



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARÍA VICTORIA URZ VERA
SECRETARÍA DE ESTADO
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



Expte. S01:0050351/2014 (C.1496) RN-MAO-NF- GH
DICTAMEN N° 847
BUENOS AIRES,

123 OCT 2014

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo Expediente: S01:0050351/2014, del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS caratulado: "JUMBO RETAIL ARGENTINA S.A. S/ SOLICITUD DE INTERVENCIÓN DE LA CNDC (C. 1496) que tramita por ante esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA.

I. SUJETOS INTERVINIENTES.

1. El denunciante es JUMBO RETAIL ARGENTINA S.A. (en adelante el "JUMBO"), empresa que se dedica a la comercialización minorista de productos (supermercadismo).
2. La denunciada es JOSÉ GARCÍA GOGGI E HIJOS S.A., empresa que se dedica a la locación de inmuebles comercial de grandes superficies en la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires.

II. LA DENUNCIA

3. Con fecha 13 de marzo de 2014, JUMBO presentó una denuncia por abuso de posición dominante en el mercado de inmuebles comerciales de grandes superficies de la ciudad de Mar del Plata contra la denunciada por exigirle precios "exorbitantes" en concepto de canon locativo respecto a cuatro inmuebles allí ubicados.
4. El apoderado de JUMBO explicó que la conducta señalada podría estar incurso en el artículo 2 incisos f), l) y ll) de la Ley de Defensa de la Competencia al impedir la permanencia de JUMBO en el mercado relevante y, precisó, que se aplicaría al caso la teoría de las "Essential Facilities".



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dña. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



5. Señaló la importancia de JUMBO en cuanto a proveedor de trabajo a través de su red de sucursales a más de 18.000 personas a lo largo del territorio nacional, y especificó que en la ciudad de Mar del Plata posee ocho locales.
6. En relación a la denunciada, explicó que tiempo atrás se dedicó al negocio del supermercado, explotando la cadena "Elefante" en el municipio de General Pueyrredón, provincia de Buenos Aires, pero que a la fecha continuó la actividad comercial únicamente como locadora de los cuatro inmuebles que actualmente ocupa JUMBO.
7. Indicó que los inmuebles en cuestión están ubicados en: Juan B. Justo 2367, San Luis 2032, Avenida Constitución 6070/90/98 y en Avenida Luro 3901/17, todos en la ciudad de Mar del Plata.
8. Añadió que JUMBO, como continuadora legal (por una fusión con DISCO S.A., quien había celebrado contrato con SUPERMAR S.A.), continuó la locación que la denunciada mantenía con SUPERMAR S.A., cuyo vencimiento operó el 31 de agosto de 2013, pero que se suscribió una prórroga del contrato de alquiler con vencimiento el 31 de marzo de 2014.
9. Manifestó que invirtió ingentes sumas de dinero a los efectos de otorgar atractivo comercial a los cuatro inmuebles y que ellos son un recurso crítico "Essential Facility" y que la denunciada lo sorprendió con una elevada pretensión de alquiler mensual, además, de una astronómica suma en concepto de "valor llave" que usa como barrera exclusiva, y que de aceptarla la desplazaría del mercado.
10. Aclaró que también le exige un porcentaje de la facturación mensual con un mínimo garantizado y, especificó, que ello llevaría el precio a un porcentaje cercano al doble de los precios usuales de mercado y al doble de lo pactado en el contrato vigente a la fecha de la denuncia.
11. Señaló que la denunciada, debido a los efectos restrictivos de la Ordenanza 18.788 de la Municipalidad de General Pueyrredón y la Ley de la Provincia de Buenos Aires N° 12.573 puede obtener la única habilitación posible a su nombre y que ello la convierte en dueña de una prerrogativa única: aspirante a ser habilitada legalmente para actuar como supermercadista en el partido General Pueyrredón cuando otros no tienen ese



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

MARIA VICTORIA SUAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



derecho como consecuencia de la normativa vigente, posterior al primer contrato de locación.

