

**ANT.:** Denuncia de particular sobre comercialización de productos de higiene en supermercados.  
Rol N° 2327 - 14 FNE.

**MAT.:** Minuta de archivo.

**Santiago, - 4 JUN. 2015**

**A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**

**DE : JEFE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)**

Por la presente vía informo al Sr. Fiscal acerca de la admisibilidad de la denuncia, recomendando su archivo, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

**I. ANTECEDENTES.**

1. Con fecha 4 de diciembre de 2014, la compañía Fernando Ripoll S.A. presentó una denuncia ante la Fiscalía Nacional Económica ("FNE" o "Fiscalía") en contra de las grandes cadenas supermercadistas<sup>1</sup>, por eventuales conductas contrarias a la libre competencia en el mercado de la comercialización de productos de higiene bucal, particularmente, cepillos dentales.
2. En la denuncia se identifica una conducta que, a juicio del denunciante, estaría reñida con la libre competencia, cual es la realización de prácticas exclusorias fundadas en la existencia de convenios verbales entre proveedores de cepillos dentales de marca internacional con las grandes cadenas supermercadistas, lo cual habría terminado por generar su salida de dicho canal en el año 2004<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Si bien la denuncia no las identifica, esta Fiscalía logró comprobar que corresponderían fundamentalmente a aquellas que absorbieron a la mayoría de los *retailers* regionales, a saber: D&S (hoy Wal-Mart), Jumbo (hoy Cencosud) y Unimarc (hoy SMU).

<sup>2</sup> Conforme consta en declaración prestada por el denunciante con fecha 12 de enero de 2015 y de acuerdo a la respuesta al Oficio Ord. N° 0086 de 2015, de fecha 15 de enero de 2015.

## II. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA Y ANÁLISIS DEL MERCADO.

3. La salud bucodental ha sido definida por la Organización Mundial de la Salud ("OMS") como la *"ausencia de dolor orofacial crónico, cáncer de boca o garganta, llagas bucales, defectos congénitos como labio leporino o paladar hendido, enfermedades periodontales (de las encías), caries dental y pérdida de dientes, y otras enfermedades y trastornos que afectan a la boca y la cavidad bucal"*<sup>3</sup>.
4. Asimismo, la OMS ha señalado que las principales causas de las dolencias bucodentales nacen por dos grandes factores de riesgo: 1) Enfermedades crónicas comunes -enfermedades cardiovasculares, cáncer, enfermedades respiratorias crónicas y diabetes-; y 2) Higiene bucodental deficiente.
5. En relación al segundo factor de riesgo, se ha advertido el desarrollo de un vasto mercado de productos de higiene bucodental, marcado por artículos innovadores y de mayor valor añadido, que potenciarían nuevos beneficios sobre problemas que el consumidor ha experimentado debido a sus hábitos de consumo y estilos de vida.
6. Particularmente, dentro de esta clase de productos, pudo constatarse la existencia de las siguientes categorías: 1) Cepillos dentales, tanto manuales como eléctricos; 2) Cremas dentales; 3) Complementos para limpieza, dentro de los que encontramos enjuagues bucales e hilos dentales; y 4) Productos profesionales destinados al cuidado bucal, los que generalmente son recomendados por un profesional. Esta División centró su análisis en el primer grupo de productos, de conformidad con el tenor de los hechos denunciados.
7. En cuanto a las características de estos bienes, esta División constató, fundamentalmente, que corresponden a artículos de uso cotidiano, cuya venta se efectúa mayormente en los canales supermercadista y

<sup>3</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS) "*Salud Bucodental*", Nota Informativa N° 318, febrero de 2007. [En línea:] <<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs318/es/>> [Fecha última consulta: 17 de febrero de 2015].

farmacéutico. En este sentido, por lo general, los consumidores no suelen ser exigentes a la hora de seleccionar y comprar estos productos, existiendo un alto grado de sustitución entre ellos.

