

ANÁLISIS SOBRE CONDUCTAS CONTRARIAS A LA LIBRE
COMPETENCIA EN EL MERCADO DE TABLEROS
MELAMÍNICOS Y DE MUEBLES RTA *

F & K Consultores

Agosto, 2015

* Este trabajo fue encargado por Metalúrgica Silcosil Limitada. Una gran parte de la información proviene de los documentos exhibidos por Masisa S.A. y Masisa Componentes SPA exhibidos ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, mientras que una fracción reducida de los datos fueron proporcionados por Metalúrgica Silcosil Limitada y no han sido verificados. Las opiniones expresadas en el trabajo son nuestras, y no necesariamente coinciden con las de Metalúrgica Silcosil Limitada.

Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. ANTECEDENTES	4
3. CONSIDERACIONES PRELIMINARES	7
3.1. Alcance del Informe	7
3.2. Información disponible para el análisis	7
4. LITERATURA ECONÓMICA Y JURISPRUDENCIA	8
4.1. Precios Predatorios	9
4.2. Estrangulamiento de márgenes	14
5. PUNTO DE PRUEBA N° 1	17
5.1. Mercado de fabricación y comercialización de tableros de aglomerado melamínico	17
5.2. Mercado de diseño, fabricación y comercialización de muebles RTA	20
6. PUNTO DE PRUEBA N° 2	24
6.1. Contexto: Época y circunstancias	24
6.2. Comercialización de muebles RTA bajo los costos medios variables de producción.	28
6.3. Resultados	34
6.4. Justificación económica y efectos en la competencia	38
7. PUNTO DE PRUEBA N° 3	42
7.1. Evolución de los precios de los tableros melamínicos	42
7.2. Evolución de los costos de los tableros	44
7.3. Justificación económica y efectos en la competencia	45
8. CONCLUSIONES	48
9. REFERENCIAS	50
10. ANEXOS	51

1. Introducción

El presente informe muestra los resultados de la investigación sobre la existencia de conductas contrarias a la libre competencia en el mercado de comercialización de tableros de aglomerado melamínico y en el mercado de diseño, fabricación y comercialización de “muebles RTA”, a propósito de la demanda presentada por Metalúrgica Silcosil Limitada (en adelante, “Silcosil”)¹ en contra de las empresas Masisa S.A y Masisa Componentes SpA (en adelante, “Masisa Componentes”).

Los muebles RTA (“Ready to Assemble”) son muebles para el hogar y oficina, listos para armar y ensamblar. Se trata de muebles de bajo costo, comercializados de tal manera que sea el propio cliente final quien arme y ensamble el mueble RTA, concepto más conocido como “hágalo usted mismo” o “do it yourself”.

Estos muebles pueden estar contruidos de distintos materiales base, dependiendo de la función que tengan. Así, existen muebles RTA basados en fierro, vidrio y principalmente de tableros de madera aglomerada recubiertos (o tableros de aglomerado melamínico).

Silcosil es una empresa que diseña y fabrica muebles RTA basados en tableros de aglomerado melamínico y, hasta fines del año 2012, Masisa S.A. era su principal proveedor de estos tableros. Por otra parte, Masisa Componentes –empresa que también diseña y fabrica muebles RTA de tableros de aglomerado melamínico- fue adquirida por Masisa S.A. el año 2011 e ingresó al mercado a competir con Silcosil en febrero del año 2012.

Los resultados de la investigación permiten concluir que Masisa Componentes ha efectuado una estrategia predatoria desde que comenzó a venderle muebles a Easy S.A. en octubre de 2012, manteniéndola hasta la actualidad. En efecto, la evidencia analizada muestra que Masisa Componentes ha vendido muebles de diseño muy similar -o prácticamente idéntico- a los que ofrecía Silcosil a Easy S.A, a un costo menor a su propio costo variable de producción. Lo anterior determinó que Masisa Componentes desplazara a Silcosil como proveedor de Easy S.A. Además, la

¹ Causa Rol 293-15

evidencia indica que posteriormente Masisa Componentes ha logrado subir el precio a algunos de esos muebles y obtener márgenes positivos, sin que ello significara – hasta la fecha de elaboración del presente informe- que otro competidor lo desplazara como proveedor de Easy S.A.

Asimismo, se logró corroborar que Masisa S.A. aumentó el precio cobrado a Silcosil por los tableros de aglomerado melamínico que esta empresa utilizaba para la fabricación de los muebles RTA que vendía a Easy S.A., sin que esto estuviese justificado por un aumento de los costos de producción de Masisa S.A. Este aumento en precio del insumo al parecer fue discriminatorio, pues el costo de adquisición de los tableros de Silcosil fue aumentando en mayor medida que el costo de adquisición que enfrentaba Masisa Componentes por los mismos tableros.

El alza en el precio de los tableros con que se construían determinados muebles sumado a la venta de estos muebles por debajo de sus costos variables de producción determinó que los márgenes fueran disminuyendo en el tiempo, y en mayor medida para Silcosil que para Masisa Componentes. El estrangulamiento de márgenes discriminatorio que hubo aguas abajo determinó que Masisa Componentes desplazara a Silcosil como proveedor de Easy S.A.

El informe está estructurado de la siguiente forma. En la sección 2 se presentan los antecedentes, la demanda, contestaciones y puntos de prueba. En la sección 3 se presenta el alcance de este informe, sus objetivos y los datos con los que se realizó la investigación. En la sección 4 se presenta una breve revisión de la literatura económica relevante para las conductas que se busca investigar, así como también se incluye la jurisprudencia relacionada con estos temas. En la sección 5 se hace una caracterización de los mercados bajo análisis. En las secciones 6 y 7 se analizan los puntos de prueba N° 2 y 3 fijados por el TDLC. Finalmente, en la sección 8 se presentan las conclusiones de este informe.

2. Antecedentes

Con fecha 13 de marzo de 2015, Silcosil demandó a las empresas Masisa S.A. y Masisa Componentes ante el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) por la supuesta realización de una serie de actos contrarios a la libre

competencia en el mercado del diseño, fabricación y comercialización de muebles RTA (“Ready to Assemble”) a base de aglomerado melamínico.

