

Santiago, veintiocho de noviembre de dos mil doce.

**VISTOS:**

**1. Demanda de ACAM S.A.**

1.1. Con fecha 26 de agosto de 2011, según consta a fojas 91 y siguientes, ACAM S.A., en adelante también “ACAM”, conocida por su denominación comercial “Mundo Petit”, demanda a Comercial e Industrial Silfa, en adelante también “Silfa”, conocida por su denominación comercial “*Infanti*”, por haber ejecutado (i) actos de competencia desleal que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o que tienden a producir dichos efectos, realizados con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar su posición dominante en los mercados relevantes, en infracción del Artículo 3º letra c) de la Ley de Defensa de la Libre Competencia, y, (ii) comportamientos que importan la explotación abusiva de su posición dominante, expresada en restricciones verticales y barreras de entrada a los mercados relevantes que limitan el ingreso y/o expansión de competidores, en infracción del Artículo 3 letra b) del D.L.211.

1.2. Solicita la demandante que el Tribunal (i) ordene a *Infanti* cesar en la ejecución de los comportamientos demandados; (ii) le imponga una multa de UTA 20.000 o en subsidio, la multa que Tribunal estime conforme a derecho; sin perjuicio de (iii) las medidas que aseguren el cese de estos comportamientos y/o la neutralización de sus efectos, con expresa condena en costas.

1.3. A continuación señala ACAM S.A. que *Infanti* es el operador dominante de la distribución mayorista y minorista en tiendas especializadas de artículos para bebé e infantes –denominados también *puericultura*– cuyos mercados son relevantes a efectos de esta causa.

1.4. La posición dominante de *Infanti* que le confiere capacidad para impedir, restringir o entorpecer la libre competencia se deriva, entre otros factores, de la elevada participación que ostenta en cada uno de los mercados dominados – cercana al 45% en unos, cercana al 70% en otros– de la escala multinacional de su operación –verticalmente integrada a 25 de las 35 tiendas de *retail* especializadas existentes en nuestro país– de la representación exclusiva de 16 de las 35 marcas de *puericultura* que se comercializan en los mercados relevantes y, especialmente, de su comportamiento estratégico expresado en la serie de deslealtades y abusos que son objeto de la presente demanda.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

1.5. Señala que *Infanti* ha desplegado un comportamiento –sistemático y reiterado– consistente en la inducción a proveedores a incumplir deberes contractuales contraídos con competidores. Dicho comportamiento se encontraría tipificado como acto de competencia desleal de acuerdo a lo dispuesto por la Ley 20.169, según textualmente afirma la parte demandante.

1.6. Afirma además que a través de su director, el señor Juan Pablo Sitnisky, *Infanti* ha reconocido expresamente este comportamiento a través de una serie de correos electrónicos a los que hace referencia más adelante.

1.7. Señala la demandante que a consecuencia de la infracción contractual inducida, el proveedor finalmente priva al competidor saboteado de la representación de sus marcas y de la distribución de sus productos en Chile, dejando en su lugar a la inductora, *Infanti*. Es lo ocurrido en los casos de expoliación de las marcas *Maxi Cosi*, *Quinny*, *Munchkin* y *Kalencom*.

1.8. Agrega que a partir de ese momento *Infanti* habría establecido una restricción vertical sobre la marca capturada, en cuanto asume la representación y/o distribución exclusiva de sus productos, con exclusión de todo otro competidor en Chile. Es decir sólo *Infanti* puede importar los respectivos artículos.

1.9. En opinión de la demandante, idénticas restricciones verticales pesan sobre el resto de las marcas controladas por *Infanti*, entre las que se cuentan las de mayor prestigio a nivel global y las de mayor conocimiento por el público consumidor chileno. A saber *Chicco*, *Lego*, *Safety First*, *Philips Avent*, *Nuna*, *Britax*, *Hampton Forge*, *Boing's*, *Kiddieland*, *First Years*, *Phil & Teds* y recientemente, las expoliadas *Maxi Cosi*, *Quinny*, *Munchkin* y *Kalencom*.

1.10. Afirma ACAM S.A. que el comportamiento estratégico que ha descrito genera un grave problema de parasitismo. Al expoliar la representación de una marca y establecer una restricción vertical sobre la misma, la dominante aprovecha todo el esfuerzo desplegado e inversiones realizadas por el competidor expoliado para su penetración y comercialización en Chile.

1.11. Señala que, a mayor abundamiento, el comportamiento estratégico de *Infanti* erige barreras a la entrada y expansión de competidores en los mercados relevantes, que se expresan en el riesgo cierto y verificable de que la dominante puede expoliar con facilidad la representación o distribución de marcas que sus competidores se esfuerzan en penetrar y/o comercializar. Prueba de lo anterior es que desde 2009 –momento en que *Infanti* inicia sus prácticas expoliativas de manera reiterada– no se han verificado arribos de nuevos competidores a los mercados relevantes.

1.12. La expoliación con respecto a ACAM S.A. -Mundo Petit- se refirió a los coches y sillas de automóvil para bebés e infantes (puericultura pesada) *Maxi Cosi*

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

y *Quinny* de la empresa proveedora Dorel, poseedores de un estándar de seguridad y confort inexistente en Chile antes de su arribo en 2005. Mundo Petit logró identificar sus tiendas con las marcas representadas y obtener la preferencia de parte del público consumidor chileno, expresada en una cuota de importaciones de 4% en sillas y 1,22% en coches en 2007. A partir de este éxito, *Infanti* inició su maniobra inductora para con Dorel pudiendo completar la expoliación de estas marcas en 2010, a través de la obtención de su distribución exclusiva.

1.13. Afirma la demandante que dicha restricción vertical ha tenido un doble efecto en el competidor PYME Mundo Petit: (i) en lo inmediato, quedó excluido del mercado de la distribución mayorista de coches y sillas; y, (ii) su operación *retail* quedó reducida a la mitad, cerrando 2 de sus 4 tiendas.

1.14. Luego indica que no es la primera vez que *Infanti* expoliaba y lastraba exitosamente los mercados relevantes con restricciones verticales. Menciona los casos de Distribuidora Comercial Altué Limitada, conocida también por su denominación comercial “Mundo Chico”, y el caso de Distribuidora Trespro S.A. conocida por su denominación comercial “BBPro”.

1.15. Señala la demandante, que una vez despojada de los productos *Maxi Cosi* y *Quinny* con los que el consumidor hasta hoy identifica sus tiendas y vulnerable a expoliaciones de nuevas marcas que decidiera penetrar en Chile, Mundo Petit decidió a crear su propia marca de coches y sillas, que nadie le pudiera arrebatarse.

1.16. Fue así como contactó a *GoodBaby International* empresa única en la fabricación de coches y sillas atendida su confiabilidad, quien a través del Sr. Gao Lu, de la unidad *South America Business*, contestó el requerimiento de Mundo Petit el 6 de julio de 2011 en los siguientes términos: “Y (SIC) mi colega Sr. Shen me pasó su email. Sé que está interesado a (SIC) desarrollar stroller business con Goodbaby, pero lamentablemente le tengo que avisar que ya tenemos un exclusivo distribuidor en Chile, quien es *Infanti*. Por lo tanto, *GoodBaby* no le puede ofrecer productos.”

1.17. Concluye ACAM S.A. que las restricciones verticales de *Infanti* no se limitan por tanto a productos de las más reconocidas y conocidas marcas de puericultura, sino que además se extienden a las mejores fábricas de puericultura pesada, cualquiera sea la marca que desee utilizar.

1.18. Señala en síntesis que los mercados relevantes permanecen severamente lastrados por las restricciones verticales y amenazas de expoliación y parasitismo de *Infanti*, que deja a competidores actuales y potenciales “*prisioneros de un dilema sin salida*”. En opinión de la demandante, no importa la alternativa que se elija, el resultado siempre es el mismo. Si un actor decide emprender la penetración de una determinada marca de puericultura en Chile, su esfuerzo está

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

expuesto a la expoliación y parasitismo de *Infanti*. Si un actor decide emprender el desarrollo de una marca propia para su comercialización en Chile, su esfuerzo está expuesto a la expoliación de *Infanti*.

1.19. Señala, por otra parte, que el comportamiento estratégico de *Infanti*—que no es otra cosa que el ejercicio abusivo de su posición dominante— le permite aumentar su poder de mercado por la vía de (i) arrebatar deslealmente la representación de marcas que compiten con las propias; (ii) neutralizar o debilitar al competidor expoliado mediante restricciones verticales; y, (iii) generar con ello barreras a la entrada y expansión de competidores en los mercados relevantes.

1.20. Además de lo anterior acusa a *Infanti* de haber ejecutado actos de engaño sistemático a consumidores atribuyendo a sus productos propiedades inexistentes, como su línea propia de coches y sillas marca *Infanti*, siendo que se trata de productos fabricados en China. Contribuye a la apariencia de veracidad la denominación *Infanti*, voz que puede ser fácilmente asociada al idioma italiano y a su difusión en las 25 tiendas que *Infanti* posee a lo largo de Chile.

1.21. Indica que la desviación de clientela puede ser muy efectiva atendido que en el largo proceso de búsqueda de estos bienes, el consumidor encuentra un producto europeo a precio de producto chino. Numerosos son los casos de consumidores engañados que son finalmente bien informados en tiendas Mundo Petit sobre el verdadero origen de los coches *Infanti*.

1.22. El comportamiento estratégico de *Infanti* en cuanto a sus actos de competencia desleal, tendría por objeto inequívoco, a juicio de la demandante, aumentar, mantener o incrementar su posición dominante.

1.23. La demandante dedica a continuación un capítulo de su presentación a explicar en qué consiste la puericultura, clasificándola en puericultura pesada (coches y sillas para autos) y puericultura liviana (chupetes, mamaderas, sacaleches, juguetes, etc.) agregando además que la entrada al negocio de la puericultura en Chile es a través de la importación.

1.24. En cuanto a los mercados relevantes, afirma que el adecuado juzgamiento de las conductas objeto de la demanda, requiere la definición del o los mercados de referencia, desde una doble perspectiva: producto y geografía.

1.25. A continuación se refiere al mercado de la distribución de puericultura, el que caracteriza como de elevada concentración.

1.26. *Infanti* mantiene una participación del 43,52% en el valor de las importaciones de la puericultura que se distribuye en Chile, ostentando su competidor más cercano “Comercial e Industrial Stroller Limitada”, en adelante también “Stroller”, un 39,07% del mismo mercado. Conjuntamente *Infanti* y *Stroller*

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

concentran de este modo el 82,59% de las importaciones de puericultura –pesada y liviana– que se distribuye en nuestro país.

1.27. En cuanto a las sillas para automóvil, *Infanti* representa un 66,62% de las importaciones de este producto, mientras *Stroller* representa un 20,08%. Conjuntamente, por tanto, detentan el 86,70% de este mercado.

1.28. Agrega además que *Infanti* controla 16 de las 35 marcas de puericultura, representando aquello un 45,7% del mercado.

1.29. En este punto y respecto al mercado geográfico de la distribución relevante, señala la demandante que alcanza a todo el territorio nacional, toda vez que la puericultura importada a nuestro territorio se distribuye o busca ser distribuida en gran parte del país.

1.30. En cuanto al mercado que denomina *retail* tiendas especializadas de puericultura, afirma la demandante que se compone de tiendas especializadas en las que a través de un *mix* de productos tanto de compra regular como duraderos, el consumidor puede satisfacer todas o gran parte de sus necesidades de compra de productos para el cuidado de bebés y/o infantes.

1.31. El nivel de concentración que se observa en este mercado es significativamente alto si se atiende al número de tiendas por competidor. Sólo en la Región Metropolitana *Infanti* mantiene 13 tiendas especializadas, y 25 en todo Chile, mientras que sus competidores no pasan de dos tiendas en la Región Metropolitana, careciendo en absoluto de tiendas en el resto de Chile.

1.32. En este punto y respecto del mercado geográfico postula la demandante que atendida la característica de búsqueda de productos, relativamente larga y bien informada, dicho mercado se extiende a la ciudad respectiva.

1.33. Afirma a continuación que *Infanti* tiene posición dominante en los mercados de distribución de puericultura y tiendas especializadas y que la integración vertical le confiere una ventaja estratégica sobre competidores potenciales que no están en condiciones de replicar su red de tiendas especializadas en puericultura.

1.34. A lo anterior agrega que la operación de *Infanti* alcanza una escala multinacional, pues opera en Argentina, Perú, Bolivia y Uruguay. Este volumen de operación le da una ventaja de costo para poder imponer restricciones verticales como las denunciadas en autos.

1.35. A continuación, según consta a fojas 113 y siguientes, la demandante reitera su análisis en cuanto a los ilícitos anticompetitivos que imputa a *Infanti*, precisando algunos hitos en relación a los hechos de la causa y que dirían relación con la inducción imputada. Afirma: Respecto de la interferencia con proveedores y su inducción a la infracción contractual, señala que la expoliación de Mundo Petit

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

se refirió a los coches y sillas de automóvil *Maxi Cosi* y *Quinny* de la empresa proveedora Dorel.

1.36. Afirma que durante 2008, Dorel hizo saber a Mundo Petit acerca de la insistencia de *Infanti* para tomar la distribución de *Maxi Cosi* y *Quinny* en Chile. En marzo de 2009, Dorel modifica unilateralmente el acuerdo de distribución eliminando la exclusividad conferida a Mundo Petit hacía menos de un año atrás.

1.37. La demandante señala que no le quedó otra alternativa que aceptar la imposición unilateral de Dorel en términos de privarle de su exclusividad.

1.38. En opinión de ACAM la infracción contractual en relación a la exclusividad de Mundo Petit, fue para incorporar expresamente a la inductora *Infanti* en la distribución de *Maxi Cosi* y *Quinny*.

1.39. Luego indica que fue imposible para ACAM cumplir las metas establecidas, dado que ya no tenía la exclusividad. A consecuencia de ello, Dorel termina el acuerdo de distribución con Mundo Petit en 2010, e *Infanti* pasa a ser el nuevo distribuidor de *Maxi Cosi* y *Quinny* en Chile.

1.40. Finalmente reitera en el petitorio lo ya indicado a propósito del punto 1.1 y 1.2 de esta parte expositiva.

## **2. Contestación de Comercial e Industrial Silfa Limitada.**

2.1. Comercial e Industrial Silfa Limitada es una compañía de origen familiar, formada por tres hermanos, cada uno de ellos con capacidades complementarias, quienes partieron desde cero y hoy ya cuentan, después de haber pasado situaciones de altos y de bajos, con más de 20 años de experiencia en el mercado nacional en la representación de marcas de productos para bebés y el hogar.

2.2. Afirma la demandada que su marca *Infanti* se comercializa en más de 20 países del mundo y ofrece más de 3.500 productos. La historia de la compañía se desarrolla en el Capítulo I del escrito de contestación con mayor detalle.

