

**ANT.:** Investigación Reservada Rol N°  
2593-19 FNE.

**MAT.:** Informe de archivo.

**Santiago, 30 de octubre de 2020**

**A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO**

**DE : JEFE DIVISIÓN ANTI-CARTELES**

Por este medio informo al señor Fiscal acerca de la Investigación del Antecedente, recomendando su archivo, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

#### **I. ANTECEDENTES**

1. Con fecha 13 de noviembre del año 2019, la Fiscalía Nacional Económica (“**FNE**” o “**Fiscalía**”) recibió una denuncia de parte de [REDACTED] (“**Denunciante**”), en la que se señala que Sindelen S.A. (“**Sindelen**”), Somela S.A. (“**Somela**”) y Newell Brands de Chile Limitada (“**Oster**”, conjuntamente las tres empresas, las “**Denunciadas**”) habrían acordado realizar presentaciones de forma simultánea en contra de Ursus Trotter Small Appliances S.A. (“**UTSA**”) ante el Consejo Nacional de Ética Publicitaria (“**CONAR**”) “*con el evidente objeto de afectar su reputación en el mercado*”<sup>1</sup>. Agrega que la “opinión ética”<sup>2</sup> emitida por el CONAR a propósito de la denuncia presentada por Sindelen habría sido difundida a través de una serie de inserciones en el diario el El Mercurio y de comunicaciones por medio de cartas remitidas a distintos clientes de UTSA. Las conductas descritas configurarían, de acuerdo a la Denuncia, un “*acuerdo o concertación [que] consiste en excluir a un competidor del mercado*”<sup>3</sup>.
2. Por lo expuesto, [REDACTED] la instrucción de un procedimiento tendiente a determinar una posible infracción al Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2004, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que Fija el Texto Refundido,

<sup>1</sup> Página 1 de la Denuncia.

<sup>2</sup> Por su carácter de organismo de autorregulación privado, solo puede resolver las denuncias entre empresas no afiliadas a las organizaciones asociadas al CONAR si estas reconocen voluntariamente su jurisdicción. Como ello no aconteció en el caso de UTSA, de acuerdo a su reglamento, CONAR solo puede realizar un pronunciamiento de carácter general denominado “opinión ética”. Véase artículo 1° letra d) del reglamento de CONAR.

<sup>3</sup> Página 19 de la Denuncia.

Coordinado y Sistematizado del Decreto Ley N°211 (“DL 211”). A la referida denuncia se le asignó el Rol N° 2593-19 (la “Denuncia”).

3. Con fecha 12 de marzo de 2020 se dictó la resolución que ordena instruir investigación reservada para comprobar o descartar eventuales infracciones al artículo 3°, incisos primero y segundo letra a) del DL 211 en el mercado nacional de electrodomésticos pequeños (“Investigación”).
4. En el curso de la Investigación, esta División tomó declaración al gerente general de la Denunciante y a distintos ejecutivos de las Denunciadas. Asimismo, se despacharon oficios a distintas empresas del retail y a las Denunciadas. Entre otros antecedentes, se recabaron comunicaciones entre ejecutivos de las distintas compañías Denunciadas en el período en que habrían acontecido los hechos objeto de la Denuncia.
5. Esta División estima que los hechos denunciados no configuran una concertación anticompetitiva en contravención a las disposiciones del DL 211, por las razones que se expondrán en la presente minuta. Por tanto, se recomendará al señor Fiscal disponer el archivo de la Investigación.

## II. ANTECEDENTES SOBRE LA INDUSTRIA

6. Esta Fiscalía ha señalado que la industria de los electrodomésticos pequeños comprende una serie de productos que, según su destino, se pueden separar en tres áreas o rubros principales: electrodomésticos de cocina, de confort en el hogar y de cuidado personal<sup>4</sup>. Atendido que la Denunciante y las Denunciadas compiten en las distintas categorías de electrodomésticos pequeños de cocina en el territorio nacional, la Investigación fue circunscrita a este segmento (los “Productos”)<sup>5</sup>.
7. En el mercado existe una amplia variedad de Productos y marcas, los que son ofrecidos por diversos actores. En efecto, se han identificado hasta 140 marcas distintas presentes en los mercados de los Productos, considerando todas sus

---

<sup>4</sup> Minuta de archivo Rol N° 2414-16 FNE de fecha 23 de enero de 2017.

