



Ministerio de Economía  
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ES. CO. DI. 11111111  
 OSCA  
 DIF. 2

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA

Refollado N° 967



BUENOS AIRES, 4 DIC 2000

VISTO el Expediente Nro. 064-000960/97 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y OBRAS Y SERVICIOS PUBLICOS, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente del VISTO tramitó ante la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado dependiente de la SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR, en el que la SOCIEDAD ARGENTINA DE DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE TABACO denunció a MASSALIN PARTICULARES S.A. por la práctica llevada a cabo por esta última consistente en el establecimiento de un sistema de comercialización de cigarrillos a través de distribuidores exclusivos zonificados, dentro del área de la Capital Federal y del Gran Buenos Aires, negándole a los subdistribuidores independientes de cigarrillos, la posibilidad de comprar y revender sus productos.

Que a la denuncia señalada se le acumularon las denuncias formuladas por los señores EMILIO MIGUEL BASUALDO, ALBERTO NAPOLEONE y WALDINO SANTOS RONCHESI y por la empresa NOBLEZA PICCARDO S.A. contra MASSALIN PARTICULARES S.A., la que incluye en su denuncia a MARGARITIS S.A.C.E.I., DISWARE S.A., RAZ Y CIA., HECTOR ANGEL CASAS, ROBERTO J. GONZALEZ, CASA BILLIONE S.A.C.E.I., DISTRIBUIDORA LUJAN S.R.L., FERNANDEZ Y REY S.A.C.I.E.I., GRUPO OTERO S.A., OMAR Y MILTON RODRIGUEZ S.A.C.I.Y.F.,

M.E.  
 PROSECCION  
 1371

OSME  
 CW



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ES COPIA  
OSQ

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 968

281

POTIGIAN GOLOSINAS S.A.C.I.F.E.I., CASA DOCE S.A.C.I.F.Y.A., CASA CROVARA DE MIGUEL A. NOYA, DISTRIBUIDORA REDONDO S.A.C.I.F.I.A., FERNANDO CAÑIZARES E HIJOS S.R.L., JOSE P. PANIZZO, MERLO CENTRO S.A., CASA LITO DE LAFALCE Y CIA., CASA SILICARO S.C.A., MARIO DARIO ROMEO, CLAN S.R.L., MELE Y CIA. S.A.C.Y.F., MORIATIS HNOS. S.A., AMADO VILAPREÑO S.A.C.I., CASA OSLE S.A.C.I.F.I.Y.A., LOPEZ HNOS SOCIEDAD DE HECHO, MAYORISTAS UNIDOS S.A.C.I.Y.F., S.TORRES Y CIA. S.C.A. y CASA LELA S.A. todos ellos distribuidores de MASSALIN PARTICULARES S.A.

Que también se acumularon las denuncias efectuadas por el señor CARLOS ALBERTO LOPEZ contra MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A., por la firma NESTOR PARDO E HIJO S.A. contra NOBLEZA PICCARDO S.A., por el señor MIGUEL ANGEL NAVARRO contra MASSALIN PARTICULARES S.A. y su distribuidor OLAYA HNOS. SCC y por el señor JORGE ALDEBAR IZAGUIRRE contra MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A., por la realización de la misma práctica descrita en el primer considerando.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, por su parte, inició de oficio la instrucción contra NOBLEZA PICCARDO S.A., cuando aún no se habían recibido las denuncias en su contra de CARLOS ALBERTO LOPEZ y de NESTOR PARDO E HIJO S.A. por haber adoptado dicha sociedad prácticas similares a las denunciadas contra MASSALIN PARTICULARES S.A.

Que con fecha 4 de septiembre de 1997 después de haberse cumplido el procedimiento de rigor, la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

M.E.  
PROCESAL Nº  
371

W  
BNE



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*



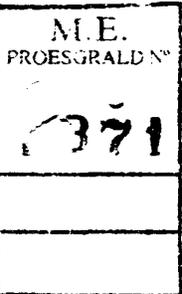
emitió el Dictamen CNDC N° 268 a través del cual aconsejó al entonces SECRETARIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MINERIA, aceptar las explicaciones brindadas por MASSALIN PARTICULARES S.A., NOBLEZA PICCARDO S.A. y por VEINTINUEVE (29) distribuidores mayoristas de cigarrillos del área de Capital Federal y Gran Buenos Aires, que habían firmado contratos de exclusividad con MASSALIN PARTICULARES S.A. y disponer el archivo de las actuaciones conforme lo previsto en los artículos 21 y 30 de la Ley N° 22.262.

Que asimismo la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomendó desestimar las denuncias formuladas por los señores WALDINO SANTOS RONCHESE y MIGUEL ANGEL NAVARRO y la empresa NESTOR PARDO E HIJO S.A., de acuerdo con lo previsto por el artículo 19 de la Ley N° 22.262.

Que el día 18 de septiembre de 1997 a través de la Resolución Ex-SIC y M N° 942/97 se acogió la opinión de la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, lo que fue notificado a las partes oportunamente.

Que contra la Resolución Ex-SIC y M N° 942/97, la empresa NOBLEZA PICCARDO S.A. interpuso con fecha 3 de octubre de 1997 recursos de apelación y nulidad en los términos de los artículos 27 y 30 de la Ley N° 22.262 y 501, 509 y concordantes del Código de Procedimientos en materia penal, recurso que fue concedido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 10 de noviembre de 1997.

Que en consecuencia fueron elevadas las actuaciones a la EXCELENTISIMA CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO PENAL ECONOMICO, quien con fecha 18 de septiembre de 1998 resolvió revocar la Resolución SIC y M N° 942/97, ordenando



*UN*  
*BME*



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*

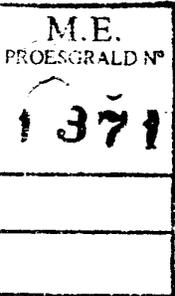


a la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA que profundizara la instrucción a fin de verificar si las formas, la oportunidad y los mecanismos mediante los cuales MASSALIN PARTICULARES S.A. y sus actuales distribuidores exclusivos convinieron modificar el anterior sistema de distribución de cigarrillos, tuvo entidad para limitar, restringir o distorsionar la competencia.

Que para dar cumplimiento a lo ordenado por la EXCELENTISIMA CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO PENAL ECONOMICO y a fin de profundizar la investigación la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, decidió requerir información adicional a MASSALIN PARTICULARES S.A., a NOBLEZA PICCARDO S.A. y a la ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS dependiente del MINISTERIO DE ECONOMIA, para determinar si la conducta llevada a cabo por la primera de las empresas mencionadas constituyó abuso de posición dominante.

Que luego del análisis realizado por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA puede concluirse que si bien se aprecia cierto poder de mercado en algunas marcas de cigarrillos que la empresa denunciada comercializa, no puede sostenerse que la conducta denunciada constituya un abuso de posición dominante ni una restricción o limitación de la competencia.

Que lo señalado el considerando precedente se sustenta en el hecho de que si bien MASSALIN PARTICULARES S.A. cuenta con una participación levemente superior al SESENTA POR CIENTO (60%) del mercado, la otra empresa competidora NOBLEZA PICCARDO S.A. cuenta con el CUARENTA POR CIENTO (40%) restante, lo cual limita ciertamente la libertad de comportamiento de la primera. Que asimismo las participaciones de

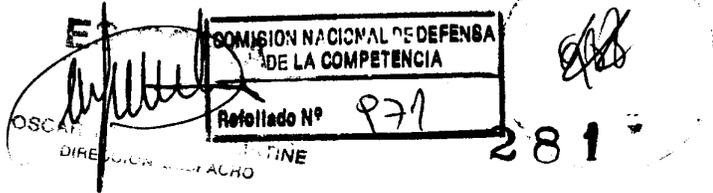


*GW*  
*SME*



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor



MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICARDO S.A. en el mercado relevante han variado a lo largo del tiempo, intercambiándose el papel de liderazgo entre ambas empresas, y que por otra parte no se observan factores técnicos ni dominio sobre insumos específicos, o sobre capital que otorguen a MASSALIN PARTICULARES S.A. la posibilidad de determinar en forma unilateral las condiciones de desempeño del mercado.

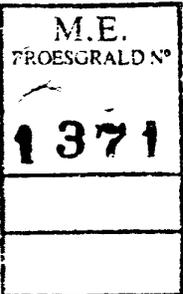
Que el poder de mercado que poseen ambas empresas se ve favorecido tanto por la escasa predisposición de los consumidores al cambio de productos debida a la existencia de cierto grado de lealtad hacia las marcas de cigarrillos que consumen, como por las restricciones legales a la importación generadoras de una mayor rigidez en el mercado interno.

Que debido a lo indicado precedentemente, surge que el poder de mercado mencionado no se refleja al nivel de las empresas, sino al nivel de las marcas de cigarrillos debido a que los consumidores no eligen entre empresas productoras sino entre marcas.

Que respecto a la exclusividad, puede argumentarse que es una práctica que puede originar resultados anticompetitivos cuando como consecuencia de ella las empresas que participan en un mercado aumentan su poder o cuando en virtud de dicha práctica pueden ejercerlo de manera más efectiva, dificultando el acceso de nuevos competidores o forzando la salida de los existentes.

Que, contrariamente, la exclusividad resulta beneficiosa para la competencia si forma parte de una estrategia de las empresas destinada a ahorrar costos o mejorar la calidad o confiabilidad de sus productos.

Que puede afirmarse que los acuerdos llevados a cabo por MASSALIN PARTICULARES S.A. no fueron capaces de eliminar la competencia en el mercado de los



W  
SME



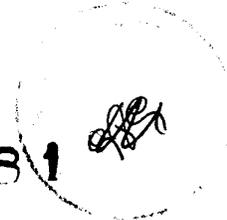
Misterio de Economía  
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ES COPIA  
 OSCAR  
 DIRECCION GENERAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA

Refollado N° 972 -

281



productos en cuestión, toda vez que en el período bajo análisis los consumidores tuvieron acceso a todas las marcas de cigarrillos en los comercios minoristas, y la evolución del mercado fue producto de sus decisiones y elecciones.

Que en cuanto a los efectos anticompetitivos del establecimiento de exclusividad en la comercialización, podría argumentarse que esta práctica dificulta la entrada de nuevos competidores en el mercado de cigarrillos al impedir el acceso al servicio de distribución mayorista a otras empresas que no sean MASSALIN PARTICULARES S.A. o NOBLEZA PICCARDO S.A, toda vez que cualquier otra empresa que quisiera ingresar al mercado sólo podría hacerlo si montara su propia red de distribuidores, lo que representaría un costo de entrada mayor que el existente antes de la imposición de exclusividad.

Que sin embargo el argumento señalado precedentemente carece de sustento ya que si bien existe una restricción para acceder a los distribuidores de cigarrillos, también existen distribuidores de otros productos, tales como golosinas, juguetes y artículos de librería que se comercializan en las mismas bocas donde se venden cigarrillos, los que podrían ser utilizados por la empresa que quisiera ingresar sin demasiados costos adicionales.

Que en principio también se podría argumentar que el establecimiento de un sistema de distribución exclusiva serviría para aumentar el poder de mercado o bien para que ese poder de mercado sea ejercido en forma más efectiva, y que tanto MASSALIN PARTICULARES S.A. como NOBLEZA PICCARDO S.A. como consecuencia del mismo podrían tener un control más estricto no solo de la provisión de sus productos sino también sobre los precios de los mismos.

Que sin embargo la posibilidad de discriminar precios entre las distintas áreas

M.E.  
 PROESGRALD N°  
 1371

W  
 SMI

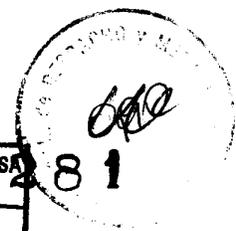


Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor

ESCUA  
CSCA  
Dif. 281

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 973



geográficas en que MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A. han dividido el mercado como consecuencia de sus contratos de distribución exclusiva, se ve totalmente limitada por el control que la autoridad impositiva ejerce sobre la fijación de precios de los cigarrillos.

Que la propia ley impositiva y los mecanismos por los que se controla su cumplimiento, determinan que sean los productores aquellos quienes fijan el valor de venta al público, no teniendo MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A. otra alternativa más que fijar precios uniformes en todo el país.

Que la imposibilidad de discriminar precios y el hecho de que no se hayan registrado variaciones en los mismos ni en las condiciones en las cuales los cigarrillos llegan al público consumidor hacen que las prácticas comerciales analizadas por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA tengan un impacto nulo sobre el bienestar de los consumidores.

Que los ahorros de costos invocados por MASSALIN PARTICULARES S.A. y los argumentos invocados respecto de que el nuevo sistema de distribución provee mejores incentivos para una comercialización eficiente han sido consideradas por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, como explicaciones razonables de la conducta analizada.

