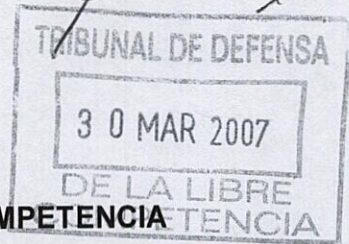


EN LO PRINCIPAL: Informa.

EN EL OTROSÍ: Personería.



H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

ENRIQUE VERGARA VIAL, FISCAL NACIONAL ECONÓMICO, en autos caratulados "Reebok Chile S.A. contra Reebok International Limited y Adidas Chile S.A.", Rol C N° 97-06, al H. Tribunal respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 letra e) del D.L. N° 211, vengo en evacuar el informe solicitado a fojas 461, relativo a la demanda de autos, interpuesta por Reebok Chile S.A. en contra de Reebok International Limited y Adidas Chile Ltda. y, a las demandas reconventionales en contra de Reebok Chile S.A., por supuestas infracciones a la libre competencia en el mercado del vestuario y calzado deportivo.

Al efecto, en opinión de esta Fiscalía, ninguna de las partes del proceso detenta una posición de dominio de la cual haya podido abusar, ni las conductas que recíprocamente se imputan parecen idóneas para afectar la competencia.

Lo anterior, en virtud del siguiente análisis:

I. Demanda de Reebok Chile S.A.

Según la demandante, Reebok International Limited (actualmente controlada por Adidas-Salomon AG y perteneciente al "Grupo Adidas") y Adidas Chile Ltda. (en su calidad de filial de Adidas AG) detentan colectivamente una posición dominante en el mercado nacional de la ropa deportiva.

Dicha posición dominante se derivaría, fundamentalmente, de la estructura de mercado, de la cuota de participación de ambas demandadas en el mismo, del comportamiento que han tenido éstas en el referido mercado y de la situación de absoluta dependencia económica en que se encuentra Reebok Chile S.A. respecto del Grupo Adidas al que pertenecen las demandadas.

La demandante sostiene que las demandadas han abusado de esta posición dominante en el mercado y, además, han incurrido en conductas de competencia desleal en su contra.

Tales conductas se habrían materializado, principalmente, en la interferencia directa en las relaciones entre Reebok Chile S.A. y sus principales clientes, desconociendo la calidad de distribuidor de productos Reebok que tenía la demandante; la suspensión arbitraria y abusiva de órdenes de compra y despachos de mercaderías ya cursados y pagados; y la obtención irregular y uso torcido de información comercial propia de Reebok Chile S.A., de carácter confidencial, en directo beneficio de Adidas Chile Ltda.

En esta línea, el objetivo de las demandadas sería perjudicar el nombre y prestigio de Reebok Chile S.A., asfixiarla financiera y comercialmente, colocarla en situación de incumplimiento frente a sus clientes, restringir al máximo los inventarios para que no pueda comercializar productos Reebok y hacerse de información estratégica, todo ello con objeto de expulsarla del mercado para que Adidas Chile Ltda. y el Grupo Adidas puedan consolidar su posición dominante.

En virtud de lo expuesto, se solicita al H. Tribunal que ordene a las demandadas que cesen en forma inmediata las conductas de abuso de posición dominante y competencia desleal, que se les aplique a cada demandada una multa por la cantidad de 12.451 U.T.A., equivalente al monto de ventas proyectadas por Reebok Chile S.A. para todo el año 2006, a cuyo pago deberán ser ordenadas solidariamente las demandadas o a la multa que el TDLC estime procedente, sin perjuicio de condenar en costas a las demandadas.

II. Demandas reconventionales de Reebok International Limited y Adidas Chile Ltda., contra Reebok Chile S.A.

Tanto Reebok International Limited, como Adidas Chile Ltda., demandaron reconventionalmente a la demandante de autos, acusándola de intentar impedir la importación paralela de productos Reebok, con el fin de evitar la comercialización de éstos por parte de Adidas Chile Ltda.

Según las demandantes reconventionales, mediante la interposición de acciones judiciales, Reebok Chile S.A. ha abusado de la institucionalidad del Derecho, ya que ha intentado impedir la realización de una actividad económica libre y legítima por parte de Adidas Chile Ltda., al procurar obstaculizar la importación de productos marca Reebok, en oposición a numerosa jurisprudencia de los órganos de la libre competencia.