12. Añadió que la Ordenanza mencionada, establece que las cadenas de Distribución, no pueden tener más de tres locales en todo el Municipio, sin importar sus dimensiones.
13. Asimismo, precisó que la denunciada ofreció la venta de sus inmuebles por una suma que es el doble de las cotizaciones de mercado con la clara intención de desplazarla del mercado relevante, ocasionado así un perjuicio al interés económico general.
14. Preciso que ella controla el 10% de un mercado de bienes sumamente escasos (inmuebles comerciales de grandes superficies habilitados) dentro de un ámbito territorial determinado (ciudad de Mar del Plata) y que la ordenanza y la ley provincial impiden la habilitación de nuevos locales aptos para la actividad de supermercadismo.
15. Solicitó el dictado de una medida cautelar de conformidad a lo dispuesto en el artículo 35 de la Ley citada a los fines de evitar pérdida de empleos, de recursos para el fisco nacional, provincial y municipal, el perjuicio a los consumidores que pierde cuatro (4) opciones donde comprar, máxime cuando el mercado de supermercadismo en Mar del Plata tiene tan sólo cuatro actores relevantes: Toledo el 43%; Carrefour el 16%, Cooperativa Obrera el 7% y Dia el 6% (cuadro de fs. 9).
16. JUMBO pidió que se ordene, en los términos del artículo 35 de la Ley N° 25.156, continuidad de la relación locativa en los inmuebles con la consecuente permanencia en condiciones de mercado y que se suspenda la cláusula penal que habilita la aplicación de U\$S1.000 diarios.
17. En cuanto a la verosimilitud del derecho y al peligro en la demora, argumentó que el abuso de posición dominante surge de la serie de mails que intercambié con la denunciada y que de concretarse la decisión de la denunciada dejaría a JUMBO sin más del 50% de sus bocas de expendio en la ciudad de Mar del Plata, afectando las condiciones de concurrencia en un mercado directamente vinculado al de las grandes superficies comerciales: el mercado de retail, además, dejaría a más de 600 personas sin sostén directo y provocaría una distorsión en el mercado.

IV. EL PROCEDIMIENTO



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



18. Con fecha 13 de marzo de 2014 se iniciaron las presentes actuaciones.
19. Con fecha 4 de abril de 2014 se llevó a cabo en la sede de esta Comisión Nacional la audiencia de ratificación. En dicha audiencia el apoderado de JUMBO se comprometió a aportar determinada información y ratificó espontáneamente una ampliación de denuncia que presentó en ese mismo acto.
20. En la ampliación de la denuncia formulada, el apoderado de JUMBO adjuntó notas periodísticas publicadas en el diario "La Capital", "Tres Líneas" y "Opinión" de las que surgen que la denunciada "tendría todo arreglado con Walmart para que dicha cadena pase a explotar sus comercios en los Inmuebles".¹ (sic)
21. Añadió que la denunciada busca excluirlo del mercado, en beneficio de otro competidor, por una práctica predatoria, entendiéndose por tal: el aumento artificial del precio del alquiler y que constituye una barrera de permanencia e ingreso al mercado.
22. Agregó nadie pagará a la denunciada los montos de alquiler que pide, si espera razonablemente recuperar su inversión en plazos lógicos y con la operatoria comercial normal.
23. Con fecha 23 de abril de 2014, la firma JUMBO adjuntó la información que se comprometió a acompañar en la audiencia de ratificación.
24. La información adjuntada versa sobre distintos cánones locativos que JUMBO abona por otros locales asimilables a los que la denunciada le otorga en locación, ubicados tanto en la "costa" (sic) como en la ciudad de La Plata.

VI. ENCUADRE JURÍDICO- ECONÓMICO DE LA CONDUCTA.

25. La conducta denunciada en este expediente consiste en exigir supuestamente un elevado canon locativo por el alquiler de cuatro locales comerciales (grandes superficies) en la ciudad de Mar del Plata, lo cual, en opinión de JUMBO estaría contemplado en el artículo 2 inc. f), l) y ll).
26. JUMBO argumenta que el aumento artificial del precio del alquiler sería una práctica predatoria, llevada a cabo con el objeto de excluirlo del mercado o crearle una barrera

¹ Los inmuebles referidos están ubicados en: Juan B. Justo 2367, San Luis 2032, Av. Constitución 6070/90/98, Luro 3901/17 de la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires.