<sup>5</sup> Según estudios de mercado realizados por GfK-Adimark proporcionados por empresas de retail y Denunciadas, los Productos se dividen en las siguientes categorías: 1) Preparación de Comida, que incluye licuadoras, procesadores de alimentos, batidoras, y otros; 2) Sacadores y Extractores de Jugo; 3) Calentadores de agua eléctricos y hervidores; 4) Máquinas para preparación de bebidas calientes, como cafeteras o teteras eléctricas; 5) Tostadoras; 6) Hornos de microondas; y 7) Mini hornos eléctricos.

categorías<sup>6</sup>. Al año 2019, los principales actores del mercado eran Comercializadora Los Robles Ltda. (“Thomas”) [REDACTED] UTSA [REDACTED], Oster [REDACTED] Somela [REDACTED] y Sindelen [REDACTED].

8. Los proveedores adquieren los Productos principalmente de fabricantes extranjeros. Entre el año 2015 y 2019 se importaron [REDACTED] en Productos<sup>7</sup>. El [REDACTED] de las importaciones de Productos provinieron de China, seguido por México en un [REDACTED]. Luego, los Productos son comercializados principalmente a través de tiendas minoristas o retail. En el año 2019, la venta de los Productos ascendió a [REDACTED], con un crecimiento promedio del [REDACTED] anual desde el año 2015.
9. Durante la Investigación, se identificó la existencia de requisitos técnicos, normativos y de etiquetado para la comercialización de los Productos<sup>9</sup>. Asimismo, distintos actores se refirieron al conocimiento de marca y al *know-how* del rubro como dos elementos relevantes para desempeñarse en este mercado<sup>10</sup>. Sin embargo, ninguna de las anteriores características constituiría una verdadera barrera a la entrada para nuevos competidores. Lo anterior queda en evidencia al analizar la evolución de las participaciones de mercado para los años 2015 a 2019, que se muestra en la Figura 1 a continuación:

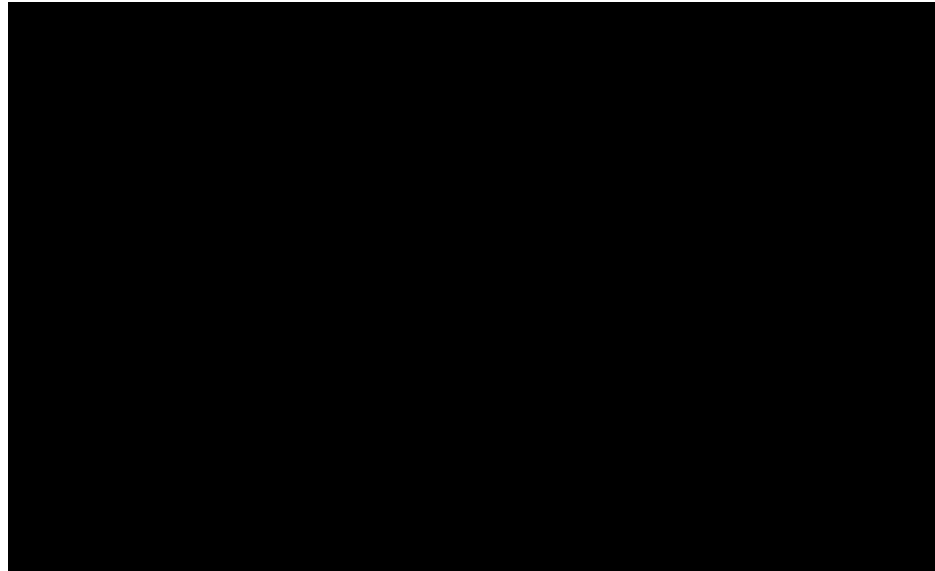
<sup>6</sup> Según los antecedentes aportados por distintas empresas de retail a la Investigación.

