuicio de lo crítico que es para la minera el cable de levante en el funcionamiento de la pala, su adquisición e instalación representan un porcentaje bajo del costo total durante toda la vida útil de la pala [23]⁴³.
43. Por otra parte, cabe mencionar que los proveedores del cable de levante entregan garantías a los clientes, las que en general se traducen en garantía de material y de mano de obra, así como también garantías de rendimiento, las que en general se acercan a un ochenta y cinco por ciento (85%) del rendimiento promedio⁴⁴.

II.4. Actores

44. La industria de cables de pala está caracterizada por tres (3) tipos de agentes económicos: los fabricantes de cables de acero, los comercializadores y, por último, los clientes finales. Estos agentes se relacionan a través de la misma cadena de distribución, la que lleva el cable desde su origen hasta su destino en alguna faena minera.
45. La comercialización de cables de levante para abastecer a las minas suele llevarse a cabo por comercializadores, a los cuales la industria les exige presencia local. Dichos comercializadores representan a productores internacionales o bien distribuyen sus productos en Chile, brindando los servicios necesarios para lograr un correcto desempeño del producto en la pala, abasteciendo continuamente al cliente y otorgándole servicios post venta.
46. Existen dos (2) tipos de comercializadores; por una parte, están los comercializadores que tienen la representación de productores internacionales que, a través de alianzas estratégicas, logran otorgarles una presencia local; y por la otra, los OEMs, empresas fabricantes de las palas en las que se utilizan los cables de levante. Adicional a los comercializadores, y conforme ya se mencionó, existe la

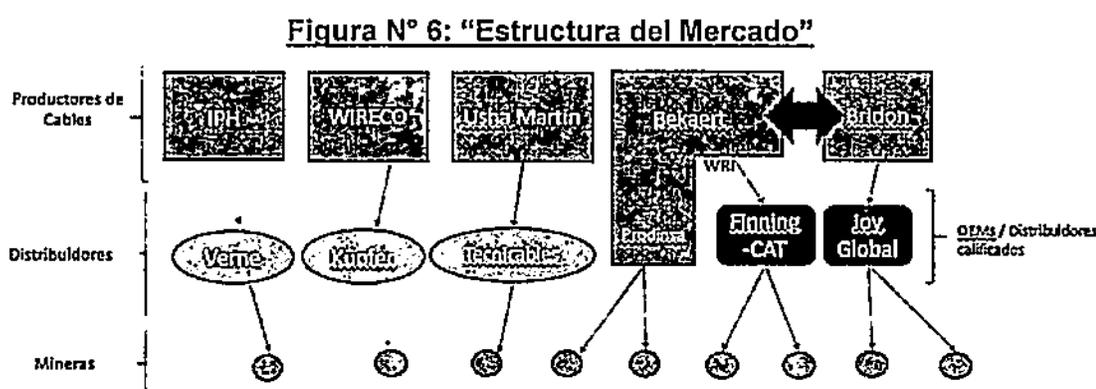
⁴² Véase Punto 22 del Anexo Confidencial.

⁴³ Para ver párrafo completo, véase Punto 23 del Anexo Confidencial.

⁴⁴ Conforme lo señalan las Partes en Información aportada con fecha 8 de febrero de 2016.

planta de Prodinsa, que fabrica y comercializa directamente sus productos al cliente final.

47. De esta forma, la estructura de la industria puede resumirse de la forma que presenta la Figura N° 6. Las empresas productoras de cables suelen ser marcas internacionales que pueden o no tener producción dentro del país. En caso que no lo tengan –lo que conforma la mayoría de los casos en nuestro país– requieren de un comercializador para llegar a las empresas mineras, sea que estos últimos sólo se hagan cargo de la venta de cables; o bien asuman un rol más integral en relación a la pala como lo hacen los OEMs.



Fuente: Elaboración propia conforme a los resultados de la Investigación.

i. Productores de cables de pala:

48. Los cables de levante para palas son producidos por empresas especialistas en la fabricación de cables de diverso tipo. Entre ellas destacan sociedades con presencia internacional, tales como WireCo WorldGroup (“WireCo”), Usha Martin Limited (“Usha Martin”), Kiswire LTD. (“Kiswire”), y las partes de la Operación, Bekaert y Bridon. Así también existen productores regionales, como por ejemplo, la argentina IPH SAICF (“IPH”), y productores provenientes de China tal como, entre otras, Taiyuan Heavy Industry Co., LTD. (“TYHI”). Las siguientes son las cifras que respaldan las participaciones de los productores mundiales al año 2014:

Figura N° 7: "Participaciones del Mercado Mundial"

2014 figures	 WireCo WorldGroup	 BRIDON	 Kiswire	 usha martin	 BEKAERT
Wire rope output:	~136kt	~80kt	~147kt (a)	~100kt	~74kt
Wire rope revenue:	298mio€	321mio€	269mio€ (a)	177mio€	268mio€
Volume market share:	4%	3%	5%	3%	2%
Synthetic rope revenue:	122mio€	20mio€	-	-	-
External steel wire rev.:	-97mio€	-15mio€	-1bn€	-60mio€	-3.7bn€
Group revenue*:	608mio€*	356mio€**	>2bn€	367mio€	-4.0bn€

Fuente: European Commission, Commission decision Case M.7904–Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV⁴⁵.

49. La Figura N° 7 muestra las cinco empresas más importantes a nivel global. En ésta queda manifiesta la relevancia de los fabricantes asociados a la Operación –Bekaert y Bridon. De estas cinco (5), Kiswire es la única que no tiene, a la fecha, presencia en Chile.

50. WireCo es una empresa norteamericana con más de ochenta (80) años de experiencia en el mercado internacional, cuyos ingresos en 2014 ascienden a ochocientos cincuenta y seis millones de dólares estadounidenses (USD 856 millones)⁴⁶. En Chile comercializa⁴⁷ sus productos en virtud de un acuerdo de representación con la empresa chilena K pfer Hermanos S.A. ("K pfer").

51. Usha Martin es uno de los mayores fabricantes mundiales de cables y, conforme a lo señalado en su página web, es l der⁴⁸ en el campo del acero en la India⁴⁹. Cuenta con once plantas ubicadas en India, Tailandia y Reino Unido. En Chile actualmente comercializa a través de Tecnicables Limitada ("Tecnicables") desde el año 2015.

52. Dentro de los productores regionales destaca IPH, empresa argentina fundada en el año 1949, que cuenta con una planta de cuarenta y cinco mil metros cuadrados (45.000 m²) que le permite producir hasta mil quinientas (1.500) toneladas por mes⁵⁰. En Chile tiene como representante a Comercial y Servicios Verne SpA ("Verne"), sin perjuicio de lo cual, hasta el momento de la elaboración de este Informe, no presenta ventas a nivel nacional.

⁴⁵ European Commission, Commission decision Case M.7904–Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV p.8.

⁴⁶ Información obtenida a partir de presentación a inversionistas de WireCo en el tercer trimestre de 2015. Disponible en:

<http://www.wirecoworldgroup.com/Resource_/PageResource/WireCo%20Investor%20Call%202015%20Q3vFinal.pdf> [ ltima visita: 13 de junio de 2016].

⁴⁷ Véase Punto 24 del Anexo Confidencial.

⁴⁸ Conforme se señala en su página web, disponible en: <<http://www.ushamartin.com/es/>> [ ltima visita: 13 de junio de 2016].

⁴⁹ Para mayor información visite su página web, disponible en: <<http://www.ushamartin.com/es/>> [ ltima visita: 13 de junio de 2016].

⁵⁰ Información extraída de su página web, disponible en: <<http://en.iphglobal.com/company>> [ ltima visita: 13 de junio de 2016].

