

ANT.: Denuncia por restricciones verticales en el mercado de los aceites lubricantes. Rol N°2733-23 FNE.

MAT.: Informe de archivo.

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO
DE : JEFE DE DIVISIÓN ANTIMONOPOLIOS

Por la presente vía informo al Sr. Fiscal Nacional Económico acerca de la investigación del Antecedente, recomendando su archivo, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha 10 de agosto de 2023, se presentó ante la Fiscalía Nacional Económica (en adelante, “Fiscalía” o “FNE”) una denuncia en contra de Copec S.A., en su calidad de distribuidora de aceites lubricantes marca Mobil (en adelante, “Denunciada” o “Copec”), que daba cuenta de la existencia de restricciones a la competencia en el sistema de distribución de aceites Mobil¹.
2. En particular, según plantea la denuncia, la política de distribución de Copec, contemplaría la venta exclusiva de aceites lubricantes marca Mobil de parte de los distribuidores. Además, se impondría una restricción vertical que impide la venta a clientes que ya están abastecidos por otro distribuidor oficial de lubricantes Mobil, limitando así la competencia intramarca.
3. Dicha restricción vertical se implementaría mediante un software de ventas que debe ser utilizado por los distribuidores oficiales de Copec, el cual registra sus ventas, calcula las condiciones comerciales aplicables y emite los descuentos y premios de cada distribuidor². Asimismo, según consta en la denuncia, el software informa a los distribuidores si un determinado cliente está “fidelizado”, lo que implica que ya está siendo abastecido por otro de los distribuidores oficiales de aceites lubricantes Mobil, imposibilitando de esta manera ingresar una nueva venta con dicho cliente fidelizado.

¹ Denuncia N°32225778 de fecha 10 de agosto de 2023.

² Respuesta Oficio Ord. N°635 de fecha 10 de noviembre de 2023.

4. Con el objeto de analizar los hechos denunciados, esta Fiscalía realizó distintas diligencias de admisibilidad conforme a lo dispuesto en el artículo 41 del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973 (en adelante, “DL 211”), incluyendo solicitudes de información a la Denunciada y tomas de declaración con distintos agentes de la industria, constatando la existencia de un programa de clientes fidelizados, así como indicios de que éste podría estar restringiendo la competencia entre los distribuidores oficiales de aceite Mobil, por lo cual, con fecha 6 de diciembre de 2023, se inició investigación en contra de Copec S.A. Ello, con el propósito de verificar o descartar la existencia de algún hecho, acto o convención que hubiese impedido, restringido o entorpecido la libre competencia, o que hubiese tendido a producir dichos efectos en la producción y distribución de aceites lubricantes.

II. DESCRIPCION DE LA INDUSTRIA

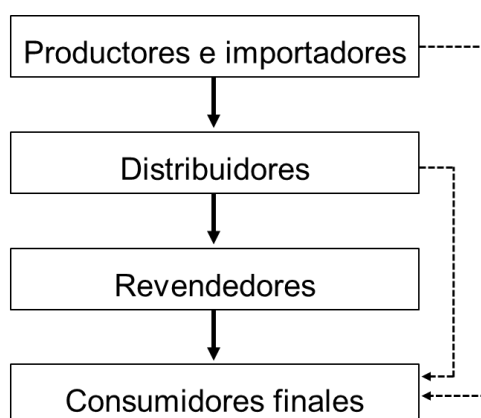
5. Los aceites lubricantes o lubricantes corresponden a aceites minerales o sintéticos que cumplen un fin de lubricación, esto es, que tienen la capacidad de reducir la fricción, adherencia, calor, desgaste o corrosión cuando se aplican a una superficie o se introducen entre dos superficies en movimiento relativo³.
6. Sus principales usos se refieren a reducir o evitar el contacto entre piezas metálicas, bajando la fricción y desgaste dentro de un motor u otras piezas en movimiento. También disipan y transfieren el calor generado por la fricción fuera del ciclo de combustión. Adicionalmente, sirven para mantener en suspensión los contaminantes generados por la combustión interna, manteniendo los motores limpios de dichos depósitos⁴.
7. En términos generales, la industria consta de 4 segmentos según muestra el Esquema N°1: (i) producción o importación, en el que participan empresas fabricantes y/o importadores de aceites lubricantes (en adelante, “Productores”); (ii) distribución, conformado por empresas de distribución mayoristas de tipo monomarca o multimarca;