Que los elementos señalados hacen presumir que el interés económico general se ha visto beneficiado en vez de perjudicado y que las transferencias de rentas entre productores, distribuidores y subdistribuidores afectan intereses económicos particulares pero no el interes económico general.

M.E.  
PROESGRALD N°  
371

W  
que



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*

EC  
 OSCA  
 Di.  
*[Handwritten signature]*



COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA  
 Refollado N° 974

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja aceptar las explicaciones brindadas por las sociedades MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A. y por MARGARITIS S.A.C.E.I., DISWARE S.A., RAZ Y CIA., HECTOR ANGEL CASAS, ROBERTO J. GONZALEZ, CASA BILLIONE S.A.C.E.I., DISTRIBUIDORA LUJAN S.R.L., FERNANDEZ Y REY S.A.C.I.E.I., GRUPO OTERO S.A., OMAR Y MILTON RODRIGUEZ S.A.C.I.Y.F., POTIGIAN GOLOSINAS S.A.C.I.F.E.I., CASA DOCE S.A.C.I.F.Y.A., CASA CROVARA DE MIGUEL A. NOYA, DISTRIBUIDORA REDONDO S.A.C.I.F.I.A., FERNANDO CAÑIZARES E HIJOS S.R.L., JOSE P. PANIZZO, MERLO CENTRO S.A., CASA LITO DE LAFALCE Y CIA., CASA SILICARO S.C.A., MARIO DARIO ROMEO, CLAN S.R.L., MELE Y CIA. S.A.C.Y.F., MORIATIS HNOS. S.A., AMADO VILAPREÑO S.A.C.I., CASA OSLE S.A.C.I.F.I.Y.A., LOPEZ HNOS SOCIEDAD DE HECHO, MAYORISTAS UNIDOS S.A.C.I.Y.F., S.TORRES Y CIA. S.C.A. y CASA LELA S.A. todos ellos distribuidores mayoristas de MASSALIN PARTICULARES S.A. y disponer el archivo de las actuaciones, con arreglo a lo previsto en los artículos 21 y 30 de la Ley N° 22.262.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja, por tratarse de presentaciones relativas a las mismas prácticas, desestimar las denuncias formuladas por los señores WALDINO SANTOS RONCHESE y MIGUEL ANGEL NAVARRO y por la empresa NESTOR PARDO E HIJO S.A. de acuerdo a lo previsto en el artículo 19 de la Ley N° 22.262.

Que el suscrito comparte los términos del dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la

M.E.  
 PROESGRALD N°  
**1371**

*W*  
*Qui*



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*

OSD  
 D:  
*[Handwritten signature]*

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
 DE LA COMPETENCIA  
 Refollado N° 975

281  
*[Handwritten signature]*

brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo I y es parte integrante de la presente.

Que el infrascrito es competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en el Artículo 21 de la Ley Nro. 22.262.

Por ello,

**EL SECRETARIO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR**

**RESUELVE:**

ARTICULO 1º. – Aceptar las explicaciones brindadas por las sociedades MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A. y por MARGARITIS S.A.C.E.I., DISWARE S.A., RAZ Y CIA., HECTOR ANGEL CASAS, ROBERTO J. GONZALEZ, CASA BILLIONE S.A.C.E.I., DISTRIBUIDORA LUJAN S.R.L., FERNANDEZ Y REY S.A.C.I.E.I., GRUPO OTERO S.A., OMAR Y MILTON RODRIGUEZ S.A.C.I.Y.F., POTIGIAN GOLOSINAS S.A.C.I.F.E.I., CASA DOCE S.A.C.I.F.Y.A., CASA CROVARA DE MIGUEL A. NOYA, DISTRIBUIDORA REDONDO S.A.C.I.F.I.A., FERNANDO CAÑIZARES E HIJOS S.R.L., JOSE P. PANIZZO, MERLO CENTRO S.A., CASA LITO DE LAFALCE Y CIA., CASA SILICARO S.C.A., MARIO DARIO ROMEO, CLAN S.R.L., MELE Y CIA. S.A.C.Y.F., MORIATIS HNOS. S.A., AMADO VILAPREÑO S.A.C.I., CASA OSLE S.A.C.I.F.I.Y.A., LOPEZ HNOS SOCIEDAD DE HECHO, MAYORISTAS UNIDOS S.A.C.I.Y.F., S.TORRES Y CIA. S.C.A. y CASA LELA S.A. todos ellos distribuidores de MASSALIN PARTICULARES S.A. y disponer el archivo de las actuaciones. con arreglo a lo previsto en los artículos 21 y 30 de la Ley N° 22.262.

M.E.  
 PROESGRALD N°  
 371

*[Handwritten initials]*  
*[Handwritten signature]*



*Ministerio de Economía*

*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*

*ES CONIA*  
*[Signature]*  
OS

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 976

*[Signature]*

ARTICULO 2°. - Desestimar las denuncias formuladas por los señores WALDINO SANTOS RONCHESE y MIGUEL ANGEL NAVARRO y por la empresa NESTOR PARDO E HIJO S.A. de acuerdo a lo previsto en el artículo 19 de la Ley N° 22.262.

ARTICULO 3°. - Considérese parte integrante de la presente, al dictamen emitido por la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 6 de noviembre de 2.000, que en TREINTA Y SIETE (37) fojas autenticadas, se agrega como Anexo I.

ARTICULO 4°. - Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° **281**

*[Signature]*

Dr. CARLOS WINOGRAD  
Secretario de Defensa de la  
Competencia y del Consumidor

M.E.  
PROESGRALD N°  
171

*w*  
*guc*

ES COPIA  
OSCA

TINE  
ES COPIA  
DEL DEL ORIGINAL

Dr. Javier  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

281

Secretaría  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 977

Expte. N° 064-000960/97 (C. 403)

Dictamen N° 339

Buenos Aires, 06 NOV 2000

Señor Secretario:

Elevamos a su consideración el presente dictamen de acuerdo a lo ordenado por la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico en el marco de las actuaciones que tramitan bajo expediente N° 064-000960/97. Dichas actuaciones fueron iniciadas a partir de la denuncia formulada el 12 de marzo de 1997 por la SOCIEDAD ARGENTINA DE DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE TABACO (SADIT) contra la empresa MASSALIN PARTICULARES S.A., en la cual se objetaba la práctica adoptada por esta última de establecer un sistema de comercialización de cigarrillos a través de distribuidores exclusivos zonificados, negándole a los subdistribuidores independientes de cigarrillos la posibilidad de comprar y revender sus productos. A ella se acumulaban las denuncias presentadas por los señores EMILIO MIGUEL BASUALDO, ALBERTO NAPOLEONE y WALDINO SANTIAGO RONCHESE y por la empresa NOBLEZA PICCARDO S.A., contra MASSALIN PARTICULARES S.A., la cual incluye en su denuncia también a los distribuidores de ésta; la que efectúa el señor CARLOS ALBERTO LÓPEZ contra MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A.; la de la firma NÉSTOR PARDO E HIJO S.A. contra NOBLEZA PICCARDO S.A.; la del señor MIGUEL ANGEL NAVARRO contra MASSALIN PARTICULARES S.A. y su distribuidor OLAYA HNOS SCC; y agregándose la presentación del señor JORGE ALDEBAR IZAGUIRRE, que involucra a MASSALIN PARTICULARES S.A. y NOBLEZA PICCARDO S.A.; todas relativas a la misma práctica.

Por su parte, esta Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (en adelante, CNDC o Comisión) resolvió iniciar de oficio la instrucción contra NOBLEZA PICCARDO S.A., cuando aún no se habían recibido las denuncias en su contra de CARLOS ALBERTO LÓPEZ y de NÉSTOR PARDO E HIJO S.A., con motivo de haber adoptado aquella sociedad prácticas presuntamente similares a las denunciadas para el caso de

M.E.  
1371

Dr.  
SME W  
Dr.  
D.

*[Handwritten signature]*

ES COPIA  
DEL ORIGINAL

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

281

Dr. Alejandro J. Acuña  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Secretario

MASSALIN PARTICULARES S.A., de acuerdo con las actuaciones señaladas en la providencia pertinente.

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 978

ANTECEDENTES:

En el mes de mayo de 1997, la CNDC dispuso la notificación prevista en el artículo 20 de la Ley N° 22.262 a las dos empresas productoras de cigarrillos, conjuntamente con los distribuidores exclusivos designados por MASSALIN PARTICULARES S.A., en el carácter de presuntos responsables y respecto de los hechos indicados denunciados por SADIT y por los señores EMILIO MIGUEL BASUALDO, ALBERTO NAPOLEONE, JORGE ALDEBAR IZAGUIRRE y CARLOS ALBERTO LÓPEZ.

Posteriormente, mediante Dictamen N° 268 del 4 de setiembre de 1997 (fs. 511/28), la Comisión aconsejó al Sr. Secretario aceptar las explicaciones brindadas por las sociedades MASSALIN PARTICULARES S.A., NOBLEZA PICCARDO S.A. y por los distribuidores mayoristas de la primera cuya nómina obra en el párrafo 4 del presente dictamen, y disponer el archivo de las actuaciones con arreglo a lo previsto en los artículos 21 y 30 de la Ley N° 22.262. Asimismo, y por tratarse de presentaciones relativas a las mismas prácticas, la CNDC recomendó se desestimaran las denuncias formuladas por los señores WALDINO SANTOS RONCHESE y MIGUEL ANGEL NAVARRO y la empresa NESTOR PARDO E HIJO S.A., de acuerdo con lo previsto en el artículo 19 de la misma norma. Por Resolución SICyM N° 942/97, del 18 de setiembre del mismo año, el Sr. Secretario de Industria, Comercio y Minería acogió la opinión de la CNDC, notificándose en consecuencia a las partes el pronunciamiento recaído en estas actuaciones.

El 3 de octubre de 1997 NOBLEZA PICCARDO S.A. interpuso recursos de apelación y nulidad en los términos de los artículos 27 y 30 de la Ley N° 22.262 y 501, 509 y concordantes del Código de Procedimientos en materia penal, impugnando la resolución dictada por el Sr. Secretario (fs. 607/613).

M.E.  
PROCESAL N°  
1371

*[Handwritten initials and signatures]*

ES COPIA



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Refollado N° 979

Secretaría

281

El 10 de noviembre de 1997 la CNDC concedió el recurso interpuesto con arreglo a lo previsto en el artículo 27 de la Ley N° 22.262, elevando las actuaciones a la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico (fs. 620).

El 18 de septiembre de 1998, la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico resolvió rechazar el pedido de nulidad interpuesto y, por mayoría, revocar la Resolución SICyM N° 942/97 para que se profundizara la instrucción por considerar:

- "Que, en relación al fondo de la cuestión, lo actuado no permite sostener, a esta altura de la investigación, si las conductas que fueron objeto de denuncia en estas actuaciones, y que en principio se encuentran acreditadas en su materialidad, tienen, o no, aptitud para limitar, restringir y/o distorsionar la competencia".
- "Que, en principio, la empresa Massalin Particulares S.A. ocuparía una posición dominante en el mercado de su especialidad en los términos del artículo 2° inc. b) de la ley 22.262, por lo que la pesquisa debería ser profundizada para detectar si medió, o no, abuso de esa posición en los términos denunciados".
- "Que el objeto de las presentes actuaciones no es determinar si resulta contrario a la libre competencia organizar un sistema de distribución con cláusulas de exclusividad, objeto al que aparece limitada la resolución recurrida, sino verificar si las formas, la oportunidad y los mecanismos mediante los cuales Massalin Particulares S.A. y sus actuales distribuidores exclusivos convinieron modificar el anterior sistema de distribución de cigarrillos, tuvo entidad para limitar, restringir o distorsionar la competencia".

La Cámara señaló también que "a este tenor, y sobre las implicancias y efectos que las modificaciones al sistema de distribución impuestas unilateralmente produjeron, y en especial en su trascendencia para el interés económico general, no se ha allegado ninguna prueba ni explicación, por lo que no se configura alguna de las situaciones previstas por los artículos 21 y 30 de la ley 22.262, y, en consecuencia, la resolución debe ser revocada para que se profundice la instrucción".