53. Por otra parte, Kiswire y TYHI no cuentan con comercializadores en Chile. Sin embargo, ambos fabricantes, el primero de Corea del Sur y el segundo de China, son relevantes productores a nivel internacional, siendo este último a su vez productor de maquinaria de minería donde se utilizan los cables de levante. Los cables de TYHI fueron comercializados en el país –por un breve periodo de tiempo– a través de TZ Minning Chile Ltda. (“TZ”), vinculada a TYHI. Sin perjuicio de esta experiencia, el mercado minero no considera a la gran variedad de proveedores chinos como una alternativa plausible a las mencionadas anteriormente, debido a que son percibidos por los actores de la industria como proveedores de cables de acero de menor calidad⁵¹.

54. Finalmente, las Partes tienen participación significativa en este eslabón de la cadena de comercialización. Según se aprecia en la Figura N° 6, Bekaert lo hace a través de sus diversas marcas: WRI y Prodinsa. Los cables WRI son comercializados en Chile a través de un OEM –Finning Chile S.A. (“Finning”), quien es titular de la representación de Caterpillar Inc. (“Caterpillar”)–, mientras que Prodinsa lo hace directamente a las distintas mineras. Bridon por su parte, comercializa actualmente todos los cables de levante a nivel nacional a través de otro OEM, Joy Global (Chile) S.A. (“Joy Global”)⁵², relacionada a Joy Global Inc.

ii. Comercializadores de cables de pala en la industria minera en Chile

55. Tal como se anunció en el apartado anterior, en Chile actualmente existen seis (6) actores en el mercado de la distribución o venta directa al consumidor: Kúpfer, Tecnicables, Verne, Prodinsa, Finning y Joy Global, los cuales además ofrecen servicios técnicos y de post venta.

56. Entre los mismos es posible reconocer varios tipos de comercializadores, que difieren en modalidades de venta, de abastecimiento y de relación con los clientes. Primero, es posible reconocer una categoría de comercializadores independientes de las marcas de las palas, los cuales poseen la distribución dentro del territorio de Chile de marcas internacionales, como es el caso de Kúpfer, Tecnicables y Verne. Para todas ellas es de suma relevancia contar con un acuerdo con empresas productoras de cable reconocidas, pues el cliente, además de valorar el servicio que

⁵¹ Véase Punto 25 del Anexo Confidencial.

⁵² Véase Punto 26 del Anexo Confidencial.

presta el comercializador, le asigna mucha importancia a la marca del cable, la que le genera una percepción de la calidad y rendimiento.

57. Otro tipo de comercializadores son los OEMs, cuya principal característica es el servicio integral que ofrecen respecto la mantención de la pala, la cual trasciende al mero cambio de los cables. Este hecho les otorga un valor agregado a ojos de sus consumidores, quienes entienden que en virtud del conocimiento sobre sus maquinarias garantizaría que los insumos que eligen para ellas, son de la mejor calidad y pretenden obtener el mejor desempeño de la pala, lo que conllevaría la maximización de la vida útil del cable. Más aún, a través de ciertos contratos, los OEMs garantizan a las mineras un rendimiento determinado de la pala. Por esto, la marca de cables de pala que utilicen los OEMs –al menos en el caso de Finning y Joy Global- tendrá mayor facilidad en ser validada en el mercado minero respecto a una que entre a través de otro comercializador⁵³.
58. Joy Global es la empresa más relevante del mercado nacional en ventas de palas para la minería de superficie⁵⁴. A nivel nacional, Joy Global se relaciona directamente con las mineras tanto para comercializar maquinaria como para prestar ciertos servicios de mantención y/o suministro de repuestos y consumibles en las palas.
59. Otra empresa OEM es Caterpillar, la que opera a través de la marca CAT. En Chile, tiene presencia a través de la representación de Finning Sudamérica, reconocida, conforme señala en su página web, como el socio más importante en la distribución de equipos y servicios Caterpillar a nivel mundial⁵⁵.
60. Con objeto de cumplir su objetivo de proporcionar un servicio integral, Finning realiza mantenciones de la pala y de abastecimiento de ciertos repuestos, al igual que Joy Global.
61. Existe un tercer OEM denominado TYHI, quien a través de su representante en Chile TZ, tiene una presencia muy limitada en el mercado nacional y no ha mostrado un crecimiento significativo desde que entró al mercado chileno⁵⁶.

⁵³ Prueba de ello es el ya mencionado cambio de proveedor que hizo Joy Global desde Proinsa a Bridon, el que ganó significancia en el mercado en menos de dos (2) años, mientras que hay distribuidores –tales como Verne y Tecnicables- que todavía no logran entrar a una faena minera con una venta del producto.

⁵⁴ Véase Punto 27 del Anexo Confidencial.

⁵⁵ Información disponible en: <<http://www.finningsudamerica.com/chile/empresa/quienes-somos>> [Última visita: 13 de junio de 2016].

⁵⁶ Véase Punto 28 del Anexo Confidencial.

62. Este valor agregado de los OEMs, fundado en el poder de marca y en los servicios conexos que proporcionan, les otorgan una posición relevante dentro de la estructura del mercado. A diferencia de lo que sucede con los otros comercializadores, la marca del OEM refuerza la marca que ofrece un proveedor de cables, ya que la valida para la realización de un servicio de excelencia⁵⁷.
63. Las relaciones que los OEMs tienen con sus proveedores son generalmente globales⁵⁸, duraderas y colaborativas, pues el cable debe ser funcional con la maquinaria que se produce, hecho que motiva la formación de alianzas estratégicas. Existen dos tipos de acuerdo de los OEMs con sus proveedores, los que son suscritos con objeto de equipar del producto a la pala original, que representa un volumen muy menor, dado que las palas no son renovables en el corto plazo y el otro, para abastecerse de repuestos para equipos que ya están en propiedad de las mineras. Este último tipo de acuerdo es el que más conviene a los proveedores de cable, pues le asegura un mayor volumen de venta y posicionamiento permanente en el mercado minero.
64. El tercer tipo de comercializador de cables de levante en el mercado nacional a las mineras es Prodinsa, ya que fabrica en Chile y comercializa directamente sus propios cables. Esta empresa comercializó sus productos a través de Joy Global hasta el año 2014⁵⁹, luego de lo cual comenzó a vender directamente, ofreciendo además servicios técnicos y de post venta.

iii. Clientes de cables de pala: Empresas Mineras

65. Como ya se ha señalado a lo largo del presente Informe, los cables de pala son utilizados en la industria minera, específicamente en la minería de superficie. De tal manera los consumidores de estos cables son las empresas mineras que cuentan con palas.
66. En la actualidad existen alrededor de veinte faenas que cuentan con palas, pertenecientes a las distintas empresas mineras chilenas, tales como Anglo

⁵⁷ Véase Punto 29 del Anexo Confidencial.

⁵⁸ Sin perjuicio de lo cual, y tal como se señaló anteriormente, hasta el año 2015 Joy Global distribuía cables producidos por Prodinsa en su planta local.

⁵⁹ Véase Punto 30 del Anexo Confidencial.

American Chile Limitada, Antofagasta Minerals S.A., BHP Billiton, Codelco, Freeport-McMoran Copper & Gold, Glencore Chile S.A., entre otras.