³ Véase (i) Decreto Supremo N° 8, de 2017, del Ministerio del Medio Ambiente y (ii) Artículo 2°, inciso primero de la Decisión (UE) 2018/1702 de la Comisión Europea, de 8 de noviembre de 2018, por los que se establecen los criterios de la etiqueta ecológica de la UE para lubricantes.

⁴ Informe Ministerio del Medio Ambiente (2017), “Asesoría para la Implementación de la Responsabilidad Extendida del Productor en Chile”, elaborado por la consultora EY, p. 9. Disponible en: <https://economiecircualar.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2023/04/5.-Asesoría-para-la-Implementación-de-la-REP-sector-automotriz.-EY-2017.pdf> [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024]

(iii) revendedores, en los cuales se encuentran talleres, servitecas, retail, entre otros; y (iv) consumidores finales, conformados por usuarios y empresas, quienes pueden comprar a los tres eslabones anteriores, dependiendo de su tamaño y/o requerimientos específicos.

Esquema N°1: Agentes aceites lubricantes



Fuente: Elaboración propia

8. De acuerdo con las diligencias realizadas por esta Fiscalía y lo indicado con anterioridad en el Informe Rol N°2667-21 FNE (en adelante, “**Informe**”)⁵, la oferta nacional de aceites lubricantes depende prácticamente en su totalidad de la importación, la que se lleva a cabo bajo dos modalidades: (i) importación del producto final o terminado, entendido como la mezcla de bases lubricantes y sus aditivos; y (ii) la importación de insumos (bases y aditivos) por separado, para luego ser mezclados en plantas ubicadas en territorio nacional⁶. En particular, durante el año 2023, el 90% de las importaciones, medidas en toneladas, correspondió a producto final o terminado, mientras que el 10% restante a mezclas de bases lubricantes y sus aditivos⁷.

9. Desde el punto de vista de los actores que participan en la oferta del mercado de aceites lubricantes, de acuerdo con la base de datos de importaciones del Servicio Nacional de Aduanas (en adelante, “**Aduanas**”), más de 400 empresas realizarían importaciones de aceites lubricantes, ya sea de producto terminado o insumos para su elaboración, encontrándose entre las principales las siguientes: Copec, Empresa Nacional De Energía Enex S.A. (en adelante, “**Enex**”), Total Chile S.A. (en adelante

⁵ Disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2022/04/inpu_006_2022-Rol-2667-21.pdf [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024]

⁶ Informe Ministerio del Medio Ambiente (2017), “Asesoría para la Implementación de la Responsabilidad Extendida del Productor en Chile”, elaborado por la consultora EY, p. 12.

⁷ Elaboración propia en base a Aduanas del año 2023.

“Total”), Esmax Distribución SpA (en adelante, “Lubrax”), Luval S.A. (en adelante, “Luval”), Comercial Interadi Limitada. (en adelante, “Interadi”), YPF S.A. y FDL Servicios Industrial Limitada (en adelante, “FDL”) entre otros⁸.

10. En esta línea, se recabaron antecedentes acerca de las importaciones que permitiesen dar cuenta del gran número de Productores de aceites lubricantes y la importancia a nivel agregado del total de importadores. En la Tabla N°1 se muestran las estimaciones para el periodo 2021-2023.

Tabla N°1: Importaciones de aceites lubricantes para el periodo 2021-2023, en miles de litros.

