



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

25



BUENOS AIRES, 13 AGO 2003

VISTO el Expediente N° 064-005608/2001 del Registro del EX-MINISTERIO DE ECONOMÍA, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente del VISTO, se inició como consecuencia de la denuncia efectuada por diversos propietarios y operadores de estaciones de servicio de la Provincia de Santa Fe, efectuada ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado dependiente de la SECRETARÍA DE COORDINACION TÉCNICA del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y PRODUCCIÓN, a la empresa ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L., EX-ESSO S.A.P.A., por presunta violación a la Ley N° 25.156.

Que la denuncia fue ratificada el día 19 de abril de 2003, de conformidad con las disposiciones de los artículos 175 y 176 del Código Procesal Penal de la Nación, de aplicación supletoria de acuerdo a lo establecido en el artículo 56 de la Ley N° 25.156.

Que los denunciados son propietarios de estaciones de servicio situadas en las ciudades de Rosario y Santa Fe, Provincia de Santa Fe, a quienes se suma el Presidente de la FEDERACIÓN ARGENTINA DE EXPENDEDORES DE NAFTA DEL INTERIOR (FAENI), y describen los hechos por los cuales la empresa denunciada fomentaba la captación de clientes corporativos a través de diversas

4
S/E



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

. . 25



promociones dirigidas a las estaciones de servicio ESSO S.A.PA., incurriendo de esta forma en abuso de posición dominante y competencia desleal, en detrimento de otras estaciones de servicio que, teniendo bandera ESSO, no son propiedad de dicha empresa, como es el caso de los denunciantes.

Que la parte denunciante luego de incorporar en la denuncia una estación más a las propias de ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L., totalizando de tal forma SEIS (6), afirmó que es la propia compañía petrolera quien fija precios de venta de combustibles, que dichos precios no son iguales ni uniformes, que además de estar sometidos a contratos unilaterales y abusivos, no pueden competir contra las estaciones de servicio propiedad de la compañía petrolera, todo ello agravado por el hecho de que los estacioneros denunciantes señalan que se encuentran cautivos de contratos de consignación de combustibles con precios exigidos por la empresa petrolera.

Que se corrió traslado a la firma denunciada a fin de que brindara las explicaciones que estimara conducentes, según lo prescripto por el artículo 29 de la Ley N° 25.156.

Que en sus explicaciones, la firma comenzó negando tener posición dominante en el mercado de venta de combustibles, como así también respecto a todos los cargos formulados por la denunciante, afirmando que ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L. no fija precios, sino que son precios indicativos o "sugeridos".

Que, sigue la denunciada, no existió perjuicio económico para los propietarios de estaciones de servicio no adheridos a la promoción; que cualquier operador podría haber efectuado por su cuenta y orden los descuentos parecidos a



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica

la citada promoción; que la evolución de las ventas de gasoil para clientes testigos de las ciudades de Santa Fe y Rosario, entre los que se encuentran los denunciados, muestran que no existe una relación entre la evolución de los volúmenes de los negocios adheridos a la promoción y los no adheridos, demostrando que los no adheridos no han perdido volumen de venta; que los denunciados en la ratificación respondieron que los precios cobrados a sus clientes por la venta de combustibles no son mayores a los de las demás estaciones; y que no se procuró discriminar clientes sino que solo se trató de bonificar a aquellos con volúmenes de compra importantes, siendo esto una práctica normal de mercado.

Que para que una conducta pueda ser encuadrada en el marco de la Ley N° 25.156, debe tener por objeto o efecto una limitación, restricción, falseamiento o distorsión de la competencia o constituir un abuso de posición dominante en un mercado, y además debe tener potencialidad suficiente para afectar al interés económico general.

Que la COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA entiende que en este mercado la competencia se presenta tanto intermarca como intramarca, esto es, que las estaciones compiten tanto con estaciones de la misma bandera como con estaciones de otras banderas.

Que, junto con el hecho de que la elevada carga impositiva desalienta cualquier intento de baja de precio final al consumidor, las conductas denunciadas consistentes en aplicar promociones en precios y entregas de premios, lejos de ser un intento de excluir del mercado a las estaciones de la misma bandera, parecen reflejar una estrategia competitiva frente a su competencia en mercados locales.



Que, finalmente, la existencia de la promoción consistente en la reducción del precio a un determinado tipo de clientes, lejos de afectar el interés económico general, ha incrementado el excedente económico de los consumidores.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA concluye que ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L. no ha incurrido en prácticas anticompetitivas, y recomienda aceptar las explicaciones brindadas y ordenar el archivo de las actuaciones conforme lo previsto en el artículo 31 de la Ley N° 25.156.

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo I y es parte integrante de la presente.

Que el infrascripto es competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en el artículo 58 de la Ley N° 25.156 .

Por ello,

EL SECRETARIO DE COORDINACION TECNICA

RESUELVE:

ARTICULO 1°. – Aceptar las explicaciones brindadas por ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L. con arreglo a lo previsto por el artículo 31 de la Ley N° 25.156 y disponer el archivo de las actuaciones citadas en el visto.

ARTICULO 2°.- Considérese parte integrante de la presente, al dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con fecha 1 de



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica




julio de 2003, que en VEINTIDOS (22) fojas autenticadas se agrega como Anexo I.

ARTICULO 3°. - Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCION N°. 25

BE


Dr. LEONARDO MADCUR
SECRETARIO DE COORDINACION
TECNICA



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

Dra. **MARTA A. LOPEZ**
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ES COPIA FI
 DEL ORIGINAL

MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCION
 FOLIO
 372

COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA
 Refolado N° 342

340

25

Expte. 064-005608/2001(C. 647) MB

DICTAMEN N° 421 /2003

BUENOS AIRES,
 01 JULIO 2003

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo Expediente N° 064-005608/2001, del registro del Ex Ministerio de Economía, iniciadas como consecuencia de la denuncia formulada por diversos propietarios y operadores de estaciones servicio que, en la provincia de Santa Fé, mantenían al momento de la denuncia, a través de las red de "Servicentros Esso", vinculación comercial con la firma denunciada, esto es Esso Petrolera Argentina S.R.L. Posteriormente, los denunciantes unificaron personería en el abogado Alberto O. Pesson, siendo el objeto de la misma una presunta violación a la Ley 25.156 en las actuaciones caratuladas: "ESSO SAPA Y RED PROPIA DE SERVICENTROS ESSO (PROVINCIA DE SANTA FE) S/ INFRACCION A LA LEY 25.156".

I.- SUJETOS INTERVINIENTES:

1. Los denunciantes son propietarios de estaciones de servicio situadas en las ciudades de Rosario y Santa Fé, Provincia de Santa Fé, siendo los mismos, Vicente Manuel Pecoraro, Néstor José Bay, Arcángel Cándido Ortiz, José Alberto Luvera, Norberto Rubén Consiglio, Eduardo Raúl Longoni y Felipe Carlos Alberto Alegre. La excepción corresponde al Sr. Humberto Costa denunciante en carácter de Presidente de la entidad gremial y empresaria Federación Argentina de Expendedores de Nafta del Interior (FAENI).
2. La denunciada es la firma Esso Petrolera Argentina S.R.L., ex Esso S.A.P.A., sociedad regularmente constituida en el país.

