

C.P.C. N° 567 / 843

ANT.: Ord. N° 787, de 31 de Julio de 1986, de la Fiscalía Nacional Económica.

MAT.: DICTAMEN DE LA COMISION

Santiago, 21 AGO 1986

1.- El señor Fiscal Nacional Económico, por Informe N° 787, de 31 de Julio del año en curso, ha sometido al conocimiento de esta Comisión, una denuncia interpuesta por Manufacturera de Cepillos Duralón Limitada, en adelante, DURALON, en contra de Cepillos Dento Limitada, en adelante DENTO, por la comisión de actos contrarios a la libre competencia.

Expresa el señor Fiscal, que según el denunciante en circular que acompaña, DENTO hace un extenso, profundo y difamador paralelo entre ambas marcas de cepillos, descalificando a DURALON y concluyendo que estos cepillos son considerados obsoletos y superados por las líneas DENTO que indica.

Según la denuncia la campaña descrita pretende desprestigiar una marca, un producto y un nombre que durante más de 20 años se ha mantenido en el mercado, y se ha extendido a diversas ciudades en donde se ha recibido la circular referida por parte de facultativos, farmacias y locales en los que se vende a público los cepillos DURALON, para que el dependiente de farmacia o perfumería, frente a la consulta o requerimiento del cliente de una clase específica de cepillos DURALON, ofrezca, de inmediato, la similar marca DENTO y que, igualmente, si se solicita un cepillo cualquiera, sin indicar marca, se le ofrezca el correspondiente DENTO.

A juicio de DURALON estos actos tienden a impedir y entorpecer gravemente la libre competencia dentro del país en las actividades económicas e inciden particularmente en un artículo rela-

cionado con la salud, lo que agrava tal conducta, por lo que solicita se instruya la correspondiente investigación y se requiera de las Comisiones Resolutiva y Preventiva el ejercicio de sus facultades.

2.- Señala el señor Fiscal Nacional que consultada la parte denunciada, ésta informó lo siguiente:

2.1. El documento en cuestión tiene por objeto establecer similitudes y diferencias entre dos marcas de cepillos dentales, con miras a capacitar técnicamente a los vendedores de dichos productos y proporcionar la información de modelos equivalentes a los consumidores que puedan estar interesados en conocerla.

2.2. Los antecedentes que sirven de base del análisis comparativo corresponden a una evaluación objetiva de las diferentes características de los distintos productos. Así, por ejemplo, es objetivamente cierto que: a) DENTO tiene una posición de tope del pulgar que ayuda a mantener el cepillo en posición, y que DURALON no tiene posición rectora; b) Que el margen de mango alrededor del encordado es menor en DENTO que en DURALON; c) Que la combinación de las formas de cuello y cabeza de cepillos DENTO es menos abultada que la de cepillos DURALON; d) Que el diseño DENTO contiene menos superficies en las que se puedan acumular impurezas; e) Que la concentración de manojos por mm² es superior en DENTO que en DURALON y que la eficiencia, definida como una relación de manojos por mm², es superior en DENTO; f) Que el envase de DENTO es de plástico reusable, y el de DURALON es de cartulina, con muy pocas posibilidades de servir para guardar el cepillo en uso en condiciones higiénicas. Para facilitar la comprensión de la materia adjunta algunas muestras de cepillos de ambas marcas.

2.3. En cuanto a la denuncia formulada, hace las siguientes observaciones:

a) Discrepa de la posición de la denunciante, en cuanto a que el hecho de que se proporcione a los consumidores información objetiva respecto de las equivalencias entre los diversos cepillos de dientes pueda ser un acto

que tienda a impedir o entorpecer la libre competencia, por cuanto es evidente que cuanto mejor informado esté el consumidor, mejor protegida y más libre es la competencia entre productos sustitutos.

b) La entrega de la información cuestionada no significa que ante el requerimiento del cliente de un cepillo DURALON o de uno sin identificación de marca, se ofrezca inmediatamente uno de marca DENTO, sino que el consumidor, enfrentado a la alternativa de elegir, escogerá DENTO y por lo tanto la información promueve y no coarta la libre competencia.

Impugnar la entrega de información al consumidor sí entorpece la competencia, pues niega o restringe el acceso a bienes que dicho consumidor estima mejores o más beneficiosos para él.

c) La circular a que se refiere la denuncia no es tal, sino un documento técnico y de carácter privado, y la extensión y profundidad del análisis de los cepillos, sólo demuestran la seriedad del mismo.

