

Santiago, trece de agosto de dos mil ocho.

**Vistos:**

En estos autos ingreso Corte N°2339-08 los abogados Felipe Bulnes Serrano y Julio Pellegrini Vial, en representación de S.A.C.I. Falabella y los abogados Felipe Irrázabal Philippi y Marcela Vega Moll, en representación de Paris S.A., dedujeron sendas reclamaciones, a fojas 3426 y 3456, respectivamente, en contra de la sentencia N°63/2008 de diez de abril de dos mil ocho del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia por la que, acogiéndose un requerimiento de la Fiscalía Nacional Económica y una demanda del Banco de Chile, se condenó a las reclamantes a pagar multas ascendentes a 8.000 y 5.000 unidades tributarias anuales, respectivamente, por haber incurrido en conductas de colusión y abuso de posición dominante, ya que se acreditó en la causa que ambas presionaron a determinados proveedores de productos del rubro electro-hogar, que comprende artículos electrónicos, electrodomésticos, de computación y línea blanca, a fin de que se desistieran de participar en una Feria organizada por las empresas Travel Club y Duty Free para clientes del Banco de Chile, hechos que acaecieron en abril del año 2006, logrando que este evento fracasara.

En dicha sentencia se definió como mercados relevantes el de distribución y venta minorista de los productos señalados, y el de las tarjetas de crédito.

Se dejó asentado en dicho fallo que los requeridos reconocieron expresamente la existencia de llamados y envíos de correos electrónicos de sus ejecutivos a los proveedores participantes de la Feria, realizadas los días 3 y 4 de abril del año 2006; que el contenido de éstos tenían relación con el evento de fidelización denominado "Feria IN Tecnología del Banco de Chile", a realizarse los días 6, 7, 8 y 9 del mismo mes y año, dirigida a titulares de tarjeta de crédito de ese Banco, cuya publicidad por los medios escritos se efectuó el sábado 1 y domingo 2 de abril de 2006; y que su objetivo fue hacerlos desistir de participar en dicha Feria, aduciendo que ella perjudicaba los intereses de las reclamantes y, en algunos casos, los amenazaron con retirar sus productos de las estanterías o con suspender la programación de compras futuras. El resultado de esta conducta, según se dejó establecido, fue que los proveedores que concurrirían a la Feria comunicaron a sus organizadores, incluso a partir de la misma mañana del día 3 de abril de 2006, que tenían dificultades para participar en ella, argumentando en un caso el desconocimiento o cambio de las condiciones publicitadas o que las condiciones de pago, con dólares premio y hasta en 12 cuotas sin interés, les

causarían conflictos con las multitiendas o sus canales tradicionales. Así, se dejó establecido que el 4 de abril los organizadores convocaron a una reunión a sus proveedores que habían comprometido inicialmente su participación, la que se llevó a efecto en el Hotel Regal Pacific de Santiago; en ella todos los representantes de las marcas más relevantes mantuvieron en duda o derechamente declinaron su participación en la Feria, a pesar de que sólo quedaban tres días para su inicio, por lo que sus organizadores decidieron suspenderla, comunicándoselo a los proveedores el día miércoles siguiente.

La sentencia estableció que el hecho de que las presiones realizadas por Falabella y París lograran el resultado buscado, esto es, impedir que los proveedores participaran en la Feria y con ello se la hiciera fracasar, era prueba suficiente de que las reclamantes, al menos conjuntamente, tenían a la época de los hechos analizados un poder de mercado del cual podían abusar.

Además, en dicho fallo se concluyó que las señaladas presiones constituyeron la imposición de una barrera estratégica a la entrada de un competidor en el mercado de distribución de productos electro-hogar. Las razones por las que las reclamantes habrían efectuado esas presiones estarían dadas por el hecho que la Feria significaba un peligro para el negocio de la distribución minorista de esos productos y para el negocio relacionado con las tarjetas de crédito. Es decir, tuvieron un manifiesto objeto exclusorio al pretender evitar o dificultar el ingreso de un nuevo competidor.