[Handwritten signature and initials]

S/R "1 de julio de 2003" Vale. Conste



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

25



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
de Defensa de la Competencia

II.- LA DENUNCIA:

3. La denuncia comenzó describiendo los hechos por los cuales, a su entender, la empresa denunciada fomentaba y perseguía la captación de clientes corporativos a través de diversas promociones dirigidas a cinco (5) estaciones de servicio "ESSO SAPA", incurriendo de tal forma en abuso de posición dominante y competencia desleal, en detrimento de otras estaciones de servicio que teniendo bandera ESSO no son propiedad de dicha empresa, como es el caso de los denunciantes.
4. En tal sentido refiere la "Promoción Taxis 2000", que textualmente dice: "ESSO SERVICENTROS FISHERTON" Av. Córdoba 8889 ROSARIO Tel. 4510531-4517151 "PROMOCION TAXIS 2000". "Subite a esta promoción y APROVECHÁ EL MEJOR PRECIO EN EL MEJOR PRODUCTO". "ESSO MAXIDIESEL \$ 0,455 el LITRO". "Estaciones adheridas: BVD. AVELLANEDA Y AVD. PELLEGRINI, 9 FE JULIO Y BVD. OROÑO; OV. LAGOS Y CORDOBA Y CORRIENTES Y SAN LORENZO". Asimismo la denuncia agrega que la citada promoción "...no es para taxímetros individuales o personales afectados al servicio público", y si en cambio es corporativa, ya que "...en Rosario desde el Servicentro "FISHERTON" donde atiende el Representante de Ventas de la Zona; se organiza, promueve y comercializa" combustibles líquidos como el "MAXXIDIESEL" a compañías organizadas por radiollamada", SOLO PARA EMPRESAS DE TAXIS CON RADIOLLAMADAS" que agrupan en la ciudad de Rosario, entre cien y trescientos cada una, durante las veinticuatro (24) horas del día, en turnos diurnos y nocturnos".
5. Asimismo, la parte denunciante, luego de incorporar en la denuncia una estación más a las propias de Esso Petrolera Argentina S.R.L., ubicada en Av Circuncalación y Bvd. Oroño, ciudad de Rosario, totalizando de tal forma seis (6), afirmó que "...es la propia compañía petrolera quien FIJA PRECIOS DE VENTA AL PÚBLICO DE COMBUSTIBLES LÍQUIDOS considerablemente inferiores a los que impone y exige cumplimiento en los OPERADORES DE LA RED SERVICENTROS EN LA CIUDAD DE ROSARIO Y DE LA PROVINCIA DE SANTA FÉ. ESOS PRECIOS NO SON IGUALES NI UNIFORMES con los de la red de OPERADORES, que además de estar sometidos

M
te
fue



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

25

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



DR. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Nacional de Defensa de la Competencia

a contratos unilaterales, ABUSIVOS e ILEGALES; se ven continuamente perjudicados en su economía porque NO PUEDEN COMPETIR contra las estaciones de servicios PROPIEDAD DE LA COMPAÑÍA PETROLERA, que sobretexto de un INEXISTENTE AUTOSERVICIO DE COMBUSTIBLES mantiene una irritativa desigual y discriminatoria POLITICA DE PRECIOS; lisa y llanamente INCONSTITUCIONAL” y agrega “Las diferencias actuales son: MAXXIDIESEL \$0,509 en las Estaciones de AUTOSERVICIO propiedad de la petrolera y \$0,524 en las Estaciones de servicios de la Red “ESSO SAPA”.

6. A su vez, sostiene que el marco “abusivo e ilegal” se encuentra agravado en que los estacioneros denunciados se encuentran cautivos de contratos de consignación de combustibles con precios puestos y exigidos por la empresa petrolera, lo que agrava aún mas “LA COMPETENCIA DESLEAL DE ESSO S.A.P.A. AL IMPLEMENTAR, PROGRAMAR, PROMOVER Y EJECUTAR LA PROHIBIDA COMERCIALIZACIÓN AL MERCADO MINORISTA A TRAVÉS DE LAS TARJETAS LLAMADAS “ESSO CARD”

7. A fin de probar lo denunciado, la parte denunciante aportó como prueba instrumental, diversos tickets de promociones ESSO (fs. 27.).

III.- EL PROCEDIMIENTO:

8. Esta Comisión Nacional recibió con fecha 16 de abril de 2001 la denuncia que dio origen a estas actuaciones, ratificada en fecha 22 del siguiente mes, por Humberto Costa (fs. 24/6), Vicente Manuel Pecoraro (fs. 28/30), Néstor José Bay (fs. 37/9), Arcángel Cándido Ortiz (fs. 53/5), José Alberto Luvera (fs. 61/3), Norberto Rubén Consiglio (fs. 67/70), Eduardo Raúl Longoni (fs. 77/9), y en última instancia Felipe Carlos Alegre (fs. 86/8), el día 23 del mismo mes y año.

9. Posteriormente Esso Petrolera Argentina S.R.L. brinda las explicaciones del caso, de acuerdo a lo previsto en el art. 29 de la ley N° 25.156, obrando las mismas a fs. 103, subfs. 1/38 de autos.



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

. . 25

ANEXO 1

COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



DR. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

10. Finalmente, cabe agregar que la parte denunciante como la denunciada, realizaron presentaciones posteriores a las mencionadas, en cumplimiento a requerimientos de esta Comisión Nacional como ser los correspondientes a los denunciantes, obrantes a fs. 125/253 y 295/306, como, así también a la firma denunciada, obrantes a fs. 256/8, 263/8, 270277/288, 310/3, 318/326 y 332/335.

IV.- LAS EXPLICACIONES DE ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L.

11. La firma comenzó negando tener posición dominante en el mercado de venta de combustibles, como así también respecto a todos los cargos formulados por la parte denunciante, afirmando en tal sentido que Esso Petrolera Argentina S.R.L. no fija precios de venta de combustibles, que se expenden en las estaciones de servicio de la red Servicentros Esso, siendo solamente precios indicativos o "sugeridos". Así también afirma que "...no ha perjudicado los intereses económicos de los propietarios u operadores de Servicentros Esso; o fomentado la captación de clientes corporativos".