M.E. REGISTRADO N°
1371

SME

Handwritten signatures and initials



ES COPIA  
TINE EL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro J. ...  
Comisión Nacional de ...  
Secretario

281

Cumplido lo ordenado por el Superior, el expediente se encuentra en condiciones de ser remitido a esa Secretaría a los fines del dictado de la resolución

Correspondiente  
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 930

I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. La SOCIEDAD ARGENTINA DE DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES DE TABACO (SADIT) es una asociación civil que, al momento de su presentación nucleaba a poco más del 50% de los aproximadamente 220 subdistribuidores independientes de cigarrillos que actuaban en el ámbito de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.
2. MASSALIN PARTICULARES S.A. (en adelante, MASSALIN) es una empresa dedicada a la producción y venta de cigarrillos en toda la República Argentina. Al momento del Dictamen N° 268 de la CNDC, el grupo económico que controlaba la mayor parte de su capital social era Philip Morris Co, de origen estadounidense. En 1996 y en el área de la Capital Federal y Gran Buenos Aires, su volumen de ventas ascendió a unos 11.100 millones de unidades y su facturación fue de aproximadamente 170 millones de pesos; en 1998 ambas cifras fueron 11.435 millones de unidades y 181,6 millones de pesos, respectivamente.<sup>1</sup> Al momento del dictamen anterior, la empresa contaba con aproximadamente 4.000 empleados y comercializaba una serie de marcas de cigarrillos, entre las que se destacaban Marlboro, Le Mans, L&M y Parliament.
3. NOBLEZA PICCARDO S.A. (en adelante, NOBLEZA) es otra empresa dedicada a la producción y venta de cigarrillos en toda la República Argentina. Al momento del Dictamen N° 268, el grupo económico que controlaba la mayor parte de su capital social era British & American Tobacco, de origen británico. En 1996 y en el área de la Capital Federal y Gran Buenos Aires, su volumen de ventas ascendió a unos 7.100

<sup>1</sup> En el Dictamen N° 268 de la CNDC se consignó que en 1996 el volumen de ventas de MASSALIN ascendía a 24.000 millones de unidades para todo el territorio del país y una facturación correspondiente de 1.500 millones de pesos. Cabe aclarar que esta última cifra incluye no sólo la facturación de la empresa, sino también los márgenes de toda la cadena de comercialización y el componente impositivo.

M.E.  
GRALIN  
1371

SME

Handwritten signature and initials

ES COPIA  
COMISION NACIONAL DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Borrador No 981  
ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

281

Dr. Alejandro I. ...  
Comisión Nacional de  
Secretario

millones de unidades y su facturación fue de aproximadamente 98,6 millones de pesos; en 1998 ambas cifras fueron 6.500 millones de unidades y 95 millones de pesos, respectivamente.<sup>2</sup> Al momento del dictamen anterior, la firma contaba con aproximadamente 2.700 empleados y comercializaba una serie de marcas de cigarrillos, entre las que se destacaban Jockey Club, Derby, Camel y Parisiennes.

4. Las empresas MARGARITIS SACEI, DISWARE SA, RAZ Y CÍA, HÉCTOR ÁNGEL CASAS, ROBERTO J. GONZÁLEZ, CASA BILLONE SACEI, DISTRIBUIDORA LUJÁN SRL, FERNÁNDEZ Y REY SACIEI, GRUPO OTERO SA, OMAR Y MILTON RODRÍGUEZ SACIYF, POTIGIAN GOLOSINAS SACIFEI, CASA DOCE SACIFYA, CASA CROVARA DE MIGUEL A. NOYA, DISTRIBUIDORA REDONDO SACIFIA, FERNANDO CAÑIZARES E HIJOS SRL, JOSÉ P. PANIZZO, MERLO CENTRO SA, CASA LITO DE LAFALCE Y CÍA, CASA SILICARO SCA, MARIO DARÍO ROMEO, CLAN SRL, MELE Y CÍA SACYF, MORIATIS HNOS SA, AMADO VILAPREÑO SACI, CASA OSLE SACIFIYA, LÓPEZ HNOS SOC DE HECHO, MAYORISTAS UNIDOS SACIYF, S. TORRES Y CÍA SCA y CASA LELA SA son los veintinueve distribuidores mayoristas de cigarrillos de la Capital Federal y Gran Buenos Aires que firmaron contratos de exclusividad con MASSALIN.

5. OLAYA HERMANOS SCC era un distribuidor mayorista de cigarrillos de la provincia de Tucumán, que tenía contrato de exclusividad con MASSALIN.

6. El señor EMILIO MIGUEL BASUALDO era un distribuidor mayorista de cigarrillos y otros artículos de kiosco, domiciliado en la localidad de San Francisco Solano (Provincia de Buenos Aires), que no ha quedado incluido dentro del grupo de distribuidores mayoristas que firmaron convenios de exclusividad con MASSALIN o NOBLEZA.

<sup>2</sup> En el Dictamen N° 268 de la CNDC se consignó que en 1996 el volumen de ventas de NOBLEZA ascendía a 15.600 millones de unidades para todo el territorio del país y una facturación correspondiente de 900 millones de pesos. Al igual que en el caso anterior, esta última cifra incluye no sólo la facturación de la empresa, sino también los márgenes de toda la cadena de comercialización y el componente impositivo.

E. ...  
1371

8ME

Handwritten notes and signatures at the bottom left of the page.



281

OSC

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Folleto N° 982

FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro  
Comisión Nacional de  
Secretario



7. La empresa NÉSTOR PARDO E HIJO S.A., con domicilio en la Capital Federal, era también distribuidora mayorista de cigarrillos, y tampoco ha quedado incluida dentro del grupo de distribuidores mayoristas que firmaron convenios de exclusividad con MASSALIN o NOBLEZA.
8. El señor WALDINO SÁNCHEZ RONCHESE era otro distribuidor mayorista de cigarrillos, domiciliado en la localidad de Villa Bosch (Provincia de Buenos Aires), que tampoco quedó incluido dentro del grupo que firmó convenios de exclusividad con MASSALIN o NOBLEZA.
9. El señor ALBERTO NAPOLEONE era un subdistribuidor independiente de cigarrillos, domiciliado en el partido de Florencio Varela (Provincia de Buenos Aires), que solía adquirirle al señor EMILIO MIGUEL BASUALDO los cigarrillos que comercializaba, y que aparentemente quedó fuera de la cadena de distribución como consecuencia del sistema de exclusividad adoptado por MASSALIN y NOBLEZA.
10. El señor CARLOS ALBERTO LÓPEZ era otro subdistribuidor independiente de cigarrillos, domiciliado en la localidad de San Justo (Provincia de Buenos Aires), que también quedó fuera de la cadena de comercialización como consecuencia del sistema de distribución exclusiva adoptado por MASSALIN y NOBLEZA.
11. El señor MIGUEL ÁNGEL NAVARRO era un comerciante de la ciudad de Tucumán, una de cuyas actividades era, al momento del dictamen anterior, la reventa de cigarrillos, y que a partir del mes de julio de 1997 se vio imposibilitado de comprar los productos elaborados por MASSALIN en virtud de la negativa de venta del distribuidor exclusivo de éste, OLAYA HERMANOS SCC, basada aparentemente en una directiva general de aquel fabricante.
12. El señor JORGE ALDEBAR IZAGUIRRE era un comerciante minorista, titular de un kiosco en la localidad de San Antonio de Padua (Provincia de Buenos Aires).

1371

OME W

J. L. F.



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Refollado Nº 983
COPIA FIEL DEL ORIGINAL

*[Handwritten signature]*  
Dr. Alejandro L. Arcout  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Secretario

281

## II. CONDUCTA DENUNCIADA

13. Tal como fuera expuesto en el Dictamen Nº 268, la principal conducta imputada en las denuncias presentadas es el establecimiento de un sistema de comercialización de cigarrillos a través de distribuidores exclusivos zonificados, dentro del área de Capital Federal y Gran Buenos Aires, en parte de MASSALIN y MARGARITIS, y la exclusión de los subdistribuidores independientes de dicho mercado. Adicionalmente, una de las denuncias se refiere a una exclusión similar de un subdistribuidor independiente de la ciudad de Tucumán.

14. En su dictamen anterior, esta Comisión sostuvo que no se encontraban indicios que permitieran suponer la existencia de una concertación entre las dos empresas productoras de cigarrillos, entendiéndose que la conducta bajo análisis es una práctica unilateral de tipo vertical. Asimismo, si bien algunas denuncias mencionan también como prácticas anticompetitivas concertadas las conductas de los distribuidores mayoristas de MASSALIN (e implícitamente, también las de los distribuidores de MARGARITIS) que firmaron contratos de exclusividad, la Comisión interpretó que dichos acuerdos representarían en todo caso efectos de las prácticas unilaterales mencionadas en el párrafo anterior.

15. Por otro lado, a fin de cumplir con lo ordenado por la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico y luego de ampliada la instrucción, en el presente dictamen se analiza más profundamente si la conducta de MASSALIN constituyó un abuso de posición dominante y si la modificación del sistema de distribución tuvo entidad para limitar, restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar un perjuicio para el interés económico general.

## III. EL PROCEDIMIENTO

16. Formulada las notificaciones previstas en el artículo 20 de la Ley Nº 22.262, las diferentes empresas denunciadas brindaron las explicaciones del caso: MASSALIN a fs. 196/219; MARGARITIS SACEI y CASA OSLE SACIFIYA a fs. 271/273; RAZ Y CÍA

PROCESADO Nº
1371

*[Handwritten signature]*  
8ME

*[Handwritten signature]*



281

OSCAR...  
DIRECCION...

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
TINE  
Retollado N° 984

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro...  
Comisión Nacional de...  
Secretario

y GRUPO OTERO SA a fs. 274/276; CASA BILLONE SACEI, HÉCTOR ÁNGEL CASAS y ROBERTO J. GONZÁLEZ a fs. 277/279; LÓPEZ HNOS SOC DE HECHO y S. TORRES Y CÍA SCA a fs. 280/282; CLAN SRL, DISTRIBUIDORA LUJÁN SRL. CASA LELA SA, MERLO CENTRO SA y MAYORISTAS UNIDOS SACIYF a fs. 283/285; DISWARE SA, FERNÁNDEZ Y REY SACIEI, POTIGIAN GOLOSINAS SACIFEI, CAS... DOCE SACIFYA, CASA... DE... EL A. NOYA, DISTRIBUIDORA REDONDO SACIFIA, FERNANDO CAÑIZARES E HIJOS SRL. JOSÉ P. PANIZZO, CASA SILICARO SCA, MARIO DARÍO ROMEO, MELE Y CÍA SACYF, MORIATIS HNOS SA y AMADO VILAPREÑO SACI a fs. 287/289; OMAR Y MILTON RODRÍGUEZ SACIYF a fs. 290/292 y NOBLEZA a fs. 296/309.

17. A fs. 295 la Comisión requirió a MASSALIN y a NOBLEZA copia de los contratos de distribución exclusiva. Las respuestas de ambas firmas se encuentran agregadas en el Anexo III del expediente de referencia.

18. A fs. 507/510 y 511/528 se encuentran agregados la Resolución SICM N° 942/97 y el Dictamen N° 268 de la CNDC, respectivamente, ambos de setiembre de 1997. A fs. 530/568 se notificaron a las diferentes... el pronunciamiento recaído en las presentes actuaciones.

19. El 3 de octubre de 1997 NOBLEZA presentó recursos de apelación y nulidad en los términos de los artículos 27 y 30 de la Ley N° 22.262 y 501, 509 y concordantes del Código de Procedimientos en material penal, impugnando lo dispuesto por la Resolución SICM N° 942/97 (fs. 607/613).

20. El 10 de noviembre del mismo año, la Comisión concedió el recurso de apelación interpuesto en relación y en ambos efectos (artículo 27 de la Ley N° 22.262), elevándose las actuaciones a la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico de la Capital Federal (fs. 620).

21. A fs. 646/649 se encuentra agregada la Resolución de la Excma. Cámara, del 18 de setiembre de 1998, girando el expediente a la CNDC durante el mes de octubre del mismo año.

I.E.  
PRO...  
1371

SM E



OSCAR  
201

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 985

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro [Signature]  
Comisión Nacional de  
Secretario

- 22. El 19 de noviembre, en atención a lo resuelto por la Excm. Cámara y continuando con la instrucción del sumario, la Comisión decidió requerir información adicional a las empresas MASSALIN y NOBLEZA y a la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), según consta a fs. 656/657. A fs. 663/690 se encuentra agregada la respuesta de la AFIP del 11 de diciembre de 1998.
- 23. A fs. 692/724 se encuentra agregada la respuesta de MASSALIN del 17 de diciembre de 1998. El 23 de febrero la Comisión solicitó a la empresa ampliaciones de su presentación, las que fueron aportadas el 31 de marzo a fs. 754/916.
- 24. Por otra parte, ante la falta de respuesta, el 5 de febrero de 1999 la CNDC reiteró a NOBLEZA el pedido de información realizado en noviembre de 1998 (fs.726/728), respondiendo la empresa el 7 de abril (fs. 739/752). Finalmente, el 15 de abril se requirió a NOBLEZA que completara la solicitud de información formulada (fs. 918), cumpliendo la firma con ello el 7 de junio (fs. 924/927) y el 29 de junio (fs. 930/933) del mismo año.