2.3. Indica que los hechos denunciados por la demandante no responden a acciones desarrolladas en forma ilícita por Silfa con el objeto de alterar la competencia en los mercados relevantes. Las situaciones que han afectado a la demandante -y muchas similares han sucedido a Silfa a través de los años- dicen relación con el normal funcionamiento del mercado de la distribución mayorista de productos para bebés, en el cual los titulares de marcas internacionales cambian a sus distribuidores de tiempo en tiempo; efectúan negociaciones de ensayo y error; buscan en cada territorio nacional contar con los canales de distribución más eficientes, que les entreguen mayores posibilidades de alcanzar a los consumidores e incrementar la penetración de sus productos, haciendo eficiente el desarrollo de las inversiones de posicionamiento que puedan requerir.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

2.4. Silfa importa y vende una diversidad de marcas de coches y sillas para bebés. La función primordial de la importación (en ocasiones representación) y venta de marcas conocidas internacionalmente por parte de Silfa, es ampliar el *mix* ofrecido a sus clientes, de manera que éstos cuenten con una variada gama de artículos en calidad, diseño y precio, sin perjuicio de que la mayor parte de las ventas de Silfa se concentra en sus productos de la marca propia *Infanti*, desarrollada íntegramente por Silfa.

2.5. De acuerdo con la demandada, entre la diversidad de marcas que ofrece Silfa, las marcas *Quinny* y *Maxi Cosi* -a cuyo respecto se imputan las conductas desleales- no resultan ni por lejos aquellas que representan mayores ventas para Silfa. De hecho, durante el año 2010 el 90,1% de las ventas de coches y el 65,1% de las ventas de sillas de auto para bebés, ambas efectuadas por Silfa en Chile, correspondió a productos de la marca *Infanti*.

2.6. Afirma la demandada que compite fiel y lealmente en el mercado, desarrollando un modelo de negocios innovador, en el que ha asumido el riesgo de invertir en infraestructura para contar con nuevos y mejores canales de distribución de los productos que representa, así como el riesgo de invertir en la introducción al mercado de nuevas marcas y productos -a través de su marca propia *Infanti*- que miran a las necesidades del mercado nacional.

2.7. Señala que la normativa de libre competencia que el Tribunal se encuentra llamado a aplicar, no tiene por fin la protección de determinados competidores en el mercado, sino que a la competencia en sí misma y el beneficio que a partir de ella pueden alcanzar los consumidores, en la disponibilidad de más y mejores productos a mejores precios.

2.8. En cuanto a los mercados relevantes en que inciden los hechos de esta causa, los define de la siguiente forma: (i) En lo que se refiere al producto mismo sobre el que recaen estos mercados, los restringe a las dos líneas de productos afectadas de acuerdo con la demanda: *coches y sillas de autos para bebés*. Ello, pues se trata de productos que se demandan en forma independiente del resto de los productos de puericultura, lo que seguramente obedece a su nivel de precios y durabilidad, circunstancia que se observa tanto cuando aquellos son demandados por importadores en el mercado *aguas arriba*, como cuando lo son por consumidores en el mercado final *aguas abajo*; (ii) En cuanto a los eslabones de la cadena productiva que definen cada uno de estos mercados, considera la demandada tanto la importación de coches/sillas de autos para bebés destinada a su venta mayorista en Chile (actividad en la que participan proveedores internacionales -en calidad de oferentes- e importadores chilenos -en calidad de demandantes-), como la venta minorista de coches/sillas de autos para bebés

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

(actividad en la que participan tiendas especializadas, grandes tiendas y supermercados -en calidad de oferentes- y el público consumidor -en calidad de demandante-); (iii) Tratándose de su dimensión geográfica, considera la demandada que la importación de coches y sillas de autos para bebés, destinada a su venta mayorista en Chile, es nacional; en cambio, la venta minorista de productos iguales es local.

2.9. Así, a juicio de Silfa, los mercados relevantes en que inciden los hechos de esta causa son: (a) por una parte, los mercados de la importación de coches y sillas de autos para bebés, destinados a su venta mayorista en Chile; y, (b) por otra parte, los mercados de la venta minorista de coches y sillas de autos para bebés en el país.

2.10. En cuanto a los mercados de la importación de coches y sillas de autos para bebés, destinados a su venta mayorista en Chile, señala Silfa que todos los coches y sillas de autos para bebés que se comercializan en el país son productos importados.

2.11. En el Segmento coches, son importadores Comercial e Industrial Stroller Limitada ("*Stroller*"), Silfa, BW S.A., Walmart Chile S.A. ("Walmart Chile"), Falabella S.A.C.I. ("Falabella"), Cencosud S.A. ("Cencosud"), Ellen Christie Jorquera, Bernardo Hernández Toledo, Importadora, Exportadora y Comercializadora Ferdel Chile Limitada, Marcela Haddad Juri, Importadora RSG Limitada y otros.

2.12. Stroller es quien tiene una mayor participación en el mercado de importación de coches para bebés, alcanzando un 44%. Le sigue Silfa con un 34% y BW S.A. con un 7%. El resto de los importadores, en conjunto representan el 15,5%.

2.13. En el segmento sillas de auto para bebés, son importadores de este tipo de productos: Silfa, *Stroller*, Marcela Haddad Juri, Best House SACI, BW S.A. y otros, cuyo detalle consta en la información oficial del Servicio Nacional de Aduanas, que la demandada acompaña a su presentación. Silfa es quien presenta el mayor volumen de importaciones de sillas de autos para bebés en 2010, contando con el 49% de ellas. Le sigue luego *Stroller* con un 40% y, finalmente, el resto de los importadores, que en conjunto representan el 11%.

2.14. Indica en relación a los dos segmentos antes indicados que (i) las participaciones de mercado son fuertemente variables, dadas las características del mercado de importaciones al que caracteriza como dinámico y sin barreras de entrada; (ii) existe una fuerte rivalidad entre Silfa y Stroller; (iii) grandes tiendas y supermercados han comenzado a importar directamente, lo que refuerza la idea respecto del dinamismo del mercado y su ausencia de barreras a la entrada.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

2.15. Agrega que las importaciones de coches y sillas de autos para bebés pueden obedecer a la adquisición de productos de marcas conocidas internacionalmente o a la recepción de productos de marcas propias fabricados en el extranjero, y por ende se habla de dos oferentes distintos, lo que descarta el efecto exclusorio de las supuesta prácticas imputadas a la demandada.

2.16. Así, los coches y sillas de autos para bebés de marcas conocidas internacionalmente son ofrecidos por proveedores de gran tamaño. Dichos proveedores ingresan sus marcas de la mano de una empresa nacional a quien le entregan la distribución exclusiva de ellas. El proveedor busca que se maximicen los esfuerzos de comercialización, *marketing*, posicionamiento y venta de sus productos, mediante un determinado distribuidor. Este modelo de negocio es iniciado y desarrollado por los mismos proveedores internacionales.

2.17. Junto al modelo de distribución exclusiva, conviven otros modelos de negocio como aquellos en que los proveedores venden sus productos a quienes los soliciten, sin selección de representantes; o bien, aquellos que establecen un acuerdo de distribución pero solamente en el segmento mayorista. En consecuencia, señala la demandada que existirían en Chile una multiplicidad de operadores que importan y ofrecen a los clientes finales coches y sillas de bebés de marcas que están cubiertas en el país por una distribución exclusiva, ya sea en razón de importaciones paralelas o de compras efectuadas directamente al proveedor internacional correspondiente, pero no en calidad de representante de este último sino que en calidad de cliente. Ejemplo de ello es la marca Graco, que tiene en exclusividad la distribución mayorista con Stroller pero la cual puede ser, al mismo tiempo, importada directamente por Walmart Chile para la venta minorista en Chile.

2.18. A los modelos ya señalados se agrega también aquel en que los distribuidores locales compran con descuento mayorista los productos de parte de otros distribuidores locales y en condiciones equivalentes a otros *retailers*, como las grandes tiendas.

2.19. En definitiva, afirma la demandada, estamos ante un mercado abierto y atomizado desde la perspectiva de la oferta de coches y sillas de autos para bebés de marcas conocidas internacionalmente; que permite distintos modelos de negocios en cuanto a las relaciones entre proveedores y distribuidores; que no se encuentra ni cerca de ser un mercado cerrado para Chile pues hay docenas de marcas que aún no se venden en nuestro país; circunstancias todas que hacen muy improbable el desarrollo de conductas aptas para cerrar el mercado a futuras empresas que deseen importar tales productos para su venta mayorista.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

2.20. En cuanto a los coches y sillas de autos para bebés cuyas marcas sean propias, la demandada sostiene que son fabricados en el extranjero, existiendo muchas empresas dedicadas a esta labor, parte importante de las cuales se encuentran en China, Taiwán, India y Malasia.

2.21. Estas fábricas están abiertas al mundo y cuentan con cientos de clientes dedicados al negocio de la puericultura, los cuales pueden incluso ser de un mismo país. Explica la demandada que, en general, la relación comercial que existe entre las fábricas extranjeras y sus clientes de marcas propias no constan en un contrato por escrito, basándose más bien en la confianza generada por el contacto entre las partes. Silfa trabaja con 12 fábricas chinas a las que encomienda la fabricación de sus coches y sillas de autos para bebés, marca *Infanti*.

2.22. Afirma luego que la mayor parte de los coches importados son de marcas propias -a diferencia de las sillas de autos para bebés, donde la situación es precisamente la inversa- y que se trata de un mercado abierto y sumamente atomizado en la fabricación de marcas propias, lo que hace también improbable que en este aspecto se dé lugar a conductas aptas para generar un cierre de mercado.

2.23. Agrega que se trata de mercados con bajas barreras a la entrada de potenciales importadores; que quien quiera actuar como importador necesita contar sólo con un capital de trabajo que permita financiar a lo menos 150 días de operación y acceso a canales de distribución minorista.

2.24. Cierra este capítulo afirmando la ausencia de posición dominante de Silfa en su calidad de importador y vendedor mayorista, destacando que el operador *Stroller* es una alternativa competitiva y afirmando la ausencia de barreras a la entrada.

2.25. En cuanto a los mercados de la venta minorista de coches y sillas de autos para bebés en Chile, compiten en calidad de oferentes las grandes tiendas, supermercados, tiendas especializadas independientes, tiendas especializadas asociadas a algún importador (tal es el caso de los locales: *Baby Infanti Store* de Silfa, *Bee-Bee* de Marcela Haddad y *Mundo Chico* de Distribuidora Comercial Altué Limitada) y venta a distancia (internet). Cada oferente establece sus condiciones de venta en aspectos tales como precios, variedad de productos, *mix* de los mismos, facilidades de crédito, servicio al cliente, entre otros. Existe entre ellos diversidad de modelos de comercialización y fuerte competencia. En consecuencia, concluye la demandada que existirían diferentes canales de venta minorista, como los mencionados, los que compiten entre sí, cuentan con un

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

surtido de productos similar y con precios competitivos, pudiendo los consumidores elegir libremente.

2.26. Afirma la demandada que no existen datos de participación de los distintos oferentes en estos mercados *aguas abajo*. La participación de Silfa en ellos es sustancialmente inferior a la que tiene en los mercados de importación, considerando que parte importante de dicha importación es distribuida al sector minorista (grandes tiendas, supermercados y terceros vendedores).

2.27. Luego señala que Silfa, a través de las tiendas especializadas *Baby Infanti Store*, no cuenta con posición dominante en los mercados *aguas abajo* de la venta minorista de coches y sillas de autos para bebés, dado que estos mercados cuentan con diversos canales de distribución minorista, destacando las grandes tiendas del *retail*, como Falabella, Paris y Ripley. A ello debe agregarse la gran cantidad de marcas de coches y sillas de auto para bebés que se comercializan en el país, tanto las marcas conocidas internacionalmente como las marcas propias. Silfa sólo representa una proporción menor de ellas.

2.28. A juicio de la demandada, la amplitud de los canales de distribución y la diversidad de marcas comercializadas en el país, muestra la improbabilidad de que se produzca un eventual abuso por parte de Silfa en estos mercados *aguas abajo*.

2.29. En cuanto a las conductas que se le imputan a Silfa, afirma que no ha incurrido en dichas conductas y, en el remoto evento de que se considerara que sí lo ha hecho, aquellas no serían sancionables desde la perspectiva de la libre competencia.

2.30. En cuanto al primer ilícito imputado, esto es, el acto de competencia desleal consistente en la inducción a Dorel Europa para infringir sus obligaciones contractuales con ACAM y así alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante en los mercados relevantes, afirma que quien pretenda que se sancione en sede de libre competencia, bajo el DL 211, una conducta de competencia desleal, además de demostrar que concurren los requisitos que permiten tener por verificada dicha conducta debe acreditar que la misma permitió a quien la ejecutó alcanzar, mantener o incrementar una posición de dominio.

2.31. Agrega que debe acreditarse en sede de libre competencia que: (i) exista un contrato vigente; (ii) el sujeto activo de la infracción tenga la intención de inducir el incumplimiento; y, (iii) la conducta deba estar dirigida a que un contratante incumpla sus obligaciones contractuales con un competidor del inductor.

2.32. Luego afirma que la modificación del contrato de distribución entre Dorel Europa y ACAM, convenida por dichas partes en marzo de 2009, no fue el resultado de un acto de competencia desleal de Silfa, relatando a continuación

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

cómo, en su opinión, habrían tenido lugar los hechos, resumiéndolos en los siguientes: (i) Dorel Europa manifestó a Silfa su interés en explorar que ésta comercializara a través de sus locales los productos marca *Quinny* y *Maxi Cosi* en Chile, Perú y Bolivia; (ii) Dorel Europa propuso a Silfa comprar los productos de su distribuidor ACAM, para revenderlos, lo que Silfa rechazó; (iii) Dorel Europa escogió para el mercado chileno que Silfa vendiera directamente sus productos *Quinny* y *Maxi-Cosi*. La implementación de esta alternativa se encontraba supeditada a la modificación del contrato de distribución exclusiva que mantenía a esa fecha Dorel Europa con ACAM, cuestión que, según afirma ACAM, fue planteada como una condición previa a cualquier acuerdo con Silfa; (iv) el contrato de distribución exclusiva entre ACAM y Dorel Europa contenía, desde su suscripción, una cláusula de terminación anticipada que permitía a cualquiera de las partes ponerle término en cualquier momento y sin necesidad de expresión de causa, con una notificación previa de seis meses, además de una cláusula que reducía tal periodo de notificación a tres meses, en caso de incumplimiento de la otra parte de sus obligaciones contractuales. Afirma, por otra parte, que la terminación se debió a incumplimientos de metas de ventas por parte de ACAM y también a incumplimientos en los pagos que periódicamente debía efectuar ACAM a Dorel Europa.