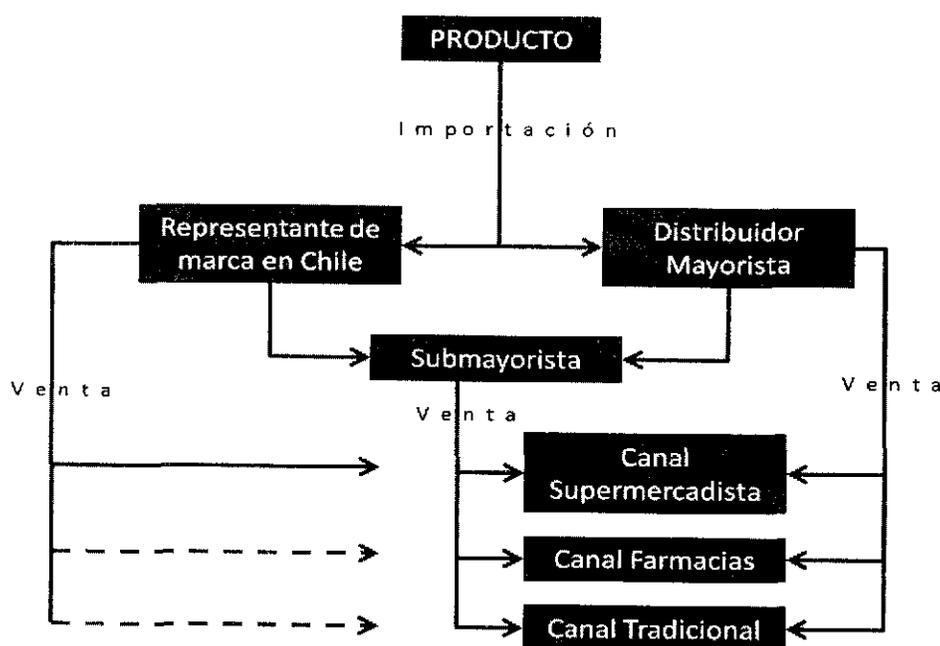
8. Particularmente, esta División pudo constatar una vasta gama de marcas internacionales ampliamente conocidas en el mercado de cepillos dentales, las cuales compiten en la mayoría de los segmentos de la demanda, tales como: Colgate® (quien además es dueño de la marca Dento®); Procter & Gamble® (quien comercializa sus productos bajo las signos Oral B®, Duralon® y Braun®); Dentaïd® (a través de sus marcas Vitis® y PHB®); Unilever® (con su marca Pepsodent®); y Glaxosmithkline® (con sus productos Sensodyne® y Aquafresh®).
9. Ahora bien, de acuerdo a lo indicado por el denunciante<sup>4</sup>, tal escenario no habría sido siempre la regla general en Chile, toda vez que con anterioridad a la apertura de mercado a fines de la década de los años 90, habría predominado la existencia de diversas industrias destinadas a la manufactura de cepillos dentales. No obstante, gran parte de las empresas del rubro adoptaron posteriormente una organización similar a la operación de franquicias de marcas internacionales en Chile, mientras que otras firmas locales optaron por ser absorbidas por compañías multinacionales de origen extranjero<sup>5</sup>.
10. En consonancia con lo recién señalado, actualmente se comercializan exclusivamente cepillos dentales de origen extranjero, donde predomina la estructura vertical *Proveedor – Distribuidor Mayorista – Distribuidor Minorista*. Los primeros internan el producto al país, mientras que los segundos (principalmente representantes de marcas internacionales y otros grandes distribuidores), se abastecen de dichas importaciones en grandes volúmenes, para luego suministrar a submayoristas y distribuidores

<sup>4</sup> Según versa en declaración llevada a cabo en dependencias de esta Fiscalía, con fecha 12 de enero de 2015.

<sup>5</sup> Tal es el caso de Dento S.A, adquirida por Colgate Palmolive Chile S.A. en 2010.

minoristas, quienes venden el producto al consumidor final<sup>6</sup>, tal y como da cuenta el siguiente esquema.

**Esquema N° 1: Estructura de la Industria**



Fuente: Elaboración propia, en base a la información proporcionada por la denunciante.

11. Como queda de manifiesto en el Cuadro N° 1 siguiente, las tres compañías con mayor participación concentran cerca del 85% del mercado en términos de unidades ingresadas al país, con un volumen total de importaciones que alcanza un valor CIF<sup>7</sup> superior a los USD\$ 18 millones, para el período comprendido entre enero y diciembre de 2014.

**Cuadro N° 1: Participaciones de Mercado por Marca de Producto  
Respecto del Total de Cepillos Dentales Importados**

[\*]

Ver en anexo confidencial [1]

<sup>6</sup> Representados en mayor proporción por supermercados y farmacias.

<sup>7</sup> *Cost Insurance and Freight*: Monto que considera el costo de importación del producto, más los seguros comprometidos y el flete o embarque del mismo hasta su arribo.