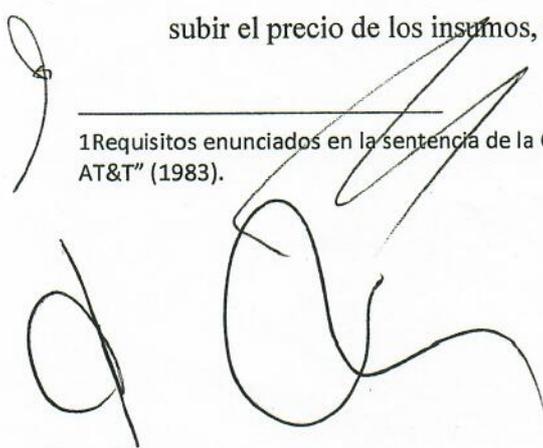
ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL


Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



de ingreso al mismo. También alega que la doctrina de las *Essential Facilities* sería aplicable al caso.

27. Para la doctrina mencionada, una facilidad esencial es un activo que, por su importancia o carácter esencial, otorga a quien lo controla, una ventaja económica significativa sobre sus competidores, y con ello una posición dominante en los mercados de los bienes o servicios para los que dicha facilidad se utiliza.
28. Esta doctrina se aplica a casos en los que un actor, que controla una facilidad declarada esencial, impide a otros competidores el uso de la misma, o les impone condiciones gravosas y/o discriminatorias para su utilización, sin que existan razones jurídicas, técnicas o comerciales.
29. De este modo, el actor aludido restringe la competencia, ya sea impidiendo el ingreso al mercado o dificultando la permanencia en el mismo.
30. La justicia estadounidense ha determinado el cumplimiento de cuatro requisitos para que resulte aplicable la doctrina de las facilidades esenciales en un análisis antitrust: 1) control de una instalación esencial por parte de un monopolista, 2) incapacidad del competidor de duplicar razonablemente la instalación esencial; 3) negativa de uso de la instalación al competidor por parte del monopolista; 4) factibilidad de que el monopolista pueda facilitarle la instalación al competidor².
31. Lo manifestado por JUMBO en cuanto a que "el aumento artificial del precio del alquiler sería una práctica predatoria", no obstante, la práctica típica que más se ajusta al caso aquí planteado sería lo que en la literatura antitrust se conoce como *Raising Rival Costs* o incremento del costo de los rivales (RRC).
32. La concepción teórica de esta práctica y su impacto sobre la competencia fue propuesta originalmente por *Salop y Scheffman (1983)*, quienes sostuvieron que la mayoría de las prácticas exclusorias podían interpretarse como un intento por parte de una empresa dominante de incrementar los costos de sus rivales.
33. Los casos renombrados en la literatura económica tienen que ver con maniobras para subir el precio de los insumos, como sería el caso de la negativas a posibilitar el uso de

¹Requisitos enunciados en la sentencia de la Cámara Federal de Apelaciones correspondiente al caso "MCI c/ AT&T" (1983).



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dra. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA EJECUTIVA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



instalaciones esenciales (o fijación de precios excesivos por dicho uso) para incrementar el costo de otras empresas que necesitan acceder a las mismas.