<sup>7</sup> Valor FOB de importaciones. Anualmente hubo importaciones que oscilaron entre [REDACTED].

<sup>8</sup> Utilizando como referencia el tipo de cambio promedio del año 2019 de \$703 USD/CLP.

<sup>9</sup> En efecto, para la comercialización de los Productos es necesario contar con la aprobación y certificación de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, debiendo cumplirse las exigencias definidas en su reglamento Decreto N° 298 de 1 de enero de 2006 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción. Asimismo, los Productos deben contar con el etiquetado de eficiencia energética, siguiendo las disposiciones establecidas por el regulador (Decreto N°64 de 2014 del Ministerio de Energía y a la Resolución Exenta N°77 de 2012 del Ministerio de Energía) y conforme a los reglamentos específicos establecidos para distintas categorías de productos.

<sup>10</sup> Declaración de Juan Ruiz-Tagle, gerente general de UTSA, de 6 de enero de 2020 y declaración de Horacio Simonetti, director ejecutivo de Sindelen de 3 de septiembre de 2020.



10. Como se observa, el año 2015, los principales proveedores de Productos eran Thomas, con un [REDACTED] de participación de mercado, seguido por Somela, Oster y Sindelen, con el [REDACTED], respectivamente<sup>11</sup>. Si bien algunos actores mantuvieron sus cuotas de mercado relativamente estables durante los cuatro años siguientes, otros experimentaron ostensibles variaciones: UTSA, que entró al mercado el año 2015 y que al año siguiente contaba con apenas el [REDACTED] de las ventas, alcanzó un [REDACTED] en 2019, posicionándose, como se indicó *supra*, como el segundo actor del mercado. Por su parte, Somela vio reducida su participación de un [REDACTED] a un [REDACTED] en el mismo período.
11. En suma, se trata de un mercado que contaría con una amplia oferta de marcas en todas las categorías de Productos, que se encuentra poco concentrado y que sería además desafiante, aserto que queda de manifiesto al observar el rápido crecimiento experimentado por UTSA y la relativa volatilidad de las participaciones de mercado, según se ha referido.

### III. ANÁLISIS DE LOS HECHOS INVESTIGADOS

12. Como fue señalado precedentemente, la Denuncia acusa una supuesta colusión que habría tenido por objeto excluir a UTSA del mercado de los electrodomésticos pequeños, y que habría sido llevada a cabo mediante la presentación simultánea de

---

<sup>11</sup> Medido por las ventas realizadas por empresas minoristas y retail.

denuncias ante el CONAR, la publicación de una opinión ética pronunciada por este organismo en un medio de prensa escrito y el envío de la misma por medio de cartas a distintos clientes de la Denunciante.

13. Durante la Investigación se comprobó que efectivamente las tres Denunciadas formularon denuncias ante el CONAR en períodos cercanos en el tiempo: Sindelen el día 22 de abril de 2019, Somela el día 30 de abril de 2019 y Oster el día 17 de mayo del mismo año. Las tres presentaciones se refieren a hechos similares y, en resumen, todas ellas cuestionan el logotipo, la publicidad y el empaquetamiento de los productos de UTSA, señalando que tendrían por objeto provocar una falsa impresión de tratarse de productos procedencia alemana. Las referidas denuncias no eran públicas por lo que ninguna de las Denunciadas podría haber conocido su presentación ni su contenido<sup>12</sup>.
14. Asimismo, se ha podido acreditar la existencia de una serie de contactos y reuniones entre altos ejecutivos de las Denunciadas desarrollados entre los años 2018 y 2019, que efectivamente habrían tenido por objeto tratar la presentación de una denuncia en contra de UTSA ante el CONAR<sup>13</sup>.
15. Al ser preguntados sobre el particular en sus respectivas declaraciones ante la FNE, los partícipes de las reuniones aludidas precedentemente negaron que haya existido concertación para efectos de la formulación de estas denuncias<sup>14-15-16</sup>. Sin embargo, la evidencia tenida a la vista sugiere lo contrario, considerando especialmente al efecto la cercanía temporal en la que estas presentaciones fueron llevadas a efecto y el cúmulo de contactos y reuniones previas y posteriores que fueron develadas en la Investigación.