El tribunal, entonces, adquirió la convicción de que las requeridas -y ahora reclamantes- desarrollaron las conductas denunciadas de abuso de posición dominante con el objeto y efecto de excluir a un competidor por medios ilícitos y reñidos con los usos honestos en materia comercial, cual es la colusión habida entre dos de las más importantes multitiendas del país y dos de las principales clientes de los proveedores afectados, conductas que subsumen, en sus presupuestos fácticos, la imputación de competencia desleal o boicot contenida en la demanda del Banco de Chile.

Para los efectos de la sanción que se impone por la sentencia se consideró, también, que las ahora reclamantes eran reincidentes en este tipo de conducta, por cuanto en el año 2003 fueron sancionadas a través de la Resolución Nro.704 de la Comisión Resolutiva por haber incurrido en abuso de posición dominante en el mercado relacionado con las tarjetas de crédito con el objeto de obstaculizar la competencia. Además, se tuvo presente que el bloqueo de la realización de la

Feria constituyó una fuerte señal al mercado de que las empresas requeridas estaban dispuestas a actuar agresivamente, por vías distintas a la libre competencia, con el fin de desincentivar la creación futura de nuevos canales de distribución que pudiesen competir con ellas. También se consideró el beneficio económico logrado por la conducta ilícita de que se trata, que no sólo corresponde a las mayores ventas que obtuvieron las reclamantes sino al efecto disuasivo de largo plazo sobre sus proveedores y sobre todo el que intente desarrollar nuevos canales con éstos. Por último, los sentenciadores estimaron que Falabella tuvo una mayor participación que Paris en las ventas de los productos de que se trata y en la venta de esos productos con tarjetas propias, por lo que se concluyó que el beneficio económico esperado fue mayor que el obtenido por Paris y que la conducta de aquella fue de mayor gravedad y reprochabilidad que la de Paris, habida consideración de que fue un ejecutivo de esa empresa quien tomó la iniciativa de llamar a sus competidores, Paris y Ripley, y que esa empresa – Falabella- presionó a más proveedores y en forma más intensa que Paris.

Por las consideraciones antes expuestas, la sentencia reclamada acogió tanto el requerimiento de la Fiscalía Nacional Económica cuanto la demanda del Banco de Chile; y declaró que Falabella y Paris incurrieron en las conductas de colusión y abuso de posición dominante atribuidas y las condenó al pago de una multa ascendente a 8.000 unidades tributarias anuales en el caso de Falabella y de 5.000 unidades tributarias anuales en el caso de Paris, todo con costas.

A fojas 3521 se trajeron estos autos en relación.

**Considerando:**

**I.= En cuanto a la reclamación deducida por S.A.C.I.Falabella.**

**Primero)** Que, en primer lugar, la reclamación se sustenta en que la reacción de su parte al evento de fidelización de que se trata resultaba legítima por cuanto los términos de pago del precio publicitado implicaba una discriminación de precios en beneficio del Banco de Chile y en perjuicio de Falabella, ya que eran distintos a los empleados en anteriores campañas; en efecto, se aduce que los avisos señalaban que los descuentos ofrecidos eran de exclusiva responsabilidad de las marcas y empresas presentes en el evento, lo que permitía concluir que los proveedores estaban otorgando precios más bajos y preferenciales al Banco señalado;

**Segundo)** Que, según explica la reclamante, aún en el caso que los descuentos ofrecidos hubiesen provenido de las propias empresas Travel Club,

Duty Free o el Banco de Chile y no de parte de los proveedores, Falabella estaba siendo igualmente discriminada porque significaba que los proveedores no estaban exigiendo al Banco de Chile (Duty Free o Travel Club) respetar los precios de reventa al público que ella sí está obligada a respetar por su parte;