Productor	2021	2022	2023
Copec	[75.000 - 100.000]	[100.000-125.000]	[75.000 - 100.000]
Shell	[25.000 - 50.000]	[25.000 - 50.000]	[25.000 - 50.000]
Total	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Lubrax	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
YPF	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Luval	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Federal	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Castrol	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Lubritek/Derco	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Interadi	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Bel Ray	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Liqui Moly	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]	[0 - 25.000]
Otros	[25.000 - 50.000]	[25.000 - 50.000]	[25.000 - 50.000]
Total Importaciones	[200.000 - 225.000]	[225.000 - 250.000]	[175.000 - 200.000]

Fuente: Elaboración propia en base a respuesta Copec⁹

11. A mayor abundamiento, las diligencias realizadas por esta Fiscalía darían cuenta de indicios de la existencia de competencia intermarca y de sustitución de aceites lubricantes, lo cual permitiría que un mismo cliente disponga de una variada oferta de Productores. Asimismo, también existirían importaciones paralelas de diversas marcas con alta valoración por el cliente, entre ellas Mobil, a precios más competitivos en comparación al representante de la marca en Chile¹⁰.
12. Por otro lado, desde el punto de vista de la demanda de aceites lubricantes, esta se concentra en tres grandes segmentos: (i) el automotriz, que incluye estaciones de

⁸ Elaboración propia en base a Aduanas del año 2023.

⁹ Respuesta Oficio Ord. N°51-24 del 26 enero 2024.

¹⁰ Declaraciones de fechas 18 de septiembre 2023 y 13 de octubre de 2023.

servicio, lubricentros, talleres y casas de repuestos, donde los usuarios de vehículos particulares realizan cambios de aceites; (ii) el minero, vinculado a la gran minería del cobre, donde los lubricantes son esenciales para el mantenimiento de equipos, maquinarias y vehículos; y (iii) el industrial, compuesto por empresas de diversas industrias no mineras que utilizan estos aceites en sus procesos productivos para garantizar la eficiencia y durabilidad de sus maquinarias¹¹.

Tabla N°2: Demanda de aceites lubricantes por segmento de clientes para el periodo 2021-2023, en toneladas

	2021		2022		2023	
	Ton	%	Ton	%	Ton	%
Automotriz	[50.000-75.000]	[20%-40%]	[50.000-75.000]	[20%-40%]	[50.000-75.000]	[20%-40%]
Minero	[50.000-75.000]	[20%-40%]	[50.000-75.000]	[20%-40%]	[50.000-75.000]	[20%-40%]
Industrial	[25.000-50.000]	[20%-40%]	[25.000-50.000]	[20%-40%]	[25.000-50.000]	[20%-40%]
Total	[150.000-175.000]	100%	[150.000-175.000]	100%	[125.000-150.000]	100%

Fuente: Elaboración propia en base respuestas Productores¹²

III. DESCRIPCIÓN DE LA POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN DE COPEC

13. La comercialización de aceites lubricantes de Copec se realiza de forma directa y a través de distribuidores. En particular, Copec realiza venta directa a grandes clientes que periódicamente se abastecen de altos volúmenes de aceites lubricantes, mientras que la venta por medio de distribuidores está orientada a clientes pequeños de menor consumo¹³.
14. En cuanto a los distribuidores, Copec posee 3 distribuidores multimarca y 17 distribuidores monomarca¹⁴. Estos últimos, corresponden a distribuidores oficiales o exclusivos y celebran contratos de distribución con Copec, en los cuales se definen las condiciones comerciales de compra y venta de aceites lubricantes, así como las obligaciones de ambas partes, el uso de las marcas y otras disposiciones relevantes.

¹¹ Véase Informe al Ministerio del Medio Ambiente sobre restricción de sistemas de gestión individual que indica. Rol N°2667-21 FNE.

¹² Elaboración propia en base a respuesta Oficio Ord. N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024 y Respuestas Oficio Circular Ord. N°13-24.

¹³ Toma de declaración Copec de fecha 15 de abril de 2024 y respuesta Oficio Ord. N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024.

¹⁴ Respuesta Oficio Ord. N°1635-23 de fecha 10 de noviembre de 2023 y respuesta Oficio Ord N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024.