67. El abastecimiento de las faenas varía conforme a sus políticas internas, de modo que pueden acceder al producto mediante compras *spot*, licitaciones a los diversos comercializadores a nivel nacional o bien contratos MARC con OEMs.
68. Los contratos de abastecimiento o MARC tienen una duración que generalmente es de dos (2) años, y contienen cláusulas de salida unilateral. Sin perjuicio de ello, las condiciones del mercado, como ya se mencionó, hacen que cambiar de proveedor presente ciertas dificultades, toda vez que requiere de realización de pruebas que pueden tardar entre dos (2) meses y un (1) año, dependiendo de la disponibilidad de las máquinas dentro de las faenas⁶⁰.
69. Ahora bien, las condiciones del mercado también determinarán el comportamiento de las mineras, pues si bien el cable es un insumo estratégico de gran relevancia dentro de las faenas, su incidencia en el costo total de mantención de la pala es de escasa relevancia. Ello, sin embargo, varía en atención al ciclo del cobre, el que se encuentra en la actualidad en un periodo negativo. El precio del cobre ha venido cayendo durante los últimos cinco (5) años y ha bajado en casi un cincuenta por ciento (50%) respecto al *peak* vivido en 2011, en el cual la libra de dicho mineral fue valorizada en cuatro dólares estadounidenses (USD \$4.-). En virtud de la situación actual, las empresas mineras presentan una mayor preocupación ante los precios de sus insumos, ante lo cual solicitan y presionan a sus proveedores para obtener mejores condiciones comerciales.

⁶⁰ Véase Punto 31 del Anexo Confidencial.

III. MERCADO RELEVANTE

70. La Fiscalía define en su Guía al mercado relevante de un producto o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado. En dicho sentido, considera que conforman un mismo mercado relevante los productos que sus consumidores consideran sustitutos suficientemente próximos.
71. Previamente, se hizo referencia a los distintos tipos de cable de acero que se utilizan dentro de la industria minera. Tomando en cuenta dichos antecedentes, esta División analizó cómo la Operación afectaba la cadena de comercialización de cada uno de ellos, concluyendo que su análisis se debía centrar sólo respecto del cable de levante, en atención a la concentración existente a nivel de productores, a la valoración que le otorgan las empresas mineras atendida su importancia en el proceso de extracción del mineral, a las exigencias de las empresas mineras a quien les provee el mismo -especialmente con respecto a su rendimiento- y a su rápido consumo. Tales características no se cumplen respecto de los otros cables utilizados en la minería⁶¹.
72. Tomando en consideración lo anterior, el análisis de mercado que esta División ha efectuado se refiere exclusivamente al de cable del levante (en adelante⁶² indistintamente "cable" o "cable de pala").
73. Como se señaló, en la industria del cable de pala participan tres (3) tipos de agentes económicos: i. fabricantes; ii. comercializadores; y, por último, iii. consumidores finales. Según se adelantó en el Capítulo II de la "Industria", de la interacción de estos tres (3) agentes es posible definir la existencia de dos mercados distintos. Las relaciones entre los fabricantes con los comercializadores integran el mercado aguas arriba, mientras que del vínculo entre los comercializadores y las mineras surge el mercado aguas abajo. A pesar de ser dos (2) mercados distintos, están estrechamente relacionados por la misma cadena de comercialización, la que comienza en el fabricante y termina en el cliente final.

⁶¹ Sin perjuicio de lo anterior, y en el evento de existir aspectos de relevancia respecto a los otros cables utilizados en la industria minera de superficie, a propósito de la Operación, éstos serán a lo más de igual naturaleza que los identificados para el cable de levante, por tanto, serán comprendidos indistintamente dentro de dicho análisis.

⁶² En adelante los términos "cable", "cable de pala" y "cable de levante" se referirá al cable de levante para pala electromecánica.

III.1. Mercado de Producto

74. Dada una misma cadena de comercialización, el cable de levante para palas es el mismo producto aguas arriba y aguas abajo. Sin perjuicio de esto, aguas abajo, este producto incluye servicios adicionales que los comercializadores o los OEMs les brindan a las mineras, tales como monitoreo del cable, capacitaciones, garantías de rendimiento, entre otros. Por lo tanto, el producto se diferencia según la etapa de la cadena en la que se encuentre⁶³.
75. En el mercado minero chileno existen razones de demanda que permiten considerar al cable de acero de levante como un único mercado. Ello puede afirmarse, en primer lugar, por el hecho de que cada cable tiene atributos específicos conforme la función que se le asigna. De tal manera, no es posible reemplazar un cable de levante por uno distinto, en atención a que debe cumplir requerimientos técnicos muy específicos en cuanto a sus atributos, calidad y formato que lo distinguen de los demás cables.
76. El cable de levante es un cable de alto rendimiento, de manera tal que no puede ser reemplazado por un cable cualquiera, considerando el uso y las características requeridas para desempeñar su crítica tarea de manera exitosa. Tampoco constituyen un sustituto las eslingas ni los cables sintéticos⁶⁴.
77. Por otro lado, este cable es un consumible de la pala, por lo cual debe ser reemplazado de manera autónoma y en tiempos distintos respecto de otros insumos que utiliza la pala y la mina en general, incluso respecto de otros cables de acero, lo que hace que el cable sea generalmente demandado y adquirido de manera individual por las mineras.
78. Cabe señalar que las Partes en su Notificación, señalaron: "*La sustituibilidad de la demanda entre los distintos cables puede ser limitada, salvo en lo que respecta al cable metálico en general.*"⁶⁵, lo que refuerza la postura sostenida.

⁶³ A pesar de esta distinción, es posible hacer un análisis global acerca del cable, el cual permite caracterizarlo con respecto a ambos mercados.

⁶⁴ Véase Punto 32 del Anexo Confidencial.

⁶⁵ Conforme lo señalado por las Partes en Notificación de fecha 18 de diciembre de 2015, p. 34.

79. Asimismo, existen razones de oferta para considerar al cable de levante como un único mercado, principalmente por las características específicas del cable, por lo que no puede ser elaborado por cualquier máquina de la industria.
80. Adicionalmente, se pudo constatar que la máquina de la planta de Prodinsa, única en Chile que fabrica este tipo de cables, fue diseñada y solicitada exclusivamente para ese propósito, contando para la adquisición de dicho *know how*, apoyo inicial de un actor relevante de la industria⁶⁶.
81. De tal manera, es posible concluir que existe una sustitución limitada del lado de la oferta cuando los cables son de un alto grado de especificidad, tal como lo son los cables de levante para pala⁶⁷.

III.2. Mercado Geográfico

82. El ámbito geográfico en el cual se desarrolla la comercialización de cables de levante varía según el eslabón de la cadena de comercialización aludido.
83. Para el mercado aguas arriba existe un comercio a nivel mundial⁶⁸. En efecto, se puede constatar que, para el caso de Chile, hay un solo productor local, mientras que el resto corresponde a empresas extranjeras que importan su cable y son competitivos en precios, en atención a la planificación de sus importaciones, teniendo únicamente desventajas respecto de los pedidos especiales y de urgencia.
84. En cambio, para el mercado aguas abajo, el contexto geográfico es local. Si bien las empresas proveedoras son multinacionales, y en su mayoría tienen plantas de producción en el extranjero, llegan al consumidor final sólo a través de una comercializadora con presencia en Chile. Los requerimientos de stock y la necesidad de contar con un buen servicio post venta hacen inviable la importación directa de la empresa minera, sin dicho intermediario⁶⁹⁻⁷⁰. Esto es consistente con la evidencia recopilada en la Investigación, ya que en la práctica ninguna empresa minera importa directamente de un proveedor internacional.

⁶⁶ Constatado con ocasión de una visita a la planta de Prodinsa el día 18 de febrero de 2016.

⁶⁷ Sin perjuicio de la pérdida de eficiencia en el proceso productivo.

⁶⁸ En este sentido, ver *European Commission, Commission decision in Case M.7904 –Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV*, p.12.