En particular, la demandante identifica la realización de las siguientes prácticas anticompetitivas:

- i. Venta a precios predatorios: Masisa Componentes estaría intentando alcanzar una posición dominante en el mercado de muebles RTA, vendiendo sus productos permanentemente por debajo de los costos de producción, incurriendo en millonarias pérdidas, financiada por su matriz Masisa S.A.
- ii. Estrangulamiento de márgenes: Masisa S.A. domina el mercado de los tableros de aglomerado melamínico, insumo determinante para la producción de los muebles RTA. Año a año ha ido aumentando el precio de los tableros, reduciendo el margen de los competidores de su filial aguas abajo.
- iii. Subsidios cruzados: Masisa S.A. subsidia a su filial Masisa Componentes, permitiéndole permanecer en el mercado a pesar de sus enormes pérdidas.
- iv. Competencia desleal mediante la copia de los productos de Silcosil: Masisa Componentes copió los productos diseñados y fabricados por Silcosil, aprovechándose de la información entregada a Masisa S.A. cuando ésta le proveía de tableros.

Con fecha 22 de abril de 2015, ambas empresas demandadas contestaron la demanda argumentando lo siguiente:

En primer lugar, y en relación al poder de mercado de Masisa Componentes SpA y su capacidad de realizar una conducta predatoria en el mercado de muebles RTA, se señaló que la empresa *“tiene apenas un 2% de participación en el mercado de los muebles RTA”*. Además, se argumentó que no habría incentivos para llevar a cabo una conducta de este tipo, ya que la eventual recuperación de las pérdidas estaría limitada por las importaciones de muebles RTA, las que tendrían un rol disciplinador importante en dicho mercado. En particular, se señaló que las importaciones *“representan el 60% del mercado total de los muebles RTA comercializados en Chile.”*

En segundo lugar, se señaló que los ingresos por los tableros melamínicos para muebles RTA son marginales para la empresa y representan *“aproximadamente un 1,56% de los ingresos totales de Masisa”*.

En tercer lugar, y en relación al poder de mercado de Masisa S.A en el mercado de los tableros melamínicos, argumentan que las importaciones y Arauco jugarían un rol disciplinador importante y que la participación de este último *“ha crecido en más de un 200% en los últimos años, mientras que la participación de Masisa S.A. ha bajado en un 20%”*.

Finalmente, teniendo en consideración la demanda, la contestación y los antecedentes presentados por ambas partes, el TDLC fijó los siguientes puntos sobre los cuales deberá recaer la prueba:

Punto de prueba N° 1: Estructura, características y funcionamiento del mercado de fabricación y comercialización de tableros de aglomerado melamínico, y del mercado de diseño, fabricación y comercialización de muebles RTA. Evolución de las participaciones de las demandadas en los mismos. Relevancia de las importaciones en ambos mercados, y de los canales de distribución de los muebles RTA en la formación de sus precios;

Punto de prueba N° 2: Efectividad de que Masisa Componentes SpA comercialice o haya comercializado muebles RTA a precios inferiores a sus costos relevantes. Época, circunstancias, justificación económica y efectos en la competencia;

Punto de prueba N° 3: Evolución de los precios cobrados por Masisa S.A. por tableros de aglomerado melamínico a sus relacionadas y a terceros, en el periodo comprendido entre 2011 y la fecha de interposición de la demanda, y relación con sus costos relevantes. Efectos en la competencia;

Punto de prueba N° 4: Efectividad de que Masisa Componentes SpA haya copiado productos de la demandante con el objeto de desviar clientela. En la afirmativa, época, circunstancias y justificación de dicha conducta. Aptitud de la misma para alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante.”

3. Consideraciones preliminares

3.1. Alcance del Informe

Silcosil solicitó a F&K Consultores realizar una investigación sobre los puntos de prueba N° 1, 2 y 3 fijados por el TDLC. El análisis del punto de prueba N° 2 considera el hecho de que Masisa Componentes haya desarrollado muebles iguales o prácticamente iguales a los muebles que Silcosil vendía a Easy S.A.

3.2. Información disponible para el análisis

La información requerida para investigar los puntos de prueba anteriores en muchos casos corresponde a información sensible y confidencial y, por lo tanto, no fue posible tener acceso a la totalidad de información necesaria².

Para efectos de la redacción de este informe, F&K Consultores tuvo la siguiente información a la vista:

- i. Datos de ventas de Silcosil: La empresa proporcionó datos de ventas de sus distintas líneas de negocios, por producto y cliente, para el periodo de tiempo entre 2012 y 2014.
- ii. Datos de costos de Silcosil: La empresa proporcionó datos sobre sus compras de insumos (tableros, tapacantos, quincallería, embalaje) necesarios para la fabricación de muebles RTA para el año 2012. Además entregó las listas de precio de tableros recibidas de parte de Masisa S.A. desde 2011 hasta 2015.
- iii. Exhibición de documentos de Masisa S.A.: La empresa exhibió información sobre las ventas de tableros melamínicos por cliente, tipo de producto, precio, descuentos, rebates y unidades vendidas para el periodo entre 2011 y 2015. Además, se entregó información sobre la composición de los costos de producción de tableros melamínicos y su evolución.
- iv. Exhibición de documentos Masisa Componentes SpA: La empresa exhibió información sobre las ventas a sus distintos clientes por tipo de mueble, para

² Por ejemplo, para estudiar el rol disciplinador que pueden tener las importaciones o la existencia de un insumo esencial en la fabricación de muebles RTA, se requiere contar con información sobre los distribuidores de muebles como por ejemplo: Márgenes de importación, tiempos de despacho, evolución de ventas por tipo de mueble y material, entre otros datos.

el periodo entre 2012 y 2015. Al mismo tiempo, acompañó estimaciones detalladas de los costos variables para 16 muebles que vende a Easy S.A. entre octubre de 2012 y abril de 2015. Finalmente, se tuvo acceso a facturas de venta, facturas de compra, órdenes de compra, notas de crédito, débito y boletas de honorarios para el periodo entre 2011 y 2015.

- v. Datos de importaciones: Se solicitó a Aduanas información relativa a las partidas 441 (donde se encuentran los tableros melamínicos) y las partidas 9403 (donde se encuentran los muebles RTA) desde 2011 a 2014.
- vi. Información pública: Se analizaron los datos publicados en las memorias anuales tanto de Masisa S.A. como de Arauco.
- vii. Otros: Silcosil proporcionó acuerdos comerciales con sus principales clientes, órdenes de compra, facturas y estimaciones variadas sobre ventas de sus competidores.