12. Asimismo, respecto a las promociones de venta, específicamente "Taxi 2000", advirtió que la libertad de comercio que impera en el país permite a cualquier comerciante realizar bonificaciones en la venta de sus productos a fin de motivar compras, promover nuevos productos o efectuar rebajas de precios por volumen, incluidos los propietarios de las estaciones de servicio denunciantes. Por otra parte menciona que lo afirmado en la denuncia es falso, toda vez que el precio de venta de gasoil y "maxxidiesel" para el propietario de un Servicentro Esso, no adherido a la promoción Taxi 2000, es menor al precio de venta de esos productos, con lo cual se demuestra, afirma la denunciada, que a) no existió perjuicio económico para los propietarios de estaciones de servicio no adheridos a la promoción; b) cualquier operador podría haber efectuado por su cuenta y orden descuentos parecidos a la citada promoción; c) la evolución de las ventas de gasoil para clientes testigos de las ciudades de Santa Fé y Rosario, entre los que se encuentran lo denunciantes, muestran que no existe relación entre la evolución de volúmenes de tales negocios (no adheridos a la promoción) y aquellos que si han participado, lo que indica que aquellos Servicentros no adheridos a la promoción, no

[Handwritten signature and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

han perdido, a valores relativos, volúmenes de venta con respecto a los productos promocionados; d) los denunciantes, en oportunidad de ratificar las denuncias, respondieron que los precios cobrados a sus clientes por la venta de combustibles, "NO SON MAYORES" que los cobrados en las estaciones de servicio Esso al público en general y f) no se procuró discriminar entre sus clientes, simplemente se realizó una bonificación en el precio del gasoil y maxxidiesel a consumidores con volúmenes importantes de compra, constituyendo una práctica normal de mercado.

13. Por último, ESSO PETROLERA ARGENTINA S.R.L. acompañó la prueba documental obrante a fs. 103, sufs. 17/38 que consta de diversos gráficos demostrativos

V.- DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

14. A fin de analizar los efectos de la conducta denunciada es necesario definir el mercado relevante en el que desarrollan sus actividades LOS DENUNCIANTES. El mercado relevante tiene dos dimensiones, el mercado del producto y el mercado geográfico.
15. Como se ha señalado, LOS DENUNCIANTES son propietarios de estaciones de servicio que se dedican a la venta minorista de combustibles para uso automotor, es decir, venta de naftas, gasoil y lubricantes bajo bandera ESSO en la provincia de Santa Fé.
16. El mercado relevante del producto comprende todos aquellos bienes y/o servicios que son considerados sustitutos por el consumidor dadas las características del producto, sus precios y el objeto de su consumo.
17. El mercado relevante del producto es la comercialización minorista de combustibles (naftas, gas oil y lubricantes) a través de estaciones de servicio. Definido así, y a los ojos del consumidor, el producto en cuestión no presenta sustitutos cercanos.
18. Definir el mercado geográfico también implica considerar las posibilidades de sustitución de los consumidores. Si los consumidores de los productos comercializados por una estación de servicio se trasladasen hacia otra estación de servicio ubicada en

[Handwritten signature and initials]

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

ANEXO I



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



zonas cercanas, en búsqueda de mejores precios, por ejemplo, entonces deberá considerarse a estas zonas como parte del mismo mercado geográfico.

19. La ubicación de la estación de servicio es una de las principales variables que tienen en cuenta los demandantes de naftas, gas oil y lubricantes en sus decisiones de consumo¹. Ellos no estarán dispuestos a trasladarse a una estación de servicio demasiado alejada en búsqueda de menores precios, puesto que ello implicaría un costo elevado en términos de tiempo y dinero (consumo de combustible).

20. Teniendo en cuenta lo señalado precedentemente la dimensión geográfica del mercado relevante del producto es local. Por ello, se considerará como mercado relevante al área de influencia de la estación de servicio en su respectiva localidad, toda vez que ése es el área que los consumidores estarían dispuestos a recorrer para adquirir los productos involucrados.

21. Las estaciones de servicio de LOS DENUNCIANTES son en total ocho y se encuentran ubicadas en la Provincia de Santa Fé: tres (3) en la Ciudad de Rosario, tres (3) en la Ciudad de Santa Fé (todas ellas en zonas urbanas); una (1) en la Ciudad de Santo Tomé y otra en la ciudad de Esperanza.

22. Esta Comisión Nacional en reiteradas oportunidades ha definido como mercado geográfico relevante en zonas urbanas a un área delimitada por un radio de 15 cuadras a la redonda de cada estación de servicio involucrada².

VI.- EFECTOS ECONÓMICOS DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

23. Existen diversas modalidades mediante las cuales se llevan a cabo las ventas minoristas de combustibles en base a una red de estaciones de servicio como las que operan con la bandera ESSO. La variante más difundida, que da cuenta del 90% de las bocas de expendio de dicha bandera, se conoce como DODO (dealer owned – dealer

[Handwritten signature and initials]

¹ Según un estudio de mercado realizado por la Consultora AC NIELSEN y presentado por ESSO S.A.P.A. en el marco de presente expediente, del total de encuestados el 40.1% mencionó como primera razón de elección de la estación de servicio la cercanía a su hogar.

² CNDC, Expedientes N° 064-017656/00, N° 064-015087/01, N° 0147160/2002, N°064-009518/01.



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO I

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



operated), en tanto que el otro formato de comercialización relevante a los efectos del presente análisis es el denominado COCO (company owned – company operated).

24. En el primer caso los expendedores independientes firman un contrato de suministro exclusivo de productos con la empresa petrolera, de forma tal que esta última sólo controla el precio del combustible que es vendido al operador minorista. Los derechos de fijación de precios al público y niveles de calidad son otorgados a la estación de servicio. La única restricción sustantiva que se le impone al operador se refiere al mantenimiento de la calidad del producto, el respeto de la exclusividad y la presentación de la marca.

25. Dentro de la modalidad DODO existen dos formatos distintos de contratos de suministro exclusivo de productos: los de consignación y los de reventa. En el primero de ellos, el combustible es entregado al estacionero y este es un "comisionista" que vende por cuenta y orden de la petrolera al precio que ésta le fije. En el segundo caso, el estacionero compra el combustible a su coste y la petrolera sólo le sugiere el precio de venta.

26. En las estaciones COCO la comercializadora es la titular del capital y quien emplea a todo el personal siendo, por lo tanto, una de las partes en la relación laboral típica empleador-empleado. Asimismo la comercializadora es dueña del combustible hasta el momento de su venta al público, por lo cual determina su precio.³

27. Según manifiestan los denunciantes (operadores DODO), las promociones que realiza ESSO a sus propias estaciones (de formato COCO), las favorecería ya que les permite vender al público a precios por debajo del costo al cual las estaciones DODO adquieren el combustible (en la variante de reventa) o lo reponen (en el caso de consignación) De esta forma ESSO estaría discriminando entre las estaciones de servicio que integran su

³ Existen otras dos modalidades de comercialización minorista que se presentan con escasa frecuencia, tal es el caso en que la petrolera es dueña de la estación de servicio pero se la alquila a un agente independiente (modalidad CODO), o bien cuando el agente es propietario de la estación y se la alquila a la empresa petrolera para que la opere (modalidad DOCO).



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25
ANEXO 1

**ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL**

Dra. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



propia red.