⁶⁹ Véase Punto 33 del Anexo Confidencial.

⁷⁰ Véase Punto 34 del Anexo Confidencial.

IV. PARTICIPACIONES DE MERCADO E ÍNDICES DE CONCENTRACIÓN

85. Habiendo sido identificados los actores del mercado, y ya definidos dos (2) mercados distintos dentro de la cadena de comercialización del cable de levante, a continuación, se analizarán las participaciones de mercado e índices de concentración del mismo.
86. El mercado aguas arriba, esto es la relación entre productor y comercializador, tal como señalamos previamente, tiene alcance geográfico mundial, siendo las participaciones de mercado de las Partes medidas en ventas efectuadas a los consumidores las reflejadas en la Tabla N° 1.

Tabla N° 1: “Participaciones de Mercado a nivel mundial en Ventas en valor (USD) y en Toneladas”

Table 1: Parties' market shares in 2014 (In value)

	Worldwide			EEA		
	Bekaert	Bridon	Combined	Bekaert	Bridon	Combined
Wire rope overall	3.3%	5.1%	8.8% ⁷¹	0.7%	5.5%	6.2%
Wire rope for mining applications	13.2%	7.7%	20.9% ⁷²	9%	4.2%	13.2%
Wire rope for surface mining applications	30.6%	10.5%	41.1%	11.5%	0%	11.5%

Source: Form CO

Fuente: *European Commission, Commission decision Case M.7904–Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV*⁷¹.

87. En lo que respecta al mercado aguas abajo, esto es, en la venta a clientes finales, las participaciones de mercado en base al número de palas existentes en el mercado minero chileno se reflejan en la Tabla N° 2. En dicha Tabla se indica el nombre del comercializador y el productor de cables del cual se abastece⁷².

⁷¹ *European Commission, Commission decision Case M.7904–Bekaert/OTPP/Bridon Bekaert Ropes JV p.11.*

⁷² Una pala, si es utilizada a plena capacidad, genera una demanda de cables bastante predecible, por lo que utilizar el número de palas es una buena aproximación a la demanda futura de cables, lo que implica que utilizar participaciones en base al número de palas puede tener un valor predictivo importante si es que las palas no cambian de proveedor.

Tabla N° 2: “Participaciones de Mercado e Índice HHI en Número de Palas”⁷³

Comercializador	Productor	Participación
Joy Global	Bridon	[40-50]%
Prodinsa	Prodinsa	[10-20]%
Finning-Cat	WRI	[20-30]%
Verne	Bekaert Ausco*	[0-10]%
Küpfers	Wireco	[0-10]%
Total de palas		
	HHI Inicial	3200
	HHI Final	8477
	Delta HHI	5277

Cifras a inicios del año 2016. Participación en base al número de palas. Elaborado en base a información proporcionada por las Partes y terceros.

* Antes denominado OneSteel [35].

88. Por su parte, a Tabla N° 3 evidencia las participaciones de mercado de acuerdo a las ventas verificadas del producto, tanto en dólares de los Estados Unidos de América como en toneladas.

Tabla N° 3: “Participaciones de Mercado e Índice HHI Ventas en Valor (USD) y en Toneladas”⁷⁴

Comercializador	Productor	USD	Toneladas
Joy Global	Bridon	[10-20]%	[10-20]%
Joy Global	Prodinsa	[20-30]%	[10-20]%
Prodinsa	Prodinsa	[20-30]%	[20-30]%
Finning-Cat	WRI	[30-40]%	[20-30]%
Verne	Bekaert Ausco	[0-10]%	[0-10]%
Küpfers	Wireco	[0-10]%	[0-10]%
Técnicables*	Usha Martin	[0-10]%	[0-10]%
Tamaño de mercado			
	HHI Inicial	7171	6728
	HHI Final	9532	9333
	Delta HHI	2360	2605

*Participación de mercado a partir de ventas para pruebas.

⁷³ Para participaciones exactas, véase Punto 35 del Anexo Confidencial.

⁷⁴ Confeccionado en base a información proporcionada por las Partes y terceros del año 2015. Para participaciones exactas, véase Punto 36 del Anexo Confidencial.

89. Cabe consignar, tal como se aprecia en las tablas precedentes que en el mercado aguas abajo, la Operación no conlleva un cambio en la concentración a nivel de comercializador, en atención a que Bridon, como productor, no comercializa directamente a clientes finales, realizando tal labor a través de Joy Global.
90. Sin perjuicio de ello, los principales comercializadores del producto, esto es, Joy Global y Finning, se abastecen de proveedores que formarán parte de la Operación. Asimismo, otro comercializador relevante, Prodinsa, también se proyecta sea filial de la NewCo.
91. Así, de acuerdo con la Guía, estamos en presencia de un mercado altamente concentrado a nivel de los proveedores del producto que será vendido por cada uno de los comercializadores con presencia en Chile, en el mercado aguas abajo. De ello se sigue la necesidad de completar el análisis de barreras de entradas, riesgos y eficiencias establecidos en la misma.

V. BARRERAS DE ENTRADA

92. La Fiscalía en su Guía ha señalado, a propósito de las condiciones de entrada a una industria determinada, que entiende a las barreras de entrada como las características del mercado que otorgan ventaja a las empresas incumbentes respecto de sus competidores potenciales, retardando o haciendo más costoso el ingreso de estos últimos, y permitiendo a las primeras el ejercicio de poder de mercado durante un período de tiempo determinado.
93. Las principales categorías de barreras de entrada que la FNE considera en sus análisis son: barreras legales, costos hundidos, comportamiento estratégico, activos tangibles e intangibles difíciles de replicar por los entrantes, y costos de cambio, dentro de las cuales se encuentran factores específicos que se consideran como barreras que dificultan el acceso a nuevos competidores.
94. Según lo manifestado por las Partes en la Notificación: *"No existen barreras para la entrada de productos al mercado de cables metálicos chileno"*, precisando a propósito de las pruebas que se deben ejecutar a los clientes por parte de nuevos proveedores del producto, que *"Los costos de tales pruebas son bajos y los costos asociados a las pruebas de pre-instalación normalmente son soportados por el proveedor de cables y no por el potencial futuro cliente"*; y continúan señalando que *"existe amplia capacidad productiva excedente disponible, o sea, los proveedores*

podrían fácilmente expandir su producción en respuesta a la demanda de los consumidores".

95. Contra lo anterior, de los antecedentes recabados durante la Investigación, esta División ha logrado llegar a la convicción que el suministro de cables para pala presenta barreras de entrada relacionadas al reconocimiento de la calidad y la marca del productor y del comercializador (cuando corresponda), a la necesidad de realizar pruebas del producto y a la presencia permanente en Chile de a lo menos un comercializador del producto. Lo mismo es posible de afirmar respecto de las barreras de expansión para los competidores de las Partes en el presente mercado.
96. Así, en atención al carácter de insumo estratégico y crítico que tiene el cable de pala para la industria de la gran minería de superficie, se ha podido constatar que, para efectos de proceder a la venta del mismo se necesita de cierto reconocimiento en el mercado⁷⁵. Una gran variedad de actores de la industria identifica en la calidad y reconocimiento de marca -tanto del productor como del comercializador- una variable relevante a la hora de determinar qué marca de producto se adquiere y de quién se adquiere. En el caso de los OEMs, se podría exigir menos respecto a la marca del proveedor y validarla más rápidamente⁷⁶, debido a que la marca del comercializador es muy potente, y éste garantiza el rendimiento del cable, y de forma más exhaustiva si se trata de un contrato MARC.
97. Adicionalmente a la reputación marcaría, se ha constatado que cada faena debe comprobar que el rendimiento del cable es adecuado antes de comprarlo. Por esto, las pruebas del cable en la pala realizadas por las faenas juegan un rol fundamental para que una nueva marca sea considerada una alternativa de abastecimiento. Estas pruebas son costosas para la mina ya que, como se señaló, para realizarlas se debe detener el funcionamiento de la pala y muchas pueden no ser exitosas, lo que implicaría un rendimiento menor a la mina. Las pruebas, si bien no son financiadas por el comercializador respectivo, son ofrecidas con descuentos a los clientes, o bien son acordadas bajo un pago de precio condicional a un rendimiento ofrecido, lo que significa un costo adicional para éstos, sobre todo considerando que las realizadas en faenas distintas, en general no son vistas como suficientes para validarlas en otras faenas⁷⁷.