2.33. Atendido lo anterior, señala que debe descartarse la acusación de inducción a Dorel Europa destinada a infringir obligaciones contractuales con ACAM;

2.34. En cuanto a los correos electrónicos que ACAM cita en su demanda y que demostrarían el reconocimiento de la intervención, Silfa afirma que han sido interpretados de mala fe y de manera alejada de su literalidad y espíritu;

2.35. Afirma, por último y en relación a este ilícito, que en cualquier caso si se estimara que Silfa indujo a Dorel Europa, no sería sancionable desde la perspectiva de la libre competencia pues Silfa no tiene una posición dominante, ni podría haberla alcanzado, por las características de los mercados concernidos;

2.36. En cuanto al segundo ilícito imputado, esto es, la explotación abusiva de una posición dominante a través del establecimiento de restricciones verticales, afirma que tal ilícito no se configura en la especie. Silfa no tiene una posición de dominio; los mercados relevantes son altamente dinámicos y con una multiplicidad de oferentes competidores entre sí, lo cual descartaría que Silfa goce de una posición dominante.

2.37. En cuanto a las restricciones verticales representadas por la exclusividad que rige en ciertas relaciones entre Silfa y sus proveedores de marcas conocidas internacionalmente que ésta representa en Chile, señala que ellas no responden a una condición impuesta por Silfa, sino que a las características propias del modelo

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

de distribución estandarizado a nivel internacional por tales proveedores, modelo que, en opinión de la demandada, goza de racionalidad económica toda vez que permitiría a dichos proveedores encontrar el distribuidor más eficiente para la comercialización de sus productos, el que además les garantiza que los esfuerzos de introducción de sus productos no se diluyan, sin alcanzar en forma adecuada a los consumidores finales.

2.38. Respecto de las estipulaciones con los proveedores de marcas propias que se comercializan a nivel mayorista y minorista por Silfa a nivel nacional, señala que no resulta efectiva la afirmación de la demandante en relación a que Silfa supuestamente impone condiciones de exclusividad a las fábricas extranjeras de productos marca *Infanti*. La supuesta prueba introducida en autos por ACAM para acreditar la existencia de tal exclusividad, constituida por un correo electrónico intercambiado con la fábrica Goodbaby, lo único que acredita es la negativa de dicha fábrica de abastecer de productos de marca propia a ACAM, pues ya se encuentra abasteciendo de productos a un distribuidor que opera en Chile, el cual es Silfa. ACAM tenía la opción de recurrir a más de 400 fábricas distintas equivalentes para solicitar la elaboración de sus marcas propias por lo que resulta extraño para la demandada que haya dirigido sus peticiones precisamente a aquélla, de entre más de 400, que suministra a Silfa.

2.39. En cuanto al tercer ilícito imputado, esto es, el acto de competencia desleal consistente en engañar a los consumidores sobre el país de origen de los productos *Infanti*, para así alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante, afirma que no existe ni podría existir un acto de engaño a los consumidores en la denominación de la marca *Infanti*.

2.40. Indica que no existen elementos de hecho que permitan afirmar que Silfa ha intentado engañar o inducir a error a los consumidores acerca de la procedencia efectiva de sus productos. Señala que, tanto las etiquetas de cada uno de los productos de marca *Infanti* -y particularmente los coches y sillas de auto para bebés- , como sus cajas y manuales respectivos consignan con toda claridad la procedencia china de tales productos, además de otros datos de su fabricación.

2.41. Luego indica que si en forma negligente algún consumidor se forjara la idea de una cierta procedencia de los productos *Infanti* basado en forma exclusiva a partir de la fonética y grafía de la misma, no se trataría de un acto de confusión desarrollado por parte de Silfa, sino que un acto de consumo descuidado, de parte de un consumidor que conforme a Ley N° 19.496 que lo ampara, tiene el derecho y el deber de informarse.

2.42. La inexistencia de actos de engaño y la ineptitud de la sola denominación de la marca propia *Infanti* para causar confusión, se comprueba, en opinión de la

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

demandada, por el hecho de que desde su creación Silfa nunca ha recibido reclamo alguno en ninguna sede de parte de consumidores que aleguen engaño en cuanto al origen o procedencia de los productos *Infanti*.

2.43. En cualquier evento, señala la demandada, cualquier confusión acerca de la procedencia de la marca *Infanti* no tendría la aptitud de afectar la competencia en los mercados relevantes de autos, por cuanto, en opinión de Silfa, dicha confusión no resultaría apta para desviar la demanda, así como tampoco para dar lugar a que Silfa pueda alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante, de la cual carece.

2.44. De forma subsidiaria, Silfa opone la excepción de prescripción en relación con todos aquellos ilícitos imputados en autos que habrían tenido lugar a lo menos dos años antes de la presentación de la demanda, y en particular respecto de: (i) la supuesta inducción de Silfa a Dorel Europa para infringir sus obligaciones contractuales con ACAM, con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante; (ii) la supuesta ejecución de actos de engaño a los consumidores a través de la denominación de *Infanti*, la cual implicaría la atribución de un origen italiano a sus productos de marca propia que son fabricados en China; y, (iii) todos aquellos ilícitos que se imputan en relación con los pretendidos actos de exclusión del mercado a través de abusos de posición dominante que supuestamente habrían sido ejecutados respecto de ACAM.

### **3. Resolución que recibe la causa a prueba.**

A fojas 298, se fijó el texto definitivo de la resolución que recibe la causa a prueba, fijándose como hechos substanciales, pertinentes y controvertidos los siguientes: (1) Estructura y características del o los mercados en que incidirían las conductas denunciadas en autos. Evolución de la participación de mercado de las partes en los últimos cinco años; (2) Hechos y circunstancias que rodearon la modificación y posterior terminación del contrato de distribución exclusiva ente Dorel y la demandante de autos, entre el proveedor de la marca de productos *Munchkin* y Distribuidora Comercial Altué (Mundo Chico) y entre el proveedor de la marca *Kalencom* y Distribuidora Trespro S.A. (BBPro). Participación de la demandada en tales hechos, efectos actuales y potenciales de éstos, y oportunidad en que aquella habría tenido lugar.

### **4. Prueba rendida en el proceso.**

#### **4.1. Prueba documental y testimonial rendida por ACAM S.A.**

4.1.1 En cuanto a la prueba documental: (i) a fojas 91 y siguientes acompañó la

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

escritura de personería para representar a la demandante; el “Acuerdo de Distribución” entre Dorel Netherlands y Mundo Petit, vigente a partir de mayo de 2008; carta del Sr. Jeroen Walraven, Director de Dorel Netherlands, de fecha 10 de marzo de 2009; certificaciones notariales de sitios web sobre productos y tiendas Mininuts; certificaciones notariales de la página web [www.mininuts.cl](http://www.mininuts.cl); certificación notarial del sitio web [www.mundochico.cl](http://www.mundochico.cl); certificación notarial del sitio web [www.bee-bee.cl](http://www.bee-bee.cl); certificaciones notariales de los sitios web [www.silfa.cl](http://www.silfa.cl) y [www.babyInfanti.cl](http://www.babyInfanti.cl); y certificaciones notariales del sitio web [www.bbpro.cl](http://www.bbpro.cl); (ii) a fojas 888 y siguientes, se lleva a efecto la exhibición de documentos solicitada por la demandante respecto de la demandada, quien exhibe copia del contrato de distribución entre Hampton y Forge Ltda. y Silfa Limitada; copia del contrato entre Phillips Chilena S.A. y Comercial e Industrial Silfa Limitada; copia del contrato entre Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited y Silfa Limitada; copia del contrato entre Summer Infant Asia Ltda. y Comercial e Industrial Silfa Ltda.; y, copia del contrato entre Kids II Far East Limited y Comercial e Industrial Silfa Limitada; (iii) a fojas 1492 se acompañó un acta notarial, que consigna correos electrónicos de Silfa en los que reconocería su interferencia con Dorel; una declaración jurada ante el Notario don José Manuel Sánchez Barceló, respecto de su participación en una reunión en la que se habría reconocido la intervención de Silfa en la relación entre Acam y Dorel; un acta notarial relativa al sitio web [www.bestbransco.net](http://www.bestbransco.net); un acta notarial relativa al sitio web [www.Infantino.com](http://www.Infantino.com); un acta notarial relativa al sitio web [www.zooper.com](http://www.zooper.com); un acta notarial relativa al sitio web [www.inapi.cl](http://www.inapi.cl) , en relación a los registros marcarios de la marca Zooper; un acta notarial que consigna que el notario Sergio Novoa consulta en las tiendas Ripley, Paris y Falabella, Parque Arauco, qué marcas de coches y sillas tienen a la venta. Sólo comercializan marcas distribuidas por *Infanti* y Comercial *Stroller*. Consulta además por la preferencia de comprar en grandes tiendas por acumulación de puntos y cuotas, y, por último, si prefieren tocar el producto o adquirirlo por internet; declaraciones de IVA y partes pertinentes del libro de ventas de ACAM, con el cual dicha parte elabora un informe sobre el efecto de la pérdida de *Maxi Cosi* y *Quinny* en las ventas de tiendas Mundo Petit; copia de recepción de aviso de Modificaciones (Cierre) de Servicio de Impuestos Internos relativa a sucursales de Mundo Petit; carta del Gerente Gral de Comercial Altué Ltda. en la que comunica códigos arancelarios bajo los cuales importó productos *Munchkin*; carta del Gerente Comercial de Distribuidora Tres Pro S.A. que comunica Código Arancelario bajo el cual importó productos *Kalencor*; (iv) a fojas 1545 acompañó 19 boletas emitidas por ACAM y 15 facturas emitidas por Dorel, en base a las cuales se elabora un “Cuadro de Márgenes Venta”; copia autorizada

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

de 4 facturas de Importadora y Comercializadora Ferdel Chile Limitada; y acta notarial que contiene intercambio de correos electrónicos entre el Gerente General de Mundo Petit y el Gerente de Exportaciones de Dorel Netherlands; (v) a fojas 1571 acompañó el “Informe Importaciones de Puericultura 2007-2011”, emitido por Asociación de Exportadores de Manufacturas y Servicios Asexma A.G., y sus bases de datos; y, una carta de Valeria Casanova, en la que se adjunta correo electrónico de *Kalencom* en el que se adjunta lista de precios para distribuidor.

4.1.2. En cuanto a la prueba testimonial: (i) a fojas 825, prestó declaración el testigo señor Roberto Abraham Fleiderman Barchaj; (ii) a fojas 827, prestó declaración la testigo señora Valeria Alejandra Casanova Toro; (iii) a fojas 885, prestó declaración el testigo señor Ewald Andrés Doerner Costa.

**4.2. Prueba documental y testimonial rendida por Comercial e Industrial Silfa Ltda.**

4.2.1. En cuanto a la prueba documental: (i) a fojas 210 acompañó documento elaborado en base a la información de IDS Negocios, obtenida desde los registros de importaciones del Servicio Nacional de Aduanas; impresiones de sitios web de proveedores internacionales; catálogos de productos infantiles, entre ellos, coches y sillas de autos para bebés; listado de fábricas chinas dedicadas a la producción de coches y sillas de autos para bebés; impresiones de sitios web de grandes tiendas por departamento, en las que constan diversas marcas ofrecidas por ellas; y, carta dirigida por Dorel Europa a ACAM, de 19 de octubre de 2010; (ii) a fojas 810 certificaciones notariales de sitios web de distintas marcas internacionales de coches y sillas de auto para bebés que no se comercializan en Chile; certificaciones notariales de sitios web de tiendas especializadas que operan a través de internet; certificaciones notariales de sitios web de vendedores minoristas que operan a nivel nacional en la venta de coches y sillas de autos; certificación notarial de sitios web de tiendas de *retail* especializadas, grandes tiendas y supermercados, que dan cuenta de la venta por parte de éstas de sillas y coches para bebés; certificación de sitios web de distintas marcas internacionales de coches y sillas de auto para bebés que dan cuenta de que el modelo en la distribución mayorista es la exclusividad territorial; 16 catálogos de distintos canales de venta minorista nacionales de coches y sillas de autos para bebés; copia de la protocolización de contrato de distribución entre Graco y Silfa, y del documento que da cuenta de su terminación; certificado de IDS Negocios, respecto de la fuente de información – Servicio Nacional de Aduanas-; declaración jurada de Harrie de Beer, Export Manager de Dorel Europa; (iii) a fojas 1083 se acompañaron declaraciones efectuadas por los representantes de las marcas

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

*Kalencom* y *Munchkin*, efectuadas en USA, y sus respectivas traducciones; y, (iv) a fojas 111, un informe económico preparado por la señora Andrea Alvarado Duffeau.

4.2.2. En cuanto a la prueba testimonial: (i) a fojas 1040, prestó declaración la testigo señora Soraya Vivianne Nazal Ahuile; y, (ii) a fojas 1062, prestó declaración la testigo señora Jeanne Marie Delherbe Corbalán.

**5. Observaciones a la prueba**

A fojas 1572 Silfa Ltda., hizo presente sus observaciones a la prueba.

**6. Resolución que ordena traer los autos en relación**

A fojas 1072, con fecha 17 de julio de 2012, el Tribunal ordenó traer los autos en relación y fijó la vista de la causa para la audiencia del día 30 de agosto de 2012, alegando en la referida audiencia los apoderados de las partes. A fojas 1594 y a fojas 1625 rolan las minutas de alegato de ACAM y Silfa, respectivamente, que en copia dejaron los apoderados de las partes.

**Y CONSIDERANDO:**

**Sobre la excepción de prescripción alegada por la demandada**

**Primero.** Que, previo al análisis de fondo, corresponde hacerse cargo de los argumentos concernientes a la excepción de prescripción formulados por Silfa en el escrito de contestación de la demanda, agregado a fojas 210 y siguientes. Como se señaló en la parte expositiva de esta sentencia, la demandada sostiene que deben declararse prescritos todos aquellos ilícitos imputados en autos que habrían tenido lugar a lo menos dos años antes de la presentación de la demanda, y en particular respecto de (i) la supuesta inducción de Silfa a Dorel Europa para infringir sus obligaciones contractuales con ACAM S.A. con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante; (ii) la supuesta ejecución de actos de engaño a los consumidores a través de la denominación *Infanti*, la cual implicaría la atribución de un origen italiano a sus productos de marca propia que son fabricados en China; y (iii) todos aquellos ilícitos que se imputan en relación a actos de exclusión del mercado a través de restricciones verticales;

**Segundo.** Que, conforme sostiene la demandada, dado que la demanda de autos fue presentada el 26 de agosto de 2011, los ilícitos respecto de los cuales opone la excepción de prescripción, son todos aquellos ocurridos con anterioridad al 26 de agosto de 2009, fecha en la cual se encontraba vigente el anterior texto

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

del D.L. N° 211, cuyo artículo 20 inciso 3° establecía como plazo de prescripción el de dos años contado desde la ejecución de las conductas imputadas;

**Tercero.** Que el antiguo texto del inciso tercero del artículo 20 del D.L. N° 211, señalaba que *“Las acciones contempladas en esta ley, prescriben en el plazo de dos años, contado desde la ejecución de la conducta atentatoria de la libre competencia en que se fundan”*. De esta manera y como lo ha señalado en numerosas ocasiones este Tribunal, debe analizarse cuándo se deben entender los hechos imputados como “ejecutados”, pues el término o fin de dicha ejecución establece el momento en que debe iniciarse el cómputo del plazo de prescripción, cualquiera que éste sea;

**Cuarto.** Que, para lo anterior, es necesario evaluar cada una de las conductas imputadas por la demandante a la demandada, haciendo presente en todo caso que, tal como ha determinado este Tribunal en otras oportunidades, la fecha de interrupción de la prescripción no es aquella en que se interpone o presenta la demanda, sino aquella en la que se practica la notificación legal de la misma, lo que en el caso de autos ocurrió el día 30 de septiembre de 2011.