28. Para que tal conducta pueda ser encuadrada en los términos definidos por el Art.1º de la Ley 25156, el denunciado debe tener una posición de dominio -definido éste por el Art 4º de la misma norma- tal que le permita abusar de esa posición excluyendo del mercado a sus competidores, todo ello con perjuicio (o potencial perjuicio) al interés económico general.
29. En este sentido, las estaciones propiedad de ESSO –el denunciado- compiten no sólo con las estaciones de LOS DENUNCIANTES, sino que también lo hacen con otras estaciones de otras banderas. En el siguiente cuadro se presenta los distintos participantes en cada uno de los mercados locales de comercialización minorista definidos:

Cuadro N° 1: Mercados relevantes donde operan los denunciados y sus principales competidores

Mercado Geográfico Relevante	EESS c/bandera ESSO denunciados	EESS propiedad de ESSO (COCOs)	EESS de otras banderas	Ciudad
Rosario 1	Vicente Pecoraro	Uriburu ⁴ Rosario Sur (Libertad)	2 Esso, 3 Shell, 5 YPF y 2 EG3.	Rosario
Rosario 2	LU-RA S.H.	Boulevard	2 Esso, 3 Shell, 5 YPF, 1 Blanca, 2 EG3 y 1 Sol.	Rosario
Santa Fe 1	Punilla S.R.L.	Freyre	2 Esso, 1 Shell, 1 YPF, 1 Blanca y 1 G-Trep.	Santa Fe
Santo Tome 1	Revalidar S.R.L.	-	1 Shell, 2 Blancas y 1 YPF.	Santo Tome

⁴ Esta firma comenzó a operar en septiembre de 2001.

[Handwritten signature and scribbles]



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25
ANEXO 1

ES COPIA FIEL
 ORIGINAL



DR. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Santa Fe 2	Transtop S.R.L.	-	1 Shell y 1 Esso	Santa Fe
Santa Fe 3	Acceso Norte S.R.L.	-	1 Esso, 2 Shell, 1 EG3, 1 Blanca	Santa Fe
Rosario 3	Baigorria de Consiglio S.H.	-	No enfrenta competencia.	Rosario
Esperanza 1	Don Alberto S.H.	-	Sin dato.	Esperanza

30. Del cuadro se desprende que, en los mercados definidos, las estaciones propiedad de ESSO que se superponen con estaciones de LOS DENUNCIANTES están lejos de poder abusar de su posición de dominio, en la medida que tienen que interactuar en el mercado con al menos 7 estaciones de servicio. Ello las pone en una situación lejana a la de poder actuar unilateralmente sin tener en cuenta la respuesta del resto de las empresas participantes.

31. LOS DENUNCIANTES manifiestan que las estaciones propiedad de ESSO estarían incursionando en conductas contrarias a la Ley 25.156 capaces de afectar la viabilidad económica de ellos. Implícitamente, tal circunstancia es atendible si la competencia en este mercado fuera sólo intramarca, esto es entre estaciones de una misma bandera, cuestión que como ya se ha mencionado, no es correcta. En este mercado la competencia es tanto intra como intermarca.

32. Pese a ello en los siguientes párrafos se atenderá los términos estrictos de la denuncia, esto es, se analizará si las promociones llevadas a cabo por ESSO han determinado la viabilidad económica de las estaciones de LOS DENUNCIANTES.

33. Como punto de partida para tal fin corresponde analizar aquellos mercados locales donde existe superposición entre estaciones de LOS DENUNCIANTES y estaciones de la denunciada – propiedad ESSO.

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

- 34. Teniendo en cuenta los mercados geográficos relevantes previamente definidos, y de acuerdo a la información recabada por esta Comisión (fs. 277/78), sólo existen tres casos de superposición entre las estaciones de servicio operadas por LOS DENUNCIANTES y las estaciones de servicio propiedad de la petrolera ESSO.
- 35. Debido a ello, se pueden definir tres mercados relevantes que se encuentran circunscriptos a la zona delimitada por un radio de 15 cuadras de las siguientes estaciones de servicio operadas por LOS DENUNCIANTES: LURA SOCIEDAD DE HECHO y VICENTE PECORARO (ambas operan en la Ciudad de Rosario); y PUNILLA S.R.L. (opera en la Ciudad de Santa Fe).
- 36. En lo que concierne al resto de las estaciones de LOS DENUNCIANTES, esta Comisión comprobó que dentro de cada uno de los mercados donde ellos operan no se encuentran compitiendo con estaciones de servicio propiedad de ESSO, por lo que no pudieron ser afectados o alcanzados por las prácticas denunciadas.
- 37. Respecto de las estaciones de servicio operadas por LOS DENUNCIANTES, las tres operan bajo la modalidad DODO: LURA y VICENTE PECORARO tienen contratos de reventa de todos los productos, mientras que PUNILLA tiene un contrato de consignación en las naftas y de reventa en el gasoil.
- 38. El Cuadro N° 2 presenta las tres estaciones de servicio operadas por LOS DENUNCIANTES, y las estaciones de servicio de la red ESSO que se encuentran ubicadas en cada uno de los respectivos mercados relevantes.

Cuadro N° 2: Estaciones de servicio de ESSO por mercado geográfico

Mercado Relevante	EESS denunciante	Estaciones c/bandera ESSO	Modalidad
Rosario 1	Vicente Pecoraro	Uriburu ⁵	COCO
		Rosario Sur (Libertad)	COCO

⁵ Esta firma comenzó a operar en septiembre de 2001.

[Handwritten signature and scribbles]



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25

ANEXO I

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL



Dra. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Rosario 2	LU-RA S.H.	Boulevard	COCO
		Petroterminal	DODO (Consignado en naftas y reventa en gasoil)
Santa Fe 1	Punilla S.R.L.	Freyre	COCO
		Ricardo C. Bieler SACIF	DODO
		Miguel A. Berdat y Daniel T. Berdat	DODO

39. Como se mencionó anteriormente, la conducta denunciada consistió en la realización de varias promociones y entrega de premios en las estaciones de servicio que operan mediante la modalidad COCO en la red de ESSO. De acuerdo a la denuncia, estas promociones afectaron al resto de las estaciones de la red ESSO, con el riesgo de excluirlos del mercado.

40. De acuerdo a la información obrante a fs. 103, 194-98 y 312-13, a continuación se describirán las principales características de las principales promociones realizadas por ESSO:

- **Promoción Taxi 2000:** Consistió en la rebaja del precio del combustible "Maxxidiesel" que tuviere como destino el abastecimiento de automóviles de alquiler para transporte público de pasajeros ya sean taxis y/o remises. El precio de venta al público era levemente menor al sugerido por ESSO para su red de servicentros y el objetivo era promover las ventas en volúmenes de carga importantes. La promoción comenzó en abril del 2000 en las ciudades de Rosario y Santa Fé, y su duración varió en cada una de las estaciones alcanzadas por la misma. En el servicentro "Freyre" duró hasta el 31 de marzo de 2002 y en el servicentros "Rosario Sur" y "Boulevard" concluyó en mayo de 2001.