**Tercero)** Que, agrega, sostener que tal descuento no existía porque lo que se declaraba como descuento en la publicidad, en realidad, era un canje de puntos o "dólares premio" de propiedad del titular de la tarjeta, implicaría, entonces, reconocer que el Banco de Chile realizó una publicidad engañosa o al menos equívoca; hace presente que no sólo se anunciaba un descuento de un 30%, sino la posibilidad de que los clientes pudieran adquirir los productos electro-hogar en 12 cuotas sin interés;

**Cuarto)** Que, según indica, la prueba rendida por ella demuestra claramente la discriminación derivada de la forma en que se publicitó la Feria; y, por otra parte, que este evento particular era distinto a las anteriores campañas de fidelización realizadas por el Banco de Chile, todo lo cual legitima la conducta de Falabella;

**Quinto)** Que este primer capítulo de la reclamación debe ser desestimado, desde que ha sido construido sobre la base de hechos no asentados en el fallo y, por el contrario, los establecidos por la sentencia impugnada no han sido cuestionados.

En efecto, se dejó asentado en el considerando centésimo decimocuarto que, según la prueba rendida, los productos se venderían en la Feria al menos a los precios de lista fijados por los proveedores (o a precios superiores en algunos casos) sin que existiera rebaja de cargo de éstos;

**Sexto)** Que, de otra parte, se acreditó en autos –según se dice en el fundamento centésimo decimoquinto- la participación de los proveedores de las marcas Samsung, Sony, Oster, Bosch, Black & Decker, HP-Compaq, Nikon, Victorinox y Reifschneider, en reiteradas oportunidades, en campañas y promociones de Duty Free realizadas en los años 2005 y 2006 para clientes del Banco de Chile, que consideraban como práctica usual el pago utilizando dólares-premio hasta un determinado porcentaje del valor del producto y el pago con tarjeta de crédito hasta en 24 cuotas sin intereses, condiciones que eran conocidas en el mercado y respecto de las cuales no se ha acreditado objeción alguna por parte de esos proveedores o algún otro canal de distribución;

**Séptimo)** Que, así, el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia concluyó que las diferencias relevantes para efectos de esta causa entre la Feria y las promociones anteriores de Duty Free correspondían a la naturaleza presencial del evento y a su difusión masiva en medios de comunicación pública y no a las condiciones de venta con tarjeta de crédito en cuotas sin intereses ni al uso de dólares-premio como medio de pago (considerando centésimo decimosexto);

**Octavo)** Que, por lo demás, se estableció (motivo centésimo decimoséptimo) que existían antecedentes en autos que permitían al tribunal concluir que existieron otras ofertas de pago en cuotas sin interés al mismo precio de lista que el ofrecido por las multitiendas, hecho público y notorio;

**Noveno)** Que, por último, se encuentra acreditado en autos que luego de fracasar la Feria el mismo Banco de Chile, a fin de responder frente a sus clientes ante tal fracaso, otorgó la misma facilidad de pago de 12 cuotas sin intereses en el comercio establecido, incluyendo las propias tiendas de las requeridas, sin que existan antecedentes en autos que éstas la hubiesen objetado o que hayan exigido alguna compensación a sus proveedores por estimar que incurrían en algún incumplimiento contractual (motivo centésimo decimoséptimo aludido);

**Décimo)** Que los hechos que sirven de base a las conclusiones que se han reseñado precedentemente no han sido cuestionados por la reclamante, sin que sea suficiente para desvirtuarlos la prueba invocada por ésta al reclamar; en efecto, se refiere al aviso publicitado por el Banco de Chile relacionado con el evento de autos y a un gran número de publicidad relativa a otros eventos promocionales del mismo banco, documental respecto de la cual realiza una interpretación propia con el objeto de respaldar sus asertos, pero que no es concluyente a ese fin una vez apreciada de conformidad a las reglas de la sana crítica como ordena la ley;