<sup>12</sup> El contenido de las denuncias ante el CONAR solo se conoce al momento de cierre del caso. La fecha de cierre de la primera de las denuncias presentadas, la de Sindelen, es de fecha 22 de mayo de 2019, una fecha posterior a la presentación de la última de las denuncias, esto es, la de Oster.

<sup>13</sup> Las reuniones que se pudieron comprobar durante la investigación fueron las siguientes: el día 6 de septiembre de 2018, en el Club de Golf Los Leones, del gerente general y el director ejecutivo de Sindelen con la gerenta legal de Somela; el día 26 de marzo de 2019, en el Club de Golf Los Leones, entre el gerente general y el director ejecutivo de Sindelen, la gerenta legal y la gerenta comercial de Somela y la gerenta general de Oster; el día 26 de junio de 2019, en el Club de Golf Los Leones, entre el director ejecutivo de Sindelen y la gerenta general de Oster; y, finalmente, el día 26 de junio de 2019, entre el director ejecutivo de Sindelen y la gerenta comercial de Somela, en un Café Santander.

<sup>14</sup> Declaración de Alejandra Urenda, gerente legal de Somela, de 8 de enero de 2020: “Yo redacté esos argumentos, directamente de la información que recibimos. (...) Nosotros no compartimos el contenido”. [minuto 14:27]

<sup>15</sup> Declaración de Andrea Longeri, gerenta general de Oster, de 9 de enero de 2020: “Las tres marcas presentamos de manera independiente (...) cada una va a analizar por su cuenta este tema y cada marca decidió ir por caminos separados”. [minuto 33:25]

<sup>16</sup> Declaración de Horacio Simonetti, director ejecutivo de Sindelen, de 3 de septiembre de 2020: “Nunca en conjunto. Era un intercambio de opiniones”. [parte 2 minuto 8:49]

16. Aun más, un correo electrónico de fecha de 20 de marzo de 2019 – esto es, días antes de la presentación de la primera de las denuncias, y en el contexto de planificarse una reunión que se llevaría a cabo poco tiempo después– el gerente general de Sindelen se dirigió a la gerenta general de Oster y a la entonces gerenta comercial de Somela, señalando lo siguiente: “[l]a idea es estar con el abogado y con la presentación o boceto de presentación para que cualquier duda que pueda surgir se aclare rápidamente, de tal forma que podamos poner fecha para entregarla a la CONAR”. El texto de la comunicación es indiciario de que las presentaciones a CONAR no solo fueron planificadas de consuno por las Denunciadas, sino que además éstas habrían buscado asesoría legal en forma conjunta en esta materia.
17. Esta División considera que los repetidos contactos y reuniones antes aludidas, sumadas a la presentación concertada de denuncias ante CONAR referidas en el párrafo 13, constituyen todas conductas sumamente indeseables y potencialmente riesgosas desde el punto de vista de la libre competencia, pues como se señaló en la sección precedente, se trata de empresas que compiten en la comercialización de los Productos. Sin embargo, la existencia de una coordinación en los términos referidos precedentemente resulta, por si sola, insuficiente e inidónea para configurar una hipótesis de colusión exclusiva.
18. Basta para arribar a esta conclusión el hecho de que, conforme al artículo 3º inciso segundo letra a) del DL 211, los acuerdos que involucren a competidores y que tengan por objeto excluir competidores deben *conferir poder de mercado* a sus partícipes, lo que no se verificó en la especie. En efecto, en el que en la época en que se realizaron las presentaciones ante el CONAR, las Denunciadas ocupaban los lugares tercero, cuarto y quinto en términos de participaciones de mercado, sumando entre las tres no más de un ■■■■, mientras que los primeros dos actores alcanzan conjuntamente un ■■■■. Por lo demás, como fue señalado *supra*, se trata de un mercado esencialmente desafiante.
19. Pese a que el razonamiento expresado en el párrafo que antecede es suficiente para desechar la Denuncia, cabe destacar también que la conducta en análisis carece de aptitud objetiva para generar efectos anticompetitivos, en este caso, excluir a UTSA del mercado, considerando que el CONAR es una instancia de

jurisdicción voluntaria, [REDACTED]

[REDACTED]<sup>17</sup>.