- 34. Obviamente, los argumentos basados en el concepto de incrementar de los costos de los rivales sirven para explicar principalmente prácticas exclusorias verticales³.
- 35. Desde esta perspectiva, si bien es poco frecuente que las restricciones verticales terminen siendo anticompetitivas, en ciertos casos podría ocasionarse daño a la competencia.
- 36. La integración vertical o las restricciones verticales pueden ser una estrategia para dificultar el acceso a insumos a competidores aguas abajo o podrían ocasionar un incremento de los costos del rival, y de este modo ampliar el poder de mercado del actor integrado verticalmente.
- 37. Los competidores no integrados tendrán dificultades para competir en el mercado aguas abajo, ya sea por sus costos que serán injustificadamente incrementados, como por la imposibilidad de trasladar esos mayores costos al producto final⁴.
- 38. Por las razones expuestas, vemos que la doctrina de las facilidades esenciales usualmente está vinculada a casos de "incremento de los costos de los rivales" (RRC), ambas definidas precedentemente.
- 39. Los requisitos principales para configurar esta práctica pueden sintetizarse en: 1) un actor económico con suficiente poder de mercado en un segmento de actividad productiva (por ejemplo, el productor o tenedor de un insumo), 2) capacidad de ese actor económico para incrementar dicho poder en otro segmento de la misma actividad (aguas abajo), ya sea por integración vertical o a través de contratos restrictivos con actores económicos que se encuentren en el siguiente mercado aguas abajo, 3) negativa del operador en satisfacer la demanda de sus competidores, en condiciones de mercado, respecto del insumo en posesión (aguas arriba) sin una justificación legítima y 4) que dicha maniobra ocasione una restricción o desplazamiento, aguas abajo, de los competidores no integrados.

40. Para analizar si se verifican los requisitos 1) y 2) planteados en el párrafo anterior es

3 Germán Coloma. Prácticas horizontales exclusorias y defensa de la competencia por (Universidad del CEMA)
4 Seminario Internacional y XI de Tecnología y Regulación. Cuenca, Enero 2014

Handwritten signatures and scribbles at the bottom of the page.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

[Handwritten signature]
Dra. MARIA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO
Nº 238

necesario identificar y definir los mercados afectados por la presunta conducta y la posición del denunciado en los mismos.

Mercados Relevantes

- 41. En el caso bajo estudio, la denuncia se refiere a una posible práctica anticompetitiva en relación a la locación de cuatro inmuebles comerciales ubicados en la ciudad de Mar del Plata.
- 42. Es preciso considerar, como primera medida, el grado de sustitución por el lado de la demanda existente entre los diferentes productos. El denunciante manifiesta que su actividad económica es la comercialización minorista de productos (supermercadismo) y que sólo puede llevarse a cabo en inmuebles con las características "grandes superficies comerciales"

Mercado Relevante Aguas Arriba

- 43. La Ley Provincial N°. 12.573 define como "Grandes Superficies Comerciales" a "todos los establecimientos de comercialización minorista o mayorista que realicen ventas minoristas, que ocupen una superficie de más de mil ochocientos (1800) metros cuadrados, en municipios de más de trescientos mil (300.000) habitantes."
- 44. De esta forma, es de suponer que ante un aumento significativo y no transitorio del canon locativo de los inmuebles citados, los supermercadistas se verán limitados en trasladar su demanda a otros tipos de inmueble con estructuras diferentes.
- 45. Por lo tanto, la existencia de una baja o nula sustituibilidad entre inmuebles caracterizado como "Grandes superficies Comerciales" y otros de superficies menores, determina que dichos inmuebles constituyan un mercado relevante en si mismo.
- 46. En cuanto a las delimitaciones geográficas se observa que, en general, para el caso de la demanda de inmuebles para la explotación de establecimientos comerciales minorista, el mercado relevante tiene carácter local y puede definirse como el área geográfica en donde se concentran los distintos inmuebles que estén en condiciones de

[Large handwritten signature]



ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dr. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



- satisfacer dicha finalidad y constituyan alternativas viables para consumidores finales ubicados en una misma área geográfica. El área de superposición determina las opciones potenciales disponibles en el corto plazo para cada supermercadista.
47. A fs 12, vta, obra un mapa de la ciudad de Mar del Plata con la ubicación de todos los centros comerciales y un cuadro ilustrativo de los distintos inmuebles de "Grandes Superficies Comerciales" localizados en dicho radio urbano.
 48. Por tal motivo, se considerará como mercado geográfico relevante a la zona comprendida por la Ciudad de Mar del Plata, donde se llevaron a cabo los hechos denunciados.
 49. No obstante, y para una mejor comprensión del caso, es conveniente distinguir los segmentos o mercados aquí relacionados que influyen en el comportamiento de los agentes económico involucrados. Por un lado tenemos el caracterizado como locación de inmuebles de "Grandes Superficies Comerciales" (aguas arriba). Establecimientos que, por su característica, están destinados a determinadas actividades comerciales, como la comercialización minorista o mayorista de diversos bienes. En este contexto, la actividad económica está limitada a la locación de dichos inmuebles, dado que, la explotación comercial mayorista o minorista constituye el segundo eslabón o segmento de la cadena (aguas abajo) que hace posible la distribución y venta del producto a quienes van a consumirlo, independientemente de que la propiedad de los inmuebles y la explotación comercial sean objetos económicos de una misma persona o entidad jurídico.