**Undécimo)** Que en lo relativo a la testifical que invoca, cabe señalar que ésta consiste en las declaraciones de los representantes de algunos de los proveedores participantes en estos hechos, a saber, Sony, Bosch y Packard-Bell, de modo que obviamente no pueden servir de base para formar convicción de que efectivamente se trataba de rebajas por cuanto ese era su principal argumento como agentes involucrados para explicar su desistimiento de participar en la Feria; y algo similar ocurre con los representantes de otros proveedores, esto es, Reifschneider y RCL-Samsung. En lo que hace a los testimonios del gerente

general del Banco de Chile y de don Alejandro Fernández Beros, a fojas 1521 y 1715, respectivamente, sólo constituyen meras opiniones acerca del tema sobre el cual se les preguntó, las que para los efectos de la prueba resultan del todo irrelevantes;

**Duodécimo)** Que, en consecuencia, en ninguna omisión ni defecto se incurre por el fallo reclamado en lo que respecta a este primer capítulo de la reclamación, la que en esta parte debe ser rechazada por carecer de fundamento;

**Decimotercero)** Que, en seguida, se alega por la reclamante que en la especie los distribuidores no detentan poder de mercado respecto de los proveedores de los artículos electro-hogar de que se trata, ya que tienen la calidad de proveedores en este mercado las empresas transnacionales, las que determinarían los precios de venta al consumidor final, lo que hace que las requeridas carezcan del poder que se les atribuye;

**Decimocuarto)** Que basta para rechazar también este capítulo de la reclamación el que la sentencia impugnada consideró otras circunstancias para los efectos de asentar que las requeridas incurrieron en abuso de su posición dominante en el mercado, las que no aparecen objetadas por la reclamante. Siendo así, ningún destino puede tener este capítulo;

**Decimoquinto)** Que, en efecto, los sentenciadores estimaron que el hecho que las presiones realizadas por Falabella y Paris lograran el resultado buscado, cual fue impedir que los proveedores participaran en la Feria y con ello se la hiciera fracasar, era prueba suficiente de que las requeridas, al menos conjuntamente, tenían a la época de los hechos analizados un poder de mercado del cual podían abusar. Ello porque “es indudable que si una causa determinada produce un efecto, habiéndose descartado la existencia de otras causas, obviamente es porque es capaz de hacerlo”, según señalaron en el motivo centésimo trigésimo cuarto de fallo reclamado. Añadieron que el poder de mercado está precisamente relacionado con la capacidad de un agente de mercado de influir en los precios o en la decisión de otro agente que, de no mediar dicho poder, podría actuar independientemente, criterio que esta Corte comparte;

**Decimosexto)** Que habiéndose definido el mercado relevante en el fallo reclamado como aquel de distribución y venta minorista de productos de electro-hogar –que comprende artículos electrónicos, electrodomésticos, de computación y línea blanca- y aquel relacionado de las tarjetas de crédito (considerandos centésimo trigésimo quinto al centésimo cuadragésimo primero), los jueces del

fondo consideraron -independientemente del porcentaje específico de la participación de mercado en diferentes segmentos o nichos de mercado- que las requeridas, tanto individual como conjuntamente, representaban un canal de distribución importante y difícilmente sustituible para los proveedores de estos productos. Y ello porque las multitiendas -como lo son las reclamantes- poseen un conjunto de características difíciles de replicar por otros canales de distribución, principalmente por el hecho de que ofrezcan financiamiento a través de tarjetas de crédito propias, que tengan presencia en gran parte del territorio nacional y dispongan de un flujo importante de clientes prácticamente garantizado por la circunstancia de ser canales de distribución masivos y multiproducto (fundamento centésimo cuadragésimo segundo);

**Decimoséptimo)** Que así las cosas es dable concluir que las requeridas, entre ellas la reclamante S.A.C.I Falabella, tenían poder de mercado y lo ejercieron efectivamente atentando contra la libre competencia, desde que su conducta constituyó la imposición de una barrera estratégica a la entrada de otro competidor en el mercado de distribución de productos electro-hogar, cumpliéndose entonces todos los presupuestos básicos de la figura anticompetitiva por la cual se la ha sancionado, amén de los demás que adicionalmente deben concurrir, esto es, sujeto activo, acción, resultado y nexo causal en la faz objetiva y la intencionalidad correspondiente a la faz subjetiva;