⁷⁵ Véase Punto 37 del Anexo Confidencial.

⁷⁶ Véase Punto 38 del Anexo Confidencial.

⁷⁷ Véase Punto 39 del Anexo Confidencial.

98. Para los actores entrantes es imprescindible conseguir pruebas para realizar ventas, sin embargo, aún si ellas resultan exitosas, no aseguran su entrada al mercado. Ello, pues, la reputación de la marca también se construye de otros elementos intangibles, tales como confiabilidad, logística, calidad en los servicios adicionales, que no necesariamente quedan manifestados en las pruebas.
99. Así, los clientes del producto cable de levante requieren que los comercializadores tengan y mantengan a nivel local y de manera permanente soporte técnico en terreno, con especialistas que puedan concurrir presencialmente a la faena minera donde se instala y se utiliza el cable de levante, asistirlos en su instalación y testear el mismo, abarcando además labores de capacitación de los funcionarios del respectivo cliente. Asimismo, requieren contar con un elevado inventario del producto para satisfacer los requerimientos del cliente, conforme a la planificación de mantenimiento o provisión acordada⁷⁸. También se requiere del comercializador el otorgamiento de garantías, así como también una pronta respuesta en el evento de hacerlas efectivas.
100. Sin perjuicio de las barreras señaladas, cabe considerar, la mayoría de las empresas que manufacturan el producto a nivel mundial tienen presencia en Chile a través de un comercializador⁷⁹, las que, sin embargo no han logrado alcanzar una participación de mercado importante.
101. Así, durante los últimos dos (2) años, se ha producido la entrada de nuevos actores a la industria chilena con características similares a los proveedores relacionados a las Partes, tales como Usha Martin, mediante su comercializador Tecnicables⁸⁰, IPH mediante su comercializador Verne⁸¹, y la empresa china TYHI, mediante su representante TZ⁸². Sin embargo, ratifica lo señalado precedentemente el hecho de que a la fecha sólo Usha Martin a través de Tecnicables ha logrado efectuar pruebas en dependencias de clientes, y ninguno de dichos actores ha logrado acordar el suministro del producto a clientes finales.
102. En igual sentido, WireCo, con presencia en Chile desde hace una década, se relaciona con su actual comercializador Kúpfer a contar del año 2013⁸³, y es un actor

⁷⁸ Incluso algunos clientes dentro de la industria requieren condiciones de compra basadas en la consignación, donde el almacenamiento y custodia del bien se realiza en la faena misma.

⁷⁹ Véase párrafo 49 anterior, en Capítulo II "Industria".

⁸⁰ Véase Punto 40 del Anexo Confidencial.

⁸¹ Véase Punto 41 del Anexo Confidencial.

⁸² Véase Punto 42 del Anexo Confidencial.

⁸³ Véase Punto 43 del Anexo Confidencial.

activo en pruebas y ventas del cable de levante, aunque con una participación de mercado menor⁸⁴.

103. Las barreras a la expansión reflejadas en los ejemplos anteriores se explican principalmente por las ventajas competitivas que tienen los OEMs y Prodinsa con respecto a los demás comercializadores. La ventaja competitiva de los OEMs surge debido que ofrecen un servicio integral de mantenimiento de la pala y pueden maximizar el rendimiento del cable. Prodinsa, por su parte, tiene dos principales ventajas con respecto a los otros proveedores. La primera, es que, al ser el único fabricante de cables de levante en Chile, su velocidad de respuesta supera a la de cualquier otro comercializador de cables. La segunda, es que entró al mercado a través de un OEM (Joy Global), por lo que su poder y recordación de marca es superior a la de cualquier nuevo entrante o incumbente no representado por un OEM⁸⁵.

104. De tal manera, y en razón de todo lo expuesto, esta División considera que si bien la entrada al mercado no es fácil, si es posible, existiendo en todo caso dificultades para una expansión rápida y suficiente dentro del mismo, en los términos señalados precedentemente.

VI. RIESGOS Y ATENUANTES

VI.1. Riesgos Unilaterales y Mitigantes

105. Conforme se señala en la Guía, los riesgos unilaterales se generan cuando, producto de una operación, la entidad concentrada adquiere un poder de mercado tal que la dota de la capacidad e incentivos para incrementar sus precios o disminuir las cantidades producidas, los niveles de innovación, calidad o variedad que ofrece a sus clientes⁸⁶.

106. En este caso en particular, el riesgo unilateral más plausible en el evento de la materialización de la Operación, sería el de un aumento de precios⁸⁷ de la NewCo, tanto directamente a consumidores finales por medio de Prodinsa, como

⁸⁴ Conforme se señaló anteriormente en Tabla N° 1 y Tabla N° 2.

⁸⁵ Durante el periodo que Prodinsa abastecía de cables a Joy Global no existía la política comercial de la última de vender todos los repuestos de la pala bajo su marca propia, lo que potenció la marca Prodinsa en el mercado.

⁸⁶ Guía, p. 19.

⁸⁷ O a través de la afectación de otra variable competitiva relevante como el rendimiento de los cables.

indirectamente a través de un aumento de precios a los OEMs, el cual luego sería traspasado a consumidores finales⁸⁸.

107. Para el análisis de este riesgo, se requiere evaluar de forma teórica los incentivos y la habilidad a incurrir en tal conducta, los cuales están determinados por la cercanía competitiva entre los actores fusionados, los márgenes de las empresas, junto con los eventuales contrapesos a tales incentivos, los que vienen dados por las características particulares del mercado nacional y las renunciadas unilaterales a ciertas cláusulas contractuales efectuadas por la NewCo en el contexto de esta investigación⁸⁹.

108. Conforme a la información recabada, existiría cercanía competitiva entre los cables Bridon y Bekaert, debido a que de cara a los consumidores finales, los antecedentes tenidos a la vista permiten afirmar que Prodinsa, Joy Global y Finning son vistos en el mercado relevante, en general, como las mejores alternativas, atendidas las ventajas competitivas ya descritas⁹⁰⁻⁹¹. A mayor abundamiento, los cables de levante de Prodinsa y de Bridon son considerados los más cercanos, por haber sido ambos comercializados por Joy Global⁹².

109. En cuanto al análisis de márgenes, es posible concluir que la Operación conlleva incentivos al alza en precios, especialmente respecto del precio al que la NewCo le venderá a Joy Global, pues los márgenes que obtiene Bekaert por medio de la venta directa a través de Prodinsa son mayores que aquellos que se pueden obtener a través de la venta a los OEMs⁹³. Lo anterior, atendido a que los OEMs obtienen precios mayoristas sobre los que aplican su margen de ganancia en la venta al consumidor final.

110. En concreto, la cercanía competitiva entre las Partes de la Operación, así como también los mayores márgenes que se podrían obtener mediante un aumento de

⁸⁸ Notar que esta teoría no implica asumir que los OEMs dejan de actuar independientemente en el mercado y competir con la Newco aguas abajo.