Posición de José García Goggi e hijos S.A. en el Mercado de Grandes Superficies

50. La posición en el mercado relevante descrito precedentemente depende y deriva de diversos factores relacionados con las características propias del mercado: la competencia real y potencial, la participación de los competidores de ese mercado, la capacidad económica de cada empresa, entre otros factores. Que en conjunto, le permitirán a la empresa dominante ejercer una influencia notable y predecible sobre el comportamiento normal de dicho mercado relevante.

[Handwritten signatures and scribbles]

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

DR. NARRA VICTORIA DIAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO
Nº 240

51. De las constancias obrantes en autos surge que la denunciada es propietaria de solo cuatro inmuebles (hasta entonces, dados en locación a JUMBO), que representan una participación del 10% del total de las superficies aptas y habilitadas para el supermercadismo en la ciudad de Mar del Plata. (fs. 21 y vta).
52. A su vez, destaca JUMBO que García Goggi “ (...) continuó la actividad comercial únicamente como locador de los cuatro inmuebles que actualmente ocupa JUMBO” (fs 3, vta), que “ (...) tiene como único objeto la explotación de los inmuebles para darlos en arrendamiento, no estando capacitado, en principio, para volver a la actividad del supercadismo” (fs. 13, vta).
53. En consecuencia, puede observarse que el nivel de presencia de la denunciada en el mercado relevante es poco significativo como para poder independizarse de las decisiones de sus competidores.
54. Cabe destacar que, de acuerdo a constancias obrantes en autos, García Goggi podría vender dichos inmuebles a la empresa WALMART⁵. En efecto, según se informa en una publicación periodística adjuntada (fs. 214), la firma WALMART “ (...) habría adquirido locales donde alguna vez funcionó la firma Elefante (...) apoderados de la firma propietaria de los cuatro locales del ex “Elefante”, José García Goggi e hijos- mantuvieron negociaciones durante los últimos años con representantes de “Walmart” que llegaron a buen término esta misma semana cuando se habría rubricado el acuerdo”.
55. En caso de concretarse la venta de las respectivas propiedades, la denunciada estaría abandonando por completo dicho mercado.
56. En este contexto, la denunciada no tendría suficiente participación, aún incluso antes de realizar la venta de sus inmuebles, como para posicionarse de manara monopólica en el mercado aguas arriba y restringir el uso de los mismos a sus competidores, ni para incrementar o trasladar dicho poder en el mercado aguas abajo, obstaculizando o limitando la capacidad de los agentes económicos dedicados a la actividad de “supermercadismo”.

5 A fs. 212, se adjunta nota en la cual se dice que “... concretamente los García Goggi vendieron las cuatro sedes a Walmart...”