**Decimooctavo)** Que también se cumplió en la especie el objeto de este abuso, cual era preservar o incrementar la renta que se venía percibiendo –statu quo- por la vía de mantener a distancia a los potenciales competidores. En efecto, en el motivo quincuagésimo segundo se explica que las razones por las que las requeridas efectuaron las presiones descritas en el fallo estarían dadas por el hecho que la Feria significaba un peligro para el negociode la distribución minorista de productos de electro-hogar y para el negocio relacionado de las tarjetas de crédito, es decir –se señala- tuvieron un manifiesto objetivo exclusorio, al pretender evitar o dificultar el ingreso de un nuevo competidor;

**Decimonoveno)** Que, en consecuencia, por las razones dadas, este segundo capítulo de la reclamación debe ser desestimado por carecer de fundamento;

**Vigésimo)** Que, en tercer lugar, se alega por la reclamante la ausencia de acuerdos colusivos entre Falabella y Paris. Aduce que la colusión no fue materia de la resolución que en su oportunidad recibió la causa a prueba y

tampoco fue acreditada, porque lo único que logró establecerse es la comunicación habida entre las requeridas relativa a la inquietud existente por las condiciones de venta publicitadas a propósito de la Feria. Así, se incurriría en un serio error al presumir la existencia de colusión a partir de prueba indirecta y de nulo valor probatorio, desconociendo la prueba contundente, directa y precisa que acredita lo contrario;

**Vigésimo primero)** Que sobre el particular útil resulta consignar que se establecieron como hechos los siguientes:

- a) que ejecutivos de Paris y Falabella, el día 3 de abril de 2006, presionaron en forma simultánea a los proveedores más relevantes que asistirían a la Feria, a fin de que éstos se desistieran de participar en ella, bajo amenaza de importantes sanciones comerciales;
- b) que ese mismo día ejecutivos de Paris y Falabella hablaron telefónicamente entre ellos;
- c) que en esas conversaciones trataron el tema de la Feria IN Tecnología-Banco de Chile que estaba organizando este último Banco comercial y la preocupación que les causaba;
- d) que, por su parte, un ejecutivo de Falabella llamó a un ejecutivo de Ripley, el tercer actor del mercado, para sugerirle que se involucrara en la estrategia que estaban siguiendo Paris y Falabella respecto de los proveedores;
- e) que, luego de comunicarse entre ellos, los ejecutivos de Falabella y Paris continuaron llamando a sus proveedores para presionarlos a fin de que éstos no participaran en la Feria;
- f) que al final de ese mismo día volvieron a comunicarse entre sí;
- g) que el día siguiente –esto es el 4 de abril de 2006-un ejecutivo de Paris se comunicó, en dos oportunidades, con un ejecutivo de Ripley;
- h) que dicho día 4 de abril los ejecutivos de las requeridas se comunicaron entre sí y siguieron llamando a los proveedores, aunque con menor intensidad.

Todos estos hechos se encuentran asentados en el fundamento centésimo vigésimo segundo del fallo impugnado;

- i) que estos llamados se hicieron con el objeto de hacerlos desistir de participar en la Feria, manifestándoles los ejecutivos a los proveedores que su participación perjudicaba a Paris y Falabella y, en algunos casos, amenazando con retirar sus productos de las estanterías o con suspender la programación de compras futuras (considerando nonagésimo séptimo);

j) que el resultado material de la secuencia de hechos fue que los proveedores que concurrirían a la Feria comunicaron a sus organizadores, incluso a partir de la misma mañana del día 3 de abril de 2006, que tenían dificultades para participar efectivamente en ella, argumentando el desconocimiento o cambio de las condiciones publicitadas, que las condiciones de pago con dólares-premio y hasta en 12 cuotas sin interés les causarían conflictos con sus canales “tradicionales” o multitiendas, que sólo irían si también participaban sus principales competidores o las marcas más relevantes y que debían cambiar el listado de productos que exhibirían en la Feria por otros menos significativos para las multitiendas (fundamento nonagésimo octavo);