**Quinto.** Que, de esta forma, en cuanto a la infracción consistente en la supuesta inducción de Silfa a ciertos proveedores para que incumplieran sus obligaciones contractuales con distribuidores chilenos, la demandada sólo alega la prescripción respecto de la que se habría efectuado a Dorel Europa para infringir sus obligaciones contractuales con ACAM, señalando que *“de haber ocurrido, necesariamente debió tener lugar con anterioridad al 10 de marzo de 2009, fecha en la que al modificarse el acuerdo de distribución entre Dorel Europa y ACAM, eliminándose la exclusividad previamente convenida en éste, se habría concretado la pretendida infracción contractual”* y que el plazo de prescripción de dicha conducta imputada se habría cumplido el 10 de marzo de 2011;

**Sexto.** Que la interpretación de la demandada acerca del momento en que debe entenderse ejecutado el hecho imputado para los efectos de computar el plazo de prescripción se rechazará, toda vez que, a juicio de este Tribunal, el supuesto ilícito consistente en la inducción de Silfa a Dorel Europa para incumplir deberes contractuales, de haber ocurrido, podría no haber terminado de ejecutarse antes de la modificación del contrato como afirma la demandada, sino antes de que se pusiera término al contrato de distribución exclusiva celebrado entre ACAM y Dorel Europa, pues tanto la referida modificación como el término unilateral han sido inducidos, según la demandante, por Silfa;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Séptimo.** Que, siguiendo esta línea de razonamiento, el término del contrato de distribución exclusiva celebrado entre ACAM y Dorel Europa ocurrió el día 19 de enero de 2011, según ha sido acreditado en autos, por lo que la conducta imputada, consistente en la referida inducción a incumplir deberes contractuales, pudo terminar de ejecutarse hasta en esa fecha, razón por la cual resulta improcedente declarar la prescripción por este capítulo;

**Octavo.** Que en relación con los supuestas conductas de competencia desleal cometidas por la demandada y que habrían consistido en la ejecución de actos de engaño a los consumidores mediante la denominación *Infanti* de los productos de marca propia de Silfa, afirma esta empresa que cualquier supuesto acto de confusión ocurrido antes del 26 de agosto de 2009 se encontraría prescrito, dado que la marca fue creada y registrada por ella en el año 2002 y dada a conocer masivamente en aquella época;

**Noveno.** Que de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 3° letra b) de la Ley N° 20.169, la conducta de competencia desleal de confusión o engaño a los consumidores consiste en *“el uso de signos o la difusión de hechos o aseveraciones, incorrectos o falsos, que induzcan a error sobre la naturaleza, proveniencia, componentes, características, precio, modo de producción, marca, idoneidad para los fines que pretende satisfacer, calidad o cantidad y, en general, sobre las ventajas realmente proporcionadas por los bienes o servicios”*. Como se aprecia, la conducta desleal consiste, básicamente, en usar o difundir hechos o aseveraciones falsos o incorrectos sobre cualquier propiedad o característica del bien que se comercializa, por lo que se entenderá ejecutada, para efectos de la prescripción a que alude el artículo 20 del D.L. N° 211, una vez que haya cesado dicho uso o difusión;

**Décimo.** Que de acuerdo con la norma citada, a juicio de este Tribunal, el mero registro de una marca que induce a error sólo será constitutivo de un acto de competencia desleal consistente en la confusión o engaño, en la medida que dicha marca se use y difunda efectivamente, pues esas son las conductas en virtud de las cuales se puede desviar, ilegítimamente, clientela. Por consiguiente, el hecho de que *Infanti* haya sido creada y registrada el año 2002 y dada a conocer masivamente en esa época, no importa entender, a juicio de este Tribunal, que la conducta ya se ejecutó si con posterioridad a ello Silfa continuó utilizando dicha marca y difundiendo sus productos mediante ella, como es el caso. Por estas consideraciones, también se rechazará la excepción de prescripción alegada por la demandada;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Undécimo.** Que en cuanto a la imputación de ACAM a Silfa según la cual esta última habría cometido actos de exclusión a través de la imposición de restricciones verticales en sus relaciones comerciales con sus proveedores, en cuya virtud ha sido designada en Chile como distribuidora exclusiva de diversas marcas de productos de puericultura, señala la demandada que no ha sido especificada la fecha de su ejecución por lo que solicita se declaren prescritos todos aquellos actos acaecidos antes del 26 de agosto de 2009;

**Duodécimo.** Que para lo anterior es preciso determinar cuándo debe entenderse ejecutada la supuesta conducta atentatoria de la libre competencia consistente en la imposición de dichas restricciones verticales. Sobre este punto es necesario precisar que en autos sólo se encuentran acompañados los contratos de distribución que Silfa celebró con los proveedores *Hampton y Forge Ltda., Phillips Chilena S.A., Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited, Summer Infant Asia Ltd. y Kids II Far East Limited*, los que fueron exhibidos en este Tribunal en la audiencia celebrada el día 17 de abril del presente año, en la cual la apoderada de la demandada señaló que no existían acuerdos o contratos escritos con ninguna de las otras marcas enunciadas en la solicitud de la demandante, es decir, *Chicco, Lego, Safety First, Maxi Cosi, Nuna, Britax, Munchkin, Boing's Toys, Kiddieland, First Year, Quinny, Kalencom y Bebe Confort*, ni con el fabricante chino *Goodbaby International*;

**Decimotercero.** Que en relación con los contratos de distribución que Silfa celebró con los proveedores *Hampton y Forge Ltda., Phillips Chilena S.A., Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited, Summer Infant Asia Ltd. y Kids II Far East Limited*, en todos ellos, salvo en aquel celebrado entre Silfa y *Phillips Chilena S.A.*, se contienen cláusulas en virtud de las cuales se designó a la demandada como distribuidora exclusiva en Chile y otros países de Sudamérica de los productos del respectivo proveedor;

**Decimocuarto.** Que, en consecuencia, para determinar si esta conducta reprochada por la demandante -la restricción vertical consistente en la distribución exclusiva- se encuentra ejecutada para los efectos previstos en el artículo 20 del D.L. 211, es necesario, en primer lugar, discernir si la misma se produjo al momento de acordarse la referida exclusividad o si, por el contrario, continúa ejecutándose mientras la referida cláusula en que se contiene siga surtiendo efectos;

**Decimoquinto.** Que, como ha resuelto este Tribunal en otros casos (Sentencia N° 118), no corresponde confundir la conducta ilícita que es objeto de

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

reproche con los efectos perniciosos de la misma. Las conductas infraccionales que se efectúan en un momento determinado de tiempo se entienden cometidas en dicho instante, por prolongados que sean los efectos que ellas produzcan. En ese mismo orden de ideas, este razonamiento no contradice la doctrina establecida en otras decisiones de este Tribunal, en el sentido que existen infracciones de carácter permanente, que son aquellas cuya acción se prolonga en el tiempo y respecto de las cuales, mientras se estén ejecutando, no ha empezado a correr el plazo de prescripción, como es el caso de los acuerdos horizontales ilícitos o carteles en los que la ejecución de la conducta se inicia cuando se perfecciona el acuerdo anticompetitivo y se extiende hasta la terminación, cese o supresión del concierto de voluntades que lo configura (Sentencia N° 122);

**Decimosexto.** Que en el caso de autos debe entenderse que la conducta reprochada es el establecimiento de la exclusividad a favor de la demandada, la que se convino mediante la celebración de los contratos singularizados precedentemente, que contienen las respectivas cláusulas en las cuales se designó a Silfa como distribuidor exclusivo, conducta que se produce en un instante preciso y determinado en el tiempo, que no es otro que el de la celebración del respectivo contrato;

**Decimoséptimo.** Que analizados los contratos exhibidos por la demandada que contienen cláusulas de exclusividad, se concluye que aquellos celebrados con *Hampton y Forge Ltda.*, *Summer Infant Asia Ltd.* y *Kids II Far East Limited*, no se encontrarían prescritos para efectos de hacer valer una eventual responsabilidad infraccional por algunas de sus cláusulas, pues en todos ellos la fecha de suscripción habría sido posterior al 30 de septiembre de 2009, con lo cual no había vencido el plazo de prescripción de dos años (según el texto vigente del artículo 20 del D.L. 211 a la época de los hechos denunciados) al momento de practicarse la notificación legal de la demanda, ocurrido el día 30 de septiembre de 2011;

**Decimooctavo.** Que, asimismo, en el caso del contrato celebrado por Silfa con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited* el día 24 de agosto de 2009, debe entenderse que la conducta reprochada, consistente como se ha dicho en la designación de la demandada como distribuidora exclusiva, se encuentra prescrita pues se convino mediante la celebración del referido contrato, el que se habría suscrito más de dos años antes de la notificación legal de la demanda de autos;

**Decimonoveno.** Que respecto del resto de las restricciones verticales cuestionadas por el demandante y que dicen relación con la designación de Silfa

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

como distribuidor exclusivo de las marcas *Chicco, Lego, Safety First, Maxi Cosi, Nuna, Britax, Munchkin, Boing's Toys, Kiddieland, First Year, Quinny, Kalencom y Bebe Confort*, a pesar de lo señalado por la apoderada de la demandada en la audiencia de exhibición de documentos de 17 de abril de 2012, ya referida en la consideración duodécima precedente, en el sentido de que Silfa no habría celebrado acuerdos o contratos escritos con dichos proveedores ni con el fabricante chino *Goodbaby International*, no está controvertido en autos por esa parte el hecho de haber sido designada distribuidora exclusiva en Chile de dichas marcas (fojas 262);

**Vigésimo.** Que, por consiguiente, no existiendo controversia respecto de la exclusividad que tendría Silfa de las marcas *Chicco, Lego, Safety First, Maxi Cosi, Nuna, Britax, Munchkin, Boing's Toys, Kiddieland, First Year, Quinny, Kalencom y Bebe Confort*, correspondía a la demandada acreditar los supuestos fácticos que harían aplicable la institución de la prescripción extintiva, lo que no ocurrió en la especie pues salvo señalar que no existían acuerdos o contratos escritos, no aportó evidencia alguna que permitiera a este Tribunal establecer la fecha precisa en que se habría acordado dicha exclusividad y, por ende, ejecutado la conducta para los efectos previstos en el artículo 20 del D.L. 211;

**Vigésimo primero.** Que por todo lo razonado en las consideraciones precedentes, no cabe sino rechazar la excepción de prescripción opuesta por la demandada, salvo en lo que dice relación con la imputación de haber acordado una restricción vertical exclusoria mediante la exclusividad otorgada por la firma *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited*;

**En cuanto al fondo**

**Vigésimo segundo.** Que en forma previa al análisis y juzgamiento de las conductas reprochadas en autos, corresponde que este Tribunal se haga cargo del argumento sostenido a lo largo de este proceso por la demandada, según el cual se habría reconocido una especie de legitimidad activa a la demandante para los efectos de reclamar de supuestos ilícitos que habrían afectado derechos o intereses de terceros en relación a las marcas *Munchkin* y *Kalencom*, al haberse incluido dichos hechos en el punto de prueba número 2) de fojas 298;

**Vigésimo tercero.** Que dicho argumento no resulta atendible, a juicio de este Tribunal, dado que una de las conductas imputadas a la demandada como contraria a la libre competencia habría consistido, precisamente, en la inducción que habría efectuado Silfa para que algunos proveedores de marcas de

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

puericultura reconocidas internacionalmente, entre ellos los de las marcas *Munchkin* y *Kalencom*, infringieran sus deberes u obligaciones contractuales, lo que en concepto del demandante impediría, restringiría o entorpecería la libre competencia, o tendería a ello, en un mercado en el que participa ACAM, por lo que está facultada por la ley para presentar una demanda en esta sede a fin de que este Tribunal conozca dichas situaciones, todo ello de acuerdo con el texto expreso del artículo 18 N° 1 del D.L. N° 211;

**Vigésimo cuarto.** Que atendido el rechazo parcial de la excepción de prescripción, y desvirtuada la alegación sobre legitimidad activa descrita, corresponde analizar las imputaciones de fondo efectuadas por ACAM en contra de Silfa;

**Vigésimo quinto.** Que, como se ha señalado, con fecha 26 de agosto de 2011, ACAM demandó en esta sede a Silfa porque, en su concepto, ésta última habría incurrido en una serie de actos que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o que tienden a producir dichos efectos, en el mercado de la puericultura. En particular, la demandante sostiene que la demandada habría ejecutado dos grupos de conductas contrarias a libre competencia: (i) por una parte, habría incurrido en actos de competencia desleal consistentes en: (a) inducir a algunos de sus proveedores de coches y sillas para bebés a incumplir sus obligaciones contractuales con Mundo Petit y otros distribuidores mayoristas –Distribuidora Comercial Altué Limitada y Distribuidora Trespo S.A.-; y (b) difundir una aseveración falsa o incorrecta, consistente en atribuir una procedencia italiana a su línea propia de coches y sillas para bebés marca *Infanti*, cuando en realidad los mismos son fabricados en China; y (ii) por otra parte, habría hecho una explotación abusiva de su posición dominante en el mercado de puericultura al cerrar el mercado mediante el establecimiento de restricciones verticales, consistentes en la celebración de contratos de distribución exclusiva en Chile con proveedores de artículos de puericultura;

**Vigésimo sexto.** Que, al contestar la demanda de autos, Silfa solicita su total rechazo, con costas, pues argumenta que no ha cometido conducta alguna que pueda ser calificada como contraria a la libre competencia, afirmando que compete fiel y lealmente en el mercado, desarrollando un modelo de negocios exitoso e innovador. En concreto, sobre la primera acusación, esto es, haber inducido a proveedores a incumplir obligaciones contractuales con competidores, la demandada sólo se refiere al caso de la supuesta inducción a Dorel Europa a incumplir sus obligaciones contractuales con ACAM, señalando, en primer lugar,

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

que no ha habido incumplimiento contractual por parte de Dorel Europa y que, de haberlo, ese no puede ser imputado a una supuesta inducción ilegítima y de mala fe de Silfa. En lo relativo a los actos de confusión y engaño imputados, la demandante expresa que nunca ha negado el origen de sus productos *Infanti*. Por último, señala que el mercado mayorista de sillas y coches de bebés es altamente desafiante, no tiene barreras de entrada y, por consiguiente, Silfa no detenta poder de mercado alguno, razón por la cual las exclusividades de que goza no tienen la aptitud para cerrar el mercado, no han sido impuestas por ella y tienen racionalidad económica para el proveedor de marca;