#### IV. EL MERCADO RELEVANTE

25. En nuestro país, los orígenes de la producción de cigarrillos se remontan a la época de la Colonia, pero la industria propiamente dicha surge en la década de 1920, cuando se extiende el cultivo del tabaco. A partir de la década de 1960 comienza un proceso de concentración y desnacionalización, que en la década de 1980 deja al sector conformado por sólo dos compañías subsidiarias de empresas líderes a nivel mundial. Estas empresas, MASSALIN y NOBLEZA, se proveen de su insumo básico en el país, compitiendo en el aprovisionamiento de tabaco con la exportación del mismo, que en los últimos años osciló entre el 30% y el 45% de la producción.

26. La producción nacional de tabaco es patrimonio de siete provincias del norte del país, pero sobre todo de Jujuy, Salta y Misiones. El sector se enfrenta a un mercado externo fuertemente cíclico y ha soportado en años recientes una aguda crisis de

I.E.  
PR. GRALIN  
1371

[Signature]  
SME

[Signature]



281

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Refollado N° 986

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

precios que amenazó seriamente la subsistencia de los productores. Sin embargo, en los últimos años el sector aprovechó un proceso de recomposición de inventarios a nivel internacional y mostró indicios de recuperación, con aumentos en el área sembrada, la producción y la productividad por hectárea. En cuanto a la morfología del mercado productor de tabaco, se observan alrededor de 30.000 productores, con una fuerte presencia de cooperativas en el negocio de acopio y exportación. El tabaco que producen tiene diferentes destinos (elaboración de cigarrillos, tabaco para fumar, etc.), pero el principal demandante es la industria del cigarrillo, con más del 90% de la demanda interna<sup>3</sup>.

27. Puede afirmarse que la estructura del mercado argentino de cigarrillos presenta dos empresas productoras que se enfrentan a una oferta atomizada de su insumo básico y a una demanda atomizada de su producto.

28. Las participaciones de MASSALIN y NOBLEZA en el mercado de cigarrillos a nivel nacional en 1996 fueron de 60,5% y de 39,5% respectivamente, si tenemos en cuenta el volumen de ventas por unidad. Si consideramos los montos facturados, esta relación es del 62,8% para MASSALIN y del 37,2% para NOBLEZA, debido a la preeminencia de la primera de dichas empresas en las marcas de mayor precio. Es de interés agregar que a principios de la década de 1980, cuando culminó el proceso de fusiones que condujo a la actual estructura productiva, esta relación era casi exactamente la inversa, ya que el liderazgo lo tenía NOBLEZA con alrededor del 60% del mercado.<sup>4</sup>

29. Dado que la práctica denunciada se produjo principalmente en la zona de Capital Federal y el Gran Buenos Aires, siendo la misma el área de mayor consumo de cigarrillos del país, resulta conveniente analizar la evolución de las participaciones de MASSALIN y NOBLEZA en esta región durante el transcurso de los años 1996, 1997 y 1998. El Cuadro N° 1 presenta las participaciones de cada una de las empresas,

<sup>3</sup> Fuente: Fondo Especial del Tabaco, *Anuario*, 1996.

I.E. Pty. INSGRALEN°
1371

SM E W

30  
0/



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

281

ES COPIA  
DIRECCIÓN  
FIEL

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refotado N° 807

Dr. Alejandro I. ...  
Comisión Nacional de  
Secretario

con respecto al volumen total comercializado, por un lado, y a la facturación total de las mismas, es decir, excluyendo los márgenes mayoristas y minoristas (sin impuestos), por el otro.

C.E.  
1371

S.E. W  
SME

<sup>4</sup> Fuente: MASSALIN PARTICULARES S.A., Memoria, 1996.

S.E.  
D

Dr. Alejandro L. Argenti  
 Secretario

Ministerio de Economía  
 y del Desarrollo  
 Dirección Nacional de Empresas de la Competencia



**CUADRO 1:**  
**Ventas de Cigarrillos en Capital Federal y Gran Buenos Aires**

**a) En Volumen**

Empresa	En miles de unidades			Variación		Participación en el total		
	1996	1997	1998	97/96	98/97	1996	1997	1998
Nobleza Picardo	7,114,383	6,783,614	6,533,834	-4.6%	-3.7%	39.0%	37.7%	36.4%
Massalín Particulares	11,113,225	11,188,495	11,435,216	0.7%	2.2%	61.0%	62.3%	63.6%
<b>Total</b>	<b>18,227,608</b>	<b>17,972,109</b>	<b>17,969,050</b>	<b>-1.4%</b>	<b>-0.02%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: CNDG sobre la base de datos suministrados por las empresas a fojas 756-758, 931-933.

**(b) Facturación**

Empresa	En miles pesos			Variación		Participación en el total		
	1996	1997	1998	97/96	98/97	1996	1997	1998
Nobleza Picardo	98,607	98,060	95,159	-0.6%	-3.0%	36.7%	35.5%	34.4%
Massalín Particulares	170,286	178,152	181,682	4.6%	2.0%	63.3%	64.5%	65.6%
<b>Total</b>	<b>268,893</b>	<b>276,211</b>	<b>276,840</b>	<b>2.7%</b>	<b>0.2%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: CNDG sobre la base de datos suministrados por las empresas a fojas 694-713, 745-752.

1371

SME  
 W  
 SP  
 P



OSCAF  
DIREC  
281

DE LA COMPETENCIA  
Refollado Nº 982  
FINE  
FIEP DEL CRISTAL

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro L. Arce  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

30. Tal como se observa, durante el período analizado se registró tanto una caída en el volumen de ventas como un aumento en la facturación. La variación en la participación en los últimos tres años puede explicarse por el vuelco de la demanda hacia cigarrillos de mayor precio. Massalin cuenta no sólo con la marca más vendida y de mayor crecimiento como es Marlboro, sino que además posee otras marcas en el segmento de precios medios-altos. En cambio Nobleza cuenta con pocas marcas en ese segmento, siendo Camel la mejor posicionada. Por su parte, las principales marcas de Nobleza, que se encuentran en el segmento medio bajo, Derby y Jockey Club, han caído significativamente en los últimos tres años.

31. El mercado de cigarrillos en la zona analizada ha tenido un crecimiento leve, 2,72% en 1997 y 0,23% en 1998. Asimismo, se destaca que la marca que lidera el mercado, Marlboro, ha crecido en una proporción mayor, alcanzando el 41,61% de las ventas totales de cigarrillos de la zona en 1998. Luego continúan Jockey Club y Derby pero con una tendencia netamente decreciente. Como se mencionó anteriormente, las marcas de precios medios-altos presentan un crecimiento en detrimento de las de menores precios. Por su parte se observa que los cigarrillos rubios dominan el mercado con una participación aproximada al 95%.

32. Las participaciones por marcas para el período 1996-1998, considerando a la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, netas de impuestos en miles de pesos facturados por las empresas se muestran en el siguiente cuadro. Las marcas consideradas son las más representativas de cada empresa, y en conjunto abarcan al 95% de las ventas totales de cigarrillos. El 5% restante lo constituyen el resto de las marcas comercializadas por ambas productoras.

E.  
PROF. 1371

*[Handwritten signature]*  
BME

*[Handwritten signature]*



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas  
 Secretaría de Planeación y Presupuesto  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 Reportado N° PPO

Secretario

**CUADRO 2: Ventas de Cigarillos en Capital Federal y Gran Buenos Aires  
 Principales Marcas  
 (miles de pesos)**

Nobleza Picardo	En miles pesos			Variación		En porcentajes		
	1996	1997	1998	97/96	98/97	1996	1997	1998
43/70	9,084	8,519	7,637	-6.2%	-10.4%	9.2%	8.7%	8.0%
Camel	10,277	13,122	15,191	27.7%	15.8%	10.4%	13.4%	16.0%
Derby	26,179	24,628	22,036	-5.9%	-10.5%	26.5%	25.1%	23.2%
Jockey Club	38,925	36,710	34,952	-5.7%	-4.8%	39.5%	37.4%	36.7%
Parisiennes	8,727	8,768	8,370	0.5%	-4.5%	8.9%	8.9%	8.8%
Total	93,192	91,747	88,185	-1.5%	-3.9%	94.5%	93.6%	92.7%

Fuente: CNDC sobre la base de datos suministrados por la empresa a fojas 745-752, 931-933.

Massalin Particulares	En miles pesos			Variación		En porcentajes		
	1996	1997	1998	97/96	98/97	1996	1997	1998
BENSON	6,357	6,219	6,109	-2.2%	-1.8%	3.7%	3.5%	3.4%
CHESTERFIELD	3,109	5,375	5,001	72.9%	-7.0%	1.8%	3.0%	2.8%
L & M	12,689	12,544	12,113	-1.1%	-3.4%	7.5%	7.0%	6.7%
LE MANS	15,548	16,126	16,122	3.7%	0.0%	9.1%	9.1%	8.9%
MARLBORO	108,076	111,659	115,341	3.3%	3.3%	63.5%	62.7%	63.5%
PARLIAMENT	7,950	8,001	7,932	0.6%	-0.9%	4.7%	4.5%	4.4%
PHILIP MORRIS	7,216	8,814	9,887	22.1%	12.2%	4.2%	4.9%	5.4%
Total	160,945	168,737	172,504	4.8%	2.2%	94.5%	94.7%	94.9%

Fuente: CNDC sobre la base de datos suministrados por la empresa a fojas 694-713, 756-758.

1 00 2

M.E.  
 1371

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

Oscar [Signature]  
281

ESTADO  
FIEL  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 99A

[Signature]  
[Signature]

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

33. Para el análisis de los precios de venta al público deben considerarse los impuestos que tributan los cigarrillos ya que tienen una incidencia significativa. Por ejemplo un paquete de cigarrillos que cuesta 1,50\$, paga de impuestos 1,025\$, es decir, un porcentaje superior al 66%. El tratamiento impositivo sobre los cigarrillos es el siguiente: los cigarrillos tributan Impuestos Internos, Impuesto al Valor Agregado, Fondo Especial del Tabaco y el Impuesto Adicional de Emergencia. El impuesto adicional de emergencia (IAE) grava a los cigarrillos con una alícuota del 7% sobre el precio de venta al público incluyendo todos los impuestos anteriormente citados. Este impuesto fue creado por la ley 24.625 y se aplica a partir del 1/2/96, teniendo una vigencia de tres años. El fondo especial del tabaco (FET), creado por la Ley 19.800, que grava a los cigarrillos con un 8% y sus modificatorias, ley 23.684, que adiciona un monto fijo de 0,00272\$ por paquete más 0,35%. Para el cálculo de dicho tributo debe desagregarse el IVA y los Impuestos internos. La Ley 24.674 de Impuestos Internos grava a los cigarrillos con una tasa del 60% excluido el IVA y el IAE. Esta alícuota fue del 62% hasta abril de 1996, pasando a la actual del 60%. Asimismo los cigarrillos se encuentran alcanzados por el IVA con una tasa del 21%. Para el cálculo de la base imponible de este tributo, se deben deducir todos los impuestos anteriormente mencionados. Es decir, la base esta conformada por los ingresos de los minoristas, los mayoristas y la empresa productora. Sobre la base de lo expuesto puede comprenderse la incidencia de los impuestos sobre los cigarrillos.

ME  
1371

34. El precio de venta al público varió en dos oportunidades en el período analizado. En febrero de 1996 se modifican los precios de los cigarrillos por redondeo, afectando solo a las marcas que incluían centavos en sus precios (de 0,59 a 0,60 y de 1,17 a 1,20) y en abril de 1996 se aplica el impuesto adicional de emergencia. Cabe aclarar que en septiembre del mismo año se reducen los impuestos internos del 62 al 60%, no obstante esta última modificación en los impuestos no fue trasladada a precios. Luego y hasta diciembre de 1998 no tuvieron ninguna modificación. A continuación se presenta la evolución de los precios de venta al público en el período considerado.