12. Si bien se observa que Colgate es líder en importaciones de cepillos dentales (en promedio más del 50% del total de unidades adquiridas para el período consultado), lo cierto es que existe un importante número de otros competidores que complementan el total de esta clase de productos que ingresan al país<sup>8</sup>.
13. Adicionalmente, el liderazgo de Colgate sería resultado de un incremento sostenido en su participación por unidades ingresadas al país a contar del año 2012, lo cual se explicaría tanto por la adquisición de los activos e intangibles asociados a la marca Dento® como también por razones de eficiencia, pues el costo promedio de importación CIF de una unidad de cepillo dental sería, aproximadamente, un **[2]** % inferior al promedio del resto de las compañías<sup>9</sup>. Esta circunstancia puede observarse en el Cuadro N°2, referente a la evolución del precio unitario promedio anual de importación de esta clase de productos<sup>10</sup>.

**Cuadro N° 2: Evolución Precio por Unidad Promedio de  
Cepillos Dentales Importados**

[•]

**Ver en anexo confidencial [3]**

14. Por su parte, la demanda de estos bienes es absorbida fundamentalmente por empresas del segmento *retail* (canal supermercadista y canal farmacias) y, en menor proporción, por parte de actores del canal tradicional (almacenes, hoteles, entre otros).

<sup>8</sup> De acuerdo a la información obtenida de la Dirección Nacional de Aduanas, esta División logró identificar 66 empresas que importaron una cantidad mayor o igual a las 1000 unidades en el año 2014.

<sup>9</sup> Lo que también se cumple al revisar el valor FOB ("Free On Board").

<sup>10</sup> Los precios unitarios promedio fueron determinados, dividiendo el monto total CIF total de importación para el año 2014 por el total de unidades adquiridas en el mismo año.

15. Ahora bien, para determinar si las conductas imputadas a las denunciadas constituyen o no una infracción a la normativa de libre competencia, corresponde identificar el mercado en el cual éstas incidirían. La FNE entiende por mercado relevante el de “[u]n 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”<sup>11</sup>.
16. Conforme a la información recabada por esta División, se determinó que el mercado relevante, en cuanto al producto, correspondería, en principio y para efecto de este informe, a la comercialización de cepillos dentales en supermercados y farmacias. Por su parte, el mercado relevante geográfico abarcaría la totalidad del territorio nacional, puesto que la venta de esta clase de artículos tendría lugar a lo largo del país.
17. En cuanto a las condiciones de entrada a este mercado, no existirían mayores barreras regulatorias a la comercialización de esta clase de productos en Chile. Lo anterior, debido a que su importación proviene mayoritariamente de países que poseen tratados de libre comercio, acuerdos arancelarios y/o comerciales preferentes con Chile, los cuales incorporan principios como el trato nacional y la cláusula de la nación más favorecida, y cuyo objeto es promover la libre circulación de bienes entre Estados de manera equitativa y no discriminatoria. Lo anterior adquiere mayor relevancia, tratándose de productos que durante su manufactura observan estándares internacionales de calidad.
18. Por otro lado, sin perjuicio de la alta participación de Colgate en el mercado de comercialización de cepillos dentales, existen un conjunto de elementos que disciplinarían la posibilidad de ejercer poder de mercado por parte de esta firma, a saber: (i) las economías de escala sobre los costos de transporte internacional parecen no determinar en forma importante el precio de importación del producto<sup>12</sup>; (ii) 90 empresas realizaron

<sup>11</sup> Fiscalía Nacional Económica. Guía Interna para el Análisis de Concentraciones, Octubre, 2012. Disponible en: <[www.fne.cl](http://www.fne.cl)>.

<sup>12</sup> Esta División pudo estimar que el costo de transporte representa, en promedio, el 6% del costo medio de importación de cepillos de dientes.

importaciones de cepillos dentales durante el año 2014; y (iii) tales productos presentan un grado importante de sustituibilidad entre marcas. Bajo este escenario, no existirían barreras de “*bolsillo profundo*” al no requerirse de una cuantiosa inversión para participar en este mercado o, al menos, ésta no sería superior a la necesaria para el desarrollo de las actividades de importación y venta de dichos bienes en el mercado nacional.

19. Con todo, a nivel de distribución minorista, si bien se pudo observar en ambos canales una presencia importante de cepillos dentales marca *Colgate*, igualmente logró apreciarse dentro de las góndolas, una amplia oferta de esta clase de productos rotulados bajo marcas competidoras. Dicha circunstancia, a juicio de esta División, tendría en este caso particular un efecto disciplinador sobre los precios de la empresa líder del mercado.