**Vigésimo séptimo.** Que, como se ha dicho, este conjunto de conductas denunciadas en autos por ACAM constituirían, según la demandante, una grave infracción al D.L. 211, en particular a lo dispuesto en las letras b) y c) del Decreto Ley 211, las que prohíben, por una parte, la explotación abusiva de una posición dominante y, por otra, las prácticas de competencia desleal cometidas con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición de dominio, posición que detentaría Silfa en los mercados que, según Mundo Petit, estarían afectados en estos autos, esto es, el de distribución mayorista de artículos de puericultura, en particular la importación de coches y sillas de autos para bebés, y el de venta minorista de los mismos en tiendas especializadas;

**Vigésimo octavo.** Que para que las conductas reprochadas por la actora puedan ser sancionadas por este Tribunal, es necesario que, junto con acreditar cada una de ellas y las especiales condiciones y requisitos que tanto la doctrina como la jurisprudencia han establecido para su procedencia, es también forzoso probar que quien las haya cometido lo haya hecho con el objeto de alcanzar, mantener o incrementar una posición dominante en el mercado relevante;

**Vigésimo noveno.** Que en este orden de ideas corresponde entonces determinar, en primer término, cuál es o cuáles son los mercados relevantes atingentes al conflicto de autos, así como la participación que en el o los mismos le cabe a la demandada y las condiciones de entrada que se presentan a su respecto, tal como se recogió en el punto N° 1 del auto de prueba;

**Trigésimo.** Que no se ha controvertido en autos que la industria de puericultura puede dividirse entre la puericultura liviana, consistente en accesorios de menor precio como mamaderas, sacaleches, chupetes, bolsos, etc., y la puericultura pesada, que comprende aquellos productos de mayor valor comercial como los coches y sillas de autos. En la puericultura liviana existiría tanto producción nacional como importaciones, mientras que en la puericultura pesada, todos los

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

productos son importados, pues no ha sido controvertido en estos autos que no existe producción nacional de estos últimos;

**Trigésimo primero.** Que las acusaciones contenidas en la demanda hacen referencia a dos grupos distintos de bienes –puericultura pesada, por una parte, y puericultura en general, por otra-, por lo que se considerarán mercados relevantes distintos para los efectos de analizar cada una de ellas. Así, se entenderá como mercado relevante para la acusación de expoliación –esto es, las supuestas inducciones de la demandada a proveedores de coches y sillas para bebés para que incumplieran sus obligaciones contractuales- el de la puericultura pesada, mientras que para las acusaciones de restricciones verticales y de competencia desleal se considerará como mercado relevante el de la puericultura en general, todo ello por las razones que se enuncian en las consideraciones que siguen;

**Trigésimo segundo.** Que en lo que se refiere a las conductas denunciadas en autos sobre supuestas inducciones de la demandada a proveedores de sus competidores para que incumplieran sus obligaciones contractuales -las que habrían consistido en expoliaciones de los contratos de exclusividad que existían entre Dorel Europa y ACAM y entre los proveedores de las marcas *Munchkin* y *Kalencom* y los distribuidores nacionales Distribuidora Comercial Altué Limitada y Distribuidora Trespro S.A, respectivamente-, el mercado relevante es el de la puericultura pesada, toda vez que los productos comercializados a través de tales contratos son, precisamente, los coches y sillas de auto para bebés, para los cuales no existen otros sustitutos cercanos;

**Trigésimo tercero.** Que en el mercado relevante definido precedentemente, las participaciones de los distintos operadores pueden determinarse por los montos importados durante el año 2010, tal como puede verse en los dos cuadros siguientes:

Cuadro N°1:  
Participaciones en el mercado de importaciones de coches de bebé,  
medidas en términos de montos importados durante 2010.

	Participación (%)
Comercial e Industrial <i>Stroller</i> Ltda.	44,3
Comercial e Industrial Silfa Ltda.	33,5
BW S.A.	6,8
Comercial D&S S.A.	3,0
Importadora RSG Ltda.	2,1
Resto	10,3
HHI	3.152

Fuente: Elaboración del TDLC a partir de información aportada por Silfa a fojas 1498.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

Cuadro N°2:

Participaciones en el mercado de importaciones de sillas de auto para bebés, medidas en términos de montos importados durante 2010.

	Participación (%)
Comercial e Industrial Silfa Ltda.	49,1
Comercial e Industrial <i>Stroller</i> Ltda.	39,6
BW S.A.	4,2
Best House Saic. productos para bebé	2,2
Acam S.A.	1,5
Marcela Haddad Juri	1,2
Resto	2,2
HHI	4.005

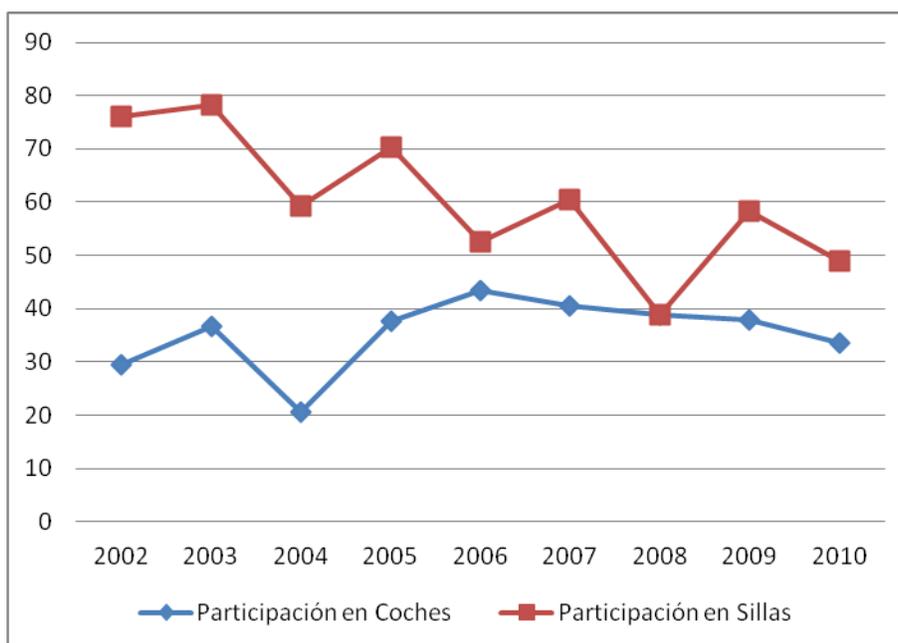
Fuente: Elaboración del TDLC a partir de información aportada por Silfa a fojas 1498;

**Trigésimo cuarto.** Que, como puede apreciarse de los cuadros anteriores, Silfa y *Stroller* representan gran parte de las importaciones de coches de bebé (77,8%) y de sillas de auto para bebé (88,7%), siendo más importante *Stroller* en el primer sub mercado y Silfa en el segundo;

**Trigésimo quinto.** Que la situación antes descrita para el año 2010 ha cambiado desde 2002, existiendo una reducción en la participación de Silfa en ambos mercados a partir del año 2006, lo cual también ha redundado en una disminución de los índices de concentración de éstos. Así lo muestran los dos gráficos que se adjuntan a continuación, en los cuales puede observarse la evolución desde 2002 de estos índices;

Cuadro N°3:

Evolución de las participaciones de mercado de Silfa, en cuanto a montos importados, en la importación de coches y sillas de auto para bebés, en términos anuales, entre los años 2002 y 2010.

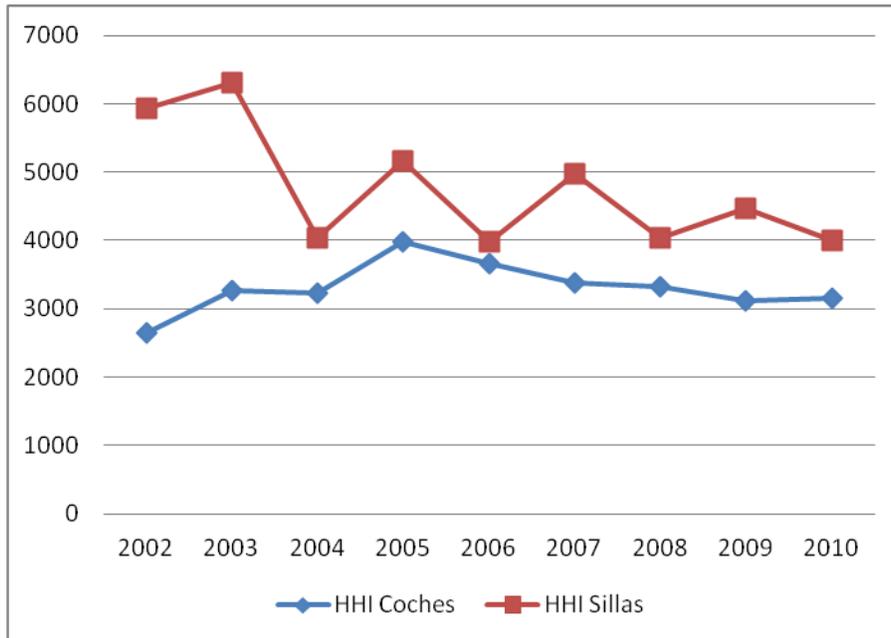


Fuente: Elaboración del TDLC a partir de información acompañada por Silfa a fojas 1498.

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

Cuadro N°4:

Evolución de los índices HH observados en la importación de coches y sillas de auto para bebés, en términos anuales, entre los años 2002 y 2010.



Fuente: Elaboración del TDLC a partir de información acompañada por Silfa a fojas 1498.

**Trigésimo sexto.** Que, por consiguiente, la participación de mercado de Silfa en cada uno de estos sub mercados lo transforma en un actor relevante en los mismos, por lo que deben analizarse las condiciones de entrada a fin de evaluar si contaba con poder de mercado o se encontraba en vías de adquirirlo en virtud de las conductas que se le imputan;

**Trigésimo séptimo.** Que ha sido argumentado por la demandante que los acuerdos de exclusividad alcanzados por Silfa con los principales productores extranjeros de coches y sillas de autos para bebé impondrían una barrera a la entrada en el mercado antes indicado.

**Trigésimo octavo.** Que, sobre este particular, este Tribunal estima que los acuerdos de distribución exclusiva, es decir, aquellos en virtud de los cuales un proveedor o productor de un determinado bien designa, en un determinado territorio, a un agente económico para que distribuya sus productos en forma exclusiva, puede efectivamente constituirse en un elemento que impide u obstaculiza la entrada de competidores en dos situaciones: (i) cuando no existe suficiente competencia *inter* marcas, vale decir, cuando no hay o hay pocos proveedores o productores del mismo bien o de bienes sustitutos cercanos; y (ii) cuando existiendo varios proveedores o productores del mismo bien o de bienes sustitutos cercanos, todos o gran parte de ellos han designado a un mismo distribuidor exclusivo;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Trigésimo noveno.** Que, respecto de esta materia, la demandada ha argüido, acompañando información a fojas 810, que existen tanto marcas internacionales como productoras mayoristas en el sudeste asiático de coches y sillas de auto para bebés que no son comercializadas en Chile, con los cuales cualquier empresa nacional podría acordar importarlos. De este modo, el mercado no se encontraría limitado de manera significativa por la existencia de acuerdos de exclusividad;

**Cuadragésimo.** Que en este orden de consideraciones, la testigo de Silfa Sra. Jeanne Marie Delherbe Corbalán, Gerente de División en Paris S.A., declaró a fojas 1063 y siguientes, que “(...) *cualquier persona puede traer... importar, yo puedo ir a una feria e importar directamente. Yo como Paris voy a una feria, si me interesa un producto hago la negociación y lo puedo traer*” a lo que agregó que “[i]mportar no es un proceso difícil (...). Es cosa de ir a una feria, hacer una buena negociación con la marca que yo quiero y eso más que nada (...);”

**Cuadragésimo primero.** Que, por lo anterior, y de acuerdo con la escasa información disponible en autos, los contratos de exclusividad que ha suscrito la demandada con distintas marcas de productos para bebés no parecerían representar una barrera a la entrada de nuevos competidores al mercado, toda vez que los entrantes podrían abastecerse con productores que actualmente no tienen representación en Chile. Asimismo, como se desprende de la relación contractual que existió entre Dorel y Acam durante 2009, así como de algunos de los contratos acompañados en la citada audiencia de exhibición de documentos celebrada el día 17 de abril de 2012, estos contratos no tendrían grandes costos de salida, lo que reforzaría esta primera conclusión. Así por ejemplo, en el borrador del contrato que habría celebrado Silfa con *Hampton y Forge Ltda.* se faculta a este último para dar por terminado el contrato en cualquier momento, con un aviso previo de 60 días, mientras que en aquel suscrito con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited* el plazo de desahucio es de 30 días;

**Cuadragésimo segundo.** Que, por otra parte, no puede considerarse que la exclusividad para la fabricación de coches de marca propia que podría tener Silfa con una empresa de nacionalidad china –hecho que, en todo caso, no reconoce la demandada- establezca una barrera a la entrada para nuevos competidores que deseen ingresar al mercado a través de la fabricación extranjera de coches y sillas de marca propia, puesto que, según la información acompañada a fojas 810, y como es comprobable a partir de la información pública de los sitios de internet mencionados a tales fojas, existe una multiplicidad de empresas disponibles para

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

estos fines, no sólo en China, sino también en otros países del sudeste asiático y del resto del mundo;

**Cuadragésimo tercero.** Que un elemento que podría limitar la entrada de nuevos competidores al mercado de artículos de puericultura pesada podría consistir en el mayor o menor acceso que puede tener el distribuidor mayorista para comercializar o vender estos bienes a través de los canales de distribución minorista. De este modo, para un nuevo competidor podría dificultarse la entrada a este mercado, atendido que las principales cadenas de *retail* del país poseen un espacio limitado para la oferta de este tipo de productos, lo que les impide ofrecer una gran cantidad de marcas. Sobre este factor, la única evidencia existente en autos corresponde a una estimación efectuada en el informe económico acompañado por Silfa a fojas 1085, en el que se señala que la participación de las grandes tiendas habría estado entre el 52% y el 61% del total de ventas minoristas de sillas y coches de bebé respectivamente, vendiéndose el resto a través de tiendas especializadas, no existiendo información sobre limitaciones para comercializar este tipo de productos importados a través de tiendas de terceros o de crear tiendas propias. En consecuencia, si bien es cierto que las principales cadenas de *retail* del país cuentan con dicha limitación de espacio, no existe suficiente evidencia en autos para determinar categóricamente que este elemento constituya un impedimento a la entrada de nuevos competidores;

**Cuadragésimo cuarto.** Que, adicionalmente, la demandante ha señalado que Silfa tendría una ventaja estratégica sobre sus potenciales competidores en el mercado relevante de coches y sillas de auto para bebé, al contar con una red de tiendas de distribución minorista especializadas: *Baby Infanti Store*. Sin embargo, este Tribunal no considera que contar con una red de distribución propia represente una barrera a la entrada a este mercado, toda vez que las cadenas de distribución minoristas compiten fuertemente con las grandes tiendas de *retail* y con los supermercados, quienes también venden productos de puericultura. Además, no existe evidencia en autos sobre eventuales impedimentos que pudieran tener las importadoras para crear sus propias cadenas de distribución minorista, a través de las cuales podrían competir con Silfa y *Baby Infanti Store*;

**Cuadragésimo quinto.** Que, adicionalmente, en el informe económico acompañado por Silfa a fojas 1085 se muestra que en los años recientes ha existido una alta volatilidad en el número de empresas participantes del mercado de puericultura pesada, tanto en la importación de coches como de sillas de auto para bebés, en conjunto con un importante crecimiento de las importaciones

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

totales. Así, las cifras presentadas en el siguiente cuadro constituirían otro indicio, a juicio de este Tribunal, de que las condiciones de entrada a este mercado no son desfavorables;

Cuadro N° 5:  
Evolución de los montos y el número de empresas importadoras de puericultura mayor entre 2002 y 2010.