4. Literatura económica y jurisprudencia

El artículo N°3 del Decreto Ley N° 211 establece que: “Se considerarán entre otros, como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, los siguientes: (...) las prácticas predatorias, o de competencia desleal, realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante”.

Entre las conductas abusivas sancionadas están aquellas que permiten a la empresa incumbente explotar su poder de mercado, como por ejemplo el establecimiento de precios abusivos o la discriminación de precios. Por otra parte, están aquellas conductas que permiten a la empresa incumbente sacar a sus competidores del mercado o disuadir la entrada de potenciales rivales como por ejemplo, los precios predatorios y el estrangulamiento de márgenes.

A continuación se revisarán en detalle las conductas de precios predatorios y de estrangulamiento de márgenes

4.1. Precios Predatorios

La idea detrás de una estrategia de precios predatorios es la siguiente: Una empresa (depredador), que tiene poder de mercado (o los recursos suficientes para sustentar la conducta), establece un precio de su producto bajo su costo de producción, por un periodo suficientemente largo que permita sacar a los competidores (presa) del mercado o desincentivar la entrada de nuevos competidores. Esta estrategia permitiría cobrar precios monopólicos en el futuro y así recuperar ampliamente las pérdidas incurridas en el periodo de depredación.

Esta conducta puede conducir a una monopolización del mercado en que el monopolista no necesariamente requiere ser el más eficiente, sino el que tenga la mejor situación financiera que le permita sostener la conducta hasta eliminar a sus competidores.

La justificación económica de llevar a cabo estas estrategias ha sido cuestionada en variadas oportunidades. McGee (1958) fue el primero en hacerlo, argumentando que las empresas podrían intentar adquirir a su(s) competidor(es), quedando ambos en una mejor situación que la que se daría en un escenario de precios predatorios. Por otra parte, hay consenso en que estas estrategias podrían estar justificadas económicamente en los siguientes casos: (1) Cuando un incumbente quiere construir reputación e inhibir a futuros competidores (Milgrom y Roberts (1982)); (2) Cuando un incumbente quiere señalar información errónea sobre los costos a posibles nuevos competidores (Harrington 1985); y (3) Cuando la práctica predatoria tenga éxito en expulsar a los competidores (Saloner 1987).

¿Cómo detectar comportamiento predatorio?

Las primeras pruebas que se realizan para detectar comportamiento predatorio **se basan en los costos**. Este enfoque ha sido utilizado ampliamente en las cortes de Estados Unidos y está basado en lo propuesto por Areeda y Turner (1975). Los autores sostienen que, un precio bajo el costo marginal de corto plazo es anticompetitivo y que este último puede ser aproximado estimando el costo medio variable. La mayor crítica que se ha hecho al enfoque de Areeda y Turner (1975) es que **la comparación entre el precio y costo marginal podría no estar**

relacionada con precios predatorios. Como Joskow y Klevorick (1979) han insistido, lo que es importante es el trade-off entre el sacrificio de la utilidad actual y la ganancia del monopolio futuro.

“Predatory pricing behavior involves a reduction of Price in the short run so as to drive competing firms out of the market or to discourage entry of new firms in an effort to gain larger profits via higher prices in the long run than would have been earned if the price reduction had not occurred.”³

En línea con lo anterior, el análisis no requiere únicamente observar la relación entre precios y costos. En efecto, Harrington (1985) expone que, en los casos en que hay información imperfecta sobre los costos, el entrante desconoce los costos del incumbente, con lo que cobrar un precio alto podría señalar costos altos y ser efectivo para detener la entrada de nuevos competidores. Adicionalmente, Williamson (1977) argumenta que, aunque se observen bajas en los precios del incumbente cuando entran nuevos competidores, esto no necesariamente refleja un comportamiento predatorio del incumbente. En estos casos, la caída en los precios se podría justificar porque la demanda residual del incumbente cae cuando un competidor entra.

De lo anterior es posible concluir que no sólo es necesario analizar la relación entre el precio y el costo de un producto particular, sino que también es necesario analizar la capacidad de la empresa para excluir competidores del mercado, para detener la entrada de nuevos competidores, así como también verificar que exista la posibilidad de elevar el precio del producto analizado en el futuro.

Elementos a considerar para acreditar la conducta de precios predatorios

i. Relación entre precios y costos:

Se debe analizar si es que los precios cobrados fueron efectivamente inferiores al costo de producción relevante. Es muy difícil observar cuál es el costo marginal de una

³ Joskow, Paul L. and Klevorick, Alvin K. [1979], "A Framework for Analyzing Predatory Pricing Policy". Faculty Scholarship Series. Paper 1305. p 219-220.

empresa. Es por esto, que en la literatura – Areeda y Turner 1975– se ha considerado la opción de mirar el costo medio variable como indicador del costo marginal.

ii. Poder de mercado del incumbente (depredador):

Si bien esto parece ser una condición necesaria para poder formar una expectativa razonable de poder recuperar las pérdidas en el futuro, es razonable pensar que no lo sea, toda vez que el objetivo de la conducta sea alcanzar la posición dominante en el futuro. Para ello, sería suficiente contar con los recursos financieros suficientes como para sustentar la conducta.

iii. Duración de la conducta:

No basta con que se haya vendido bajo el costo en una oportunidad. Es necesario demostrar la intención de someter o eliminar a un competidor y para ello, la conducta debe tener una duración mínima.

iv. Existencia de barreras de entrada:

Para que la expectativa de recuperar las pérdidas sea razonable, un argumento a favor sería que el mercado no sea desafiante en el futuro. Mercados con barreras de entrada, presencia de costos hundidos y tiempos de entrada largos son muy difíciles de desafiar.

v. Elasticidad cruzada de la demanda:

Finalmente, si es que existen sustitutos alternativos cercanos al producto en cuestión, es muy difícil pensar que una estrategia de precios predatorios será efectiva, ya que después no será posible subir los precios para recuperar las pérdidas.

Jurisprudencia respecto de conductas de precios predatorios en Chile

La jurisprudencia nacional sobre conductas predatorias muestra que es difícil contar con la evidencia suficiente como para acreditarlas.

Por ejemplo, en el caso de la Sentencia 39/2006 de Quimel S.A. y Cementa S.A. contra James Hardie Fibrocementos Ltda, no fue posible acreditar que las planchas se hayan vendido bajo los “costos evitables relevantes”. Además, en dicha sentencia

se indica que no fue posible demostrar que James Hardie haya tenido suficiente poder de mercado como para formarse una expectativa razonable de poder recuperar en el futuro las pérdidas asociadas a la conducta de precios predatorios. Lo anterior determinó que la denuncia no prosperara ante el TDLC.