A requerimiento de esta Comisión Nacional, ESSO informó que las estaciones de servicio que formaban parte de esta promoción eran cinco en la Ciudad de Rosario (Boulevard, Ovidio Lagos, Rosario, Oroño y Fisherton) todas operando en la

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25

ANEXO 1

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



modalidad COCO, y dos en la Ciudad de Santa Fé (Freyre y Santa Fe) también operadas en la modalidad COCO.

- **Promoción La Buenos Aires Seguros:** La promoción consistió en descuentos en el precio de venta del combustible "maxxidiesel" y naftas a todas las personas que tuvieran contratos de seguro con dicha empresa. Se inició en diciembre del año 2000 y fue realizada sólo en la ciudad de Santa Fé, en dos estaciones propiedad de ESSO, entre las que se encuentra el servicentro "Freyre", donde estuvo vigente hasta el 31 de marzo de 2002. Según la empresa ESSO, esta promoción no alcanzó a los servicentros que funcionaran en la modalidad DODO y CODO.
- **Promoción Cablevisión:** La promoción consistió en presentar la última factura paga de servicio de cable en las estaciones de servicio y de esta manera obtener descuentos del orden del 5% en combustibles y del 10% en lubricantes. Asimismo, por cada carga superior a \$10 se participa de un sorteo por 2000 litros de combustibles gratis para consumir durante un año. El período de duración de la promoción fue desde el 1 de Junio de 2001 hasta 31 de Agosto de 2001. Las estaciones adheridas eran sólo estaciones de servicio de ESSO propiedad de las petroleras. Las ciudades donde se realizaron fueron Rosario, Santa Fé y Paraná. Entre las estaciones adheridas se encontraban: "Boulevard", "Rosario Sur" y "Freyre".

41. Asimismo, ESSO realizó otras promociones en estas ciudades consistentes en la entrega de premios, entre las que pueden mencionarse las siguiente: "Pooh", "Tigres Peluche", "Bolsos Benetton" y "Pelotas". Todas fueron realizadas durante un período de tiempo determinado y sólo la primera de ellas fue de carácter nacional. Asimismo, es dable destacar que todas ellas fueron ofrecidas a los servicentros ESSO que funcionan a través de la modalidad DODO/CODO por los representantes comerciales de ESSO asignados a cada zona y la mayoría de estos servicentros participaron de las promociones (fs. 281-85).

42. Con el objeto de determinar si la conducta imputada a ESSO infringe la Ley N° 25.156 debe analizarse si dicha empresa intentó excluir a las estaciones de su red que operan



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO

COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



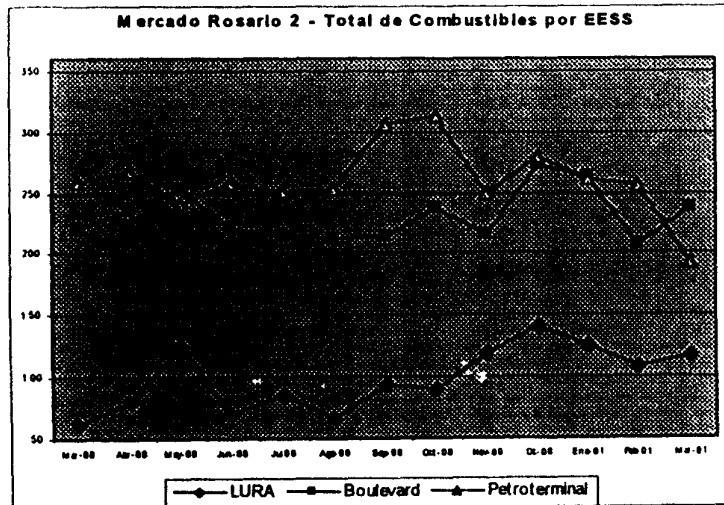
Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

en la modalidad DODO a fin de aumentar las ventas realizadas a través de las estaciones de su propiedad.

43. Para analizar los efectos de la conducta denunciada en los mercados relevantes previamente definidos, la principal variable a observar es la evolución del volumen de combustible comercializado por cada una de las estaciones de servicio operadas por LOS DENUNCIANTES.

44. En primer lugar se analizó el mercado relevante donde funcionan el servicentro ESSO "LURA Sociedad de Hecho", una estación de servicio operada por la compañía ESSO (Boulevard) y una estación independiente de la red de ESSO (Petroterminal). El período considerado en este caso abarca desde Marzo de 2000 a Marzo de 2001. Del Gráfico N° 1 surge que en este mercado no existió una afectación de los volúmenes de ventas de la estación de servicio denunciante. Durante todo el período las ventas totales de LURA tendieron a aumentar y presentaron las mismas oscilaciones que la estación de servicio "Boulevard", perteneciente a la compañía ESSO.

Gráfico N° 1 Evolución de las ventas mensuales en m3 de todos los combustibles por estación de servicio en el mercado "Rosario 2" (Marzo 2000 - Marzo de 2001).



Handwritten signatures and initials.



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO I

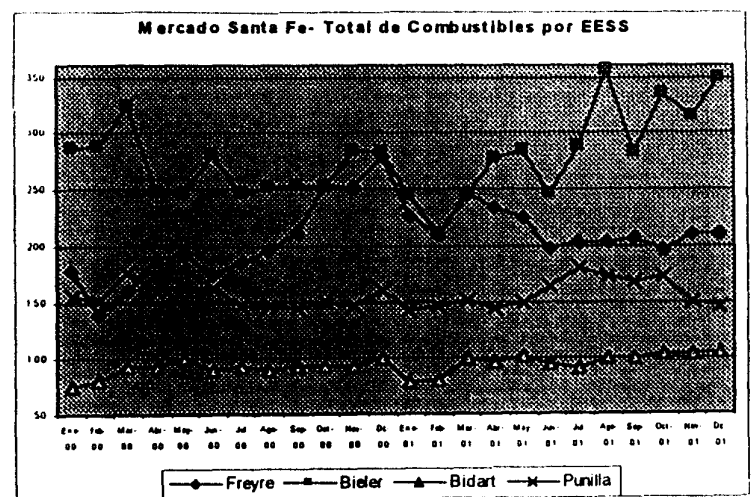
ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



DR. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

45. En segundo lugar, se analizó el mercado relevante donde funcionan la estación de servicio "PUNILLA S.R.L", una estación de servicio operada por la compañía ESSO (Freyre) y dos estaciones independientes de la red de ESSO (Bieler y Berdat). De forma similar al caso previo, del Gráfico N° 2 surge que los volúmenes totales vendidos por la estación de servicio del denunciante no se vieron afectados significativamente por la conducta aquí denunciada. Si bien la estación Freyre (COCO) aumentó sus ventas totales de combustibles durante el período considerado para luego volver a los niveles de principios de 2000 al final del mismo, durante todo este período Punilla no se vio afectada significativamente en ningún momento y más aún, aumentaron levemente sus ventas durante los dos años. Al considerar el análisis producto por producto, también obtenemos las mismas conclusiones. Cabe destacar que, al enfocarse la mayoría de las promociones denunciadas al producto gasoil y maxíidiesel, se observa que Punilla no disminuyó su promedio de comercialización de gasoil sino que lo aumentó levemente.