[Signature]  
[Signature]



28

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA  
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. Alejandro  
Comisión Nacional de

COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA  
Secretario  
Refollado N° 992

Precios de venta al público

MASSALIN PARTICULARES	Ene 96	Feb Abril 96	Abril 96 Dic 98	NOBLEZA PICCARDO	Ene 96	Feb Abril 96	Abril 96 Dic 98
Benson 100	1.6	1.6	1.7	43/70 10	0.59	0.60	0.65
Benson Box 100	1.8	1.8	1.9	43/70 100	1.25	1.25	1.35
Chesterfi Eld 100	1.4	1.4	1.5	43/70 Ks	1.17	1.20	1.25
Chesterfield 10	0.65	0.65		Barclay Box	1.50	1.50	1.60
Chesterfield Box	1.4	1.4	1.5	Camel Box	1.50	1.50	1.60
Chesterfield Brown Box			1.5	Camel Box 10	0.75	0.75	0.80
Chesterfield Brown Box 10			0.75	Camel Ks	1.40	1.40	1.50
Chesterfield Ks	1.3	1.3	1.4	Camel Lights Box		1.50	1.60
Chesterfield Lights 100	1.4	1.4	1.5	Conway	1.17	1.20	1.25
Chesterfield Lights Ks	1.3	1.3	1.4	Derby 100s	1.25	1.25	1.35
Colorado Con Filtro	1.25	1.25	1.35	Derby 10s	0.59	0.60	0.65
Freeport			1.25	Derby Box	1.25	1.25	1.35
Imparciales 100	1.25	1.25	1.35	Derby Ks	1.17	1.20	1.25
L & M 100	1.4	1.4	1.5	Derby Suaves 100s	1.25	1.25	1.35
L & M Box	1.4	1.4	1.5	Derby Suaves 10s	0.59	0.60	0.65
L & M Ks	1.35	1.35	1.45	Derby Suaves Box	1.25	1.25	1.35
L & M Lighs 100	1.4	1.4	1.5	Derby Suaves Ks	1.17	1.20	1.25
L & M Lighs Ks	1.35	1.35	1.45	Gitanes Blondes Box	1.60	1.60	
L & M Ltghs Box	1.4	1.4	1.5	Gitanes Lights Box	1.60	1.60	1.60
L & M Menthol Box			1.5	Jockey Club 10	0.63	0.65	0.70
Le Mans 10	0.59	0.6	0.65	Jockey Club 100s	1.35	1.35	1.45
Le Mans 100	1.25	1.25	1.35	Jockey Club 120s	1.60	1.60	1.70
Le Mans Extra Suaves Box	1.25	1.25	1.35	Jockey Club Ks	1.25	1.25	1.35
Le Mans Extra Suaves Ks	1.2	1.2	1.25	Jockey Lights 10		0.70	0.75
Le Mans Ks	1.17	1.2	1.25	Jockey Lights Box		1.35	1.45
Le Mans Suaves 10	0.59	0.6	0.65	Jockey Lights Ks		1.25	1.35
Le Mans Suaves 100	1.25	1.25	1.35	Jockey Suaves 10	0.63	0.65	0.70
Le Mans Suaves Box			1.35	Jockey Suaves 100s	1.35	1.35	1.45
Le Mans Suaves Ks	1.17	1.2	1.25	Jockey Suaves Box	1.35	1.35	1.45
Marlboro Box	1.5	1.5	1.6	Jockey Suaves Ks	1.25	1.25	1.35
Marlboro Box 10	0.75	0.75	0.8	Jp Gold Leaf Box	1.50	1.50	1.60
Marlboro Ks	1.4	1.4	1.5	Kool Box	1.50	1.50	1.60
Marlboro Lights Box	1.5	1.5	1.6	Kool KS	1.40	1.40	1.50
Marlboro Lights Box 10	0.75	0.75	0.8	Lucky Strike 10 Box	0.75	0.75	0.80
Marlboro Lights Ks	1.4	1.4	1.5	Lucky Strike Box	1.50	1.50	1.60
Parliament 100	1.5	1.5		Pall Mall Sl	1.40	1.40	1.50
Parliament Box	1.5	1.5	1.6	Parisiennes Filtre	1.30	1.30	1.40
Parliament Box 10		0.75	0.8	Parisiennes Box	1.40	1.40	1.50
Parliament Ks	1.4	1.4	1.5	Parisiennes Box 10		0.70	0.75
Parliament Lights Box	1.5	1.5	1.6				
Parliament Lights Ks	1.4	1.4	1.5				
Particulares Ls	1.17	1.2	1.25				
Philip Morris Box	1.3	1.3	1.4				
Philip Morris Box 10			0.7				
Philip Morris Ks	1.25	1.25	1.35				
Virginia Slims Lights		1.3	1.4				
Virginia Slims Lights Box	1.5	1.4	1.5				
Wilton Ks	1.17	1.2	1.25				

1371

Handwritten signatures and initials: 35ME, w, h, O



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA

2/81

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Refollado Nº 993

SECRETARIAL

Dr. Alejandro L. ...  
Secretario

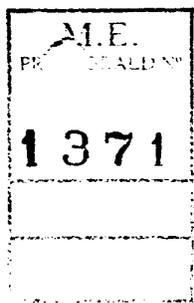
35. La distribución de cigarrillos en el interior del país se realizaba, desde hacía mucho tiempo, a través de distribuidores exclusivos de cada uno de los fabricantes, los cuales abastecían, directamente o a través de subdistribuidores, a los aproximadamente 85.000 puntos de venta que existían en esa área al momento del dictamen anterior de la CNDC. En cambio, hasta marzo de 1997, la estructura de distribución en la Capital Federal y el Gran Buenos Aires la llevaban a cabo 78 distribuidores mayoristas que comercializaban productos de las dos empresas, abasteciendo en condiciones de competencia y sin zonas de exclusividad a los aproximadamente 34.000 puntos de venta de la región. Dicho abastecimiento era realizado en forma directa o a través de unos 220 subdistribuidores.

36. A partir de marzo de 1997, MASSALIN PARTICULARES S.A. modificó sustancialmente su sistema de distribución, dividiendo la Capital Federal y el Gran Buenos Aires en 29 zonas y asignando cada una de ellas a un distribuidor exclusivo. A los pocos días, NOBLEZA PICCARDO S.A. adoptó un sistema similar, y le asignó zonas a 13 distribuidores mayoristas exclusivos. Una de las implicancias más claras del nuevo sistema es la desaparición de la figura del subdistribuidor independiente, ya que, con matices, las relaciones contractuales entre los fabricantes y sus distribuidores establecen la obligación de éstos de abastecer directamente a los comercios minoristas.

V. Encuadre económico y legal

a) Análisis de los hechos

37. Los hechos denunciados en el presente expediente se refieren a una práctica comercial adoptada por la empresa Massalin Particulares en su relación con los distribuidores mayoristas del área de Capital Federal y Gran Buenos Aires, la cual tiene también efectos en la relación entre tales distribuidores mayoristas y los subdistribuidores, repartidores libres y comercios minoristas. La empresa Nobleza



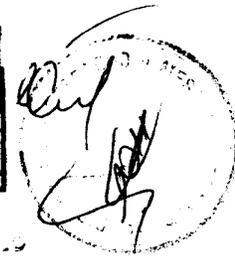
Handwritten signatures and initials: JF, SME, W, JF, O



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

OSCAR ROJAS DEMATINE
DIRECCIÓN DESPACHO
281
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Refollado N° 994



Secretaría

Piccardo, que aparece como uno de los denunciantes de la práctica de Massalin Particulares por considerar la acción como abuso de posición dominante, es luego incorporada al caso como presunta responsable, en virtud de comprobarse que adoptó conductas muy similares a las efectuadas por esta última cinco días después. Esta decisión de incorporarla como presunta responsable fue ratificada por la Cámara al considerar improcedente el pedido de nulidad planteado por la empresa Nobleza Piccardo.

38. Si bien ambas empresas firmaron acuerdos de distribución exclusivos con delimitación territorial, imponiendo con su accionar restricciones verticales en el mercado; el hecho de que sea la empresa con mayor participación la primera en realizar tal acción, obliga a estudiar si tal proceder fue una estrategia para mejorar el sistema de distribución, o por el contrario demuestra el abuso de una supuesta posición dominante con el fin de obstaculizar la competencia.

39. Siguiendo al fallo de Cámara, la conducta a investigar no es si el sistema de distribución exclusiva resulta contrario a la libre competencia, sino verificar si las formas, oportunidad y los mecanismos mediante los cuales Massalin Particulares S.A. y sus actuales distribuidores exclusivos convinieron modificar el anterior sistema de distribución de cigarrillos, tuvieron entidad para limitar, restringir o distorsionar la competencia.

40. Con este objetivo en mente, se debe realizar un exhaustivo análisis de la posición de Massalin en el mercado, para determinar si posee, o no, posición de dominio. Pues sólo una empresa con posición de dominio puede abusar de la misma.

41. El art. 2º de la Ley 22.262, vigente al momento de acaecidos los hechos denunciados, establece que se entiende que una persona goza de posición dominante en un mercado cuando para un determinado tipo de producto o servicio es la única oferente o demandante dentro del mercado nacional o, cuando sin ser la única, no está

1371
------

SME

Handwritten marks and initials.



COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 Refollado N° 995

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía

281

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro...  
 Secretario

expuesta a una competencia sustancial. Esta definición de posición de dominio es necesaria ya que el artículo 1º de la mencionada ley, que define los actos o conductas sancionables, considera al abuso de posición de dominio como una de las causas por las cuales se puede condenar a un accionar. Es de destacar que la ley tutela al interés económico general y lo que es sancionable es todo acto o conducta anticompetitivo que pueda perjudicarlo.

42. Tal como expresa la exposición de motivos de la Ley 22.262, "la figura de abuso de posición dominante tiene en cuenta que determinadas conductas anticompetitivas pueden ser consecuencia de decisiones unilaterales fundadas en la posición adquirida en un mercado determinado. Es la situación que se da, por ejemplo, en los llamados monopolios naturales, los que sin ser punibles pueden dar lugar a abusos sancionables."

43. Asimismo agrega, "el interés económico general es el que sufre al trabarse el funcionamiento del mercado, de suerte que quedan a salvo las conductas que puedan parecer anticompetitivas pero que en verdad resultan beneficiosas para la comunidad". Por lo tanto el primer paso es determinar la existencia de una firma dominante en un mercado determinado, para luego identificar si un acto o práctica que realiza es anticompetitiva, es decir que abusa de tal posición dominante.

44. Para la detección de posición dominante se debe establecer la capacidad que tiene la empresa en cuestión para determinar en forma unilateral las condiciones de desempeño del mercado. Dicha capacidad puede inferirse, entre otros elementos, por la participación o cuota de mercado. En el caso de autos se debe tener en cuenta que, por el lado de la oferta, el mercado está integrado por tan solo dos empresas. Por lo tanto, si bien puede parecer abultada la participación de MASSALIN -superior al 60% considerando tanto la participación sobre la facturación como sobre las cantidades vendidas-, el hecho de que exista un competidor fuerte (NOBLEZA, con un el 40% restante) hace que MASSALIN no pueda comportarse como una empresa

1371

*[Handwritten signature]*  
 SME

*[Handwritten signature]*



COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 996

Dr. Alejandro I. [Signature]  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

dominante, la cual, por definición, no enfrenta una competencia efectiva. Más aún, como se mencionó en el punto que describe el mercado relevante, las participaciones han variado a lo largo del tiempo intercambiándose el papel de liderazgo entre ambas empresas. Además, no se observan factores técnicos ni dominio sobre insumos específicos o capital que otorguen a MASSALIN la posibilidad de actuar independientemente de NOBLEZA.

45. Otro punto a tener en cuenta para la detección de posición dominante es la existencia de barreras a la entrada. En este mercado el gusto de los fumadores por la marca que eligen genera un alto grado de lealtad. En ese sentido la poca predisposición al cambio por parte de los consumidores constituye de por sí una barrera. No obstante ello, se observa que existe cierta variación en las marcas elegidas, aunque gradual. Ante tal situación el componente publicitario juega un papel importante pudiendo constituir una barrera a la entrada. No obstante, esta barrera juega para los posibles entrantes de manera mucho más fuerte que para las firmas establecidas, y puede explicar, en parte, por qué en este mercado existen solamente dos firmas que comercializan varias marcas cada una.

46. Otro punto a tener en cuenta al considerar las barreras a la entrada es la posibilidad de importación del producto. En este sentido se debe mencionar que la importación de cigarrillos tiene ciertos limitantes legales. Al ser un producto con un componente impositivo elevado, la Administración de Ingresos Públicos obliga a la firma importadora a agregar de una estampilla. Ésta debe ubicarse de forma tal que no pueda ser violada sin dañar al envase (en general se la incorpora por debajo del envoltorio de celofán). Tal mecanismo de control legal implica que el importador deberá, antes de comercializar el producto, incorporar la estampilla. Una alternativa con que cuenta el importador es enviar la estampilla al productor extranjero para que la incorpore en el momento del envasado. No obstante, ambas formas de incorporación de la estampilla, al implicar tiempo y planificación, dificultan la entrada de la mercadería para cualquier persona que desea importar cigarrillos como una

1371

[Signature] m  
smE

[Signature] p

ES COPIA  
281

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
REGISTRO N° 997

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. [Handwritten Name]  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

actividad ocasional, es decir, el importador deberá ser un sujeto que se dedique plenamente a la actividad y con una escala mínima que resulte adecuada.