La Corte Suprema dejó sin efecto la decisión del TDLC, indicando que la existencia de poder de mercado no es un requisito insoslayable para acreditar este tipo de conductas. En efecto, cuando la Corte Suprema se pronunció sobre este caso, indicó que *“no es necesario para estar frente a una práctica predatoria que quien ejerza tenga una posición dominante en el mercado, desde que uno de sus objetivos es justamente alcanzar esta precisamente por no tenerla (...)”*.

Por otra parte, en el caso de la Sentencia 78/2008, en que GPS Chile S.A. demandó a Entel PCS Telecomunicaciones S.A. por supuestas prácticas predatorias, el TDLC acogió el argumento de la demandada que indicaba que no habría racionalidad económica para justificar la conducta, ya que el mercado era altamente desafiante.

Casos similares se encuentran en la revisión de las Sentencias 103/2010 y 110/2011.

En efecto, en la sentencia 103/2010, que abordaba el caso en que Will S.A. acusaba a Claro Chile S.A. de competencia desleal atribuyéndole una conducta de precios predatorios en sus planes “Hogar”, el TDLC también rechazó la demanda porque Claro no tenía poder de mercado y existían otros actores (Movistar y Entel) que tenían mayor participación y que podían actuar como disciplinadores del mercado.

En esa oportunidad se remarcaron los requisitos para poder acreditar este tipo de conductas y se indicó lo siguiente:

“Este tribunal ya ha establecido que los requisitos copulativos para que se cumpla el ilícito de establecimiento de precios predatorios son: (...) suficiente poder de mercado, y (...) indicios definitivos sobre la alegación de fijación de precios de venta por debajo de los costos relevantes de proveerlos con el fin de desplazar a sus competidores”.

Por su parte, en la sentencia 110/2011, que abordaba la demanda de Comercial Arauco Ltda. en contra de D&S S.A. por prácticas predatorias en la venta persistente

de productos de consumo frecuente a precios bajo el costo, el TDLC también rechazó la demanda argumentando que la estrategia de precios utilizada por D&S podría ser consistente con una del tipo “loss leading”. Una estrategia “loss leading” es aquella en la que un subconjunto de productos de alta recordación se ofrecen bajo el costo medio variable, para aumentar la demanda de otros productos en los cuales se obtiene margen suficiente para compensar las pérdidas generadas en los primeros.

Otro argumento usual que se utiliza para contra argumentar la existencia de prácticas predatorias y que se ha utilizado en el caso bajo investigación es que las importaciones pueden cumplir un rol no despreciable como disciplinadores de los mercados y que, por lo tanto, el poder de mercado del incumbente no sería suficiente como para generar una expectativa realista de poder recuperar las pérdidas en el futuro.

Sin embargo, para que las importaciones cumplan efectivamente un rol disciplinador es indispensable que exista algún grado de sustitución relevante entre el producto local y el importado, así como también es necesario revisar la existencia de barreras de entrada en el mercado en análisis. Un ejemplo asociado a lo anterior se encuentra en la Sentencia 90/2009 del TDLC por el Requerimiento de la Fiscalía Nacional Económica contra la Compañía Chilena de Fósforos. En dicha sentencia se indica que fue posible demostrar que el costo de los productos importados era en promedio un 23% más caro que el costo de los productos producidos en el país. Lo anterior, habría reducido el rol disciplinador que pueden haber tenido las importaciones.

Es así como, a partir de la revisión de la jurisprudencia chilena respecto de conductas predatorias es posible concluir que los requisitos esenciales para acreditar dicha conducta serían:

- i. Suficiente poder de mercado del incumbente;
- ii. Indicios definatorios sobre la fijación de precios de venta bajo los costos relevantes de producción;
- iii. Intención de desplazar a los competidores.
- iv. Bajo nivel de sustitución entre productos importados y locales.

- v. Existencia de barreras a la entrada que limiten el poder disciplinador potencial de las importaciones.

Esos son los requisitos que se revisan en el presente informe para el punto de prueba N°2.

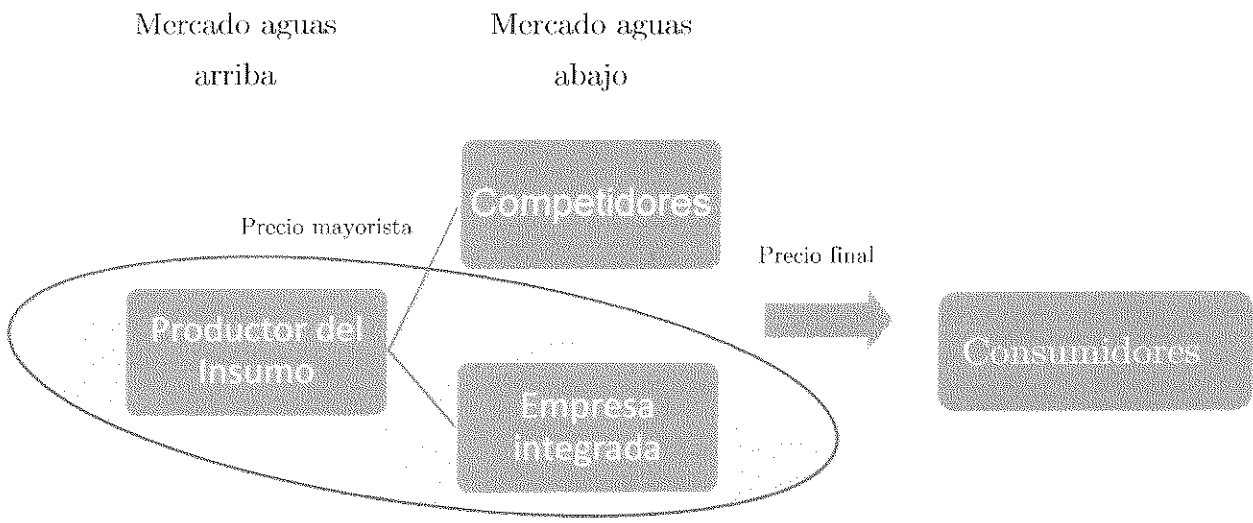
4.2.Estrangulamiento de márgenes

Se dice que existe estrangulamiento de márgenes cuando una empresa, que está integrada verticalmente, utiliza el poder de mercado que posee en el mercado aguas arriba para estrangular los márgenes de sus competidores en el mercado aguas abajo.