Para afirmar ello, recuerdan que las antiguas Comisiones habían fallado en reiteradas ocasiones que se infringe la libre competencia al impedir que terceros importen productos para comercializarlos en el país (importaciones paralelas). Razonan que, si se ha sancionado por esta conducta a titulares de marcas (por lo cual, en tal caso, habría infracción aunque el contrato entre Reebok Chile S.A. y Reebok International Limited continuase vigente), con mayor razón se debe sancionar a Reebok Chile S.A., un ex distribuidor que sin título alguno intentaría impedir la comercialización de productos Reebok en Chile por parte de un tercero (Adidas Chile Ltda.), que, además, a partir del 1° de enero de 2007, es el distribuidor autorizado de los productos Reebok en Chile.

Señalan las demandantes reconventionales que este hostigamiento en contra de Adidas Chile Ltda., tiene por objeto mejorar la posición negociadora del reclamante y evitar el pago de una deuda por US\$ 3 millones (tres millones de dólares) con Reebok International Limited.

Por lo anterior, solicitaron la aplicación de una multa en contra de Reebok Chile S.A., equivalente al máximo legal o a lo que estime procedente el H. Tribunal, y que sean condenados a pagar solidariamente la multa el gerente general y el presidente del directorio de esta sociedad, por ser quienes la administran, se han beneficiado de la liquidación de los activos de ella y han sido los autores de las conductas contrarias a la libre competencia en contra de Adidas Chile Ltda. y Reebok International Limited.

III. Mercado relevante.

El mercado relevante corresponde a la venta de vestuario y calzado deportivo en el territorio nacional.

La industria nacional del vestuario y calzado deportivo ha venido presentando transformaciones en los últimos años, ya que ha pasado de ser una industria principalmente productora a una importadora, con los consiguientes obligados ajustes en las empresas.

En el sector importador existen dos grupos, en el primero destaca Bata Chile, Forus S.A. (Hush Puppies), Nike Chile S.A., y Adidas Chile Ltda., y el segundo se encuentran cadenas de multitiendas y supermercados, que en los últimos años han realizado importaciones directas de estos productos.

De esta forma, el mercado nacional del vestuario y calzado deportivo se caracteriza por presentar un número importante de oferentes (donde se encuentran desde grandes empresas a productores artesanales), con una demanda atomizada y un creciente nivel de importaciones en sus productos. Asimismo, estos productos son de consumo masivo, con demanda atomizada.

En general, se puede afirmar que la demanda por vestuario y calzado deportivo depende en gran parte del nivel de ingresos del consumidor y de las tendencias de la moda.

En lo que a los ingresos se refiere, inciden principalmente sobre la periodicidad en el consumo; en tanto que la moda y las preferencias, inciden sobre el tipo de calzado y prendas de vestir adquiridas. Además, la demanda es influenciada por la inversión en publicidad realizada por las propias empresas.

Finalmente, es posible determinar que existen diferentes tipos de vestuario y calzado deportivo, dependiendo del usuario y del uso que se da a estas prendas, por lo que habría una oferta de este producto para cada nicho y segmento del mercado, donde es posible distinguir vestuario y calzado deportivo infantil, femenino, masculino, entre otros.

Sin perjuicio de lo expuesto, las marcas de las empresas que son partes de este proceso están orientadas al diseño y fabricación de vestuario y calzado especializado para la práctica deportiva, que presentan características y prestaciones que no se encuentran en otros productos menos especializados y que estén a la zaga en la aplicación de nuevas tecnologías en el diseño y elaboración.

De esta manera, el vestuario y calzado deportivo de marcas tales como Nike, Adidas, Puma, Reebok, Brooks, Umbro, Diadora, entre otras, gozan de características especiales (calidad, precio, marca, diseño, imagen, etc.), un uso específico (que las distingue de otros productos) y provienen casi en su totalidad del exterior, lo que justifica considerar a este tipo de vestuario y calzado deportivo de una forma particular.

En consideración a ello, el mercado en que participan las empresas partes de este proceso es posible de segmentar en calzado deportivo (donde se encuentran aquellos diseñados específicamente para practicar deportes y aquellos de uso informal o casual), vestuario deportivo y accesorios deportivos.¹

Respecto del calzado deportivo, puede distinguirse aquel exclusivo para practicar deportes y el calzado de uso diario o casual o informal. No obstante, desde la perspectiva de la demanda, existe gran sustituibilidad entre estas subcategorías, lo que hace difícil distinguirlas como mercados diferentes, por lo que las consideraremos como un solo producto para efectos de este análisis.