47. La situación presentada en el párrafo precedente explica en gran parte por qué marcas internacionales de cigarrillos que no dependen de Phillip Morris y American Tobacco acuerdan licencias con las firmas productoras locales para la producción nacional de cigarrillos en lugar de importarlas ellas directamente. Esto es otra de las razones que favorecen la existencia de sólo dos empresas productoras locales.

48. Por lo tanto, el hecho de que las firmas encuentren cierta inelasticidad de la demanda ante cambios en los precios por la fuerte ligazón entre el consumidor y su marquilla, y sumado a esto, las complicaciones legales para la importación, generan cierto poder de mercado de las firmas intervinientes en mismo. No obstante, este cierto poder de mercado no le permite a las firmas actuar independientemente una de otra por ser sólo dos las empresas participantes. Asimismo, cabe aclarar que si bien las empresas tienen cierto poder, la elección de los consumidores se desarrolla en el plano de las marcas y no entre empresas productoras, por ejemplo, un consumidor de precios medio-altos quizás sustituya entre Marlboro, Parliament, Lucky o Camel, productos fabricados por las dos firmas. Inclusive el consumidor puede no conocer con exactitud quien es el productor de la marca que consume.

49. De lo expuesto se puede concluir que el poder de mercado se relaciona más con las marcas que comercializa la empresa en cada uno de los diferentes segmentos que con la posición de la misma en el mercado total. En este sentido, si bien se podría inferir que Marlboro sí concentra cierto poder de mercado (las ventas de esta marquilla solamente representan más del 40% de todas las ventas en Capital y Gran Buenos Aires), no se puede inferir que Massalin pueda manejarse independientemente con todas las marcas que comercializa.

1371
------

*[Handwritten signature]*  
SME

*[Handwritten signature]*

281

ES  
FIEL  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 998

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

50. De lo expuesto en los párrafos precedentes se concluye que MASSALIN no posee una posición dominante en la comercialización de cigarrillos. Resta la posibilidad, sin embargo, de que la práctica denunciada haya constituido una restricción o limitación de la competencia, con efecto negativo, actual o potencial, sobre el interés económico general. Para dilucidar esta cuestión se debe analizar: a) hasta qué punto las prácticas bajo examen han afectado las alternativas que enfrentan los consumidores; b) si el acuerdo contribuyó a mejorar la distribución de bienes y a promover el progreso tecnológico o económico; c) si las restricciones impuestas eran indispensables para la obtención de los beneficios; y d) si los acuerdos fueron capaces de eliminar la competencia en una parte sustancial de los mercados de los productos en cuestión.

51. Con respecto al punto a) del apartado anterior, se observó que el precio de venta al público del paquete de cigarrillos no fue modificado por la aplicación del sistema de distribución exclusivo. Sí se aprecia en el expediente que en el mes siguiente a la introducción del nuevo sistema ocurrieron algunos problemas de aprovisionamiento con algunos comercios minoristas. No obstante, luego de entrada en régimen el sistema, estos inconvenientes fueron solucionados, por lo que los mismos se atribuyen únicamente al "período de ajuste".

52. Cabe aclarar que la exclusividad que contemplan los contratos entre las empresas productoras de cigarrillos y los distribuidores mayoristas del área de Capital Federal y Gran Buenos Aires no se extiende al comercio minorista, ya que las bocas de expendio de los cigarrillos están constituidas en su inmensa mayoría por kioscos y otros comercios en los que se venden los productos tanto de MASSALIN PARTICULARES como de NOBLEZA PICCARDO. Esto elimina muchos de los potenciales perjuicios que la exclusividad podría tener para el consumidor final del producto, ya que el acceso a las diferentes marcas en la generalidad de las bocas de expendio existentes queda con esto asegurado. Las restricciones en cuestión, por lo tanto, se refieren exclusivamente a la competencia entre los canales de distribución de los productos de cada empresa y no a la competencia entre los productos de las

M.E.  
1371

*[Handwritten signature]*  
SME

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía  
 Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro [Signature]  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

dos empresas. Esta última competencia, inclusive, parece haberse incrementado, como consecuencia de la separación de los canales de distribución que MASSALIN PARTICULARES y NOBLEZA PICCARDO compartían anteriormente. Asimismo, el sistema de distribución exclusiva ha venido funcionando desde hace un tiempo considerable en todo el territorio nacional con excepción de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

53. Por lo tanto, desde el punto de vista del consumidor, se puede afirmar que la práctica denunciada no produjo ningún efecto, ni positivo ni negativo.

54. Con respecto al punto b), puede afirmarse que el sistema mejora la eficiencia de la distribución pues la empresa productora pasa a tener responsabilidad en la logística, y puede tomar medidas correctivas o preventivas en pos de un mejor servicio al comercio minorista. A su vez, el distribuidor exclusivo al contar con una relación estable con el punto de venta, puede organizar sus rutas de entrega con una frecuencia determinada de acuerdo al volumen de ventas de cada vendedor minorista. En el caso de MASSALIN, la empresa ha comenzado a invertir en los distribuidores por medio de: instalación de hardware, software, capacitación e instalación de un sistema de red de comunicación entre los distribuidores y la empresa por un monto de \$400.000; capacitó a los distribuidores y a sus vendedores en distintos seminarios sobre calidad de atención al punto de venta. Del mismo modo, asistió financieramente a los distribuidores para el desarrollo del negocio por un monto de \$5.000.000. (Fs. 693)

55. Lo mencionado anteriormente redundo en una disminución de los costos y en una mejora en la entrega de mercaderías. Esta interacción entre empresa y distribuidor es sólo posible bajo un sistema de exclusividad, pues para que la empresa productora acceda a efectuar ciertas inversiones en capacitación y equipamiento en la empresa distribuidora, debe cerciorarse que esta última no va a aprovechar esas inversiones para encarar la distribución de otros productos que compiten con los suyos y

M.E.  
 PROESCRALD N°  
 1371

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]



2814

ES COPIA ORIGINAL

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

OSCAR ENRIQUE CECILIA TINE  
DIRECCIÓN DE REPÚBLICA

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refolgado N° 100

protegerse de ciertos comportamientos oportunistas que pueden acaecer si las relaciones verticales se mantienen con una libertad de contratación total. De esta manera se da una respuesta al punto c) de por qué es necesaria la restricción para operar más eficientemente.

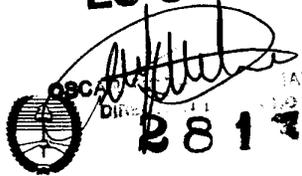
56. Con respecto al punto d), puede afirmarse que los acuerdos no fueron capaces de eliminar la competencia en el mercado de los productos en cuestión ya que la competencia que interesa analizar es la competencia entre las marcas de cigarrillos y no entre las empresas productoras de tales marcas. Lo observado en el período bajo análisis fue que los consumidores tuvieron acceso a todas las marcas en los comercios minoristas, y la evolución del mercado fue producto de sus decisiones de elección ya que los precios no variaron y la disponibilidad de los productos siempre existió. Esta última afirmación queda claramente probada al observarse la evolución de las cantidades vendidas para el período bajo análisis, que no muestra indicios de desabastecimiento. Por lo tanto, el crecimiento de MASSALIN se debió a la elección de los consumidores por sus marcas y no por una política de distribución que generó la falta de cigarrillos producidos por NOBLEZA.

57. Más aún, a mediados del año 1998, Nobleza decidió dejar de utilizar distribuidores independientes exclusivos para pasar a una integración vertical haciéndose cargo dicha empresa de la distribución. Con lo cual se observa que la segunda empresa en el mercado consideró que el sistema eficiente era la distribución propia, es decir, incorporar la cadena de distribución, y no uno que opere por medio de distribuidores exclusivos. Por lo tanto, el sistema que introdujo MASSALIN no solo fue imitado sino que ha sido intensificado por NOBLEZA al hacerse cargo de la distribución.

58. Otro posible efecto de las restricciones verticales ligado con el ejercicio del poder de mercado es el que se conoce como "incremento de costos de los rivales" que tiene lugar cuando, como consecuencia de la interacción entre un productor y ciertos mayoristas, el mercado de distribución "se achica". Este fenómeno se da cuando un

M.E.  
PROESGRALDIN  
1371

Handwritten signatures and initials: SME, w, and other marks.



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro  
Comisión Nacional de  
Refollado N°  
Secretario

productor que por alguna causa tiene una participación mayoritaria en las ventas de un determinado bien le impone exclusividad a los distribuidores con los que opera. Si dicha exclusividad se extiende a la generalidad de los distribuidores disponibles en ese mercado, entonces esa práctica puede tener como resultado obstaculizar el acceso de otras empresas, que no pueden utilizar la red de distribución existente y deben montar su propia red de distribuidores si quieren competir con el productor ya establecido. Tal situación no se verificó en el caso tratado en autos, pues MASSALIN firmó exclusividad con 29 de los más de 75 distribuidores independientes dejando un número importante de distribuidores en manos de Nobleza. A su vez, Nobleza luego decidió escoger sólo 13 distribuidores y posteriormente montar un sistema de distribución propio. Con lo cual la posibilidad de que la actitud de Massalin haya sido incrementar los costos de Nobleza queda también descartada, porque ésta siempre tuvo a su disposición una importante cantidad de distribuidores.

59. El incremento de costos de los rivales puede generar problemas al ingreso de nuevas empresas a los mercados, dado que la nueva empresa que desee ingresar al mercado deberá realizar no solo la producción sino también la distribución. En el caso del expediente no se observa tal restricción para un posible entrante, ya que por su sencillez, puede utilizar la red de distribución de golosinas y demás bienes que se distribuyen a los kioscos. Por lo tanto sólo deberá organizar su proceso productivo y deslindar la distribución en los distribuidores que ya operan en el mercado.

60. Con relación a los contratos firmados entre Massalin Particulares y los veintinueve distribuidores mayoristas de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, los mismos son virtualmente idénticos en la redacción de sus cláusulas, y otorgan exclusividad en la distribución de una serie de productos (que corresponden a distintas marcas y variedades de cigarrillos) en un determinado territorio, prohibiendo asimismo la venta de los productos fuera de la zona de exclusividad. Estos contratos a su vez, prohíben además la venta de cigarrillos a subdistribuidores y vendedores libres, y prevén un compromiso entre las partes de combatir la reventa de cigarrillos por fuera de la cadena de comercialización estipulada. Los contratos sí admiten el uso de "agentes

M.E.  
REGISTRO N°  
1371

SM E W

25

⓪

h

de ventas" de los distribuidores, siempre que los mismos actúen por cuenta del distribuidor exclusivo, dentro de su propia zona de exclusividad, y no revendan el producto sino que reciban una remuneración por el servicio de venta.

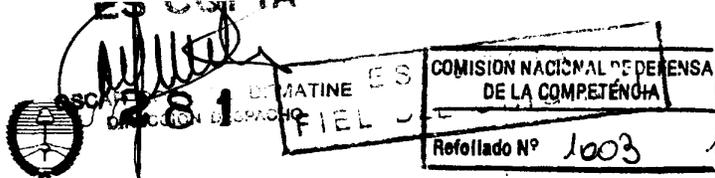
61. Con respecto a MASSALIN, si bien los contratos son idénticos en su cuerpo principal, los mismos incluyen anexos que difieren según el distribuidor. Uno de ellos (designado como "anexo 3") establece el margen de operación para los distribuidores fijado como un porcentaje sobre el precio de venta al minorista libre del IVA. Dicho margen varía entre el 3,8% y el 4,2% según las zonas, y aparentemente tiene una relación inversa con la densidad de la población del área asignada.

62. Los convenios entre Nobleza Piccardo y sus trece distribuidores mayoristas exclusivos del área metropolitana, por su parte, son también virtualmente idénticos entre sí y otorgan exclusividad a los distribuidores en determinados territorios. Los contratos fijan también los márgenes de operación de los distribuidores, aunque en este caso lo hacen de manera homogénea a través de un listado de precios (idéntico en todos los contratos) en el cual se establecen los precios al distribuidor, al minorista y al público, y del cual surge un margen constante para todos los productos del 4,03% sobre el precio de venta al comerciante minorista. No se prohíbe la utilización de subdistribuidores, pero se exige que su designación sea expresamente consentida por Nobleza Piccardo, que dichos subdistribuidores tengan también carácter exclusivo, y que sólo revendan los productos dentro del territorio asignado al distribuidor mayorista que los contrata.