15. Respecto de los beneficios para el distribuidor oficial, Copec invierte mensualmente en capacitaciones, soporte técnico, herramientas tecnológicas, y facilidades logísticas¹⁵. Además, brinda apoyo en marketing y comparte el *know-how* de su red, todo con el objetivo de potenciar las ventas y asegurar que los distribuidores ofrezcan un servicio óptimo a sus clientes.
16. Asimismo, Copec posee una política de descuentos para aquellos distribuidores que abastecen con cierta regularidad a sus clientes, los cuales son denominados “clientes fidelizados”. El sistema de fidelización es automático y se aplica de forma uniforme a todos los distribuidores monomarca¹⁶. Así, cuando un distribuidor atiende a un cliente que no había consumido productos de la marca o que no había sido atendido por otro distribuidor monomarca en los últimos tres o cinco meses, ese cliente se *fideliza* con el distribuidor que realizó la venta¹⁷. Si el distribuidor sigue atendiendo al cliente de manera regular, la fidelización se mantiene a lo largo del tiempo¹⁸.
17. Por otro lado, la política de distribución de Copec se complementa con el uso de diferentes herramientas tecnológicas que provee Copec a su red de distribuidores, entre las que destacan:
 - i. **Compas:** es un software de planificación y gestión de relaciones con el cliente desarrollado para los distribuidores, que facilita la facturación electrónica, gestión de inventarios, manejo de promociones, cobranza, toma de pedidos en terreno, seguimiento a clientes y vendedores, y ofrece indicadores de ventas y negocio¹⁹.
 - ii. **Vision:** es una plataforma automatizada que gestiona las condiciones comerciales mayoristas para los distribuidores²⁰. Su principal función es calcular el precio de compra para el distribuidor y los premios por venta mensual o trimestral, según las ventas reportadas en el sistema²¹.
18. En particular, en lo que respecta a la plataforma Vision, cuando un distribuidor intenta realizar una venta e ingresa la información de contacto del cliente, la plataforma notifica si ese cliente ya está fidelizado por otro distribuidor. De este modo, los distribuidores

¹⁵ Respuesta Oficio Ord. N°1635-23 de fecha 10 de noviembre de 2023 y respuesta Oficio Ord N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024.

¹⁶ Respuesta Oficio Ord. N°695-24 de fecha 29 de abril de 2024.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Respuesta Oficio Ord. N°1635-23 de fecha 10 de noviembre de 2023.

²⁰ Ibid.

²¹ Ibid.

que deseen abastecer a clientes fidelizados por otros distribuidores no podrán acceder al descuento por ventas a clientes fidelizados. Esto les impide ofrecer precios más competitivos que el distribuidor oficial actual del cliente, restringiendo así la competencia intramarca.

19. En vista de lo anterior, a continuación, se realizará un análisis de competencia de la política de distribución exclusiva o monomarca de Copec, entendida esta como un conjunto de restricciones verticales, que limitarían la competencia entre los distribuidores oficiales de Copec.

IV. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

20. Desde el punto de vista de la libre competencia, la conducta denunciada y los resultados de las diligencias llevadas a cabo, que constituyen el objeto central de esta investigación, representan restricciones verticales entre los Productores y distribuidores de aceites lubricantes. Este tipo de restricciones han sido definidas por esta Fiscalía como *“mecanismos de operación entre agentes económicos independientes, situados en diferentes niveles de una cadena de producción (estructura vertical) a través de los cuales se regulan las condiciones que éstos compran, venden o revenden ciertos productos o servicios”*²².
21. En efecto, la política de distribución de Copec se implementa entre agentes situados en distintos niveles de la cadena de suministro de aceites lubricantes (Copec y distribuidores oficiales), lo que evidencia su carácter vertical.
22. En lo que respecta al propósito de esta política, como se mencionó previamente, su objetivo es limitar la venta de otras marcas de aceites lubricantes por parte de los distribuidores y restringir la competencia entre ellos por los clientes fidelizados. Ello, mediante el otorgamiento de un descuento por las ventas efectuadas a aquellos clientes que son abastecidos regularmente por el mismo distribuidor.
23. Ahora bien, en términos generales, estas restricciones verticales pueden tener efectos pro competitivos cuando logran alinear los incentivos entre el productor y el distribuidor, mejorando la eficiencia en la distribución. Esto puede manifestarse tanto en variables competitivas no relacionadas con el precio, como la calidad del servicio,

²² FNE (2014), Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, p. 4. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/guia-para-el-analisis-de-restricciones-verticales/> [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024].

como en la reducción del nivel de precios, por ejemplo, al evitar la doble marginalización²³.