Gráfico N° 2 Evolución de las ventas mensuales en m3 de todos los combustibles por estación de servicio en el mercado "Santa Fe" (Enero 2000-Diciembre de 2001)



[Handwritten signature]

46. Por último, se analizó el mercado relevante donde funcionan el servicentro ESSO "VICENTE PECORARO" y dos estaciones de servicio operadas directamente por la



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25

ANEXO 1

COPIA FIEL ORIGINAL

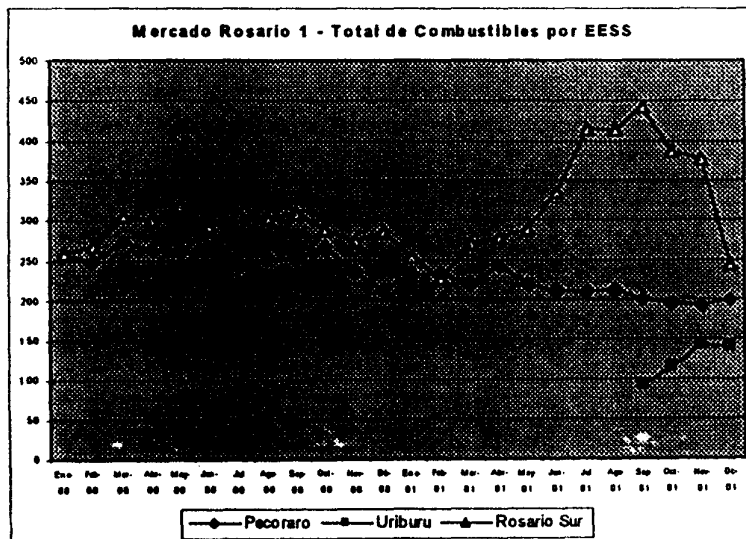
Dra. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



compañía ESSO (Uriburu y Rosario Sur). El periodo de la muestra abarca desde Enero de 2000 hasta Diciembre de 2001, lo cual permite visualizar los eventuales efectos de las conductas denunciadas que comenzaron a implementarse a partir de Abril del 2000.

47. En el Gráfico N° 3 se presenta la evolución mensual del total de las ventas de todos los combustibles para cada una de las estaciones en el mercado relevante "Rosario 1". Del análisis del mismo se observa que las ventas totales de la estación Rosario Sur (COCO) tuvieron un aumento significativo durante el año 2001 en comparación con los mismos meses del año anterior, aunque al final de ese mismo año los volúmenes vuelven a sus niveles históricos. Al observar el caso de Pecoraro, sus ventas mantuvieron un promedio mensual de 250.000 litros durante el primer año aunque no lo hizo durante el segundo, donde alcanzó un promedio 210.000 litros mensuales. Sin embargo, es dable destacar, que al analizar la evolución de los volúmenes para cada producto en particular en comparación con los volúmenes del resto, los resultados no son del todo concluyentes, como se verá a continuación.

Gráfico N° 3 Evolución de las ventas mensuales en m3 de todos los combustibles por estación de servicio en el mercado "Rosario 1" (Enero 2000-Diciembre de 2001).



[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FI
DEL ORIGINAL



Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

48. En base a la información presentada por ESSO y por LOS DENUNCIANTES obrante a fojas 288 y 302-306, respectivamente, se presenta en los Gráficos N° 4, N° 5, N° 6, N° 7 y N° 8 la evolución de las ventas de cada producto dentro del mercado relevante "Rosario 1". Del Gráfico N° 4 surge que las ventas de Pecoraro de la nafta E8000 se mantuvieron constantes a través de los dos años considerados, a pesar del aumento experimentado en las de Rosario Sur. Del Gráfico N° 5 surge que las ventas de nafta E5000 de Pecoraro fluctuaron significativamente a lo largo de todo el período mientras que la de Rosario Sur disminuyeron durante todo el año 2000 y se recuperaron durante todo el 2001, exceptuando los últimos meses que coinciden con la entrada de Uriburu al mercado y un aumento de las ventas de Pecoraro. Del Gráfico N° 6 surge que al igual que con el caso de la E5000, las ventas de E3000 de Pecoraro también fluctuaron significativamente durante todo el año 2000 y dejaron de hacerlo durante el 2001 permaneciendo en un nivel inferior al del año anterior. Las ventas de este producto de la estación Rosario Sur cayeron durante todo el 2000 y se recuperaron durante el 2001 para volver a caer durante el último mes del mismo. En el Gráfico N° 7 se observa la evolución del volumen de gasoil comercializado por Pecoraro, que fue el único oferente de este producto hasta la entrada de Uriburu a finales del año 2001. Las ventas de gasoil de Pecoraro comenzaron a disminuir a principios del año 2001. Finalmente, del Gráfico N°8 surge que las ventas de maxxidiesel de la estación Rosario Sur, único producto diesel que comercializa, se incrementaron durante el período analizado, mientras que las de Pecoraro se mantuvieron constantes. Es importante destacar que las ventas de este producto para Pecoraro son poco significativas (10.000 litros promedio mensual) frente a los 130.000 litros de gasoil, producto que respecto al maxxidiesel no contiene aditivos, aunque es más económico.

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL



Dr. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Gráfico N° 4 : Evolución de las ventas mensuales en m3 del combustible E8000 (Nafta Super 97 Octanos) por estación de servicio en "Rosario 1" (Enero 2000- Diciembre 2001).