⁸⁹ Dichas renunciadas unilaterales habrían sido comunicadas a esta FNE con fecha 10 de junio de 2016 por Bridon y 16 de junio de 2016 por WRI.

⁹⁰ Véase Punto 44 del Anexo Confidencial.

⁹¹ Por ejemplo, esto se manifiesta en las altas participaciones de mercado a pesar de tener precios significativamente más altos que otros competidores como Kupfer, Tecnicables o Verne.

⁹² La cercanía competitiva se matiza por la heterogeneidad de la demanda de los clientes mineros, ya que, dependiendo de la valoración de cada faena por los servicios ofrecidos por los OEMs, un tipo de distribuidor puede ser más o menos cercano a otro⁹². Ahora bien, se debe tener en consideración que la adquisición del cable es irrenunciable para la minera, pues es la que permite la continuidad de las actividades de la misma

⁹³ Véase Punto 45 del Anexo Confidencial.

precios a los OEMs, genera los incentivos para incrementar los precios a los mismos⁹⁴.

111. Ahora bien, dichos incentivos se ven mitigados por diversas razones, propias de la estructura del mercado y de los cambios contractuales introducidos por las Partes durante el curso de este procedimiento.

112. Primero, es relevante tener a la vista el rol que cumplen los OEMs en el mercado, y la importancia de los mismos para reforzar la marca del proveedor. Tal como se señaló en el apartado de Industria del presente Informe, la comercialización a través de los OEMs otorga un valor agregado al producto, asegurando la excelencia y calidad de los cables. De esta forma, se mitigarían los incentivos de la NewCo de abusar de los OEMs toda vez que mantener una alianza o buena relación con los mismos puede determinar, hasta cierto punto, la participación de mercado que ella pueda alcanzar.

113. Asimismo, la posibilidad de los OEMs de cambiarse de proveedor, mitiga en cierto grado el riesgo unilateral. Frente a un aumento de costos de abastecimiento, Joy Global y Finning pueden cambiar o amenazar con cambiarse de proveedor, pues tienen la posibilidad recurrir al mercado internacional en donde existen diversos proveedores, tal como lo refleja sus vínculos contractuales con sus respectivos proveedores⁹⁵.

114. Es más, existen antecedentes de cambio en el pasado, donde Joy Global pasó de abastecerse con Prodinsa a hacerlo con Bridon. Ahora bien, este proceso es costoso, lo que se manifiesta en el hecho de que Joy Global tardó un año en planificar el cambio de proveedor y más de un año en materializar tal cambio, dada la dificultad que implicaba que sus clientes lo aceptaran y se ajustaran a él⁹⁶. Lo anterior ratifica lo señalado, en cuanto a que los OEMS mitigan el riesgo unilateral asociado a la Operación, pero hasta cierto grado, determinado por sus costos de cambio⁹⁷.

⁹⁴ Especialmente respecto a Joy Global, pues se debe considerar que Prodinsa es el sustituto más cercano a los cables vendidos por éste. Por ende, si la NewCo le aumenta los precios a Joy Global, una vez que el alza se traspase a clientes finales, éstos serán capturados en su mayoría por Prodinsa.

⁹⁵ Véase Punto 46 del Anexo Confidencial.

⁹⁶ En enero de 2015 Joy Global comenzó el proceso de cambiar a sus clientes a cables Bridon. Véase Punto 47 del Anexo Confidencial.

⁹⁷ Véase Punto 48 del Anexo Confidencial.

115. Adicionalmente, la posibilidad de cambio de Joy Global ante un eventual abuso de la NewCo se hizo aún mayor, pues las renunciaciones unilaterales de ciertas cláusulas contractuales efectuadas por las Partes durante la Investigación, disminuyen los costos de dicho cambio y transición. En concreto, con las renunciaciones efectuadas, el contrato de los OEMs con las filiales de la NewCo permitirían a los primeros poner término unilateral al mismo, incorporando a su vez una cláusula que los protege durante el periodo de transición de un proveedor a otro⁹⁸⁻⁹⁹.
116. Por último, la NewCo carecería de la habilidad para alzar los precios, en virtud de la renuncia unilateral a la posibilidad de solicitar uno o más ajustes al alza del precio base, o bien del método de cálculo del sobreprecio que en definitiva sería cobrado por Bridon a Joy Global. De esta forma, la relación contractual entre Bridon y Joy Global establecería ciertas protecciones que restringen la discrecionalidad de Bridon y limitan su habilidad de subir el precio y/o de modificar otras variables competitivas.
117. A modo de conclusión se puede sostener que en el escenario post Operación, la NewCo estará limitada a subir precios discrecionalmente, principalmente en virtud de: (i) los contrapesos derivados de la estructura del mercado, especialmente en consideración del rol que cumplen los OEMs en el mismo, el que se ve reforzado por (ii) los nuevos términos contractuales de las filiales de la NewCo con Joy Global y Finning, emanados de las renunciaciones unilaterales comunicadas a esta División¹⁰⁰. Estas renunciaciones incrementan el poder de negociación de los OEMs, toda vez que no se podrá ejercer un alza de precios unilateral por las filiales de la NewCo; los OEMs podrán renunciar al contrato y se les asegurarán todas las facilidades para un eventual cambio de proveedor.
118. Es importante notar que bajo esta hipótesis de riesgos unilaterales, los incentivos de Joy Global y de Finning son contrarios a los incentivos de Bridon y WRI, respectivamente, por lo que serían los mismos OEMs quienes tenderán a fiscalizar

⁹⁸ Además, esto se ve reforzado por las renunciaciones unilaterales realizadas por la NewCo, a través de sus filiales Bekaert y Joy Global, respecto de Joy Global y Finning en relación al mercado chileno consistentes, entre otras, en permitir la terminación unilateral del comercializador respecto del mercado chileno de cable de palas, acompañado de un eventual periodo de transición de hasta 18 meses, eliminación de exclusividades o preferencias, y proscribir el intercambio de información sensible. Respecto de Finning se adicionan a las anteriores la eliminación del establecimiento por parte del proveedor de precios sugeridos y de márgenes de reventa. Dichas renunciaciones unilaterales se materializaron mediante comunicación escrita de Bridon a Joy Global con fecha 10 de junio de 2016, y de WRI a Finning con fecha 16 de junio de 2016.

⁹⁹ Véase Punto 49 del Anexo Confidencial.

¹⁰⁰ Véase Punto 50 del Anexo Confidencial.

la ejecución del respectivo contrato y de las condiciones comerciales referentes a los cables de pala¹⁰¹.

VI.2. Riesgos Coordinados y Mitigantes

119. De acuerdo con la Guía, una operación de concentración también 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 competidores¹⁰².

120. El principal riesgo de carácter coordinado detectado en el marco de esta Investigación consiste en una repartición de mercado entre la NewCo y los principales OEMs¹⁰³. El riesgo al que se alude, es plausible, toda vez que actualmente Bekaert –a través de Prodinsa– compite con los dos principales OEMs aguas abajo y además provee a uno de ellos, Finning, a través de su relacionada WRI. Después de concretada la Operación, la NewCo también abastecerá cables a Joy Global con lo cual pasará a existir tanto un componente vertical como uno horizontal en la relación de la NewCo con los OEMs¹⁰⁴.

121. Esta División es del parecer que si los OEMs y Prodinsa se coordinaran, concentrarían conjuntamente un significativo poder de mercado en el mercado aguas abajo, de cara al consumidor final¹⁰⁵. Este poder, por sí mismo, crea los incentivos suficientes para que las empresas actúen conjuntamente en el mercado de forma de maximizar sus utilidades¹⁰⁶.

