



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Expediente N° S01: 0462130/2009 (C. 1307) FP/PL-VZ-VB-MC
BUENOS AIRES, 19 NOV 2009

VISTO el Expediente S01:0462130/2009 del registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS caratulado "CNDC S/ INVESTIGACIÓN DE OFICIO DE SISTEMAS DE COMERCIALIZACIÓN (C.1307)" y,

CONSIDERANDO:

Que con fecha 5 de noviembre de 2009 esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (en adelante "CNDC") resolvió la tramitación de los presentes actuados de conformidad con lo dispuesto por el artículo 26 de la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia (en adelante "LDC"), con motivo de la nota periodística publicada en el diario CLARÍN con fecha 31 de octubre de 2009 titulada "LAS GRANDES MARCAS ACUERDAN CORTAR LOS DESCUENTOS DE NAVIDAD" obrante a fojas 3 de autos.

Que con posterioridad a la citada nota, el mencionado periódico publicó en su edición del día martes 10 de noviembre de 2009 una nueva crónica titulada "MARCAS DE ROPA Y BANCOS DEJARON DE NEGOCIAR: TERMINAN LAS PROMO" la cual fue agregada a los presentes actuados a fojas 4.

Que de la información difundida en el mencionado matutino, se desprende la posible existencia de prácticas anticompetitivas con relación a los hechos allí narrados.

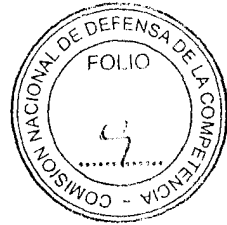
Que en la primera de las ediciones citadas se advierte que las marcas de mayor renombre en materia de indumentaria han decidido "encarar las próximas fiestas sin promociones y acordaron cortar, desde el próximo 1° de diciembre, con los descuentos que realizan con los shoppings y las tarjetas de crédito".

Que agrega la crónica que "la medida fue consensuada ayer en un almuerzo del que participaron más de 50 empresarios de las principales etiquetas de moda; aunque hubo algunos indecisos, la mayoría coincidió en que había que comunicarles a los centros comerciales que 'no hay necesidad de seguir con los descuentos' (como vienen hasta ahora)".

Que se agrega en la nota que varios de los ejecutivos se sentaron a comer en un restaurant de San Isidro y que "luego les informaron a los propietarios de los centros comerciales -la empresa ALTO PALERMO de IRSA y CENCOSUD, dueña de UNICENTER- que quieren cambios para el último mes del año", añadiendo en ese sentido que "se trata del mejor período para las ventas y una fiebre de descuentos no tendría sentido".



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Que asimismo se destacó que "las marcas están comunicándoles su decisión a los shoppings para que éstos sean los intermediarios frente a los bancos".

Que se indica también que "las conversaciones de las marcas arrancaron hace más de 20 días en la sede de CHEEKY y la convocatoria para ayer se realizó por e-mail. Aunque sus asistentes trataron de guardar confidencialidad, el malestar de las marcas por las rebajas ya se había colado en la prensa".

Que en el segundo de los artículos se subraya que "en lo que es un verdadero vade retro, las 60 marcas de ropa más famosas, que representan el 50% del mercado y el 80% de la facturación, dieron ayer por finalizada las negociaciones con los bancos y ratificaron que desde el primero de diciembre se terminan las promociones. Esos descuentos de hasta el 30%, desarrollados por los bancos para canalizar una parte de los préstamos al consumo, arrancaron cuando la crisis hacía mella en las ventas".

Que en esta segunda narración se volvió a advertir que "...primero en conversaciones privadas y luego en un masivo almuerzo, los dueños de las marcas cerraron el grifo a ese mecanismo hasta el 30 de junio...", indicando a continuación que "las marcas de ropa comenzaron a contactarse por mail y se reunieron en el restaurante El Cardón el viernes 30 de octubre para decidir el fin de las promociones"

Que además se puntualizó que "Claudio Drescher, de Jazmín Chebar, entre otras firmas, lo explicó de esta manera a Clarín: Los bancos hacen los descuentos a cargo de las marcas y el porcentaje que ellos ponen lo recuperan con sus tasas insólitas".