24. Sin embargo, también pueden generar riesgos o efectos anticompetitivos, como el cierre del mercado o el debilitamiento de la competencia. Esto depende, por un lado, del nivel de poder de mercado que posean los agentes involucrados, ya sea en el segmento de producción, distribución o ambos, y por otro, del contenido u objeto de la restricción.
25. Por lo anteriormente indicado, el examen de las restricciones verticales, como las descritas anteriormente, debe hacerse considerando tanto los riesgos y/o efectos que pueden generar a la competencia, como las eficiencias que puedan derivarse de éstas, en el contexto del mercado relevante en el cual se enmarquen o incidan dichas restricciones²⁴. Para llevar a cabo esta evaluación, el análisis general de estos casos se realiza en tres etapas secuenciales²⁵:
 - i. En primer lugar, se analiza la participación de mercado de los agentes involucrados, para lo cual se deben definir los mercados relevantes en los que inciden las restricciones verticales.
 - ii. En segundo lugar, se analiza la plausibilidad de que las restricciones verticales puedan generar riesgos y/o efectos anticompetitivos actuales o potenciales a la competencia.
 - iii. En tercer lugar, en el evento de considerar que estas restricciones verticales generan riesgos y/o efectos actuales o potenciales a la competencia, se examinan las eficiencias derivadas de las restricciones verticales, con el objeto de evaluar si estas compensan sus efectos anticompetitivos.
26. A continuación, se aplicarán los pasos indicados a las restricciones verticales objeto de la investigación.

²³ FNE (2014), Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, p. 17.

²⁴ Comisión Europea (2022), Directrices relativas a las restricciones verticales, párrafo 6. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52022XC0630%2801%29> [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024].

²⁵ FNE (2014), Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, p. 7.

A. Mercados en los que inciden las restricciones verticales

27. Tal como se ha señalado *supra*, la primera etapa del análisis general de restricciones verticales consiste en determinar la participación de mercado de las empresas involucradas, para lo cual resulta necesario definir los mercados relevantes²⁶.
28. Al respecto, el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ha señalado que *“para definir el mercado relevante es necesario precisar el o los productos o servicios materia de la controversia, para luego identificar potenciales sustitutos razonables cuya cercanía sea la suficiente como para ejercer una presión competitiva significativa sobre los primeros y que, por tanto, ameriten pertenecer al mismo mercado (...)”*²⁷.
29. Conforme a lo señalado en los antecedentes recabados durante la investigación²⁸ y por esta Fiscalía en investigaciones anteriores²⁹, en la industria de aceites lubricantes es posible identificar 3 mercados relevantes de producto: (i) Automotriz; (ii) Industrial y (iii) Minero.
30. Por otro lado, a partir de las diligencias realizadas, esta Fiscalía considera que los mercados relevantes geográficos que se analizarán tienen un alcance al menos nacional y, potencialmente incluso mundial³⁰. Lo anterior, en vista de que la política de distribución de Copec está orientada a satisfacer la demanda nacional de los distribuidores, por lo que las empresas productoras de aceites lubricantes presentes en Chile ejercerían presión competitiva entre sí, sin restricciones significativas para operar dentro del territorio nacional.
31. Ahora, previo a revisar las participaciones de mercado, cabe recordar que, conforme a lo expuesto en la Guía, *“[L]a FNE apreciará en términos generales como lícita una restricción vertical cuando la cuota de mercado del vendedor, en el mercado donde vende los productos objeto del contrato, y la cuota de mercado del comprador, en el mercado donde adquiere los productos objeto del contrato, sean cada una del 35% o*

²⁶ FNE (2014), Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, p. 7.