122. En consecuencia, resulta relevante para el análisis evaluar en qué medida las relaciones contractuales entre los OEMs y la NewCo facilitarían el actuar conjunto entre éstos¹⁰⁷ y cómo ello se habría mitigado en virtud de las renunciadas unilaterales

¹⁰¹ Al momento de negociar con Bridon, Joy Global tiene costos de cambio cercanos a cero, que es el costo de negociar con otro proveedor, lo que le otorga condiciones muy favorables. Una vez que ya está siendo proveído por Bridon tiene incentivos a proteger sus intereses haciendo valer las protecciones contractuales previamente establecidas.

¹⁰² Guía, p. 20.

¹⁰³ Esta coordinación no necesitaría incluir necesariamente a los otros distribuidores no abastecidos por cables de la Newco.

¹⁰⁴ En este caso no nos referimos a una coordinación que incluya a los restantes comercializadores presentes en el mercado (Küpfel, Verne, etc.).

¹⁰⁵ El poder de mercado está dado por la alta participación conjunta y las ventajas competitivas que poseen Prodinsa y estos OEMs respecto al resto de los comercializadores presentes en el mercado. Tal como se señaló en el Capítulo IV anterior denominado "Participaciones de Mercado e Índices de Concentración", los OEMs en conjunto con Prodinsa, concentrarían el [80% – 90%] de las ventas a consumidor final.

¹⁰⁶ Véase Punto 51 Anexo del Confidencial

¹⁰⁷ Las posibilidades de actuar de forma conjunta aguas abajo cuando el mercado se encuentra concentrado aguas arriba, podría encontrar respaldo en indicios de conductas coordinadas en el pasado, que es considerado

presentadas en el curso de esta Investigación. Asimismo, se analizará la transparencia y posibilidad de monitoreo de un eventual acuerdo, sanciones ante el desvío y la desafiabilidad por parte de terceros.

123. En lo que respecta a las relaciones contractuales entre la NewCo y los OEMs, en el marco de esta Investigación se pudo constatar que el contrato entre Finning y WRI y su aplicación práctica, contribuían a la estabilidad de un posible acuerdo coordinado, dado los vínculos estructurales que derivaban del mismo, relacionados especialmente a determinación de precios y márgenes, exclusividades e intercambios de información sensible¹⁰⁸.

124. El hecho de que Finning tuviera su actuar restringido y no fuera totalmente independiente del grupo Bekaert, en virtud de este contrato, acentuaba los riesgos coordinados derivados de la Operación. Esto por cuanto hacía más estable un potencial acuerdo, dada la limitada habilidad de Finning de constituir un agente independiente y desestabilizador del mismo.

125. Sin embargo, en el transcurso de la Investigación, las Partes, han comunicado a Finning su renuncia unilateral a ejercer los derechos relacionados con dichos vínculos estructurales derivados del contrato. Esta División considera que dichas renunciaciones atenúan el riesgo¹⁰⁹, por cuanto le otorgan libertad a Finning para fijar precios y márgenes, y le permiten actuar con cierta independencia de su proveedor¹¹⁰⁻¹¹¹.

126. Por su parte, si bien esta División analizó las cláusulas contractuales vigentes entre Joy Global y Bridon, en ellas no se establecían vínculos estructurales tan evidentes como los de Finning con WRI. Sin perjuicio de ello, la sola relación comercial entre Bridon y Joy Global facilitaría una potencial coordinación entre OEMs, Prodinsa y la NewCo, ya que la última –a través de sus vínculos verticales– tendría la facultad de traspasar información sensible entre los comercializadores sin la necesidad de

como un antecedente en el curso de la presente Investigación. Adicionalmente, dada la estructura que se generaría a raíz de la presente Operación, se permitiría un intercambio de información mediado por la NewCo, sin que Prodinsa, Joy Global y Finning intercambiasen información de manera directa.

¹⁰⁸ Véase Punto 52 del Anexo Confidencial.

¹⁰⁹ Véase Punto 53 del Anexo Confidencial.

¹¹⁰ Adicionalmente, se le ratifica a Finning el derecho de dar término unilateral al contrato, sin expresión de causa, añadiendo un procedimiento de transición hacia un nuevo proveedor del producto de hasta 18 meses.

¹¹¹ En relación a la transparencia, WRI y Bridon renunciaron unilateralmente a la posibilidad de intercambiar información comercial sensible con sus distribuidores. Entendiéndose, en este caso particular, por información comercial sensible aquella relacionada con (i) precios de venta o reventa a clientes finales u otros intermediarios; (ii) costos de insumos para la producción de cables; (iii) nombres y/o ubicación de clientes; (iv) licitaciones para abastecer o probar el producto, sea que participen o no en las mismas; (v) márgenes de venta o reventa de los productos; y/o (vi) estrategias y/o proyecciones de venta.

comunicación directa entre ellos. Adicionalmente, como ya se señaló previamente, Bridon contaba con un mecanismo de fijación de precios que permitían aumentos de precios de forma unilateral y modificaciones en condiciones comerciales que podían servir como mecanismos de sanción. Sin embargo, los derechos que permitían tal discrecionalidad en el actuar de Bridon, también fueron renunciados unilateralmente.

127. Ahora bien, la posibilidad de detectar desvíos en caso de verificarse una coordinación, ya resultaba relativamente sencilla de forma previa a la Operación, toda vez que los distintos proveedores operan con distintos colores de cables¹¹², no resultando complejo un monitoreo en cuanto a clientes actuales. El monitoreo facilitado por la transparencia a la que da lugar esta Operación, se vería limitado, sin embargo, por los contratos actuales y las renunciadas unilaterales de las Partes, pues en virtud de ellos, las filiales de la NewCo no pueden solicitar información a Finning ni a Joy Global respecto a clientes ni precios¹¹³.

128. Respecto a potenciales sanciones que podrían ser implementadas en caso de un eventual desvío a una posible coordinación cabe consignar que, al menos en teoría, la NewCo tendría la facultad de aumentar la competencia en el mercado aguas abajo, incrementar los precios mayoristas, empeorar las condiciones comerciales – por ejemplo, retrasar las entregas a sus distribuidores– y en el límite, cortar el despacho de cables a los OEMs. Sin embargo, los castigos de corte de despacho no pareciesen ser lo suficientemente creíbles, debido a que implican un alto costo para el que lo ejecuta y significarían el fin del acuerdo, lo que se suma a la imposibilidad de la NewCo de aumentar los precios mayoristas y empeorar las condiciones comerciales a Joy Global, dada la limitación contractual ya citada.

129. Los OEMs, por su lado, ante eventuales desvíos de Prodinsa a una potencial coordinación, también podrían intensificar la competencia por clientes finales. Adicionalmente, pueden importar cables desde otros proveedores y eventualmente cambiarse de proveedor, sin embargo, esto último es costoso, tanto en términos económicos como temporales, por lo que este castigo también resulta poco creíble.

¹¹² El color del cable que utiliza cada pala es posible de verificar, pues dicho abastecimiento suele venir aparejado de la asistencia a la faena minera por parte de representantes y dependientes de los proveedores. Véase Punto 54 del Anexo Confidencial.

¹¹³ De este modo, los vínculos contractuales no modificarían las condiciones existentes en el mercado que facilitarían el monitoreo.