Que en la crónica periodística se manifiesta, por último que "En PRÜNE, ETIQUETA NEGRA, RAPSODIA, WANAMÁ, LEGACY, 47ST, AIRBORN, LEVI'S, WRANGLER, RICKY SARKANY, CARO CUORE, [k]LEIVINGSTON, LACOSTE, CHOCOLATE, CHEEKY, KOSIUKO y MIMO admitieron que la industria de la indumentaria desde 2003 hasta 2007 tuvo cuatro años de oro, que desde 2008 los márgenes se achicaron y en 2009 se volatilizaron".

Que, en atención a lo expuesto, corresponde a esta CNDC expedirse sobre los posibles efectos sobre la competencia con relación a la decisión que se habría adoptado y que ha tomado estado público.

Que en tal sentido, esta Comisión Nacional ha sostenido en reiteradas oportunidades que el precio debe ser el reflejo de las operaciones efectivamente realizadas, constituyéndose en una señal que debe suministrar el propio mercado en virtud de la interacción existente entre la oferta y la demanda.

Que debido a lo mencionado precedentemente, el presunto acuerdo celebrado entre las marcas constituiría una práctica coordinada que "prima facie" sería violatoria de



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



lo dispuesto en la LDC, con potencialidad para causar un perjuicio al interés económico general.

Que el artículo 35 de la LDC faculta a esta Comisión Nacional a ordenar, en cualquier estado del procedimiento, las medidas que sean aptas para prevenir una grave lesión al régimen de competencia.

Que ello está dado por la necesidad de evitar las distorsiones a la competencia que en este caso podría generar la conducta de las empresas que se encontrarían detrás del supuesto acuerdo en cuestión.

Que es preciso indicar que para el caso de que se evidencie que la estructura de mercado pueda ser conmovida por el acaecimiento de una práctica públicamente concertada, existe un interés insoslayable del órgano de Defensa de la Competencia de expedirse para impedir efectos irreversibles que puedan tener dichas prácticas sobre la competencia.

Que uno de los instrumentos con los que cuenta esta Comisión Nacional es el remedio cautelar regulado en el artículo 35 de la LDC que faculta ordenar, en cualquier estado del procedimiento, las medidas que sean aptas para prevenir una grave lesión al régimen de competencia, a efectos de impedir que determinados perjuicios se produzcan y tornen ilusorias, ante el acaecimiento de determinados hechos, las decisiones que oportunamente deban adoptarse.

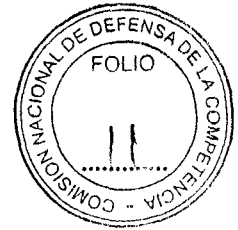
Que para que las medidas cautelares procedan deben encontrarse reunidos determinados extremos, comunes a cualquier clase de cautelar, a saber: (a) verosimilitud del derecho "*fumus boni jure*" que implica la ausencia de exigencia respecto de quien adopte la decisión con relación a la certeza acerca de la existencia del derecho, sino que basta la mera apariencia de que éste sea verosímil y, (b) peligro en la demora "*periculum in mora*", esto es el temor fundado de que si no se adopta la medida, aquello que pretende evitarse puede frustrarse.

Que en autos existe una relación directa entre los requisitos exigidos, por cuanto media suficiente verosimilitud en el derecho con relación a una presunta infracción al régimen de defensa de la competencia por la realización de una presunta práctica concertada, con la particular circunstancia de que esta afectación puede generar un perjuicio inminente o irreparable, dada la inmediatez existente con el período de festividades navideñas y de año nuevo donde el consumo se acrecienta considerablemente.