20. En cuanto al resto de las imputaciones objeto de la Denuncia, esto es, la realización de publicaciones en un medio de prensa escrito y comunicaciones enviadas a empresas del retail, todas ellas dando difusión a la “opinión ética”, esta División también pudo comprobar su efectividad. Sin embargo, tales conductas habrían sido desarrolladas por Sindelen en forma independiente<sup>18</sup>, sin que de la evidencia tenida a la vista fluya un actuar coordinado a este respecto<sup>19</sup>.
21. No obstante lo anterior, aun en el evento de que hubiera existido concertación para estos fines – lo cual, como se dijo, no consta en la Investigación – tampoco en este caso las conductas habrían estado revestidas de aptitud suficiente para configurar una hipótesis de colusión con el objeto de excluir a competidores. Lo anterior, considerando especialmente que, como se señaló anteriormente, tal acuerdo no habría conferido poder de mercado a sus intervinientes.
22. Por otra parte, la difusión de una “opinión ética” dictada por el órgano de autocomposición y ética publicitaria, en los términos antes mencionados, tampoco habría constituido un obstáculo significativo al desempeño competitivo [REDACTED] [REDACTED] en los términos tratados en la jurisprudencia<sup>20</sup>. A este respecto cabe constatar que, en declaración prestada ante la FNE en enero de 2020, el gerente general de UTSA afirmó que esta empresa habría finalizado el año 2019 con una participación de mercado que habría ido en constante ascenso, alcanzando cerca del [REDACTED] tras lo cual calificó su relación con sus principales clientes del retail como “muy buena”<sup>21</sup>.

#### IV. CONCLUSIÓN

23. A partir del análisis realizado por esta División, no es posible concluir la existencia de una contravención al artículo 3° incisos primero y segundo letra a) del DL 211.

<sup>17</sup> En la página 10 de la Denuncia se señala que: “Al ser CONAR una instancia de autorregulación voluntaria, UTSA simplemente hizo uso de su derecho a no reconocer competencia a la misma”.

<sup>18</sup> En efecto, la opinión ética del CONAR publicada al menos en seis ocasiones distintas como inserto en el diario El Mercurio, y las cartas enviadas a distintos clientes de UTSA, se refieren exclusivamente a la denuncia presentada por Sindelen.

<sup>19</sup> Todas las declaraciones prestadas por ejecutivos de las Denunciadas en la Investigación están contestes en cuanto a que las publicaciones y envío de cartas a clientes habrían sido iniciativa exclusiva de Sindelen, la que además financió por su cuenta las primeras.

<sup>20</sup> Sentencia TDLC N° 134/2014. Considerando 111.

<sup>21</sup> Declaración de Juan Ruiz-Tagle, gerente general de UTSA, de 6 de enero de 2020.

Analizados los demás elementos reunidos durante la Investigación, esta División considera que no existen antecedentes adicionales que ameriten seguir adelante con aquélla.

24. Conforme a lo anterior, se recomienda archivar la presente investigación, sin perjuicio de la facultad de la Fiscalía Nacional Económica de velar permanentemente por la libre competencia en el mercado y de la posibilidad de analizar la apertura de una nueva investigación en caso de contar con nuevos antecedentes que así lo ameriten.

Juan Cristóbal  
Correa Serrano

Firmado digitalmente por  
Juan Cristóbal Correa  
Serrano  
Fecha: 2020.10.30 10:08:35  
-03'00'

**JUAN CORREA SERRANO**  
**JEFE DIVISIÓN ANTI-CARTELES**

ERT/DMB