k) que los organizadores de la Feria convocaron a todos los proveedores que habían comprometido inicialmente su asistencia a ésta a una reunión el día martes 4 de abril de 2006, en el Hotel Regal Pacific de Santiago, con el fin de superar las dificultades planteadas por algunos de ellos; todos los testigos están contestes en que los representantes de las marcas más relevantes mantuvieron en duda o derechamente declinaron su participación en la Feria, a pesar de que sólo quedaban tres días para su inicio, por lo que los organizadores decidieron suspenderla, comunicándoselo a los proveedores el día miércoles siguiente (motivo nonagésimo noveno);

**Vigésimo segundo)** Que sobre la base de estos hechos –ya asentados de alguna manera en los fundamentos nonagésimo séptimo y centésimo séptimo- y de considerar como indicios relevantes el hecho de que el tráfico y duración de las llamadas en los días 3 y 4 de abril de 2006 era claramente superior al promedio de llamadas entre Falabella, Paris y estos proveedores en los meses previos; que el señor Fernando Casado, Gerente de Línea Electro-hogar de Falabella, el señor Héctor Rodríguez, Gerente de División Comercial de Paris, y el señor Pablo Méndez, Gerente de División Electro-Tecno de Paris, quienes no se comunican habitualmente con los ejecutivos de estos proveedores, según se acreditó con los registros telefónicos respectivos, lo hayan hecho de manera tan intensa a partir del mediodía del lunes 3 de abril de 2006, esto es, inmediatamente después de registrarse llamados recíprocos entre Paris y Falabella; y que el referido señor Fernando Casado se comunicara telefónicamente con el Gerente de División Electro-hogar de Ripley, don Javier Pérez Rodríguez, con la ya señalada finalidad, los sentenciadores llegaron a presumir que las comunicaciones entre los ejecutivos de Falabella y Paris tuvieron por objeto acordar la forma como

reaccionarían ante el anuncio de la Feria, coludiéndose en definitiva para llamar a sus proveedores y hacerlos desistir de concurrir a la misma (motivo centésimo vigésimo tercero del fallo reclamado);

**Vigésimo tercero)** Que esta presunción a la que han arribado los jueces no logró ser desvirtuada por otra en contrario ni ella pierde su mérito por las argumentaciones de la reclamante, desde que éstas sólo constituyen una distinta interpretación que se hace de la prueba rendida. Siendo así, sólo cabe rechazar este tercer capítulo de la reclamación por carecer igualmente de fundamento;

**Vigésimo cuarto)** Que en cuanto a las demás alegaciones referentes a que la cancelación de la Feria no provocó daño ni lesión a la competencia, ni se impidió la competencia en la distribución de los artículos de electro-hogar, cabe reiterar lo dicho a propósito del objetivo de las conductas de las requeridas, el que se cumplió a cabalidad puesto que la Feria no se llevó a efecto y ello constituye un atentado a la libre competencia. Además, como se sostuvo en estrados sin que fuera desvirtuado por los alegatos de contrario, los consumidores se vieron privados de poder asistir a una Feria presencial y comprar los productos en 12 cuotas sin interés, abonando parte del precio con los dólares-premio que tenían. Ciertamente estas condiciones no son las ofrecidas por las reclamantes ni las que obtuvieron los consumidores con posterioridad a los hechos de esta causa;

**Vigésimo quinto)** Que en lo tocante a las irregularidades procesales denunciadas por esta reclamante es dable señalar que ellas debieron ser alegadas en la oportunidad que correspondía, en la debida forma, no pudiendo ahora, una vez dictada sentencia definitiva, levantar discusión sobre dichos tópicos;