Para poder realizar esto, la empresa debe poseer un insumo esencial para la producción que se genera aguas abajo.

Este insumo lo vende a un precio tal que quienes lo compran no tienen márgenes de utilidad suficiente.

Figura N° 1: Estrangulamiento de márgenes



El estrangulamiento de márgenes puede tener las siguientes características:

- Incremento del precio mayorista discriminatorio: El productor aguas arriba le vende a un precio mayorista superior a sus competidores que a su propio operador en el mercado aguas abajo.

- Incremento del precio mayorista no discriminatorio: El productor aguas arriba aumenta el precio mayorista del insumo tanto a las empresas rivales como a su empresa relacionada.
- Estrangulamiento de márgenes predatorio: Ocurre cuando la empresa integrada verticalmente baja el precio final del bien en el mercado aguas abajo por debajo de la suma de los costos de producción (aguas arriba y aguas abajo). Una condición necesaria para que ocurra este comportamiento es que existan barreras de entrada en el mercado aguas abajo.

¿Cómo detectar estrangulamiento de márgenes?

i. Poder de mercado aguas arriba:

Para poder estrangular el margen aguas abajo, es necesario que no haya otros actores que tengan la capacidad de disciplinar el mercado.

ii. Integración vertical:

El estrangulamiento de márgenes ocurre cuando una empresa enfrenta competencia en el mercado “aguas abajo” y busca excluir a sus competidores o detener la entrada.

iii. Insumo esencial:

Debe ser esencial para los competidores en el sentido de que no deben existir sustitutos a él, y debe ser esencial para la competencia, es decir, no deben existir bienes sustitutos al bien final en el mercado aguas abajo que hagan innecesario adquirir el insumo para producir dicho bien.

iv. Duración:

La conducta debe aplicarse por un periodo suficientemente largo como para poder excluir a los competidores en el mercado aguas abajo.

Jurisprudencia respecto de conductas de estrangulamiento de márgenes en Chile

Dentro de las sentencias principales que abordan una conducta de estrangulamiento de márgenes, está la Sentencia 88/2009, en la que el TDLC resolvió acoger las

demandas de OPS, ETCOM, Interlink y Sistek, y declaró que Movistar incurrió en una práctica de discriminación arbitraria de precios, que se tradujo en un estrangulamiento de los márgenes de sus competidores en el mercado de prestación de servicios de terminación de llamadas fijo-móvil on-net. Asimismo, condenó a Movistar al pago de una multa de 3.000 UTA.

En este caso se verificó la existencia de un insumo esencial para participar en el mercado *aguas abajo* y se demostró que Movistar tenía poder de mercado en el mercado *aguas arriba*.

La existencia del insumo esencial y el poder de mercado que tenía *aguas arriba*, le habría permitido a Movistar realizar cambios unilaterales en los contratos imponiendo aumentos significativos en las tarifas.

En esta sentencia, el TDLC identificó los requisitos para poder acreditar este tipo de conductas y se indicó lo siguiente:

“El TDLC identificó los siguientes requisitos copulativos para estimar configurada una conducta de este tipo: (1) que la empresa que la ejecute se encuentre verticalmente integrada; (2) que ésta posea un poder de mercado aguas arriba y opere asimismo en el mercado aguas abajo; (3) que el poder de mercado aguas arriba se derive de proveer a las empresas aguas abajo un insumo esencial; (4) que la conducta en cuestión tenga por finalidad el excluir a uno o más competidores del mercado relevante aguas abajo; (5) que, producto de la conducta, se estrangulen los márgenes de las empresas aguas abajo que precisan de ese insumo; y, (6) que no exista una justificación económica suficiente para esta conducta.”

Es así como, a partir de la jurisprudencia, es posible concluir que los requisitos esenciales para acreditar una conducta de estrangulamiento de márgenes serían:

- i. Existencia de integración vertical;
- ii. Poder de mercado aguas arriba;
- iii. Existencia de un insumo esencial para participar en el mercado aguas abajo;
- iv. Objetivo de excluir competidores en el mercado *aguas abajo*;

- v. Efectividad de estrangulamiento de márgenes; y
- vi. Que no exista justificación económica suficiente para la conducta

Esos son los requisitos que se revisan en el presente informe para el punto de prueba N°3.

5. Punto de Prueba N° 1

En esta sección se entrega información relevante sobre la caracterización de los mercados bajo estudio, para poner en contexto y dar racionalidad económica a las conductas que se le imputan tanto a Masisa S.A. como a Masisa Componentes.

El TDLC ha pedido proporcionar información sobre la “Estructura, características y funcionamiento del mercado de fabricación y comercialización de tableros de aglomerado melamínico, y del mercado de diseño, fabricación y comercialización de muebles RTA. Evolución de las participaciones de las demandadas en los mismos. Relevancia de las importaciones en ambos mercados, y de los canales de distribución de los muebles RTA en la formación de sus precios”

5.1. Mercado de fabricación y comercialización de tableros de aglomerado melamínico

Los tableros melamínicos son tableros de fibras de madera (MDF), o de partículas de madera (MDP) o tableros fabricados con chips, virutas de madera y aserrín (PB), cuya característica clave es que están recubiertos por ambas caras con láminas decorativas impregnadas con resinas melamínicas. Éstas le otorgan una superficie totalmente cerrada, libre de poros, dura y resistente al desgaste superficial.

Estos tableros se utilizan en la fabricación de muebles, principalmente en aquellas aplicaciones en las que se requieren terminaciones planas. Existe una variedad de diseños, maderas y colores.

Las principales empresas productoras de tableros melamínicos en Chile son Masisa S.A y Arauco. Adicionalmente, existe un porcentaje de tableros melamínicos que se importa.

Hasta el año 2011, Masisa S.A. era el principal actor del mercado de tableros melamínicos con una participación mayor al 70%. En ese entonces, y hasta el año 2012, Arauco no producía tableros pero importaba desde Argentina.