²⁷ Sentencia N°186/2023, considerando centésimo trigésimo cuarto.

²⁸ Véase Ministerio del Medio Ambiente (2021), *“Actualización de costos y beneficios para la propuesta de decreto supremo que establece metas de recolección y valorización y otras obligaciones asociadas de aceites lubricantes”*, Disponible en: <https://economiecircular.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2023/10/AGIES-actualizado-merge.pdf> [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024]. Ecobaus (2016) *“Diagnóstico sectorial de aceites lubricantes”*, Disponible en: <https://economiecircular.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2023/04/3.-Diagnostico-Sectorial-y-Propuesta-APL.pdf> [Fecha última visita: 5 de noviembre de 2024].

²⁹ Véase Informe Rol 2667-21 FNE e Informe de aprobación Rol F370-23 FNE *“Adquisición de control en Esmax Distribución SpA por parte de Aramco Overseas Company B.V.”*.

³⁰ Véase Informe de aprobación Rol F370-23, p. 6.

menos. Cumplidas ambas condiciones, desestimará la apertura de una investigación o cerrará la investigación ya iniciada³¹.

32. Así, en la siguiente Tabla N°3 se muestran las participaciones de mercado de los Productores de aceites lubricantes para los mercados relevantes automotriz, industrial y minero, para el año 2023. Puede observarse que el “vendedor”, en términos de la Guía, sería Copec, quien contaría con participaciones del [20%-40%], [40%-60%] y [40%-60%] en los mercados que se señalan, respectivamente.

Tabla N°3: Participación de mercado venta aceites lubricantes año 2023

Productor	Automotriz	Industrial	Minero
Copec	[20%-40%]	[40%-60%]	[40%-60%]
Enex	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Total	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Lubrax	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Liqui Moly	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Luval	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
FDL	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Derco	[0%-20%]	[0%-20%]	[0%-20%]
Otros ³²	[20%-40%]	[20%-40%]	[20%-40%]

Fuente: Elaboración propia en base respuestas Productores³³

33. Ahora, desde el punto de vista del mercado “comprador”, es decir, aquel en el que se adquieren los productos sujetos a la restricción vertical, como se señaló previamente, Copec comercializa aceites lubricantes tanto a través de ventas directas como mediante sus distribuidores, por lo que, para el análisis de las restricciones verticales, es necesario calcular la proporción de ventas cubiertas por la política de distribución de Copec en cada uno de los mercados relevantes.

³¹ FNE (2014), Guía para el Análisis de Restricciones Verticales, p. 7-8.

³² Elaboración propia en base a Aduanas del año 2023.

³³ Elaboración propia en base a respuesta Oficio Ord. N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024, respuestas Oficio Ord. N°763 de fecha 24 de mayo de 2024 y Respuestas Oficio Circular Ord. N°13-24.

34. La Tabla N°4 a continuación muestra las ventas de Copec en cada uno de estos mercados, diferenciando entre el canal de venta sujeto a la política de distribución y el canal de venta directa de Copec, que no está sujeto a las restricciones mencionadas.

Tabla N°4: Ventas cubiertas por la restricción vertical (distribuidores oficiales) sobre el total de ventas de aceites lubricantes año 2023.

Canal de venta	Automotriz	Industrial	Minero
Distribuidores oficiales	[15%-30%]	[0%-15%]	[0%-15%]
Venta directa y distribuidores multimarca	[0%-15%]	[30%-45%]	[45%-60%]
Participación de mercado Copec	[15%-30%]	[45%-60%]	[45%-60%]

Fuente: Elaboración propia en base respuestas Copec³⁴ y Tabla N°3.