Año	Coches		Sillas de Auto	
	Importaciones (US\$ FOB)	N° de empresas activas	Importaciones (US\$ FOB)	N° de empresas activas
2002	3.834.889	81	535.711	26
2003	3.602.661	108	546.204	22
2004	3.839.621	89	412.167	12
2005	4.508.814	125	655.736	15
2006	5.825.313	122	1.785.963	33
2007	6.214.097	143	2.107.721	35
2008	8.814.310	111	2.090.144	29
2009	7.270.636	112	1.445.399	26
2010	10.328.934	144	2.562.025	32

Fuente: Elaboración del TDLC en base a información acompañada por Silfa en las bases de datos del informe económico, a fojas 1498.

**Cuadragésimo sexto.** Que, por otra parte, Silfa ha argumentado que la mayoría de las importaciones realizadas durante el año 2010 correspondieron a productos de marca propia. Así, según se detalla en su contestación a fojas 210 y siguientes, el 90,1% de las ventas de coches y el 65,1% de las ventas de sillas de auto para bebés correspondió a productos de marca *Infanti*. De este modo, pese a que Silfa puede haber tenido una importante participación en las importaciones de puericultura pesada realizadas durante 2010, la menor cantidad de ellas se refieren a productos de marcas de renombre. Si se toma esta variable en consideración, Silfa habría alcanzado un 7% de participación en el mercado de importación de coches para bebés de marcas internacionales durante 2010, y un 34% en términos de sillas de auto para bebés, tal como fue mencionado en estrados por la parte demandada;

**Cuadragésimo séptimo.** Que el análisis anterior refleja que Silfa, a pesar de ser un actor relevante en el mercado de puericultura pesada, no es el único importador, ni ha acaparado todas las marcas internacionales, por lo cual es posible afirmar que no tendría poder de mercado suficiente o significativo en el mismo;

**Cuadragésimo octavo.** Que en relación con el mercado de puericultura en general, al igual que en el caso del mercado relevante de la puericultura pesada, a juicio de este Tribunal, no existen antecedentes suficientes en autos para

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

determinar si Silfa detenta un poder de mercado significativo. En efecto, la única evidencia acompañada en esta materia es la información de la Cámara de Comercio de Santiago, acompañada por ACAM en su demanda y complementada a fojas 132, según la cual Silfa poseería una participación de mercado superior al 40%. Sin embargo, tal como se analizó a propósito del mercado relevante de coches y sillas para bebés, no se acreditó la existencia de barreras a la entrada en este mercado, razón por la cual tampoco sería posible afirmar categóricamente que la demandada tenga poder en el mismo.

**Cuadragésimo noveno.** Que no obstante lo expuesto precedentemente, las dificultades que podría enfrentar un entrante en el mercado mayorista para acceder a las grandes cadenas de distribución minorista podría constituir una limitación a su capacidad de competir, lo que podría desincentivar su entrada y otorgarle algún grado de poder de mercado a los incumbentes;

**Quincuagésimo.** Que, por lo tanto, sin perjuicio de que no existen antecedentes indubitados en autos para afirmar que la demandada Silfa tiene poder de mercado en los mercados relevantes así definidos, igualmente este Tribunal analizará las conductas denunciadas por ACAM, atendido que tampoco es posible descartar en términos absolutos tal posibilidad;

**Quincuagésimo primero.** Que, en primer término, corresponde analizar las supuestas expoliaciones cometidas por la demandada y que habrían privado a ACAM, Distribuidora Comercial Altué Limitada y Distribuidora Trespro S.A. de la representación exclusiva de las marcas *Maxi Cosi*, *Quinny*, *Munchkin* y *Kalencor*, respectivamente.

**Quincuagésimo segundo.** Que en cuanto a la supuesta inducción de la demandada a Dorel para que ésta incumpliera sus obligaciones con ACAM y, de esta forma, Silfa adquiriera la representación exclusiva de las marcas *Maxi Cosi* y *Quinny*, la demandante señala que el contrato de distribución exclusiva que mantuvo con Dorel Europa hasta el 19 de enero de 2011, fue infringido al momento de efectuársele una modificación unilateral y luego con su terminación, también unilateral, como consecuencia de una interferencia desleal efectuada por Silfa. La modificación tuvo como consecuencia que Silfa pudiera comprar productos a Dorel Europa para su posterior comercialización en el país. A este respecto, ACAM sostiene que no se trató de una modificación, sino que de una imposición que no estaba en condiciones de rechazar;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Quincuagésimo tercero.** Que, por su parte, la demandada Silfa ofrece otra versión de los hechos que controvierte aquella descrita por la demandante. Indica que habría sido la compañía Dorel Estados Unidos quien habría propiciado un contacto entre Silfa y la compañía Dorel Europa en una feria desarrollada en la ciudad de Colonia, Alemania, el año 2008, el que efectivamente tuvo lugar, y en el que Dorel Europa habría manifestado su intención de evaluar la posibilidad de hacer negocios con Silfa para la distribución de algunas de sus marcas, entre ellas *Maxi Cosi* y *Quinny*, tanto en Chile como en Perú y Bolivia. Para estos efectos, Dorel Europa inicialmente habría propuesto a Silfa comprar los productos *Maxi Cosi* y *Quinny* de su distribuidor ACAM para su reventa, alternativa que Silfa desechó, por lo que posteriormente habría convenido con Silfa la venta directa de los productos *Maxi Cosi* y *Quinny* para su posterior reventa minorista por la demandada en ocho de sus locales propios. Este acuerdo habría estado supeditado a la modificación del contrato de distribución exclusiva que Dorel Europa mantenía a esa fecha con ACAM, modificación que se habría convenido mutuamente, estableciéndose, de este modo, una limitada excepción a la exclusividad de distribución que tenía la demandante;

**Quincuagésimo cuarto.** Que en relación a dicha imputación, este Tribunal tuvo a la vista los antecedentes que a continuación se individualizan: (i) el “Acuerdo de Distribución” entre *Dorel Netherlands* y Mundo Petit, vigente a partir del mes de mayo de 2008; (ii) carta del SR. Jeroen Walraven, Director de *Dorel Netherlands*, de fecha 10 de marzo de 2009; (iii) correos electrónicos de Silfa en los que, en opinión de la demandante, reconocería su interferencia con Dorel; (iv) carta dirigida por Dorel Europa a ACAM, de fecha 19 de octubre de 2010, en la que le comunica su decisión de terminar la relación comercial entre ambos a partir del día 19 de enero de 2011; (v) declaración jurada de Harrie de Beer, Export Manager de Dorel Europa; y, (vi) declaraciones efectuadas por los representantes de las marcas *Kalencom* y *Munchkin*, en Estados Unidos y sus respectivas traducciones;

**Quincuagésimo quinto.** Que, en primer lugar, corresponde a este Tribunal analizar el contrato de distribución celebrado entre Dorel Europa y la demandante, así como su modificación posterior y su término. De acuerdo con las principales cláusulas de dicho contrato, cuya copia se encuentra acompañada por escrito de fojas 91 y siguientes y, materialmente a fojas 10, cuya traducción libre ha efectuado este Tribunal, Dorel designó a Mundo Petit para “*servir como distribuidor exclusivo de las sillas de auto para bebés, artículos y accesorios ofrecidos por Dorel para la venta bajo las marcas Maxi Cosi y Quinny*”. Se pactó expresamente en el punto 2.3 que “*Dorel no venderá ni distribuirá por sí mismo los*

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

*productos - sillas de auto para bebés, artículos y accesorios ofrecidos por Dorel para la venta bajo las marcas Maxi Cosi y Quinny- a consumidores en el territorio de Chile; pero que sin embargo, Dorel tiene derecho a vender directamente los productos, ya individualizados, directamente a cadenas y a grupos de compradores que actualmente vendan en el territorio de Chile pero con central de compras y/o instalaciones de distribución fuera de Chile*". En cuanto a la forma de poner término al contrato, a partir del punto 9.1, puede leerse que se trata de un contrato indefinido, vigente a partir del mes de mayo de 2008, al que además puede ponerse término en cualquier época, con un aviso de 6 meses de anticipación. También se establecieron otras causales de terminación del contrato, relacionadas con el incumplimiento de volúmenes mínimos de compra, especificadas en el punto 3.9 del contrato en estudio;

**Quincuagésimo sexto.** Que a fojas 31 se agregó el documento en que consta la modificación contractual convenida entre Dorel Europa y la demandante, en la que se lee textualmente lo siguiente: *"mediante la presente, confirmamos la modificación acordada para nuestro Contrato de Distribución"... "para confirmar nuestro acuerdo, les rogamos firmar una copia de esta carta a modo de aprobación y hacémosla llegar antes del 17 de marzo de 2009"*. Por su parte, ACAM manifestó, al reverso del documento en cuestión, que *"mediante la presente acusamos recibo de la carta anterior y confirmamos nuestra aceptación de sus términos"*. En lo relativo a la terminación de dicho contrato de distribución, se debe tener presente que ella tuvo lugar el 19 de enero de 2011, mediante un aviso unilateral de Dorel Europa, lo que no está controvertido en autos;

**Quincuagésimo séptimo.** Que, por lo tanto, corresponde a este Tribunal calificar si tanto la modificación contractual suscrita en el mes de marzo de 2009 como el término del citado contrato, ocurrido en enero de 2011, importan un incumplimiento de las obligaciones de Dorel Europa, pues solo de ser ello efectivo corresponderá discernir si tales conductas fueron motivadas o no por una inducción ilegítima de Silfa;

**Quincuagésimo octavo.** Que, en cuanto a la modificación del contrato de distribución exclusiva, se infiere del documento analizado en la consideración quincuagésimo sexta precedente que la limitación de la exclusividad de ACAM fue convenida por las partes, sin que ACAM hubiera efectuado reserva alguna de derechos al momento de suscribirla. Si bien es cierto que la referida modificación contractual no importó, en principio, beneficio alguno para ACAM, no existe ninguna evidencia en estos autos que permita a este Tribunal inferir que la misma

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

haya sido una imposición de parte de Dorel Europa y que al mismo tiempo importe un incumplimiento de las obligaciones convenidas, pues precisamente la modificación tuvo por objeto evitar que dicha proveedora incurriera en uno;

**Quincuagésimo noveno.** Que, por otra parte, en lo que se refiere a la terminación del contrato de distribución exclusiva, se encuentra probado en este proceso que Dorel Europa invocó la cláusula de terminación anticipada que permitía a cualquiera de las partes ponerle término en cualquier momento y sin necesidad de expresión de causa, con una notificación previa de seis meses, además de una cláusula que reducía tal período de notificación a tres meses, en caso de incumplimiento de la otra parte de sus obligaciones contractuales. Así consta de las cláusulas 9.1 y 9.4 del contrato de distribución exclusiva de fojas 10 y siguientes, y del documento agregado a fojas 1101 del Tomo IV del Cuaderno de Documentos de Comercial e Industrial Silfa, cuya traducción libre ha efectuado este Tribunal, consistente en la carta dirigida por Dorel Europa a ACAM, con fecha 19 de octubre de 2010 en la que se le comunica la decisión de terminar la relación comercial. Además se señala a ACAM que, tal como fue discutido con ellos, Mundo Petit incumplió el requisito de compra mínima anual y que por lo demás no ha pagado reiteradamente, dentro de plazo, las facturas de Dorel;

**Sexagésimo.** Que, por consiguiente, no existe evidencia en autos que permita a este Tribunal calificar que la modificación y la terminación del contrato de distribución exclusiva celebrado entre Dorel Europa y Acam, correspondan a un incumplimiento de obligaciones contractuales de la primera para con la segunda, no pudiendo, en consecuencia, configurarse el ilícito de expoliación alegado por ACAM razón por la cual esta primera acusación de la demandante no puede prosperar;

**Sexagésimo primero.** Que sin perjuicio de lo razonado en las consideraciones precedentes, este Tribunal igualmente se hará cargo de la afirmación de la demandante según la cual la demandada habría reconocido a través de correos electrónicos su interferencia con Dorel Europa mediante la cual habría inducido a ésta a incumplir sus obligaciones contractuales, lo que no ha sido acreditado, como se ha expuesto. Se trata de una cadena de correos electrónicos que fueron reproducidos en la demanda a fojas 120 y 121, y acompañados posteriormente a fojas 1492;

**Sexagésimo segundo.** Que en el primero de los citados correos, enviado por Matías Valenzuela (ACAM) a Daniela Farfán (dependiente de Silfa), con fecha 20 de diciembre de 2010 a las 16:38 horas, se lee lo siguiente: *“Hola Daniela: Gracias*

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

*por tu visita. Como ves estamos interesados en seguir trabajando con Maxi Cosi y Quinny ya que es un negocio muy importante para nosotros y para el próximo año tenemos muy buenas proyecciones con estos productos. Pero para eso y tal como lo conversamos en la reunión del viernes con nuestros socios, para nosotros es fundamental confiar en ustedes y tener garantía de que no volverán a interferir con las marcas que nosotros tenemos, como ya ha ocurrido con NUK y con Dorel. De esta manera partir de cero y empezar una relación provechosa para ambas partes. Saludos, Matías Valenzuela”;* En el segundo de ellos, enviado por Daniela Farfán a Matías Valenzuela, con fecha 21 de diciembre de 2010 a las 12:47 horas, le responde lo siguiente: *“Matías: Juan Pablo sigue en Perú, ya hablé con él y no tiene problemas en enviar el mail explicando que no tenemos intenciones (SIC) en tomar la representación de alguna de las marcas que tu (SIC) comercializas. Te pido que me envíes un listado con estas marcas para detallarlas en el mail para tu tranquilidad y la de tus socios. Si quieres podemos seguir trabajando con Quinny y MC, quieres que te envíe el listado de los productos vigentes? SLDS, Daniela”.* En el tercer correo, enviado por Matías Valenzuela a Daniela Farfán el 23 de diciembre de 2010 a las 15:42 horas, se señala: *“Daniela: Para dejar todo claro, lo que necesitamos es una garantía de Juan Pablo de que Silfa no volverá a interferir con nuestras marcas, como pasó anteriormente con NUK y ahora Maxi Cosi / Quinny. Copio a José Manuel y Ewald que estuvieron en la reunión del viernes. Las marcas son NUK, Playmobil, Tommee Tippee y Bubchen. Cuando estemos ok, seguimos con el forecast 2011. Saludos, Matías”.* Por último, del cuarto correo acompañado en autos, enviado por Juan Pablo Sitnisky (Silfa) a Daniela Farfán, a Matías Valenzuela y Jaime Honorato (Silfa), el mismo 23 de diciembre de 2010, a las 16:13 horas, se señala lo siguiente: *“Matías: te confirmo como me pides en mail aquí debajo que no está en nuestros planes ni intereses interferir con vuestras marcas. Espero podamos trabajar juntos de muy buena manera y hacer crecer todas nuestras marcas en Chile. Aprovecho para desearte una FELIZ NAVIDAD. JP”;*