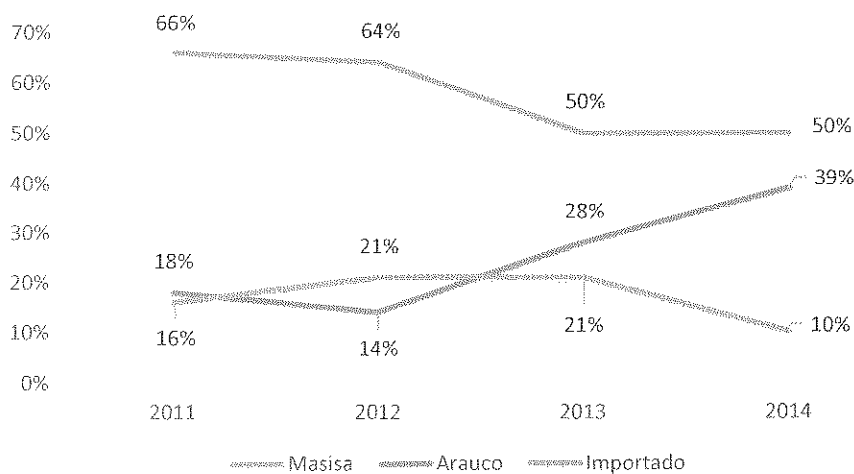
A partir del año 2012, Arauco comenzó a aumentar su participación al instalar una planta de producción de tableros.

Participaciones de mercado

Masisa S.A. lidera el mercado en Chile y en otros países de Sudamérica. En efecto, en su memoria anual del año 2014 se afirma que *“Para el total del mercado de tableros en los países donde está presente Masisa, estimamos que somos líderes en Chile, México, Venezuela y Perú. En Argentina, Brasil, Ecuador y Colombia somos un competidor importante, ya sea por participación de mercado o por reconocimiento de marca (...)”*.

Según estimaciones internas de Masisa S.A.⁴, la participación de mercado ha mostrado la siguiente evolución en la venta de tableros melamínicos.

Gráfico N° 1: Participaciones de mercado en venta de tableros melamínicos (m3/mes)



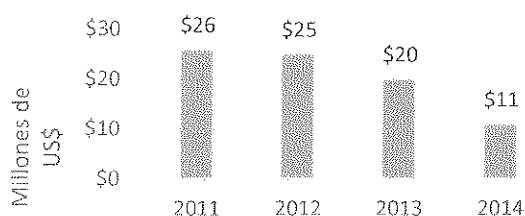
Fuente: Masisa S.A.

⁴ Contestación Masisa S.A. a la demanda de Silcosil, página 14.

Importaciones de tableros⁵

Al revisar la información de aduanas correspondiente a la importación de tableros melamínicos, es posible observar que éstas han ido disminuyendo crecientemente en los últimos años tal como se presenta en el Gráfico N° 2.

Gráfico N° 2: Importaciones de tableros melamínicos, (cifras en millones de US\$)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de información entregada por Servicio Nacional de Aduanas de Chile.

Cuadro N° 1: Principales importadores de tableros melamínicos (cifras en US\$)

IMPORTADOR	2011	%	2012	%	2013	%	2014	%
IMPERIAL S.A.	\$ 12.868.252	49,9%	\$ 17.196.591	69%	\$ 15.308.744	77%	\$ 8.034.963	74%
ARAUCO DISTRIBUCION S.A.	\$ 12.835.211	49,8%	\$ 5.619.305	23%	\$ 13.071	0%		0%
METALURGICA SILCOSIL LIMITADA		0,0%		0%	\$ 2.524.291	13%	\$ 1.487.010	14%
IMPORTACIONES DE SODIMAC S.A.		0,0%	\$ 1.605.636	6%	\$ 1.543.323	8%	\$ 640.258	6%
JASMINA CANO Y FDO. FLORES LTD	\$ 15.667	0,1%	\$ 180.064	1%	\$ 120.060	1%	\$ 252.896	2%
COM.IMP.Y EXP. M2F LTDA.		0,0%		0%	\$ 349.862	2%		0%
EBEMA S.A.		0,0%	\$ 99.749	0%		0%	\$ 228.707	2%
RUBEN PASCUAL ROJAS ISLA	\$ 1.281	0,0%	\$ 6.545	0%	\$ 4.074	0%	\$ 200.415	2%
Total general	\$ 25.795.496	99,7%	\$ 24.817.399	99,6%	\$ 19.895.646	99,8%	\$ 10.851.813	99,9%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de información entregada por Servicio Nacional de Aduanas de Chile.

⁵ Las importaciones se estimaron realizando un filtro de los tableros que corresponden a melamina en la categoría de productos 441, entregada por el Servicio Nacional de Aduanas de Chile.

En el año 2011, Imperial S.A. y Arauco S.A. eran los principales importadores de tableros melamínicos y acumulaban el 99% de las importaciones. Luego, a partir de 2012 Arauco empezó a producir sus propios tableros por lo que disminuyó drásticamente sus importaciones.

Al año 2014, la gran mayoría de las importaciones proviene de Europa (84%) y el resto tiene origen Chino. En el Cuadro N° 2 se presenta el desglose por país de origen.

Cuadro N° 2: Importaciones de tableros según país de origen, año 2014.

País de Origen	% Importaciones
AUSTRIA	26%
CHINA	16%
ESPAÑA	32%
FRANCIA	11%
PORTUGAL	10%
TURQUIA	5%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de información entregada por el Servicio Nacional de Aduanas.

5.2. Mercado de diseño, fabricación y comercialización de muebles RTA

Los muebles RTA (“Ready to Assemble”) son muebles para el hogar y oficina, listos para armar y ensamblar. Se trata de muebles de bajo costo, comercializados de tal manera que sea el propio cliente final quien arme y ensamble el mueble RTA, concepto más conocido como “hágalo usted mismo” o “do it yourself”.

Estos muebles pueden estar contruidos de distintos materiales base, dependiendo de la función que tengan. Así, existen muebles RTA basados en fierro, vidrio y principalmente tableros de madera aglomerada recubiertos (tableros melamínicos).

Existen muebles RTA basados en tableros recubiertos con melamina y tableros pintados. Los tableros pintados son de calidad inferior y tienen menor resistencia que los tableros melamínicos, lo que determina, como se verá más adelante, que exista normalmente un diferencial sustantivo de precio entre aquellos muebles contruidos a partir de tableros recubiertos con melamina y tableros pintados. En Chile no se producen tableros pintados.