La mencionada circular no tiene carácter difamatorio y contiene sólo información de carácter objetivo, como toda la publicidad de cepillos DENTO, que tampoco es publicidad comparativa, sino más bien de carácter genérico y cuyo efecto colateral es promover el uso de los cepillos de dientes, lo que beneficia a todos los fabricantes, incluso al demandante.

d) En cuanto a la mención de que algunos tipos de cepillos DURALON son obsoletos, señala que esa es la opinión de esa firma y que tienen derecho a darla a conocer a sus vendedores.

3.- En opinión del señor Fiscal Nacional los documentos acompañados acreditan una comparación objetiva entre distintos tipos de cepillos de dientes, de acuerdo con ciertas características, por lo que, a su juicio, los hechos denunciados no constituyen un atentado en contra de la libre competencia.

4.- Analizados los antecedentes expuestos, esta Co
misión Preventiva Central acuerda declarar:

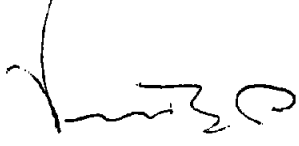
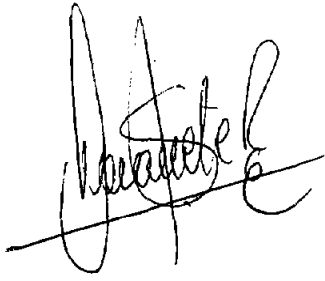
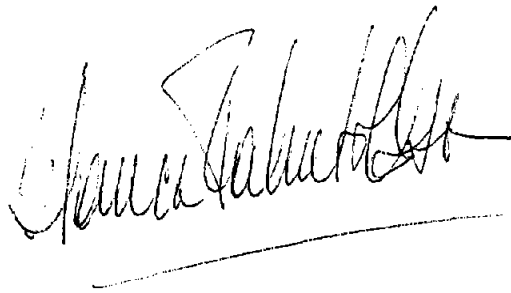
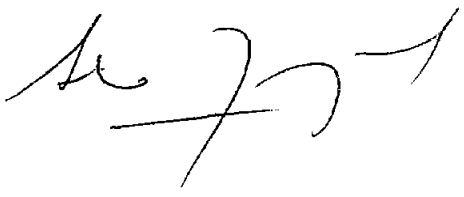
4.1. Que los hechos denunciados no pueden considerarse como atentatorios de la libre competencia, toda vez que la campaña informativa se limita a efectuar una comparación entre dos productos competitivos, sobre la base de características objetivas.

4.2. Que dicha modalidad de campaña informa
tiva o publicitaria no sólo no entorpece la libre competencia, sino que contribuye a fortalecerla, en la medida en que se proporciona a los consumidores mayor conocimiento sobre las características de los diferentes productos sustitutos a que éstos pueden acceder. Todo ello en el supuesto de que la infor
mación proporcionada sea veraz y objetiva, como sucede en la especie, y no tenga por finalidad desacreditar al competidor.

4.3. Que si las afirmaciones de la denuncia da
da fueran falsas o erróneas, puede el denunciante, además, impetrar las acciones legales destinadas a obtener la correspondiente compensación por el perjuicio o menoscabo mo
ral y material que éstas le hayan causado.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 31 de Julio pasado, por los señores Octavio Navarrete Rojas, Presidente, y Arturo Yrarrázaval Covarrubias, y con el voto en contra de los señores Iván Yáñez Pérez y Mario Guzmán Ossa, quienes estuvieron por acoger la denuncia por considerar que la información o publicidad comparativa entorpece la libre competencia, toda vez que menoscaba al competidor, al resaltar las bondades del producto publicitado, por sobre el producto comparado. Estiman los señores Yáñez y Guzmán que este tipo de publicidad, aún cuando sea veraz y objetiva, confunde al consumidor, al comparar los productos tomando como antecedente ciertas características que hacen aparecer al produc
to publicitado como mejor y más conveniente para él; mientras que se omite la mención a otras cualidades o características que puedan lle
var a concluir que tal producto es menos útil o beneficioso que aquel con que se compara. Igualmente tienen presente que las característi
cas reseñadas en la publicidad son de difícil comprobación para el consumidor. Asimismo, señalan que en caso de no ser veraces las afir
maciones contenidas en este tipo de publicidad, cualquier acción del

competidor perjudicado por la campaña publicitaria, por ser posterior a ésta, no es eficaz para compensar el menoscabo producido.

No firma el señor Mario Guzmán Ossa, no obstante haber concurrido al acuerdo, por encontrarse ausente.