63. Un tema que podría llamar la atención en el análisis de la relación vertical que se plantea entre las dos empresas productoras de cigarrillos y sus respectivos distribuidores exclusivos es la fijación de precios de reventa que se efectúa en los contratos, y que inclusive se extiende hasta el final de la cadena de comercialización (es decir, hasta el precio de venta al público). Esta práctica, que en otras circunstancias podría ser considerada anticompetitiva, tiene en este caso una

1371

3ME W  
D



*Ministerio de Economía*  
*Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor*  
*Comisión Nacional de Defensa de la Competencia*

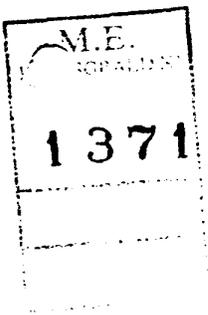
Dr. [Signature]  
Comisionado General  
Secretario

explicación originada en el particular tratamiento impositivo de los cigarrillos, los cuales se encuentran gravados desde el momento de su salida de fábrica mediante impuestos determinados en base a su precio de venta al público. Esta particular forma de definir el hecho imponible hace que las empresas productoras de cigarrillos sean las que deben fijar los precios de venta al consumidor final, debiendo además hacerlo de manera uniforme en todo el país.

64. Un cambio de importancia en el modo de acceso a los productos es el que tiene lugar desde el punto de vista del comerciante minorista. Con anterioridad a que Massalin Particulares y Nobleza Piccardo comenzaran a utilizar los sistemas zonificados de distribución exclusiva, cada minorista podía adquirir los cigarrillos a numerosos distribuidores y subdistribuidores, y podía además comprar las marcas de las dos empresas en el distribuidor o subdistribuidor que eligiera. Luego de implantado el nuevo sistema, cada minorista debe abastecerse de un único distribuidor mayorista de Massalin Particulares y de un único distribuidor mayorista de Nobleza Piccardo, y no puede tampoco comprar las marcas de las dos empresas al mismo distribuidor.

65. El análisis anterior conduce a considerar la posible existencia de una concertación entre Massalin Particulares y Nobleza Piccardo ya que el hecho de que hayan reformulado su sistema de distribución de manera casi simultánea podría hacerlo presumir. Sin embargo, y teniendo en cuenta que las participaciones de mercado de ambas empresas han variado considerablemente durante los últimos años, y que las dos compañías han adoptado prácticas comerciales agresivas entre ellas (publicidad, promociones, etc.), se puede descartar dicha hipótesis. Por lo tanto, la conducta analizada tampoco encuadraría dentro de la figura de abuso conjunto de posición dominante.

66. Adicionalmente, la denuncia de Nobleza Piccardo contra Massalin Particulares ataca los contratos de exclusividad de esta última empresa con sus veintinueve distribuidores mayoristas como una acción concertada constitutiva de los delitos



Handwritten initials 'SM E' and 'W'.

Handwritten initials 'H' and 'D'.

ES  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
281

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° PIA 1004  
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. Alejandro [Signature]  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Secretario

previstos en los incisos f), g) y h) del artículo 41 de la ley 22.262, por entender que tales empresas obstaculizan el acceso al mercado, se niegan a satisfacer pedidos e imponen condiciones discriminatorias de compra y venta. Dicho encuadramiento, sin embargo, sólo podría tener lugar en la hipótesis de que las prácticas atacadas cayeran también dentro de las conductas prohibidas por el artículo 1°.

67. Para que una conducta resulte punible bajo el artículo 1° de la ley 22.262 debe tener un potencial concreto para afectar el interés económico general, entonces resulta relevante considerar el impacto de la imposición de exclusividad sobre los distintos agentes económicos que actúan en el mercado. Por un lado, resulta evidente que las empresas productoras de cigarrillos han obtenido un beneficio de la conducta bajo análisis, ya que en el caso de Massalin Particulares se trató de una práctica en la cual efectuó una importante inversión en publicidad y capacitación de la fuerza de ventas, y en el de Nobleza Piccardo se manifestó como una respuesta poco menos que inmediata a la estrategia comercial desplegada por su competidor. Adicionalmente, estos beneficios se han logrado sin implicar perjuicio al consumidor, ya que los precios de venta de los cigarrillos al público no han variado y la disponibilidad de la oferta en las bocas de expendio se ha mantenido sin mayores inconvenientes.

68. En cuanto a los distribuidores mayoristas que dejaron de operar en el mercado y a los subdistribuidores, es evidente que los mismos han sufrido un perjuicio. El mismo, no obstante, parece hallarse en parte atenuado a través de la política de indemnizaciones que Massalin Particulares ha negociado con cierto número de distribuidores mayoristas que quedaron fuera del actual esquema de comercialización, por lo que abonó más de \$7 millones de pesos (Fs. 714), y con la incorporación de antiguos subdistribuidores a la fuerza de ventas de los nuevos distribuidores exclusivos. El perjuicio a los agentes económicos no compensado por estas prácticas, por lo tanto, puede ser considerado como una afectación de intereses económicos particulares, en el marco de una política que, por representar un ahorro de costos para los productores que libera recursos que pueden ser asignados más

M.E.  
PROESCRALIAN  
1371

[Signature]  
SME W

[Signature]  
[Signature]

Ministerio de Economía  
Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

eficientemente en otras actividades económicas, y no implicar un perjuicio para los consumidores, puede reputarse que no daña al interés económico general.

69. En este sentido se observa una serie de denuncias presentadas por distribuidores independientes excluidos del sistema de distribución, en fueros civiles. Este es precisamente el ámbito donde deben tratarse tales acciones, pues son problemas entre particulares. No obstante el principal motivo de la denuncia de Nobleza fue probar en el ámbito de la Ley N° 22.262, que la acción promovida por Massalín era un hecho que encuadraba en el art.1 de la misma, para luego iniciar las acciones legales ante la justicia con competencia en materia comercial por resarcimiento de daños y perjuicios, tal como lo indica el art. 4 de la ley 22.262. Por tal razón no se observa ningún tipo de indemnización otorgada por Nobleza a los distribuidores con los que dejó de operar, pues la idea subyacente de esta empresa productora de cigarrillos era probar que hubo un daño al interés económico general, para luego iniciar el resarcimiento económico en foros comerciales. Incluso ofrece sus servicios a los distribuidores exclusivos para que en forma conjunta inicien los procesos judiciales una vez expedida la resolución del Secretario de Comercio, Industria y Minería (Fs. 32, 740 y 741).

E.  
GENERAL N°  
1371

b) Doctrina sobre posición dominante y su abuso

70. La Comisión de la Comunidad Económica Europea definió el concepto de posición dominante en el caso "Continental Can" como sigue: las empresas están en una posición dominante cuando tienen el poder de comportarse en forma independiente, que las colocan en una posición de actuar sin tomar en cuenta a sus competidores, compradores o proveedores. Esa es la posición cuando, debido a su porción del mercado, o a su porción del mercado combinada con la disponibilidad de conocimientos técnicos, materias primas o capital, ellas tienen el poder de determinar los precios o de controlar la producción o la distribución en una parte significativa de

ME W  
H  
B F

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. [Signature]  
Comisión Ejecutiva de  
Secretario

[Signature]

los productos en cuestión. Este poder no debe necesariamente derivar de una dominación absoluta que permita a las empresas que la detentan eliminar toda voluntad de parte de sus socios económicos, pero basta que sea lo suficientemente fuerte para asegurarles a esas empresas una independencia de comportamiento, sobre todo cuando haya diferencia en la intensidad de su influencia en los mercados parciales.

71. Por su parte, Guillermo Cabanellas de las Cuevas en el libro "Derecho antimonopólico y de defensa de la competencia"<sup>5</sup> menciona con relación al esfuerzo de la doctrina por elaborar un concepto de abuso de posición dominante sobre la base del art.86 del Tratado de Roma y jurisprudencia de la Comisión y de la Corte Europea de Justicia, citando a Dubois<sup>6</sup> quien distingue entre: a) mercados en que no existe, debido a su estructura, competencia posible alguna, y b) aquellos mercados en que existe una posición dominante, en razón de la falta de competencia efectiva que pueden ofrecer las restantes empresas que operan en el mismo, o debido a la falta de competencia entre las firmas que configuran una estructura oligopolística. En el primer caso existiría abuso si una práctica perjudicial fuere llevada a cabo por la empresa que ocupa la posición dominante, práctica que no hubiera sido posible en caso de haber existido concurrencia en el correspondiente mercado En el segundo (b), el abuso puede consistir bien en el hecho de restringir la competencia que aun resta en el correspondiente mercado, bien en causar daño al limitar la libertad económica de terceros mediante una conducta que no hubiera tenido lugar si no hubiera una posición dominante, existiendo una relación de causalidad entre el daño causado y la posición dominante de la empresa a quien se atribuye una conducta abusiva.

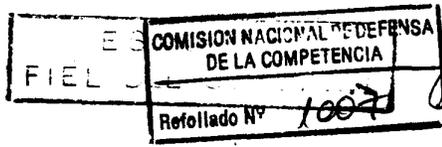
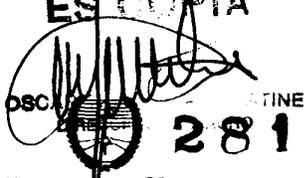
72. Braun, Gleiss y Hirsch<sup>7</sup> ponen énfasis en los beneficios y perjuicios derivados de las conductas abusivas, indicando que éstas existen cuando la empresa dominante, actuando sin la justificación de un interés objetivo, explota o perjudica gravemente a

<sup>5</sup> Editorial Heliasta, 1983: Capítulo V -El abuso de posición dominante (págs.662/9).

<sup>6</sup> Dubois, J.P.: La position dominante et son abus dans l'article 86 du Traité de la C.E.E. (Paris, 1968), pág.298

1371

[Handwritten notes and signatures]



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

las otras empresas que operan en el mismo mercado o a los consumidores, y que el hecho de que una o más personas se comporten en el mercado de forma de obtener ventajas anormales en relación a las que lograrían en caso de sufrir las presiones de fuerzas concurrentes es igualmente constitutivo del abuso aquí analizado.

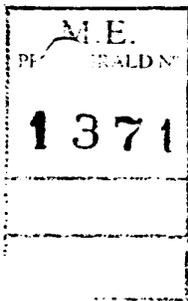
**c) Jurisprudencia Nacional sobre posición dominante y su abuso**

73. Los fallos de la Justicia han definido la posición dominante cuando: "en el mercado a los efectos de la ley 22.262 (ADLA, XL-C,2521), cuando concurre la situación que permite a una empresa, comportarse independientemente, actuar sin tener en cuenta a sus competidores, compradores o proveedores, y ello por la posición de mercado que controla, disponibilidad de conocimientos técnicos, materia prima o capital que le permite imponer precios o controlar la producción o distribución en una parte significativa de los productos en cuestión.

74. El poder de comportarse independientemente con relación a la ley 22.262 no tiene que derivar, necesariamente, de un dominio absoluto que permita a la empresa que lo mantenga el eliminar todo por parte de sus compañeras económicas. Es suficiente que sea necesariamente fuerte, como un todo, para asegurarse una completa independencia de conducta, aun si hay diferencia de intensidad en su influencia sobre los diferentes mercados parciales. ("S.A. Industrias Welbers" -CNPenal Económico, Sala II, julio 5-1983) El fallo expresa que: "Quien goza de una posición dominante puede abusar de ella. Ello no obstante, si la dominación proviene, exclusivamente, de una eficiencia superior, ello debiera, en todos los casos, ser tenido en cuenta.

75. En otro fallo ("Tejeduría del Chubut S.A."- La Ley, T. 1992-C, p.469), la C. N. Penal Económico, sostuvo que "El castigo del comportamiento consistente en la negativa a vender, que de por sí supone una excepción a la regla de libertad de contratación de

<sup>7</sup> Braun A., Gleiss A., y Hirsch M.: Droit des ententes de la C.E.E. (Bruselas, 1977). págs.330 y331



Handwritten initials and signature.

Handwritten initials and signature.

Handwritten mark.

Oscar R. Dematine  
DIRECCIÓN DESPACHO  
381

COMISION NACIONAL DE DEFENSA  
DE LA COMPETENCIA

Reletrado Nº 1008

FIEL DEL ORIGINAL

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro J. ...  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
Secretario

la compraventa (art.1324 C. Civil), fuera de las concertaciones constitutivas de delito (art.41 inc. g, ley 22.262), debe considerarse ceñido a aquellos casos de verdaderos abusos o imposiciones arbitrarias de parte de quienes gozan de una situación que les permite gobernar el mercado. Aun cuando se admita que dentro de la amplia noción que la ley establece acerca de lo que constituye una posición dominante (art.2, ley 22.262), se encuentra la empresa demandada en relación a determinados productos, deben desestimarse los cargos si no concurre un comportamiento que configure abuso de dicha posición, conforme lo establece el art.1 de la ley citada.