Por su parte, en el vestuario deportivo se incluyen prendas tales como shorts, poleras, polerones, calcetines, buzos deportivos, entre otros atuendos deportivos.²

Finalmente, respecto de los accesorios deportivos, éstos son utilizados en cada disciplina deportiva de forma exclusiva (por ejemplo, balones para practicar cada disciplina deportiva), pero también incluyen a otros de uso más general, como gorros y bolsos. En este caso, es difícil realizar una distinción detallada para determinar cada producto y definir el mercado y, además, es de poca utilidad, ya que representan una proporción menor de las ventas en el mercado relevante (según lo han señalado las propias partes de este proceso).

De esta manera, en el mercado nacional es posible determinar que las principales marcas en estos mercados son: Nike, Adidas, Reebok, Puma, Olimpikus (importado por Grupo Ascuí), Asics (importado por Grupo Ascuí), Converse, Brooks (importado por Grupo Forus), Umbro (importado por Grupo Forus), Diadora y Power (fabricado por Bata).

En el cuadro siguiente se muestran las importaciones,³ en dólares, realizadas el año 2005 por las principales empresas importadoras de estos productos:

¹ Es la clasificación efectuada por la Comisión Europea al analizar la fusión Adidas-Reebok, asunto COMP/M.3942 – Adidas/Reebok, 24 de enero de 2006, p. 2.

² Respecto del vestuario deportivo, es posible encontrar en el mercado nacional una mayor cantidad de sustitutos confeccionados en el país, en comparación con los que se pueden encontrar en el mercado del calzado deportivo.

Cuadro N° 1

IMPORTACIONES CALZADO Y ROPA DEPORTIVA AÑO 2005 (Cifras CIF en dólares)			
Empresas	Vestuario	Calzado	Total
Nike	5.060.777	20.396.793	25.457.570
Adidas	5.402.161	8.195.603	13.597.764
Puma	1.985.676	7.231.008	9.216.684
Reebok	3.938.177	4.596.903	8.535.080
Brooks	21.363	3.792.044	3.813.407
Umbro	238.076	1.246.474	1.484.550
Diadora	1.768	1.385.595	1.387.363
Lotto	64.972	791.248	856.220
Fila	21.122	711.078	732.200
New Balance	45.903	670.348	716.251
Converse	13.049	275.595	288.644
Otros	37.416	4.560.923	4.598.339
Totales	16.830.460	53.853.612	70.684.072

Fuente: Reebok Chile S.A., sobre la base de información de importaciones y estimaciones de la empresa.

Cuadro N° 2

PARTICIPACIONES EN LAS IMPORTACIONES CALZADO Y ROPA DEPORTIVA AÑO 2005 (Cifras en %)			
Empresas	Vestuario	Calzado	Total
Nike	30,1	37,9	36,0
Adidas	32,1	15,2	19,2
Puma	11,8	13,4	13,0
Reebok	23,4	8,5	12,1
Brooks	0,1	7,0	5,4
Umbro	1,4	2,3	2,1
Diadora	0,0	2,6	2,0
Lotto	0,4	1,5	1,2
Fila	0,1	1,3	1,0
New Balance	0,3	1,2	1,0
Converse	0,1	0,5	0,4
Otros	0,2	8,5	6,5
Totales	100	100	100
HHI	2.623	2.058	2.066

Fuente: Reebok Chile S.A., sobre la base de información de importaciones y estimaciones de la empresa.

³ Los datos presentados corresponden a importaciones, ya que la mayor parte del vestuario y calzado deportivo que se comercializa en Chile es importado.

Como se desprende de los cuadros anteriores, las importaciones de calzado deportivo son más importantes que las de vestuario deportivo, representando un 76,2% del total importado.

En el caso de las importaciones de vestuario deportivo, dos empresas (Nike y Adidas) concentran más del 60% de las importaciones. Asimismo, las cuatro principales empresas importadores de vestuario (Nike, Adidas, Puma y Reebok) concentran un 97,4% de las compras realizadas desde el exterior.

En el caso de las importaciones de calzado deportivo, solamente Nike destaca como un importador relevante, ya que representa un 37,9% del total importado. Por otro lado, las cuatro principales empresas importadoras de calzado deportivo (Nike, Adidas, Puma y Reebok), concentran un 75,1% del mercado.