130. En relación a la posibilidad de desafiar la estabilidad de una eventual coordinación por parte de los otros distribuidores, ella se ve atenuada por el significativo poder de mercado que tienen –y mantendrán– Prodinsa y los OEMs, dada su alta participación conjunta y las ventajas competitivas que tienen con respecto a los demás distribuidores y potenciales entrantes.
131. Ahora bien, a la hora de evaluar estos riesgos, no se puede obviar que los clientes en esta industria son entidades sofisticadas que cuentan con cierto poder de negociación. Las empresas mineras, sin embargo, carecen de altos incentivos para ejercer su poder negociador, por cuanto, el ahorro que puede implicar su ejercicio, podría no compensar el costo de ejercer tal poder¹¹⁴. Sin embargo, hay cierta evidencia de algunas acciones realizadas por las mineras para protegerse de alzas de precios, como por ejemplo, licitaciones de largo plazo¹¹⁵. Adicionalmente, se tienen antecedentes que un ciclo negativo del precio del cobre –como el que se vive actualmente en Chile– aumenta sus incentivos a buscar mejores condiciones con todos sus proveedores. Así, tanto potenciales situaciones de abuso como condiciones desfavorables de la industria, pueden validar y otorgar una mayor participación a proveedores alternativos a Prodinsa y los OEMs.
132. A modo de conclusión, cabe señalar que la Operación alteraría la estructura del mercado, concentrándolo aguas arriba. Asimismo, la futura existencia de un proveedor común creará incentivos a la coordinación de las Partes con los OEMs, sin requerir que otros actores del mercado estén alineados con esta coordinación. Sin perjuicio de ello, existen también antecedentes que tienden a contrarrestar los incentivos y habilidades para que estos riesgos se concreten, como (i) las renunciaciones unilaterales de WRI y Bridon a ciertos derechos a su favor emanados de los contratos con los OEMs, informados por la NewCo a esta División y (ii) la posición y características de los consumidores finales de estos productos.
133. Por último, es relevante destacar que la NewCo ha reconocido la importancia de limitar al mínimo el traspaso de información sensible con los OEMs, renunciando a los derechos que le reconocían los contratos con las mismas a acceder a tales datos y eliminando los vínculos estructurales que restringían el poder de contrapeso de Finning. Todo ello va en línea con el reconocimiento general que las Partes han

¹¹⁴ Por ejemplo, puede ser costoso organizar procesos de licitaciones o centralizar las compras de cables de todas las faenas de una misma empresa.

¹¹⁵ Estas licitaciones de largo plazo actúan como un elemento disuasivo para un eventual acuerdo coordinado, por cuanto, hacen más atractivo el desvío.

manifestado a la institucionalidad de libre competencia, en el entendido que un intercambio de información sensible que elimine, restrinja o entorpezca la competencia, siempre podrá ser perseguido y sancionado conforme a las reglas generales del Decreto Ley N° 211 de 1973¹¹⁶.

VII. EFICIENCIAS

134. La Guía establece que la Fiscalía *"contrapondrá los riesgos de la operación de concentración a las eficiencias que ésta pueda generar, siempre y cuando las eficiencias reportadas resulten verificables, inherentes a la operación y aptas para compensar el mayor poder de mercado obtenido por la empresa fusionada"*¹¹⁷.

135. Las Partes señalan que de la Operación se derivarán sinergias globales de costos y comerciales que alcanzarán los [55]¹¹⁸, y que a Chile se aplicarán las mismas eficiencias y ahorros que para el negocio global¹¹⁹.

136. Sin perjuicio de la presentación de las Partes, éstas no entregaron antecedentes suficientes que sirvieran para acreditar tales eficiencias y su cuantificación a nivel nacional¹²⁰.

137. Por lo tanto, las eficiencias presentadas no cumplen con el criterio de verificabilidad y le resulta imposible a esta División analizar la inherencia a la Operación y su capacidad para compensar el mayor poder de mercado obtenido. Es por lo anterior que las eficiencias presentadas no fueron consideradas en el análisis.

VIII. CONCLUSIONES

138. Acorde a lo señalado en el presente Informe, hay dos mercados relevantes afectados, la comercialización mayorista y minorista de cables de levante para pala. Si bien la concentración se produce aguas arriba, atendida la importante participación de las Partes, no es posible descartar, *a priori*, riesgos en el mercado aguas abajo, tanto de carácter unilateral, como de carácter coordinado.

¹¹⁶ Cuyo texto refundido, coordinado y sistematizado está contenido en el DFL N°1/2005 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

¹¹⁷ Guía, p. 24.

¹¹⁸ Véase Punto 55 del Anexo Confidencial.

¹¹⁹ Véase Punto 56 del Anexo Confidencial.

¹²⁰ Es más, las Partes en la respuesta a solicitud de información de fecha 22 de enero de 2016, en donde señalan la dificultad de su estimación. Véase Punto 57 del Anexo Confidencial.

139. En relación a las condiciones de entrada, es importante tomar en consideración el rol estratégico que cumplen los cables de levante de pala. Esto implica que la construcción de una marca reconocida, tanto a nivel mayorista como a nivel minorista, sea de suma importancia. Para lograr lo anterior es necesario realizar pruebas de cables antes de cambiar de proveedor, sin embargo, aprobarlas no es suficiente para garantizar la venta. Sumado a lo anterior, a nivel minorista, se requiere presencia en el mercado nacional. De tal manera, esta División considera que si bien la entrada al mercado sí es posible, existen severas dificultades para una expansión rápida y suficiente dentro del mismo.
140. El análisis acerca de los incentivos generados por la Operación ha permitido sostener que, preliminarmente, en el evento de ejecutarse la misma, existirían ciertos riesgos de carácter unilateral. Sin perjuicio de ello, en virtud de la estructura del mercado; de la actual relación contractual entre Joy Global y Bridon por una parte, y entre Finning y WRI por otra; y de las renunciaciones unilaterales efectuadas por Bridon y WRI –futuras filiales de la NewCo-, se restringe el actuar discrecional de estas últimas, limitando la habilidad de ejercer alzas de precios o el empeoramiento de las condiciones comerciales.
141. Dichas renunciaciones unilaterales comunicadas por las filiales de la NewCo a sus contrapartes y a la FNE en el marco de la investigación, dicen relación con proscribir cualquier cambio al alza del precio de venta del producto al respectivo OEM durante la vigencia del contrato; permitir al comercializador terminar unilateralmente el contrato con el proveedor respectivo, en lo que diga relación con el mercado chileno de cable de palas, garantizando un eventual período de transición de hasta dieciocho (18) meses; y la eliminación de cualquier tipo de exclusividad o preferencia.
142. Asimismo, la Investigación habría dado cuenta de que la Operación, la estructura del mercado y ciertas cláusulas contractuales de Bridon y WRI con sus comercializadores, facilitarían la coordinación entre éstos y Prodinsa, de cara al consumidor final. Sin embargo, y respecto de este riesgo coordinado, las características propias del mercado –manifestado en la presencia de clientes sofisticados y potenciales ciclos negativos del cobre–, en conjunto con las renunciaciones unilaterales que realizaron las Partes durante la Investigación, disminuirían los riesgos detectados.

143. Dichas renunciaciones unilaterales se encuentran dirigidas a entregar independencia en el actuar al comercializador por medio de la eliminación de precios y márgenes de reventa sugeridos por el proveedor; junto con excluir la posibilidad de intercambiar cierta información sensible, con sus comercializadores.
144. De este modo, a partir de lo expuesto, salvo el mejor parecer del señor Fiscal, se sugiere archivar los antecedentes de esta Investigación, sin perjuicio de la facultad de esta Fiscalía para velar permanentemente por la libre competencia en los mercados y mantener bajo estricta vigilancia la evolución de los mercados analizados.

Saluda atentamente a usted,


FELIPE CERDA BECKER
JEFE DIVISIÓN DE FUSIONES Y ESTUDIOS


APM