**Vigésimo sexto)** Que, por último, en lo que respecta al capítulo que se refiere a la cuantía de la multa y a los factores considerados para determinarla, será analizado a propósito de la petición que esta reclamante -al igual que Paris- hicieron en subsidio de las reclamaciones interpuestas;

**Vigésimo séptimo)** Que por las razones antes señaladas forzoso es concluir que la reclamación deducida por Falabella debe ser desestimada;

## **II.- En cuanto a la reclamación deducida por Paris.**

**Vigésimo octavo)** Que esta parte esgrime para fundar la mayoría parte de los capítulos de su reclamación los mismos argumentos que la anterior requerida, los que en síntesis se expresan en lo que denomina “resumen ejecutivo”, a saber: que Paris no se coludió con Falabella; que su parte actuó legítimamente y los

llamados efectuados por los ejecutivos de Paris a los proveedores tenían por objeto representarles que debían cumplir con las condiciones comerciales acordadas, las que se violaban con el tratamiento que se otorgaría al Banco de Chile; que la pretendida colusión no se acreditó en autos y ni siquiera fue recibida a prueba; que la importancia de los proveedores internacionales, tales como Sony, Samsung, LG –de los cuales su parte no puede prescindir- y la existencia de múltiples canales de distribución, impiden que Paris tenga una posición dominante y que por lo mismo haya podido abusar de ella; que el Banco de Chile no es “competidor” ni menos aún un “canal de distribución”, sino un mero actor ocasional que no corre los riesgos ni asume los costos de la actividad;

**Vigésimo noveno)** Que para rechazar cada uno de los capítulos que en forma resumida se han expuesto en el motivo precedente, se tiene en consideración lo expresado a propósito de la reclamación de Falabella sobre estos mismos tópicos en los considerandos quinto al vigésimo cuarto de este fallo, en su parte pertinente;

**Trigésimo)** Que mención aparte merecen los capítulos relativos a la falta de fundamentación económica de la sentencia reclamada y a la determinación de la multa impuesta. En lo que hace a esto último, ello será analizado a propósito de la petición que esta reclamante, al igual que Falabella, hiciera en subsidio de la reclamación interpuesta;

**Trigésimo primero)** Que el artículo 26 del Decreto Ley 211 establece que la sentencia definitiva debe ser fundada, debiendo enunciar los fundamentos de hecho y de derecho, y económicos, con arreglo a los cuales se pronuncia, condición que cumple a cabalidad el fallo que se revisa por esta vía. En efecto, de la sola lectura del mismo es posible constatar que contiene los presupuestos fácticos que estableció conforme a la prueba rendida, la que se apreció de conformidad a las reglas de la sana crítica; que contiene, además, el análisis de estos presupuestos en orden a subsumirlos en el tipo que contempla la ley; y, por último, que contiene la conclusión de que en la especie las requeridas y ahora reclamantes incurrieron en conductas atentatorias de la libre competencia, razón por la cual les impone sendas multas que son objeto de las reclamaciones en estudio. Tal decisión, entonces, aparece provista del marco jurídico, fáctico y económico que la ley requiere, lo que conduce al necesario rechazo de la reclamación en este capítulo;

**Trigésimo segundo)** Que tampoco se advierte en la especie, como aduce esta reclamante, que los jueces hayan incurrido en violación de las leyes reguladoras de la prueba, desde que la misma ha sido apreciada conforme a las máximas de experiencia, las reglas de la lógica y los conocimientos científicos suficientemente afianzados, señalándose expresamente cuáles eran los indicios que los llevaron a asentar los hechos que luego calificaron como ilícitos;