**Sexagésimo tercero.** Que de la cadena de correos electrónicos copiados en las consideraciones precedentes no se infiere necesariamente que exista un reconocimiento explícito por parte de Silfa de haber interferido en la relación contractual de Dorel Europa con ACAM, como tampoco de haber inducido a dicha empresa –Dorel Europa- a incumplir sus obligaciones contractuales con la demandante. En efecto, quien menciona y hace uso inicial del concepto “interferencia” es el representante de ACAM, señor Matías Valenzuela, quien ante el no reconocimiento de la interferencia por parte de su interlocutora -Daniela Farfán-, reitera la pretensión, solicitando esta vez una “garantía” de no

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

interferencia futura en las marcas representadas por ACAM. Sin embargo, lo que se advierte en las respuestas de Silfa no es, según se ha dicho, un reconocimiento de la pretendida interferencia, sino la intención de no tomar en el futuro la representación de marcas de ACAM en un contexto de sana convivencia comercial, según se puede interpretar de dichos correos;

**Sexagésimo cuarto.** Que por otra parte y en apoyo de su defensa, la demandada acompañó a fojas 810 la declaración jurada del representante de Dorel Europa señor Harrie de Beer, en la que indica que celebró un acuerdo de distribución mayorista con la demandante el año 2008, en relación a las marcas *Maxi-Cosi* y *Quinny*. Dicho acuerdo, según indica, consideraba una cláusula de término anticipado de contrato. Agrega que, con posterioridad, se modificó de común acuerdo la exclusividad del contrato de distribución mayorista celebrado con ACAM, para ampliar la venta de dichas marcas en Chile a través de la venta directa y minorista de productos de tales marcas en algunas tiendas de Silfa;

**Sexagésimo quinto.** Que, por todo lo expuesto, de los antecedentes que obran en autos no puede inferirse que el cambio de representante exclusivo en Chile realizado por Dorel Europa se haya producido como consecuencia del incumplimiento por parte de esta empresa de sus obligaciones contractuales con su anterior distribuidor en Chile, ACAM y, por consiguiente, no concurren los requisitos necesarios para configurar la conducta acusada por la demandante, consistente en la expoliación de las marcas *Quinny* y *Maxi Cosi*;

**Sexagésimo sexto.** Que en relación con las marcas *Kalencom* y *Munchkin*, respecto de las cuales la demandante sostuvo que también habrían sido expoliadas por la demandada al haber inducido a los proveedores de dichos productos a incumplir sus obligaciones contractuales con los antiguos distribuidores de las mismas en Chile, Distribuidora Comercial Altué Limitada y Distribuidora Trespro S.A., a fojas 1073 y siguientes se acompañaron por la demandada declaraciones juradas de la Vice Presidenta de *The Kalencom Corporation* y del Vicepresidente Ejecutivo de Ventas de *Munchkin*, en las cuales se expresan las razones que tuvieron a la vista los representantes de las referidas marcas para seleccionar a Silfa como distribuidor en Chile de sus productos, las que básicamente se refieren a una decisión de cómo distribuir mejor sus productos en el país. A lo anterior se agrega que los titulares de las marcas en cuestión no reconocen la existencia de una relación de distribución con Distribuidora Comercial Altué y Distribuidora Trespro S.A., con anterioridad a la relación con Silfa, sino una relación de aprovisionamiento a la que decidieron ponerle término;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Sexagésimo séptimo.** Que para los efectos de acreditar la expoliación de las marcas *Kalencom* y *Munchkin* por parte de Silfa, la demandada ACAM rindió prueba testimonial de los señores Roberto Abraham Fleiderman Barchaj –fojas 825, transcripción a fojas 849-; señora Valeria Alejandra Casanova Toro –fojas 827, transcripción a fojas 835-; y, el señor Ewald Andrés Doerner Costa – fojas 885, transcripción a fojas 891-;

**Sexagésimo octavo.** Que a fojas 825, el testigo señor Fleiderman, citado en la consideración precedente, afirmó “... *nosotros hicimos un pedido a China, nosotros directamente nos entendíamos los propios fabricantes de China, de esta firma Americana Munchkin, nos llega un mail devuelta diciendo que tenemos que comunicarnos con la firma Americana, directamente con el Gerente de Exportaciones, lo llamamos, lo contactamos nos dicen que ellos decidieron entregar la representación no sólo de Chile, sino que de todos los países latinoamericanos a un distribuidor de Panamá*”. Más adelante indica que la firma con la cual debían contactarse era *Best Brands*; que los precios de la referida firma eran un 60% más caros que los precios chinos; y, que no pasó mucho tiempo “*cuando la marca apareció en Infanti*”. Contrainterrogado por la apoderado de Silfa si le constaba la participación de *Infanti* en la falta de éxito de su relación con *Best Brands*, el testigo respondió “*si yo estuviera presente cuando se dieron la mano, no, pero es evidente y es de mercado y de público conocimiento que este asunto de Infanti...., no sé si son socios comerciales exactamente pero obviamente tienen un acuerdo para explotar esta marca*”;

**Sexagésimo noveno.** Que a fojas 827, la testigo señora Casanova, citada en la consideración sexagésimo séptima, señaló respecto de *Infanti* que “*nos quitó una marca directamente, nosotros teníamos un acuerdo de palabra de 2, 3 años con una marca de bolsos de mamá, que nosotros trabajábamos desde fines del 2007 y llevamos una relación bastante fluida, hacíamos compras cada cierto tiempo, teníamos, nosotros éramos para ellos considerados sus representantes acá, pero no había un acuerdo firmado*”. Luego afirma que la marca a la que se refiere es *Kalencom* y que en respuesta a un correo electrónico se le indica que se cerró un acuerdo de distribución con otro representante en Chile que es Silfa. Contrainterrogada por la apoderada de Silfa en cuanto a si fue Silfa quien exigió la condición de exclusividad, declaró “*yo no he visto, a mi no me consta, yo no estuve ahí digamos, solo sé que a mí me dijeron que si yo quería comprar tenía que comprarle a Silfa...*”;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Septuagésimo.** Que, por último, a fojas 885, el testigo señor Doerner, individualizado en la consideración sexagésimo séptima declaró "... *tener conocimiento sólo de la marca Dorel, que era Maxi Cosi y Quinny*";

**Septuagésimo primero.** Que de acuerdo con lo expuesto en las consideraciones precedentes y del tenor de las declaraciones de los testigos de la demandante, es posible concluir que tampoco se acreditó en autos la supuesta expoliación que la demandada habría hecho de las marcas *Kalencom* y *Munchkin*, toda vez que, en primer lugar, no es posible afirmar que existía un contrato de distribución o representación exclusiva entre los proveedores de dichas marcas y las empresas Distribuidora Comercial Altué y Distribuidora Trespro S.A.; y, en segundo lugar, tampoco es posible concluir de dichas declaraciones testimoniales que Silfa haya inducido o interferido en las relaciones comerciales que dichos distribuidores mantenían con los proveedores de las marcas *Kalencom* y *Munchkin*;

**Septuagésimo segundo.** Que de acuerdo con lo analizado precedentemente se rechazará la primera de las imputaciones contenidas en la demanda pues, con los antecedentes y pruebas acompañados en el proceso, no puede, en ningún caso, concluirse que la demandada haya interferido o inducido a los proveedores de las marcas *Quinny*, *Maxi Cosi*, *Kalencom* y *Munchkin*, a incumplir sus obligaciones contractuales con ACAM, Distribuidora Comercial Altué y Distribuidora Trespro S.A., respectivamente;

**Septuagésimo tercero.** Que el segundo grupo de comportamientos imputados a *Infanti* como contrario a la libre competencia dice relación con las restricciones verticales, supuestamente impuestas por Silfa, en virtud de las cuales, por un lado, ésta habría sido designada como distribuidora exclusiva de 16 de las 35 marcas famosas de productos de puericultura que se comercializan en Chile y, por otra parte, habría bloqueado la posibilidad de desarrollar en Chile coches y sillas de autos para bebés de marca propia, al haber impuesto restricciones verticales a los fabricantes de estos productos, para lo cual cita como ejemplo lo sucedido con la empresa *GoodBaby International*;

**Septuagésimo cuarto.** Que en cuanto al alcance de la exclusividad que denuncia la demandante, sólo se encuentran acompañados los contratos de distribución que la demandada celebró con los proveedores *Hampton* y *Forge Ltda.*, *Phillips Chilena S.A.*, *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited*, *Summer Infant Asia Ltd.* y *Kids II Far East Limited*, los que fueron exhibidos en este Tribunal en la audiencia celebrada el día 17 de abril del presente año. En todos ellos se designa a Silfa como distribuidor exclusivo del respectivo proveedor,

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

salvo aquel celebrado con *Phillips Chilena S.A.* En cuanto al ámbito territorial de las exclusividades convenidas, en todos aquellos en los que se designó a la demandada como distribuidora exclusiva se incluyó a Chile junto con otros países sudamericanos (Perú y Bolivia en el caso del contrato celebrado con *Hampton y Forge Ltda.*; Argentina, Perú y Uruguay en el contrato suscrito con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited*; Perú, Bolivia y Uruguay en el contrato con *Summer Infant Asia Ltd.*; y Perú y Bolivia en el caso del contrato *Kids II Far East Limited*). Por último en algunos contratos se prohibió a Silfa vender productos competidores de otras marcas (caso del contrato celebrado con *Hampton y Forge Ltda.*), mientras que en otros se le permitió, previa autorización del proveedor (contrato suscrito con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited*). Cabe señalar que en varios de estos contratos el acuerdo de distribución exclusiva con Silfa no inhabilita a los fabricantes para que puedan vender directamente en el país a tiendas especializadas o de *retail*, los cuales son competidores de aquella empresa que tiene la representación mayorista exclusiva de la marca;

**Septuagésimo quinto.** Que sin perjuicio de lo expuesto en la consideración precedente, Silfa, al contestar la demanda, no controvierte el hecho de haber sido designada distribuidora exclusiva en Chile de las 16 marcas que señala la demandante. Así lo señala expresamente en el último párrafo de la página 53 de su contestación (fojas 262), el que es antecedido por el sub título “(i) Respecto de la estipulaciones con los proveedores de marcas conocidas internacionales”, en el que sostiene que “[l]a exclusividad que se denuncia por la demandante como restrictiva de la competencia, constituye una condición requerida por los proveedores internacionales, cuya distribución mayorista han concedido a Silfa dentro del territorio nacional”;

**Septuagésimo sexto.** Que en cuanto a los fabricantes de marca propia, la demandada no reconoce como efectiva la existencia de este tipo de restricciones verticales, señalando que la negativa de la empresa y *GoodBaby International* de vender sus productos a la demandante responde a su propia decisión, “*atendidos los costos de servir a diferentes distribuidores pertenecientes a un mismo mercado*” (fojas 262). En cualquier caso, Silfa expresa que las exclusividades de las marcas propias referidas mal pueden haber afectado la libre competencia pues: (i) esta empresa no tiene posición de dominio en los mercados concernidos, (ii) no existe abuso en las estipulaciones verticales convenidas, (iii) las mismas no han sido impuestas por Silfa, (iv) tienen racionalidad económica y (v) no tienen el efecto ni la aptitud de afectar la competencia;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Septuagésimo séptimo.** Que, en relación con la restricción vertical imputada a la demandada consistente en la distribución exclusiva de determinadas marcas de productos de puericultura (las que enumera la demandante en la Figura 7 de su demanda), al no existir controversia en lo medular de los hechos que configurarían dicha conducta, lo que corresponde en estas circunstancias es analizar, desde un punto de vista jurídico y económico, si estas restricciones verticales, cuya existencia no se discute, pueden o no restringir o impedir la libre competencia;

**Septuagésimo octavo.** Que el análisis de los acuerdos de distribución exclusiva, como conducta contraria a la libre competencia, ha ido mutando desde uno de naturaleza principalmente formal, a uno en el que prima el estudio de los efectos, actuales o potenciales, que el acuerdo produce en el mercado respectivo. En otras palabras, para este Tribunal, es necesario acreditar que dichos actos producen o tienden a producir efectos contrarios a la libre competencia en el mercado para que se configure la infracción;

**Septuagésimo noveno.** Que, en el caso sub-lite, las restricciones verticales reprochadas por la demandante a la demandada se contendrían en acuerdos de distribución exclusiva, en virtud de los cuales los proveedores se habrían obligado a vender sus productos solamente a Silfa para su reventa en un territorio determinado. En este caso los proveedores serían, por un lado, los dueños de las marcas *Chicco, Lego, Safety First, Avent, Nuna, Maxi Cosi, Britax, Munchkin, Hampton Forge, Boing's, Kiddieland, First Years, Phil&Teds, Kalencom y Quinny*, los que venderían a la demandada toda clase de productos de puericultura; y, por otro lado, el fabricante de coches y sillas para bebés *GoodBaby International*, que vendería sólo a la demandada dichos productos para su reventa, bajo la marca propia *Infanti*, en Chile;

**Octogésimo.** Que para establecer si estos acuerdos de distribución exclusiva restringen o impiden la libre competencia en los mercados relevantes señalados, o tienden a producir dichos efectos, es necesario examinar y evaluar si los mismos han cerrado esos mercados o tienen la potencialidad de hacerlo, de manera de excluir competidores actuales o potenciales, con el consiguiente efecto en los consumidores finales de dichos bienes, los que se verían privados de alternativas a las cuales poder acudir para satisfacer sus necesidades;

**Octogésimo primero.** Que esta forma de razonar es consistente con los criterios que ha fijado este Tribunal en casos análogos. Así, por ejemplo, en un caso referido al mercado de los cigarrillos, el Tribunal señaló que *“las cláusulas de exclusividad e incentivos antes indicadas son, a la vez, fuente y medida de un*

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

*ejercicio ilícito de poder de mercado que detenta CCT, toda vez que actúan como verdadero cerrojo que impide, en los hechos, la venta de cigarrillos de otras marcas en los puntos de venta High Trade” (consideración Vigésimo Segunda de la Sentencia N° 26). En este mismo sentido, en la Sentencia N° 90 recaída en el Requerimiento formulado por la FNE en contra de la Compañía Chilena de Fósforos S.A. (CCF), el Tribunal expresó que “para determinar si los descuentos por exclusividad constituyen o no actos contrarios a la libre competencia, es necesario acreditar si efectivamente han tenido por objeto impedir o restringir la entrada de competidores, tal como lo señaló previamente este Tribunal en su Sentencia N° 26 de 2005” (consideración octogésima séptima);*