El resto de insumos requeridos para construir un mueble RTA consisten en tapacantos, quincallería y materiales para el embalaje.

Participaciones de mercado

Las ventas mensuales promedio del mercado alcanzan los 4.600 millones de pesos, de los cuales un 38% corresponde a muebles fabricados en Chile y el 62% corresponde a muebles importados⁶.

Entre los actores que participan en el mercado de fabricación de muebles RTA de madera se encuentran Muebles CIC, Silcosil, Mobikit, Indumuebles y Masisa Componentes.

Por el lado de los importadores, Sodimac S.A. concentra el 65% de las importaciones, seguido muy por debajo por Comercial Favatex, Importadora Yargas, Walmart y Easy S.A. que concentran un 3,8%, 3,6%, 3,4% y 3,1% respectivamente.

Las participaciones de mercado estimadas para el mercado de muebles RTA *de madera* son las siguientes:

Cuadro N°3: Participaciones de mercado en el mercado de muebles RTA de madera en general, 2014.

Empresa	Participación de mercado
COMERCIAL FAVATEX SA	3,0%
MEDULAR IBETEK SPA	1,9%
INDUMUEBLES SPA	4,9%
MASISA COMPONENTES SPA	4,2%
MOBIKIT	5,1%
SILCOSIL	6,3%
CIC	7,4%
OTROS PRODUCTORES NACIONALES	6,3%
IMPORTACIONES DE SODIMAC S.A.	40,5%

⁶ Las cifras se construyeron para un mes promedio del año 2014, utilizando estimaciones internas de Silcosil, datos de Aduanas categoría 9403- y tipo de cambio a \$570 (Promedio de 2014, reportado por el Banco Central de Chile).

IMPORTACIONES DE EASY S.A.	1,9%
IMPORTACIONES DE WALMART	2,1%
IMPORTADORA EXPORTADORA YARDAS	2,3%
OTROS IMPORTADORES	14,2%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos internos de Silcosil e información de Aduanas.

Es muy importante distinguir entre los muebles RTA de Madera de melamina y los muebles RTA de Madera pintados. Lo anterior porque se trata de muebles con diferencias sustantivas en cuanto a calidad (resistencia, durabilidad y protección antimicrobiana⁷), lo que se ve reflejado notoriamente en los precios. En efecto, se pueden encontrar diferencias de hasta un 100% en el precio normal –sin promociones– en muebles de dimensiones similares y materiales diferentes⁸. Como se mencionó previamente, el mercado de muebles RTA considera muebles de bajo costo, por lo que la diferencia de precios es determinante en la decisión de compra.

Lamentablemente, la ausencia de información desagregada a este respecto no permitió calcular con precisión las participaciones de mercado en la oferta de muebles RTA en base a tableros melamínicos.

Proceso productivo y líneas de producción

El proceso productivo para fabricar muebles RTA consta de 4 etapas.

En primer lugar se definen los diseños de cada mueble, para lo cual se selecciona un determinado color y diseño para el tablero que los compone y se seccionan los tableros melamínicos en los distintos cortes correspondientes a las piezas de cada mueble. En segundo lugar, a cada corte se les adhiere un tapacanto del mismo color del tablero. Una vez adherido el tapacanto a cada corte, se procede a perforar las distintas tablas para el armado y se le añade la quincallería (tornillos, clavos, rieles, bisagras, etc.).

⁷ Ej. Tipos de tableros recubiertos y sus diferencias.

http://www.sodimac.cl/static/site/guia-de-compra/closet_2015/tipoCloset.html

⁸ Ej. Aglomerado con folio vs aglomerado melamínico. <http://www.sodimac.cl/sodimac-cl/product/1738291/Closet-2-puertas-79x49x170-cm?navAction=push&color=cedro>, <http://www.sodimac.cl/sodimac-cl/product/2705999/Closet-2Pc-Multifuncional-Tabaco?navAction=push>

Finalmente se etiqueta el producto, se añaden las instrucciones y se embala en una caja para ser distribuido.

Es importante mencionar que, para la producción de muebles RTA de melamina, el insumo más relevante -en términos de costo- es el del tablero melamínico. Este costo representa aproximadamente un 80% de los costos de materia prima.

Asimismo, es importante mencionar que la venta de los muebles RTA no considera sólo la venta del mueble en sí, sino que además incorpora la venta de sus partes y piezas como repuesto. Lo anterior hace que el diseño y color del tablero melamínico inicialmente utilizado constituyan características claves para mantener la comercialización de un determinado mueble.

En relación a las líneas de producción asociadas a la realización de cada una de las etapas antes mencionadas, es posible señalar que éstas pueden ser más o menos automatizadas, dependiendo de si se trata de líneas rígidas o flexibles. Aquellas líneas más automatizadas tienen un menor costo de producción unitario si se utilizan a toda capacidad.

Las líneas rígidas implican una mayor inversión inicial y la producción de productos poco diferenciados. Sin embargo, tienen una mayor capacidad productiva al utilizar un alto grado de mecanización, lo que permite obtener economías de escala en la producción. La elección de este tipo de líneas busca minimizar los costos marginales de producción.

Por su parte, las líneas flexibles están diseñadas para un objetivo diferente, que busca producir series cortas de un número elevado de productos distintos. La utilización de este tipo de líneas no está orientada a minimizar costos sino a lograr mayor adaptación a la demanda.

Silcosil y Masisa Componentes difieren en su infraestructura productiva.

Silcosil cuenta con una línea de producción rígida con 2 seccionadoras, 4 enchapadoras, 4 máquinas de mecanizado –con las cuales se perforan las tablas y se realizan las terminaciones para añadir el herraje-, y cuenta con 1 máquina embaladora. Por su parte, Masisa Componentes cuenta con una línea de producción

flexible con 3 máquinas seccionadoras, 3 máquinas enchapadoras, 6 máquinas de mecanizado y no cuenta con máquinas de embalaje⁹.

Lo anterior sugiere que en un escenario de utilización máxima de la capacidad instalada, el costo unitario de producción debiese ser menor para Silcosil que para Masisa Componentes.

6. Punto de Prueba N° 2

A continuación se analizará en detalle lo solicitado en el Punto de Prueba N° 2, consistente en probar la “*Efectividad de que Masisa Componentes SpA comercialice o haya comercializado muebles RTA a precios inferiores a sus costos relevantes. (...)*”, aportando información sobre la “*Época, circunstancias, justificación económica y efectos en la competencia.*”

6.1.Contexto: Época y circunstancias

Hasta septiembre del año 2012, Easy S.A. era uno de los principales clientes de Silcosil. Durante ese año, Silcosil tuvo ventas totales por \$6.134 millones, de las cuales \$559 millones fueron vendidos a Easy S.A.