76. La Cámara en lo Penal Económico, Sala II, agosto 19-982 -"Cooperativa Popular de Electricidad Santa Rosa Ltda. s/Inf. Ley 22.262" -Expte.104.084/81 Sec. de Comercio-Causa 21.759 sostuvo que: "...La posición dominante en el mercado no tiene necesariamente que derivar de un dominio absoluto que permita a la empresa que la mantenga el eliminar todo por parte de sus compañeros económicos, pero es suficiente - como bien lo señala Otamendi en su obra Las relaciones comerciales y las restricciones a la competencia - que sean necesariamente fuerte, como un todo para asegurar a dichas empresas, es decir a la que domina el mercado, una completa independencia de conducta que es precisamente lo que ocurría en el caso de autos. Es decir, la posibilidad de actuar sin tener en cuenta la reacción de sus competidores".

77. La jurisprudencia relevante respecto del análisis de los acuerdos de distribución exclusiva bajo la óptica de la ley 22.262 tratados en esta Comisión Nacional se inicia con el caso "CNDC c/ Igarreta SA y Acfor SA", en el cual se denunció a dos empresas concesionarias de automotores de la marca Ford que tenían la exclusividad de las ventas a organismos estatales en todo el país, siguiendo un reparto de zonas establecido. El caso llegó a ser tratado por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico de la Capital Federal (sentencia del 27-12-1983), la cual consideró que la libertad de elección de cada demandante se ejercía fundamentalmente a través de su preferencia por una marca determinada y no fijando "los modos en que el fabricante del producto le va a vender éste". Así, en su sentencia revocatoria de la

M.E.  
1371

OME  
W  
R  
A

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Secretario

sanción que pesaba sobre los denunciados, dicha Cámara se expidió claramente en favor de preservar "el derecho del fabricante de elegir la vía de comercialización de sus productos".

78. Otro precedente de importancia a la luz de las presentes actuaciones es la decisión correspondiente al caso "Bober Hnos c/ Rigolleau SA" (19-1-1996), en el cual un distribuidor de ampollas de vidrio para usos medicinales denunció a la principal empresa manufacturera de dichos productos por negarse a vendérselos para que aquél luego los comercializara. En este caso, esta Comisión Nacional interpretó que, aunque Rigolleau SA ostentara una posición de dominio en el mercado relevante, el acto no configuraba una violación de la ley 22.262, en virtud de que los productos implicados podían ser adquiridos en el exterior a precios inferiores a los del mercado nacional, que no se había producido desabastecimiento de los productos, y que los usuarios del mercado interno no habían resultado perjudicados por la práctica en cuestión. Por ello, la resolución del Secretario de Comercio siguió la opinión de esta Comisión Nacional y aceptó las explicaciones brindadas por Rigolleau SA.

79. Esta Comisión Nacional ha tratado con anterioridad tres casos relacionados con la distribución de cigarrillos en el área de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires, todos ellos referidos a la época en la cual los distribuidores mayoristas no tenían contratos de exclusividad y comercializaban indistintamente cigarrillos producidos por Massalin Particulares y por Nobleza Piccardo. En "Casa Amado c/ Massalin Particulares y otros" (22-11-1985), un subdistribuidor denunció a tres distribuidores mayoristas y al principal productor de cigarrillos por negarse a venderle sus productos para que él a su vez los comercializara. En esa oportunidad, esta Comisión Nacional entendió que debían aceptarse las explicaciones de los denunciados, ya que el interés económico general no resultaba lesionado por las decisiones de estos últimos, las cuales no afectaban el abastecimiento ni las condiciones de venta de los cigarrillos a los usuarios finales.

M.E.  
SECRETARÍA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DEL CONSUMIDOR  
1371

870

Handwritten initials and marks.



COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 DSCA 28 DIRECCION DESPACHO  
 TINE Refollado N° 1010

SECRETARIA DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
 (Circular stamp with signature)

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro J. Amador  
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
 Secretario

80. Del mismo modo, en "Oscar Segal c/ Cámara de Distribuidores de Tabaco" (17-1-1996), esta Comisión Nacional aconsejó desestimar directamente una denuncia de un subdistribuidor por la negativa a vender de varios distribuidores mayoristas, entendiéndose que atento a las circunstancias no existía "una vulneración al interés económico general, ya que los consumidores no quedan desabastecidos, ni tampoco el precio varía por cambiar la cadena de distribución".

81. En "Albemar c/ Cámara del Tabaco y otros" (19-12-1995), por último, la negativa a vender a un subdistribuidor se planteó en términos de un supuesto acuerdo entre los distribuidores mayoristas y las dos empresas productoras de cigarrillos. Nuevamente el dictamen de esta Comisión Nacional aconsejó la desestimación de la denuncia, por concluirse que la conducta descrita no encuadraba "dentro de las sancionadas por la norma de aplicación, la cual tiende no a la protección particular de los intereses de quienes operan dentro del mercado sino a tutelar al mercado mismo de prácticas anticompetitivas que afecten al interés económico general".

VI. Resumen y Conclusiones

82. La conducta denunciada en este expediente es el establecimiento de un sistema de comercialización de cigarrillos a través de distribuidores exclusivos zonificados, dentro del área de Capital Federal y Gran Buenos, por parte de MASSALIN PARTICULARES. Dicha conducta, según la denuncia, habría sido posible por la posición dominante de la empresa, y el hecho de que varios distribuidores la eligieran no haría más que demostrar que la empresa abusa de tal posición de dominio. No obstante, y luego del estudio realizado en estas actuaciones, si bien se aprecia cierto poder de mercado en algunas marcas que la denunciada comercializa (principalmente Marlboro), no puede sostenerse que la conducta denunciada constituya un abuso de posición dominante ni una restricción o limitación de la competencia.

M.E.  
 P. GRALD N°  
 1371

Handwritten initials: SME CW

Handwritten initials: M, P



OSQ...  
281  
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA  
DIRECCIÓN DE DESPACHO

COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 1011

*[Handwritten signature]*  
Secretario

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dr. Alejandro  
Comis. Dir. Ejec. de la  
Secretario

83. Lo mencionado en el punto anterior se sustenta en el hecho de que, si bien Massalin cuenta con una participación levemente superior al 60% del mercado, la otra empresa competidora, Nobleza, cuenta con el 40% restante, lo cual limita ciertamente la libertad de comportamiento de la primera. Por su parte, el poder de mercado se ve favorecido por la poca predisposición al cambio de productos por los consumidores ya que existe cierto grado de lealtad de los mismos hacia las marcas de cigarrillos que consumen. Por otra parte, las restricciones legales a la importación generan mayores rigideces en el mercado interno, contribuyendo a incrementar el poder de mercado. No obstante, el poder de mercado mencionado no se refleja al nivel de empresas productoras, sino al nivel de marcas. Cabe destacar que si bien los consumidores no son propensos a cambiar de productos, se observa cierta sustitución, aunque leve, entre las marquillas de precios similares.

84. Luego, se analizó la posibilidad que Massalin Particulares y Nobleza Piccardo hayan impuesto la exclusividad como una estrategia conjunta. Esta práctica podría resultar anticompetitiva si la conducta sirviera para que las empresas productoras aumentaran su poder de mercado o pudieran ejercerlo de manera más efectiva, o si la misma dificultara el acceso de nuevos competidores al mercado o forzara la salida de competidores existentes. Contrariamente, la exclusividad resultaría beneficiosa para la competencia si las partes tuvieran *ex-ante* la opción de contratar con otras empresas competidoras de las contrapartes (es decir, los productores con otros distribuidores, y los distribuidores con otros productores), y si la exclusividad fuera parte de una estrategia competitiva de las empresas destinada a ahorrar costos o mejorar la calidad o confiabilidad de sus productos.

85. Respecto de los beneficios de la exclusividad se puede mencionar, por un lado, que la posibilidad de elección de los distribuidores por parte de los productores existió claramente; por otro lado, los argumentos que Massalin Particulares expone en términos de ahorro de costos y mejora del control de los canales de distribución son convincentes y podrían extenderse a Nobleza Piccardo, cuya respuesta competitiva inmediata fue la de adoptar el mismo sistema para poder competir mejor.

M.E.  
1371

*[Handwritten signature]*  
SME

*[Handwritten signature]*

OSC  
D.H.  
281

ES COPIA  
FIEL ORIGINAL  
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Refollado N° 1012

*[Handwritten signature]*

Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Secretario

86. Respecto de los posibles efectos anticompetitivos del establecimiento de exclusividad en la comercialización, podría argumentarse que esta práctica sí dificulta la entrada de nuevos competidores en el mercado de cigarrillos al impedir el acceso al "servicio de distribución mayorista" a otras empresas que no sean Massalin Particulares o Nobleza Piccardo. Una tercera empresa que hipotéticamente quisiera ingresar al mercado de cigarrillos, entonces, no tendría otra opción que montar su propia red de distribuidores, y esto representaría un costo de entrada mayor que el existente antes de la imposición de exclusividad. Este argumento, sin embargo, carece de sustento ya que, si bien existe una restricción para acceder a los "distribuidores de cigarrillos", sigue habiendo distribuidores de otros productos que se comercializan en las mismas bocas donde se venden cigarrillos (vgr, distribuidores de golosinas, juguetes, artículos de librería, etc), que podrían ser utilizados por la hipotética tercera empresa entrante sin demasiados costos adicionales.

87. Respecto a la posibilidad de que el establecimiento de exclusividad en la comercialización de cigarrillos sirva para aumentar el poder de mercado o ejercerlo de forma más efectiva, se podría pensar que tanto Massalin Particulares como Nobleza Piccardo, a través de la exclusividad, tendrían un control más estricto no sólo de la provisión de sus productos sino también de los precios a los que los mismos se venden en distintas áreas geográficas.

88. Sin embargo, tal como ya fue dicho con anterioridad, la posibilidad de discriminar precios entre las distintas áreas geográficas en que Massalin Particulares y Nobleza Piccardo han dividido el mercado como consecuencia de sus contratos de distribución exclusiva se ve totalmente limitada por el control que la autoridad impositiva ejerce sobre la fijación de precios de los cigarrillos. Dado que es la propia ley impositiva y el modo en el cual se controla su cumplimiento el que hace que sean los productores quienes fijan el valor de venta al público, tanto Massalin Particulares como Nobleza Piccardo no tienen otra alternativa que fijar precios uniformes en todo el país.

M.E.  
PROESGR. D.D. N°  
1371

*[Handwritten initials]*  
SME

*[Handwritten initials]*



Ministerio de Economía

Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ESCRIBIA  
OSC: 28

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA  
Expediente N° 1013  
FIEL DEL ORIGINAL

Dr. Alejandro...  
Comisión Nacional de...  
Secretario

89. La imposibilidad de discriminar precios y el hecho de que no se hayan registrado variaciones en los mismos ni en las condiciones en las cuales los cigarrillos llegan al público consumidor hacen que las prácticas comerciales bajo análisis tengan un impacto nulo sobre el bienestar de los consumidores. Por otro lado, los ahorros de costos invocados por Massalin Particulares, y sus argumentos respecto de que el nuevo sistema de distribución provee mejores incentivos para una comercialización eficiente, pueden reputarse como explicaciones razonables de la conducta bajo análisis. Todos estos elementos hacen presumir que en este caso el interés económico general se ha visto beneficiado en vez de perjudicado, y que las transferencias de rentas entre productores, distribuidores y subdistribuidores afectan intereses económicos particulares pero no el interés general.

88. Teniendo en cuenta lo expuesto, esta Comisión Nacional aconseja aceptar las explicaciones brindadas por las sociedades MASSALIN PARTICULARES S.A., NOBLEZA PICCARDO S.A., y por los distribuidores mayoristas de la primera cuya nómina obra en el párrafo 1.4 del presente dictamen, y disponer el archivo de las actuaciones con arreglo a lo previsto en los artículos 21 y 30 de la ley 22.262. Asimismo, por tratarse de presentaciones relativas a las mismas prácticas, esta Comisión Nacional aconseja también desestimar las denuncias formuladas por los señores Waldino Santos Ronchese y Miguel Ángel Navarro y por la empresa Néstor Pardo e Hijo S.A., de acuerdo con lo previsto en el artículo 19 de la ley 22.262.

M.E.  
PROFESORALD N°  
1371

ME

Dra. MARIA VIVIANA QUEVEDO  
VOCAL

Dr. DIEGO PETRECOLLÁ  
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia  
PRESIDENTE

Lic. MAURICIO EL...  
VOCAL