35. Conforme se observa, las ventas cubiertas por la política de distribución de Copec representan el [15%-30%], [0%-15%] y [0%-15%] de los mercados de aceites lubricantes en los mercados relevantes automotriz, industrial y minero, respectivamente.
36. A partir de las Tablas N°3 y N°4 anteriores, se puede concluir que en el mercado automotriz Copec no superaría el umbral del 35% de participación en ninguno de los eslabones especificados en la Guía (vendedor y comprador), siendo innecesario, por tanto, avanzar a las etapas posteriores de evaluación de las restricciones verticales en este mercado.
37. Por su parte, respecto de los mercados de aceite lubricante industrial y minero, la participación de mercado de Copec como vendedor es mayor al umbral establecido en la Guía. No obstante, a nivel de comprador (o distribuidor) se observa que las ventas cubiertas por la restricción vertical son bajas ([0%-15%] y [0%-15%] respectivamente) lo que torna altamente improbable que dicha restricción tenga la capacidad de afectar negativamente la dinámica competitiva de dichos mercados.

³⁴ Elaboración propia en base a respuesta Oficio Ord. N°51-24 de fecha 11 de enero de 2024 y respuestas Oficio Ord. N°763 de fecha 24 de mayo de 2024.

38. Sin perjuicio de lo anterior, esta Fiscalía realizó adicionalmente diligencias con el objeto de descartar que la existencia de otras restricciones verticales en el mercado pueda, en conjunto con las establecidas por Copec, generar efectos acumulativos en el mercado. Las diligencias realizadas durante la investigación³⁵, no permitieron identificar actores relevantes del mercado que impusieran restricciones verticales con riesgos y/o efectos comparables en sus cadenas de distribución³⁶, por lo que en la actualidad se estima improbable, conforme a la Guía, que exista un efecto acumulativo derivado de restricciones verticales paralelas³⁷.

V. CONCLUSIONES

39. En el marco de la Guía, se ha evaluado la política de distribución de Copec en los mercados de aceites lubricantes. Tras los análisis realizados por esta Fiscalía se concluye que resulta improbable que las restricciones verticales objeto de esta investigación generen efectos y/o riesgos anticompetitivos significativos, dado el nivel de participación de mercado de Copec en el segmento automotriz y el porcentaje de ventas cubiertas por las limitaciones impuestas en la distribución de aceites lubricantes a nivel nacional en los segmentos minero e industrial. En vista de lo anterior, no se considera necesario, actualmente, avanzar en la evaluación de dichas restricciones verticales.
40. Ahora bien, sin perjuicio de que a la fecha de la presente investigación el alcance de las restricciones es acotado, en apreciación de esta Fiscalía, la proliferación de este tipo de cláusulas podría generar o tender a producir riesgos y/o efectos anticompetitivos. En la misma línea, la adopción de este tipo de restricciones verticales por parte de otros proveedores de aceites lubricantes generaría un efecto acumulativo que podría debilitar la intensidad competitiva en el mercado.

³⁵ Conforme a la declaración de fecha 28 de septiembre de 2023, la declaración de fecha 3 de octubre 2023 y las respuestas al Oficio Circular Ord. N°13-24.

³⁶ Conforme las declaraciones de fechas 28 de septiembre de 2023, 3 de octubre 2023, y 4 de octubre 2023 efectuadas a distribuidores de aceites lubricantes.

³⁷ Conforme a la Guía, “[e]sta apreciación de licitud podrá desvirtuarse si se detecta la existencia de restricciones verticales paralelas que rijan a proveedores y/o distribuidores competidores entre sí y que en conjunto generen un efecto acumulativo”. Fiscalía Nacional Económica. Guía de Restricciones Verticales, p. 8.

41. Por todo lo anterior, se recomienda al señor Fiscal Nacional Económico, salvo su mejor parecer, archivar la presente investigación, sin perjuicio de las facultades de esta Fiscalía de seguir velando por la libre competencia en este mercado y de la posibilidad de analizar la apertura de una investigación, en caso de contar con nuevos antecedentes que así lo ameriten, así como también del derecho de cualquier otro interesado a interponer las acciones que estime pertinentes ante el H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

Saluda atentamente a usted,

GASTÓN PALMUCCI
JEFE DE DIVISIÓN ANTIMONOPOLIOS

JMW/JCA/ECG