**Octogésimo segundo.** Que, en general, las restricciones verticales derivadas de un contrato de distribución exclusiva en virtud del cual un proveedor se obliga a vender sus productos solamente a un distribuidor para su reventa en un territorio determinado, deben analizarse en función de la existencia o no de productos de otras marcas a los cuales puedan acceder otros distribuidores, como también de las razones de eficiencia que motivan la respectiva restricción;

**Octogésimo tercero.** Que, al respecto, la existencia de varias marcas de los mismos productos o de productos similares en un mercado relevante determinado hace menos probable que el territorio exclusivo que asigna un proveedor a un distribuidor pueda tener efectos contrarios a la libre competencia pues, si bien es cierto que con ello se limita la competencia *intra-marca* al impedir que otros agentes económicos puedan distribuir dicho producto y competir entre sí, ya sea a nivel mayorista o minorista, también es cierto que la existencia de productos similares de otras marcas -es decir, la competencia *inter-marcas*-, disciplina cualquier intento de abuso de poder de mercado que podría realizar el distribuidor exclusivo. Incluso, en ciertos mercados en los que existe competencia *inter-marca*, la presencia de restricciones verticales podría fomentar una mayor competencia, especialmente si se trata de productos complejos y sofisticados que requieren adecuados servicios de pre y post venta, ya que muchas de dichas restricciones tienen por objeto, precisamente, asegurar la calidad del bien, potenciar su marca y evitar el fenómeno del *free riding*, que se da precisamente cuando un agente económico se beneficia de los esfuerzos y acciones de otro para dar a conocer el producto sin pagar o compartir los costos;

**Octogésimo cuarto.** Que, ahora bien, la existencia de otras marcas de los mismos productos o de productos similares no resuelve, por sí sola, los potenciales problemas que para la libre competencia puede tener la existencia de

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

este tipo de restricciones verticales, si es que una misma empresa es designada como distribuidora exclusiva por parte de todos los proveedores de un mismo producto o productos similares, o de una parte sustancial de los mismos;

**Octogésimo quinto.** Que, en consecuencia, para poder cuantificar los efectos de la exclusividad de la cual goza *Infanti* para distribuir en Chile las marcas singularizadas en la consideración septuagésimo cuarta y septuagésimo novena precedentes, es necesario revisar lo que sucede en la distribución mayorista de productos de puericultura, pues es en dicho mercado donde se habrían producido los efectos exclusorios que alega la demandante;

**Octogésimo sexto.** Que, en relación con la distribución mayorista de productos de puericultura, el alcance de la exclusividad de Silfa afectará negativamente el proceso competitivo si es que los competidores de la demandada, actuales o potenciales, se ven imposibilitados de acceder a dichos productos como consecuencia de dicha exclusividad. Esta circunstancia dependerá, a su vez, de tres factores: (a) en primer lugar, de la existencia de otras marcas, es decir, de otros proveedores de artículos de puericultura, sean marcas reconocidas o marcas propias, de fabricantes de estos bienes; (b) en segundo término, de los mayores o menores inconvenientes que puede enfrentar un agente económico para elaborar o importar dichos bienes, es decir, de la existencia o no de condiciones de entrada desfavorables; y, (c) por último, de la posibilidad de ser nombrados distribuidores de algunas de las marcas que están operando en Chile, lo que dependerá de las cláusulas contractuales que rijan el contrato de distribución respectivo;

**Octogésimo séptimo.** Que, como se ha dicho, en Chile no se fabrican productos de puericultura pesada, por lo que la oferta de dichos bienes estaría representada por aquellos elaborados por todos los proveedores que se dedican a este giro en el mundo y que sean susceptibles de ser exportados a Chile. Ahora bien, en el expediente no existen antecedentes ni datos suficientes que entreguen información detallada y exacta sobre el número de fabricantes de marcas a nivel mundial de estos bienes, pues sólo se mencionan por la demandada algunos ejemplos de marcas, de aparente reconocimiento internacional, que no habrían llegado a Chile según consta a fojas 810, y sin perjuicio de lo declarado por la Sra. Jeanne Marie Delherbe, Gerente de División en Paris S.A., a fojas 1062 y siguientes. En relación con los productos de puericultura liviana, no se acompañaron antecedentes en autos sobre el origen de los mismos que permitan determinar si todos ellos son importados o si también son fabricados en Chile;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Octogésimo octavo.** Que, por otra parte, en cuanto a los fabricantes de artículos de puericultura pesada a los cuales puede acceder un agente económico que desee desarrollar una marca propia, ambas partes están contestes en que la mayoría de ellos se encuentran en el sudeste asiático, principalmente en China. Tampoco consta en autos información precisa sobre la extensión de la oferta mundial pero al menos la demandada aportó ciertos antecedentes que permiten tener una idea preliminar sobre la oferta mundial de estos fabricantes, al acompañar en su contestación un listado de más de 400 fábricas chinas que se dedicarían a la producción de coches y sillas de autos para bebés, el que no fue objetado por la contraria, lo que estaría en línea con las declaraciones de las testigos presentadas por dicha parte, doña Soraya Vivianne Nazal Ahuile, ex empleada de Falabella (fojas 1040 y siguientes) y la citada Jeanne Marie Delherbe, Gerente de División de París (fojas 1062 y siguientes), conforme a las cuales existiría un amplio número de estos proveedores en Asia;

**Octogésimo noveno.** Que, por otra parte, tomando en consideración solamente las 35 marcas que operarían en Chile de acuerdo con los antecedentes entregados por el actor, la información aportada en autos tampoco permite extraer conclusiones definitivas sobre el poder de Silfa derivado de su carácter de distribuidor exclusivo de 16 de dichas marcas. En efecto, tal como se ha señalado, la imputación que hace el actor en esta materia se refiere a toda clase de productos de puericultura, respecto de los cuales sólo se entregaron cifras en el escrito del actor de fojas 132 y siguientes, por medio del cual complementó su demanda. En el mismo se insertó un cuadro, bajo el nombre de Figura 1, que da cuenta de la evolución de las participaciones de mercado en las importaciones de productos de puericultura en general, cuya fuente es la Cámara de Comercio de Santiago, y en el que se aprecia que la demandada importaría, al año 2011, más del 40% de dichos productos. Sin embargo, esta información no entrega datos de manera desagregada que permitan revisar cuántos de dichos bienes o productos son de marcas reconocidas internacionalmente y cuántos de marca propia;

**Nonagésimo.** Que, en cuanto a las condiciones de entrada que enfrenta un importador de dichos bienes, ya sean de marcas reconocidas internacionalmente o de producción para la comercialización con marca propia, tal como se ha analizado en la consideración trigésimo séptima y siguientes, las mismas no serían desfavorables, sin perjuicio de las eventuales dificultades de acceso a los canales de distribución minorista que puede enfrentar el mayorista, toda vez que no existirían barreras para la importación de estos productos, no pudiendo

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

considerarse que los contratos de exclusividad territorial firmados por Silfa sean suficientes para constituirlos;

**Nonagésimo primero.** Que, por último, en cuanto a la posibilidad que tiene un distribuidor mayorista de acceder a alguna de las marcas que actualmente operan en Chile, como se ha señalado sólo se encuentran acompañados los contratos de distribución que la demandada celebró con los proveedores *Hampton y Forge Ltda.*, *Phillips Chilena S.A.*, *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited*, *Summer Infant Asia Ltd.* y *Kids II Far East Limited*, los que fueron exhibidos en este Tribunal en la audiencia celebrada el día 17 de abril del presente año, en la cual la apoderada de la demandada señaló que no existían acuerdos o contratos escritos con ninguna de las otras marcas enunciadas en la solicitud de la demandante, es decir, *Chicco*, *Lego*, *Safety First*, *Maxi Cosi*, *Nuna*, *Britax*, *Munchkin*, *Boing's Toys*, *Kiddieland*, *First Year*, *Quinny*, *Kalencor* y *Bebe Confort*. Además de estos contratos, consta en autos el contrato que la demandante ACAM celebró con Dorel Europa por el cual se le había designado distribuidora exclusiva para la reventa en Chile de las sillas de autos y coches para bebés marca *Maxi Cosi* y *Quinny*;

**Nonagésimo segundo.** Que, por consiguiente, tampoco es posible desarrollar una evaluación que arroje resultados definitivos sobre la materia, al no contarse en autos con todos los contratos en virtud de los cuales se han designado como distribuidores en Chile a las empresas que se señalan en la Figura 7 de la demanda de autos, sin perjuicio de lo cual igualmente este Tribunal revisará los que existen en el expediente para tener una idea, aunque sea aproximada, sobre la eventual dificultad que existiría para que dichos contratos puedan ser desahuciados;

**Nonagésimo tercero.** Que, así, al analizar los contratos singularizados en la consideración septuagésimo cuarta precedente, en primer lugar corresponde no incluir dentro de este estudio al celebrado por la demandada con *Phillips Chilena S.A.* pues en este se designó a Silfa como distribuidor no exclusivo. Asimismo, se debe tener presente que aquel suscrito con *Hampton y Forge Ltda.*, se referiría a productos diferentes como son los de cuchillería, vajilla, artículos de bar, etc., según indica en la letra A de los antecedentes, no aportándose información del anexo que contendría la singularización detallada de los productos objeto del acuerdo;

**Nonagésimo cuarto.** Que en el caso de los restantes acuerdos, interesa destacar que la mayoría de ellos tienen un plazo de duración de dos años con

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

renovaciones anuales automáticas (contratos con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited* y *Kids II Far East Limited*), en tanto que en el caso del contrato celebrado por Silfa con *Summer Infant Asia Ltd.*, existe un plazo fijo de tres años. El contrato celebrado por Importadora Mundo Petit S.A. con Dorel Europa no era claro en esta materia, pues si bien su cláusula 9.1 señalaba que era de duración indefinida pero podía ser terminado por cualquiera de las partes con un aviso escrito previo dado con seis meses de anticipación, la siguiente cláusula establecía un plazo de 5 años;

**Nonagésimo quinto.** Que en forma adicional al vencimiento del plazo, en todos los contratos analizados, las restantes causales de término están redactadas en beneficio del proveedor, facultándolo, en general, para ponerle término de manera unilateral si el distribuidor incurre en algunas causales como las de no lograr las compras mínimas, cambios de control, incumplimiento de obligaciones, etc.;

**Nonagésimo sexto.** Que por lo anteriormente expuesto, sin perjuicio de que, como se señaló, no se pueden extraer conclusiones definitivas sobre los plazos de duración de dichos contratos y la posibilidad de desahuciarlos, al menos los analizados por este Tribunal no impondrían elevados costos de salida para su terminación;

**Nonagésimo séptimo.** Que por todo lo anteriormente expuesto, no se ha acreditado en estos autos que las restricciones verticales que la demandante imputa a Silfa, consistentes en las exclusividades analizadas, han tenido la aptitud de cerrar el mercado de artículos de puericultura en general y de coches y sillas de auto para bebé en particular y, por consiguiente, de excluir competidores, actuales o potenciales, lo que hace innecesario, a juicio de este Tribunal, juzgar si dichas restricciones fueron impuestas por la demandada a sus proveedores o si las mismas gozan de racionalidad económica;

**Nonagésimo octavo.** Que, en cuanto al tercer ilícito imputado, esto es, competencia desleal, consistente en engañar a los consumidores sobre el país de origen de los productos de marca propia *Infanti*, atribuyéndoles origen italiano, no fueron acreditados durante el proceso los hechos que configurarían tal infracción. En efecto, no se allegó al proceso evidencia alguna que acreditara la forma en que se habría ejecutado tal engaño ni sobre quién habría recaído éste. Por el contrario es un hecho no controvertido en autos que tanto las etiquetas de cada uno de los productos de marca *Infanti*, como sus cajas y manuales respectivos, dan cuenta de la procedencia china de tales productos;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**Nonagésimo noveno.** Que, a juicio de este Tribunal, la adecuada consignación de información en el etiquetado de los productos, constituye un elemento determinante a la hora de establecer si existe una verdadera aptitud de inducir a engaño al consumidor. Como se ha dicho precedentemente, tanto las cajas como los manuales respectivos dan cuenta de la procedencia china de los productos de marca propia, concluyendo este Tribunal que dicho etiquetado no puede inducir a engaño a un consumidor informado y atento, que es aquel que protege la respectiva legislación de protección al consumidor contenida en la Ley N° 19.496. En la especie, es razonable suponer que el consumidor –en este caso las futuras o actuales madres o padres de bebés nacidos o por nacer- entiende que si la caja y el manual del producto que ha adquirido dan cuenta de su fabricación china, difícilmente puede decirse que tal consumidor ha sido inducido a un error por tal publicidad, máxime si la propia demandante ha definido, a fojas 106, a la madre como consumidora por excelencia del mercado de los productos de puericultura en los siguientes términos: *“ávida visitadora de tiendas y recolectora de información sobre características, funcionalidad, diseño, precio, seguridad y calidad de los productos de puericultura, desde el embarazo”*;

**Centésimo.** Que atendido el razonamiento efectuado en las consideraciones precedentes, este Tribunal rechazará el tercer ilícito imputado, por falta de evidencia que acredite de manera directa o indirecta la comisión de los hechos imputados;

**Centésimo primero.** Que, por todo lo expuesto precedentemente, este Tribunal concluye que no se acreditaron en este proceso los hechos que constituirían cada una de las conductas denunciadas por ACAM en contra de Silfa, como tampoco se acompañaron indicios que permitan inferir, con un grado razonable de probabilidades, que dichos comportamientos hayan tenido por objeto afectar la libre competencia en el mercado relevante, motivo por el cual rechazará la demanda de autos;

**Y TENIENDO PRESENTE** lo dispuesto en los artículos **1º, 2º, 3º, 18º y 26º del Decreto Ley N° 211,**

**SE RESUELVE:**

- 1) **Acoger** la excepción de prescripción opuesta por Silfa a fojas 210 y siguientes, sólo en cuanto se declara prescrita la conducta imputada a la demandada consistente en la distribución exclusiva acordada por ella con *Phil & Teds Most Excellent Buggy Company Limited* el día 24 de agosto de 2009;

**REPUBLICA DE CHILE**  
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA**

**2) Rechazar** la demanda interpuesta por ACAM S.A. en contra de Comercial e Industrial Silfa Limitada, que rola a fojas 91 y siguientes, en todas sus partes;

**3) No condenar** en costas a la parte de ACAM S.A. por estimar este Tribunal que tuvo motivo plausible para litigar.

Notifíquese y archívese en su oportunidad.

Rol C N° 231-11

Pronunciada por los Ministros Sr. Tomás Menchaca Olivares, Presidente, Sra. Andrea Butelmann Peisajoff, Sr. Radoslav Depolo Razmilic, Sr. Enrique Vergara Vial y Sra. María de la Luz Domper Rodríguez. Autorizada por el Secretario Abogado Sr. Alejandro Domic Seguich.