**Trigésimo tercero)** Que, por último, en lo que hace a la determinación de la multa a aplicar como sanción por las conductas anticompetitivas en que incurrieron las reclamantes, es dable señalar, en primer lugar, que los basamentos tenidos en consideración para la determinación de la cuantía de la multa no contienen un mayor desarrollo de los elementos que, al tenor del inciso final del artículo 26 del Decreto Ley 211, se exigen para dicho establecimiento, por lo que la aplicación de las multas se ha construido casi como una facultad discrecional, sin suficientes motivos, razones y circunstancias sobre los parámetros para la fijación del monto de las sanciones. El desarrollo de tales razonamientos es necesario para el logro de un debido proceso, entendido tanto en su dimensión formal o adjetiva como en su extensión sustantiva o sustancial; sobretodo, considerando que esta última se vincula directamente con el principio de razonabilidad y proporcionalidad, de manera tal que permita también a las partes procurar una adecuada y clara defensa e interponer los debidos recursos;

**Trigésimo cuarto)** Que, en seguida, cabe considerar que la revisión comparativa de las argumentaciones contenidas en la reclamación iniciada por la Fiscalía Nacional Económica y en la sentencia pronunciada por el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia evidencia un análisis similar en torno a las conductas realizadas por las ahora reclamantes. No obstante, una vez ponderados los hechos, ambas difieren en la cuantía de las multas impuestas, siendo la cantidad aconsejada por la aludida Fiscalía evidentemente inferior a la que arriba la sentencia que se recurre en estos estrados;

**Trigésimo quinto)** Que, por otra parte, ha de considerarse especialmente el alcance temporal restringido de los hechos. Por ello, uno de los varios factores que se han debido tener presente en la determinación de la cuantía de la multa a aplicar es la duración del acto atentatorio y sus consecuencias en el tiempo. En efecto, la realización de la denominada “Feria IN Tecnología-Banco de Chile” se llevaría a cabo durante cuatro días (6, 7, 8 y 9 de abril de 2006), situación que descarta un proceso persistente o constante en la trasgresión de la libre

competencia. Asimismo, la estimación del monto debe considerar, entre otros aspectos, el beneficio económico reportado por los hechos cometidos en ese lapso o período. Por tanto, lo lógico sería considerar un porcentaje prudencial correspondiente al tiempo de los hechos y no como ha estimado la sentencia impugnada en la parte final de su motivación centésimo sexagésimo tercera, cuando expresa que “el monto de la multa para cada empresa requerida corresponderá, aproximadamente, a un 2% de las ventas de cada una de estas empresas, en el año 2005, de productos electro-hogar con tarjeta propia” como si el beneficio reportado durante esos cuatro días se extendiera a la utilidad anual;

**Trigésimo sexto)** Que por las razones dadas, esta Corte -acogiendo la petición subsidiaria que ambas reclamantes han efectuado- determinará la multa en el monto que se pasa a decir en lo resolutivo.

Por estas consideraciones y de conformidad, además, con lo dispuesto por el Decreto con Fuerza de Ley N°1 de 2005 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fijó el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973, se declara:

**I.- Que se rechaza** la reclamación de S.A.C.I.Falabella deducida en lo principal de la presentación de fojas 3426 en lo que respecta a su petición principal.

**II.- Que se rechaza** la reclamación de Almacenes Paris S.A. deducida en lo principal de la presentación de fojas 3456 en lo tocante a su petición principal.

**III.- Que se acogen las peticiones subsidiarias** formuladas por ambas reclamantes en sus respectivas presentaciones de fojas 3426 y 3456 **y se rebaja prudencialmente la multa impuesta a las reclamantes, Falabella y Paris, a 6.000 y 3.750 unidades tributarias anuales, respectivamente.**

Regístrese y devuélvase con sus agregados y documentos.

Redacción a cargo del Ministro señor Héctor Carreño Seaman.

N°2339-2008.

Pronunciado por la Tercera Sala de esta Corte Suprema, integrada por los Ministros Sr. Adalis Oyarzún, Sr. Héctor Carreño, Sra. Sonia Araneda, y los Abogados Integrantes Sres. Hernán Alvarez y Arnaldo Gorziglia. No firma no obstante haber estado en la vista de la causa y acuerdo del fallo el abogado integrante señor Gorziglia por estar ausente. Santiago, 13 de agosto de 2008.

Autorizado por la Secretario subrogante de esta Corte Sra. Carola Herrera B.