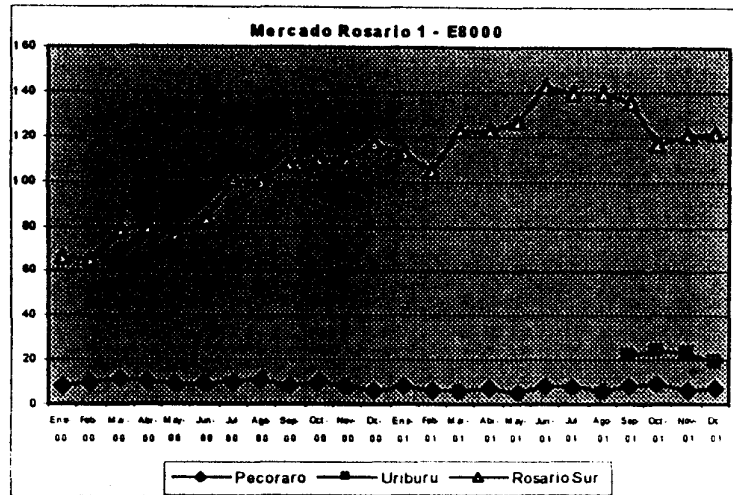
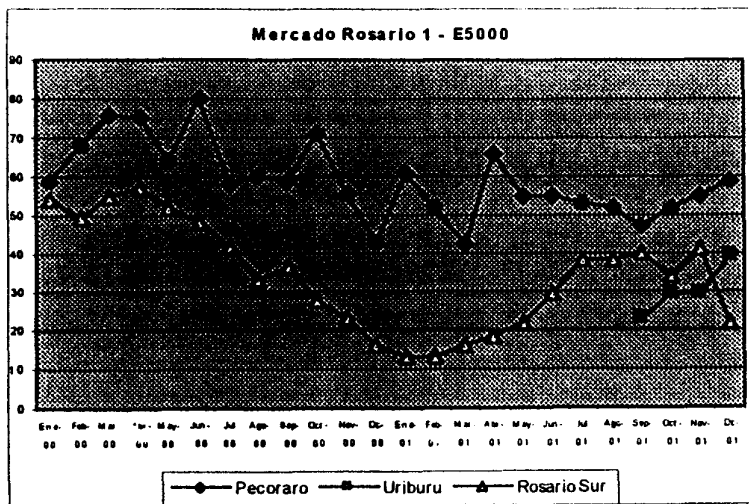


Gráfico N° 5 : Evolución de las ventas mensuales en m3 del combustible E5000 (Nafta Super 95 Octanos) por estación de servicio en "Rosario 1" (Enero 2000- Diciembre 2001).



Handwritten signatures and initials, including 'M', 'U', 'A', 'F', 'SUE', and 'TAV'.



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FIDEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Gráfico N° 6 : Evolución de las ventas mensuales en m3 del combustible E3000 (Nafta Normal o Comun) por estación de servicio en "Rosario 1" (Enero 2000- Diciembre 2001)

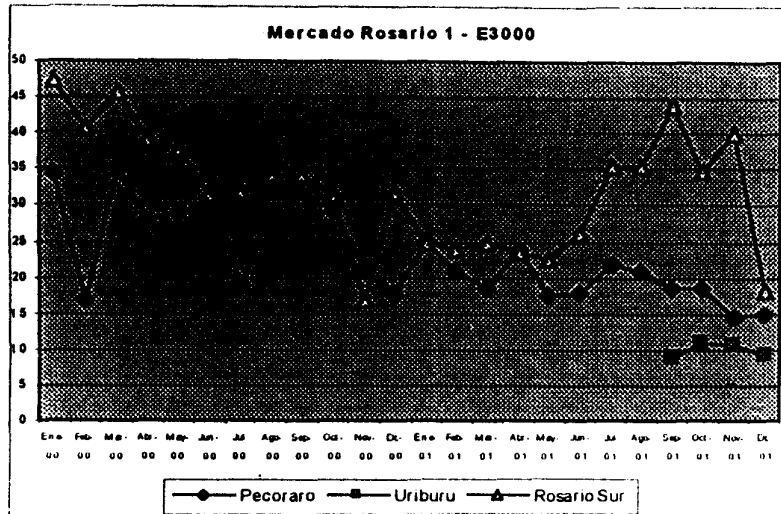
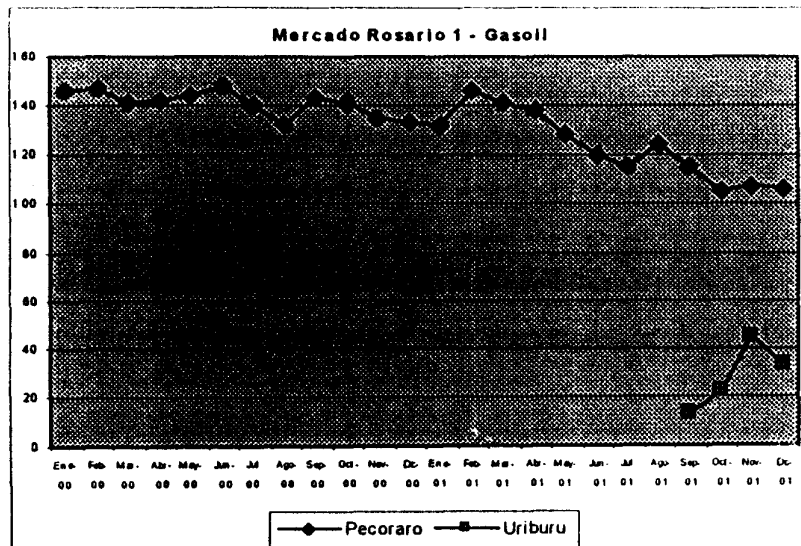


Gráfico N° 7 : Evolución de las ventas mensuales en m3 del combustible Gasoil (Gasoil comun) por estación de servicio en "Rosario 1" (Enero 2000- Diciembre 2001)



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



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

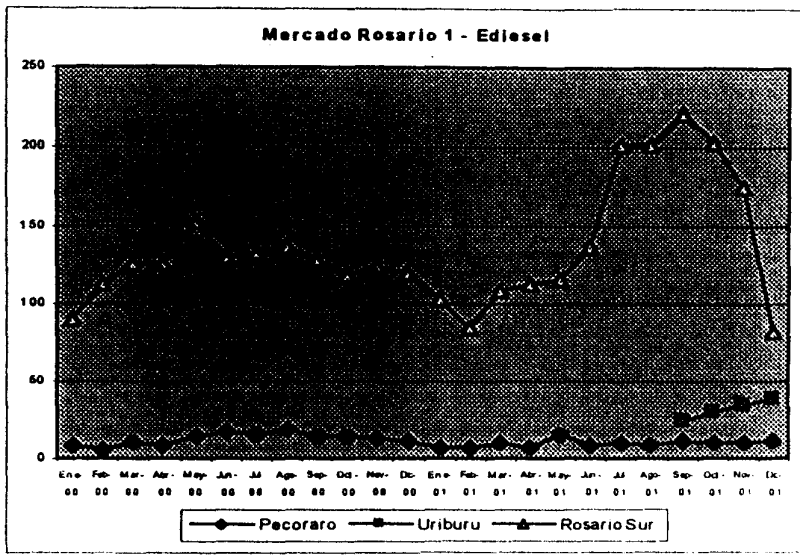
ANEXO 1

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Lra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



Gráfico N° 8 : Evolución de las ventas mensuales en m3 del combustible EDiesel (Maxxidiesel o gasoil "especial") por estación de servicio en "Rosario 1" (Enero 2000-Diciembre 2001).