Que por las consideraciones precedentes advertidas se encuentran cumplidos los extremos exigidos en el artículo 35 de la Ley N° 25.156 en atención a que existiría



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



una presunta concertación explícita entre oferentes de indumentaria en un mes del año donde el consumo es sustancialmente superior al de los otros períodos.

Que esta Comisión Nacional se encuentra facultada para el dictado de la presente en virtud de lo dispuesto en los artículos 35 y 58 de la Ley N° 25.156.

Por ello,

LA COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Ordenar a las firmas AIRBORN (MEN'S S.A.); CARO CUORE (DEMIBELL S.A.C.I.F.I.); CHEEKY (CHEEK S.A.); CHOCOLATE (BÁSICOS S.A.); ETIQUETA NEGRA (COMPAÑÍA ARGENTINA DE DISEÑO S.A.); JAZMÍN CHEBAR (OBISPO S.A.); KEVINGSTON (KVN S.R.L.); KOSIUKO (KOWZEF S.A.); LACOSTE (VESUVIO S.A.C.I.F.E.I.); LEGACY (CORPORACIÓN RÍO LUJÁN S.A.); LEVI'S (LEURU S.A.); MIMO (VESTIDITOS S.A.); PRÜNE (GAX S.A.); RAPSODIA (LAS BLONDAS S.A.); RICKY SARKANY (ARTESANOS HUNGAROS S.R.L.); WANAMÁ (BIG BLOOM S.A.); WRANGLER (VSJEANSWEAR S.A.) y 47ST (KEMINI S.A.) que se abstengan de anular los descuentos ofrecidos por los bancos de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley N° 25156 y bajo apercibimiento de lo dispuesto en el artículo 46, inciso d) del mencionado cuerpo legal.

ARTICULO 2º.- Notificar la presente Resolución a los Shoppings GALERÍAS PACÍFICO y SOLEIL FACTORY, al Grupo IRSA propietario de ABASTO SHOPPING; ALTO AVELLANEDA; ALTO PALERMO; BUENOS AIRES DESIGN; DOT BAIREs SHOPPING; PASEO ALCORTA y PATIO BULLRICH; y al Grupo CENCOSUD propietario de FACTORY PARQUE BROWN; FACTORY SAN MARTIN; LAS PALMAS DEL PILAR; PLAZA OESTE SHOPPING; QUILMES FACTORY y UNICENTER para que se abstengan de anular los descuentos en los locales radicados en sus establecimientos.

ARTICULO 3º.- Notificar de la presente Resolución a los Bancos CITIBANK N.A.; BANCO CIUDAD DE BUENOS AIRES; BANCO COMAFI S.A.; BANCO CREDICOOP COOPERATIVO LIMITADO; BANCO DE GALICIA Y BUENOS AIRES S.A.; BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA; BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES; BANCO MACRO S.A.; BANCO SANTANDER RÍO S.A.; BANCO SUPERVIELLE S.A.; BBVA BANCO FRANCÉS S.A.; BANCO ITAÚ ARGENTINA S.A.; HSBC BANK ARGENTINA S.A.; STANDARD BANK ARGENTINA S.A. para que continúen realizando los descuentos



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



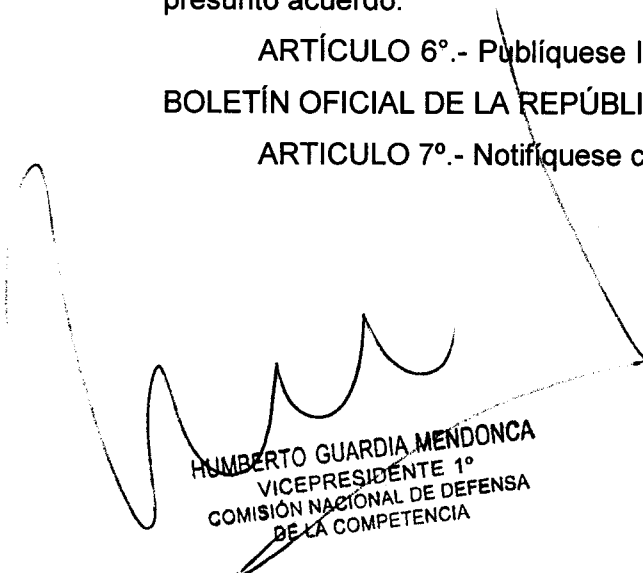
en los mismos términos y condiciones a los efectuados hasta el momento en que presuntamente se consumó el acuerdo de la oferta.