Al considerar conjuntamente como un solo mercado al vestuario y calzado deportivo, Nike es la empresa más importante del mercado, con una participación de 36%, seguida por la fusionada Adidas – Reebok, con un 31,3% del mercado.⁴ Además, las principales cuatro empresas (Nike, Adidas-Reebok, Puma y Brooks), concentran un 85,7% del total importado. De estas cuatro empresas, solo dos (Nike y Adidas-Reebok), tienen una participación de 67,3% del mercado.

IV. Condiciones de entrada.

La industria del vestuario y calzado deportivo, a diferencia de otras industrias, no presenta barreras al ingreso de nuevos actores al mercado.

En efecto, existen numerosas marcas reconocidas a nivel mundial que se comercializan en el mercado, indicando un elevado nivel de competencia en este sector.

⁴ Se están utilizando datos previos a la fusión (año 2005) en este análisis.

Por otra parte, no se puede dejar de considerar que, en los últimos años, se han desarrollado fuertemente, por parte de las tiendas de "retail", sus propias marcas de calzado y ropa deportiva, ya sea a través de la importación directa o producción propia.

V. Poder relativo de las empresas involucradas.

De lo arriba expuesto se colige que ninguna de las empresas involucradas en autos tiene posición de dominio y que, además, su poder de mercado es más bien menor.

En primer lugar, en el mercado del vestuario y calzado deportivo, Nike es el principal oferente, gozando de una participación de mercado mayor que la de Adidas y Reebok sumadas.

Esta empresa es un importante agente tanto a nivel nacional como internacional y su presencia imprime competencia en el mercado, por lo que es previsible que por sí sola sea capaz de disciplinar la conducta de los demás agentes.

En segundo lugar, la presencia de otras marcas de prestigio que compiten en el mismo mercado, ofreciendo productos de calidad, aunque tengan una menor participación, también inyecta presión competitiva al mercado.⁵

Por último, la ausencia de barreras de entrada de significación modera el poder de mercado que cualquier agente pudiese detentar.

En otro orden de ideas, resulta pertinente considerar que, aún sin la intervención de las demandadas, la demandante de autos habría abandonado el mercado o al menos la posición que en él ostentaba, en el corto plazo, ya que su contrato de distribución de los productos marca Reebok terminaba el 31 de diciembre de 2006.

⁵ Este es un mercado con una demanda dinámica, que depende fuertemente de las tendencias de la moda y las preferencias de los consumidores.

Finalmente, no consta en los antecedentes del proceso, que se haya visto restringida la oferta de productos, afectándose a los consumidores.

Por todo lo expuesto, esta Fiscalía considera que las demandadas, ni individual ni colectivamente, gozan de una posición dominante de la cual hayan podido abusar y que, en todo caso, las conductas imputadas no habrían sido idóneas para afectar la competencia, pues la salida del demandante debía de todos modos producirse en corto plazo, sin que, además, se haya afectado de modo notorio la oferta de productos.

Lo mismo puede predicarse de la demandada reconvencionalmente, Reebok Chile S.A., esto es, que no detenta una posición de dominio de cual abusar, ni las conductas que se le imputan han sido idóneas para alcanzarla.

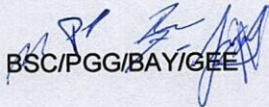
VI. Conclusiones.

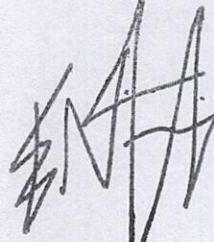
A juicio de esta Fiscalía, ninguna de las partes del proceso detenta una posición de dominio de la cual haya podido abusar, ni las conductas que recíprocamente se imputan parecen idóneas para afectar la competencia, de conformidad con los artículos 1° y 3° del Decreto Ley N° 211.

POR LO TANTO,

En consideración a lo expuesto y a lo dispuesto en el artículo 39, letra e), del D.L. N° 211, al H. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia solicito tener por evacuado el informe requerido a esta Fiscalía Nacional Económica.

OTROSI: Tenga presente el H. Tribunal que mi personería para representar a la Fiscalía Nacional Económica, consta del Decreto Supremo de mi nombramiento en el cargo de Fiscal Nacional, copia autorizada del cual se encuentra bajo la custodia de la Secretaría de ese H. Tribunal.


BSC/PGG/BAYIGEE



ENRIQUE VERGARA VIAL
FISCAL NACIONAL ECONOMICO