### III. ANÁLISIS DE LA DENUNCIA.

20. De acuerdo a los antecedentes descritos, corresponde determinar si la presente denuncia da cuenta de hechos, actos o convenciones que pudieran impedir, restringir o entorpecer la libre competencia, o tender a producir dichos efectos, al tenor del artículo 3 del DL 211.
21. En la especie, la conducta denunciada revestiría el carácter de abuso exclusorio, basado en la supuesta existencia de acuerdos comerciales entre grandes cadenas supermercadistas y proveedores de marcas internacionales de cepillos dentales. Por consiguiente, se encontraría tipificada *in abstracto* dentro del artículo 3 letra b) del DL 211<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Norma que establece que se considerarán como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o que tienden a producir esos efectos: “[L]as prácticas predatorias (...) realizadas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante”.

22. Ahora bien, de conformidad a los criterios asentados por la jurisprudencia del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ("TDLC")<sup>14</sup>, para configurar esta clase de ilícitos se requiere examinar, en primer lugar, si alguno de los denunciados posee poder de mercado, o la aptitud razonable de alcanzarlo por medio de la conducta imputada, de modo que tenga racionalidad desde un punto de vista económico.
23. La existencia de poder de mercado se encuentra relacionada, entre otros elementos, con una participación de mercado relevante de la empresa líder y con la presencia de barreras a la entrada<sup>15</sup>. En efecto, y como se señaló *supra*, en principio no existirían mayores barreras que fueren de magnitud tal que pudieran significar un obstáculo a la entrada de nuevos competidores. Además, este caso se trataría de productos de bajo costo y que presentarían un alto grado de sustitución. Lo anterior, sumado a la existencia de una serie de tratados de libre comercio y acuerdos de cooperación comercial suscritos por Chile con aquellos países desde donde se originan estos bienes, que generan condiciones arancelarias y comerciales favorables para el ingreso de dichos artículos al mercado nacional, sugeriría la inexistencia de este requisito habilitante.
24. Por su parte, si bien la denuncia hace referencia a supuestos convenios que habrían sido celebrados por las grandes cadenas de supermercados con compañías que eran más rentables que la denunciante en su momento, en la especie, no fue posible recabar antecedentes que dieran cuenta de tal circunstancia. Lo anterior, debido probablemente a la temporalidad de los hechos denunciados, pues los mismos se refieren a actos que tuvieron lugar durante el 2004, esto es, más de 10 años atrás. Por lo demás, a la fecha tampoco se ha tomado conocimiento sobre otros proveedores que estén o hayan estado en una situación similar a la del denunciante. Estas dos razones, unido a la forma cómo ha evolucionado este mercado, a la circunstancia de que no existirían barreras regulatorias a la entrada y a la

---

<sup>14</sup> TDLC, Sentencia N° 115/2011, de fecha 17 de noviembre de 2011 "*Requerimiento de la FNE contra Cía. Chilena de Tabacos S.A.*", considerando 16.

<sup>15</sup> Para más detalle, véase: JOSKOW, Paul y KLEROVICK, Alvin, "*A framework for Analyzing Predatory Pricing Policy*", The Yale Law Journal, Vol. 89, N° 2, Diciembre de 1979, p. 224 y ss.

existencia de condiciones que disciplinarían el ejercicio de un eventual poder de mercado de la empresa líder, permiten fundamentar la decisión de esta División, de no realizar diligencias adicionales.

25. No obstante lo anterior, es preciso tener presente que esta Fiscalía ha señalado que las restricciones verticales tienen la potencialidad de ser instrumentos capaces de infringir la libre competencia, en los términos del artículo 3 del DL 211, en la medida que, erigiéndose como barreras artificiales a la entrada dentro del mercado en que se desenvuelven, *"puede[n] servir como instrumento para mantener o incrementar una posición de dominio individual o colectiva, sea previniendo la entrada de competidores potenciales, o impidiendo la expansión de los competidores actuales"*<sup>16</sup>. Por lo mismo, esta Fiscalía continuará vigilando las evoluciones de las participaciones de mercado en el caso particular y, eventualmente, ejercerá las facultades y/o atribuciones con el objeto de impedir daños o riesgos para la libre competencia.

#### **IV. CONCLUSIONES.**

26. De acuerdo a lo expuesto, esta División sugiere archivar la presente denuncia, sin perjuicio del deber de la Fiscalía Nacional Económica de fiscalizar este y otros mercados, de manera de prevenir la comisión de posibles atentados a la libre competencia.

Saluda atentamente a usted,

  
**GASTÓN PALMUCCI**  
**JEFE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)**

  
MEZ

<sup>16</sup> FISCALIA NACIONAL ECONÓMICA, Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, junio de 2014, p. 11.