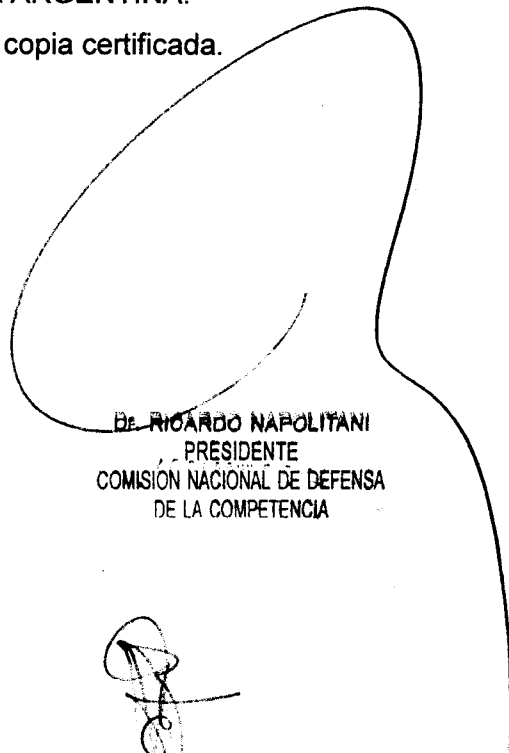
ARTÍCULO 4°.- Notificar a la CÁMARA INDUSTRIAL ARGENTINA DE LA INDUMENTARIA (CIAI) para que notifique la presente Resolución a todas las firmas que nuclea la organización y aquellos comercios incluidos en el acuerdo y no incluidos en el Artículo 1° de la presente, deberán abstenerse de anular los descuentos ofrecidos por los bancos de conformidad con lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley N° 25156 y bajo apercibimiento de lo dispuesto en el artículo 46, inciso d) del mencionado cuerpo legal.

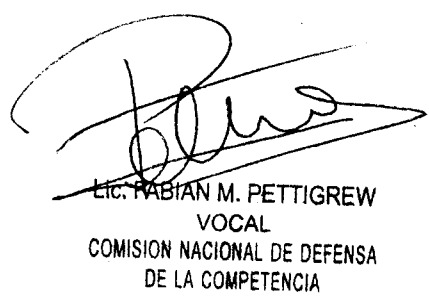
ARTÍCULO 5°.- Reservar el derecho de ampliar la presente medida a todo otro comercio, entidad financiera y centro comercial que haya participado activamente del presunto acuerdo.

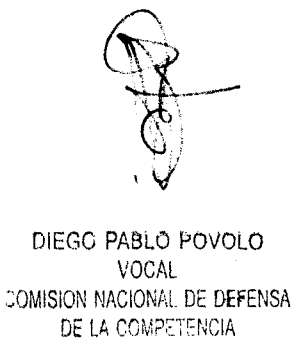
ARTÍCULO 6°.- Publíquese la parte resolutive de la presente por un (1) día en el BOLETÍN OFICIAL DE LA REPÚBLICA ARGENTINA.

ARTICULO 7°.- Notifíquese con copia certificada.


HUMBERTO GUARDIA MENDONCA
VICEPRESIDENTE 1°
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA


DR. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA


LIC. FABIAN M. PETTIGREW
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA


DIEGO PABLO POVOLO
VOCAL
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Resolución CNDC N° 1311/09