49. En conclusión, en el mercado definido como Rosario 1 se han producido cambios en el desempeño de las estaciones, que resulta difícil atribuirlos sólo a las promociones realizadas por las estaciones ESSO adheridas a ellas. Analizados los volúmenes de venta de la estación PECORARO, se concluye que por un lado disminuyó las del producto gasoil y nafta común (E3000), por otro incrementó las de nafta super (E5000), y finalmente mantuvo casi constantes las de nafta super 97 octanos (E8000) y las de maxdiesel. Si las promociones, que se aplicaron a todos los tipos de combustibles, hubiesen sido el único factor que explicasen el desempeño de las ventas de PECORARO, debería haberse observado un comportamiento uniforme en la venta de todos ellos.

50. De la información presentada por las partes involucradas en el presente expediente, se concluye que no existió una afectación significativa de las ventas de las estaciones denunciadas, en los mercados definidos por esta Comisión, que despierte preocupación alguna desde el punto de vista de la defensa de la competencia.

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ANEXO 1

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



- 51. ESSO manifestó en sus explicaciones que no existió un perjuicio económico a los propietarios de las estaciones de servicio de su red que no integraron las respectivas promociones. En su entender, este hecho queda demostrado al observar la evolución de los volúmenes vendidos por las citadas estaciones, no adheridas a la promoción, respecto a aquellas que sí lo hicieron. Es decir, de las comparaciones surge que, los servicentros ESSO no adheridos a la promoción no han perdido, a valores relativos, volúmenes de venta respecto de los productos promocionados.

- 52. En conclusión, de la investigación realizada por esta CNDC no se avisaron elementos que permitieran presumir que tal comportamiento por parte de ESSO haya tenido por objeto la exclusión del mercado a los DENUNCIANTES. Las promociones no fueron de una magnitud tal como para excluir a las estaciones de reventa de ESSO.

- 53. Finalmente, es dable destacar la competencia que enfrentan las estaciones ESSO, en los respectivos mercados relevantes definidos, por parte de otras estaciones de servicio con distinta bandera. Según la información presentada por las partes en el marco del presente expediente, en el mercado relevante definido como "Santa Fe", donde se encuentra ubicada la estación de servicio PUNILLA., además de la estación de servicio propiedad de ESSO denunciada, existen ocho estaciones compitiendo con las mismas, 2 con bandera ESSO, 2 con bandera Shell, 1 con bandera YPF, una con bandera blanca y otra denominada G-Trep. En el mercado relevante definido como "Rosario 1" donde se encuentra ubicada la estación de servicio denunciante de Vicente Pecoraro, operan 5 estaciones con bandera YPF, 4 estaciones con bandera de ESSO (además de la estación propiedad de ESSO denunciada), 3 estaciones con bandera SHELL y 2 con bandera EG3. Por último, en el mercado definido como "Rosario 2" donde se encuentra ubicada la estación de servicio denunciante LU-RA S.H., funcionan 3 estaciones con bandera SHELL, 5 estaciones con bandera YPF, 2 estaciones con bandera EG3, una estación con bandera blanca y una Sol Petróleo y 2 estaciones con bandera ESSO además de la estación de servicio ESSO denunciada. De esta forma, esta Comisión entiende que el hecho de enfrentar en todos los mercados relevantes la competencia de diferentes firmas, permite comprender que la conducta llevada a cabo por ESSO S.R.L, más que estar orientadas a la exclusión de estaciones de servicio

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Coordinación Técnica
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

.. 25
ANEXO 1

ES COPIA F.
DEL ORIGI

Dra. MARTA A. LOPEZ
SECRETARIA
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



independientes de su propia bandera (las cuáles comercializan los combustibles producidos por la empresa) se trató de una conducta tendiente a competir frente a otras estaciones de servicio.

VII. CONSIDERACIONES FINALES

54. Como ya se ha mencionado, esta Comisión entiende que en este mercado la competencia se presenta tanto intermarca como intramarca, esto es que las estaciones compiten tanto con estaciones de la misma bandera como con estaciones de otras banderas. De este modo, de acuerdo al párrafo precedente, las estaciones ESSO que llevaron adelante las diferentes promociones debieron competir con al menos 8 estaciones de servicio en el mercado geográfico relevante definido, por lo que las estaciones de la petrolera lejos estuvieron de abusar de su posición de dominio.

55. Adicionalmente, esta Comisión ha detectado un problema estructural que dificulta la competencia "por precios" en el mercado minorista de combustibles: la significativa carga tributaria que se aplica sobre el precio final al consumidor. Así, la elevada carga impositiva desalienta cualquier intento de baja de precio por parte de los estacioneros⁶, dado que el esfuerzo por reducir sus márgenes de ganancia no tienen el mismo impacto en el precio final. De este modo, la competencia se traslada a otras dimensiones, tales como servicios, instalaciones, sorteos y premios.

56. En este sentido, las conductas imputadas a ESSO consistentes en aplicar promociones de precios y entregas de premios, lejos de ser un intento de excluir del mercado a las estaciones de la misma bandera (lo cual paradójicamente atentaría contra las ventas de la propia petrolera), parecen reflejar una estrategia competitiva frente a su competencia en mercados locales.

57. Finalmente, esta Comisión luego de haber realizado un análisis de los volúmenes vendidos por LOS DENUNCIANTES (utilizando los datos presentados por ellos mismos), comprobó que las conductas denunciadas no han afectado el desempeño de sus estaciones. Prueba de ello es que éstas no han sido excluidas del mercado, y en

⁶ Una pequeña rebaja en el precio final de producto (digamos un 5%) significa para el estacionero una rebaja



Ministerio de Economía y Producción
 Secretaría de Coordinación Técnica
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

25
 ANEXO 1

ES COPIA FIEL
 DEL ORIGINAL

Dr. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia



algunos casos sus volúmenes de ventas no han variado significativamente durante el período de duración de la promoción, de hecho en algunos casos se han incrementado.

58. Por último, la existencia de la promoción, consistente en la reducción del precio a un determinado tipo de clientes, lejos de afectar el interés económico general, ha incrementado el excedente económico de los consumidores.

VIII.-CONCLUSION

59. Por ello, esta Comisión concluye que ESSO S.R.L. no ha incurrido en prácticas anticompetitivas encuadradas en la Ley N° 25.156 de Defensa de la Competencia, por lo que se aconseja al SEÑOR SECRETARIO aceptar las explicaciones ofrecidas por la denunciada y ordenar el archivo de las actuaciones, de conformidad con lo previsto en el artículo 31 de la norma mencionada.

file

[Signature]
 LUCAS GROSMAN
 VOCAL

[Signature]
 Dr. MAURICIO BUTERA
 VOCAL

[Signature]
 ISMAEL FLORES MALIS
 PRESIDENTE
 COMISION NACIONAL DE DEFENSA
 DE LA COMPETENCIA

NOTA DE SECRETARIA: EL DR. EDUARDO MONTAMAT NO EMITE OPINION POR ENCONTRARSE EN MISION OFICIAL. CONSRE.

[Signature]
 Dra. MARTA A. LOPEZ
 SECRETARIA
 Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

más que significativa en su margen de ganancia (dependiendo del producto puede ser más de un 50%).