Cuadro N°4: Los 10 principales clientes de Silcosil durante 2012.

N°	Empresa	Venta bruta	Porcentaje ventas
1	SODIMAC S.A.	\$ 1.281.228.587	20,89%
2	DISTRIBUIDORA DE INDUSTRIAS NACIONALES S.A.	\$ 1.278.828.429	20,85%
3	FALABELLA RETAIL S.A.	\$ 763.082.205	12,44%
4	EASY S.A.	\$ 559.787.426	9,13%
5	MULTITIENDAS CORONA S.A.	\$ 402.657.853	6,56%
6	COMERCIALIZADORA S.A.	\$ 401.661.306	6,55%
7	WALMART CHILE COMERCIAL S.A.	\$ 397.158.878	6,47%
8	DISTRIBUIDORA MULTIHOGAR S.A.	\$ 235.707.231	3,84%
9	COMERCIAL MULTICENTRO LTDA	\$ 148.763.440	2,42%
10	BASEALTO CROVETTO Y FOSQUINO LTDA.	\$ 111.804.605	1,82%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por Silcosil.

⁹ La información sobre el proceso productivo de Masisa Componentes fue obtenida a partir del estudio económico realizado por Rodrigo Harrison, acompañado el día 10 de Julio de 2015.

Silcosil le vendía a Easy S.A. 33 diseños distintos de muebles RTA, donde los cinco más importantes –que acumularon cerca del 50% de las ventas del año– eran los siguientes¹⁰:

Cuadro N° 5: Los 5 muebles más vendidos a Easy S.A. durante 2012.

N°	Mueble	Porcentaje ventas
1	CLOSET 2 PUERTAS MODENA 120X50X180 PERAL	14,07%
2	CLOSET TV 168X52X185 PERAL	10,73%
3	CLOSET 3 PUERTAS 3 CAJONES TRENTO 135X50X180 PERAL	9,24%
4	CÓMODA 6 CJ DOBLE VENECIA 120X45X80 PERAL	7,55%
5	COMODA 4 CJ PRAGA 70X45X86 PERAL	7,53%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos proporcionados por Silcosil

Como se comentó en la sección precedente, el principal insumo para la fabricación de estos muebles corresponde al tablero melamínico. Este insumo representa –para Silcosil– en promedio un 79% del costo de materia prima y el principal proveedor durante ese año fue Masisa S.A.

A este respecto es necesario hacer mención al acuerdo comercial que Masisa S.A. y Silcosil mantenían. Este acuerdo –que data del año 2010 y estuvo vigente hasta el año 2012– establecía una serie de descuentos para Silcosil y le permitía acceder a un 10% de descuento en los tableros si es que se cumplía con las metas de compra trimestrales impuestas. Al mismo tiempo, el acuerdo permitía acceder a un 10% adicional para una selección de 5 diseños de tableros. Sin embargo, este descuento regía únicamente “para negocios donde exista absoluta trazabilidad demostrable”.¹¹ Esta trazabilidad implicaba que, para obtener el descuento, Silcosil debía informar a Masisa S.A. respecto de la cantidad, precio y lugar de ventas de dichos muebles.

Es importante recalcar que los tableros indicados en el acuerdo comercial, eran los tableros más utilizados para los muebles que Silcosil vendía a Easy S.A. Esto le

¹⁰ En el Anexo N° 1 se presenta la lista completa de productos vendidos a Easy S.A. durante 2012.

¹¹ En el Anexo N° 2 se adjunta el Acuerdo Comercial que mantenían ambas empresas. Este acuerdo data de 2010, sin embargo, continuó siendo vigente hasta 2012.

permitía a Masisa S.A., entre otras cosas, conocer cuáles tableros, de aquellos 5 diseños previamente identificados, eran los más vendidos a cada cliente en cada local.

A partir de 2013, Masisa S.A. propuso un nuevo acuerdo comercial a Silcosil, en el cual exigía una meta trimestral de compra tres veces mayor a la del acuerdo anterior, y para una menor variedad de tableros. Además, reducía los descuentos sólo al cumplimiento de metas por volumen de compra, eliminando los descuentos adicionales por trazabilidad. En la práctica, el cumplimiento de este acuerdo implicaba por parte de Silcosil, hacer de Masisa su único proveedor de tableros. Silcosil no estuvo en condiciones de aceptar este nuevo acuerdo, lo que implicó que los precios de los tableros provistos por Masisa, experimentarían un alza sustantiva.

Es importante mencionar que, desde el mes de Octubre de 2012, Masisa Componentes comenzó a venderle a Easy S.A. productos con la misma denominación y características muy similares a los muebles previamente vendidos por Silcosil a dicho cliente.¹² En efecto, la revisión de la evidencia exhibida por Masisa Componentes sugiere que dicha empresa ha vendido 23 tipos de mueble con diseños muy similares o iguales a los muebles previamente provistos por Silcosil a Easy S.A.

En el Cuadro N° 6 se detallan los muebles para los cuales existe evidencia que sugiere que Masisa Componentes copió los diseños desarrollados por Silcosil¹³.

Cuadro N° 6: Muebles para los cuales existe evidencia que sugiere la existencia de un mismo diseño para Masisa Componentes y Silcosil

N°	Nombre producto registrado en Silcosil	Nombre producto registrado en Masisa Componentes
1	CLOSET 2 PUERTAS MODENA 120X50X180 PERAL	CLOSET 2 PTS MODENA PERAL
2	CLOSET TV 168X52X185 PERAL	CLOSET TV 4 PTAS PERAL
3	CLOSET 3 PUERTAS 3 CAJONES TRENTO 135X50X180 PERAL	CLOSET 3 PTS 3 CJ PERAL TRENTO

¹² En el Anexo N° 3 se presenta una selección de facturas de venta de Masisa Componentes a Easy S.A., de venta de muebles que tenían la misma denominación que los muebles de Silcosil.

¹³ De la revisión de las facturas de venta de Masisa Componentes a Easy S.A., se puede verificar que incluso se vendían utilizando los mismos nombres que los usados por Silcosil.