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL



DR. M. VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Mercado aguas abajo

57. Para una mejor ilustración de este mercado, JUMBO acompaña un gráfico (a fs. 9) donde se aprecia la distribución de los jugadores en el rubro supermercadista en la ciudad de Mar del Plata. En dicho gráfico se observa que JUMBO cuenta con una presencia significativa, ocupando el segundo lugar después de Toledo (cadena local), quien cuenta con una participación del 43%, luego Carrefour 16%, Cooperativa Obrera 7% y por último supermercado Día con una participación del 6%.⁶
58. Por otra parte, a los efectos de esclarece ciertas implicancias vertidas en la denuncia, es menester destacar que dentro de la actividad explotada por JUMBO (comercialización minorista de productos) se presentan ciertos límites normativos que caracterizan este mercado.
59. La ley Provincial N° 12.573 junto con la Ordenanza Municipal de General Pueyrredón N° 18.788 establecen la regulación y habilitación de los establecimientos destinados a desarrollar la actividad de elaboración, comercialización y venta de bienes alimenticios bajo la forma de autoservicio. En este marco, la Ordenanza del Municipio de General Pueyrredón N° 18.878 en su artículo 3, limita la existencia a tres locales por cadena de distribución, incluso, de diferentes titulares cuando ellas constituyan o integren un mismo grupo económico en todo el municipio de Mar del Plata, y mientras que la Ley provincial N° 12.573, en su artículo 4, en sentido similar establece la misma restricción.
60. Es preciso subrayar aquí, que las medidas adoptadas por los legisladores de las dos jurisdicciones afectan por igual a todos los competidores de JUMBO que se encuentren o deseen establecerse en ése mismo mercado geográfico, siendo una limitación no sólo para éste, sino también para sus actuales y futuros competidores quienes no pueden aumentar la cantidad de bocas de expendio en la zona.

Posición de José García Goggi e hijos S.A. en el mercado de supermercados.

⁶ Datos elaborado por la Consultora Nielsen Argentina, con domicilio en la Calle Tucumán 348, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

DR. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA DE TRÁMITE
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



- 61. Como se ha indicado previamente, no tiene presencia directa en este mercado aguas abajo, ni contratos u otros arreglos verticales que induzcan a esta CNDC a considerar que la misma haya podido implementar esta conducta con el objeto de excluir a competidores en este mercado aguas abajo, o reducir la oferta de bocas de supermercados.
- 62. Así, se advierte que no se verifica el segundo requisito para la existencia de una conducta de esta naturaleza, referido a la capacidad de ese actor económico para incrementar dicho poder en otro segmento de la misma actividad (aguas abajo).
- 63. Por otra parte, se observa que la oferta, tanto de predios destinados a grandes superficies como de bocas de supermercados, está dada por un factor exógeno a la conducta de los actores de este mercado, que es la normativa vigente para la habilitación de los mismos, y que la conducta de la denunciada en ningún caso implicaría retirar oferta de predios del mercado, ya que de no cerrar un acuerdo con JUMBO, ésta lo haría presumiblemente con otro competidor sin presencia en Mar del Plata, con lo que la estructura del mercado relevante (aguas abajo) de supermercados, se volvería mas competitiva, con mayor número de actores, y menor participación relativa de cada uno de ellos.
- 64. En este sentido, de las pruebas analizadas se acredita que existe por lo menos un competidor de envergadura como Walmart que estaría dispuesto a pagar el precio pretendido por la denunciada, es decir que en este mercado siguen ingresando nuevos actores y que el recurso considerado esencial continua disponible para estos nuevos integrantes.
- 65. Asimismo, el denunciante acompaña una nota (fs. 209) donde se evidencia la posibilidad de que ingrese a la actividad de supermercadismo en la ciudad de Mar del Plata un jugador distinto a los existentes, "(...) tras varias idas y venidas, conversaciones y negociaciones durante los últimos años finalmente la cadena de supermercados Walmart podrá llegar a Mar del Plata (...)".
- 66. Por su parte, más allá de las limitaciones normativas con los alcances señalados por esta Comisión Nacional, nada impidió a JUMBO continuar en su negocio.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



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

ES COPIA FIEL
DEL ORIGINAL

Dña. MARÍA VICTORIA DÍAZ VERA
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DE LA COMPETENCIA



Concretamente, a pesar de las restricciones referidas y los desacuerdos en la negociación con la denunciada, JUMBO continuó su actividad en la Ciudad de Mar del Plata con el nombre comercial "JUMBO" y "VEA".

67. Por todo lo expuesto, este organismo entiende que la conducta denunciada no encuadraría como una infracción al artículo 1ro. de la Ley de Defensa de la Competencia, habida cuenta que no habría tenido por objeto o efecto restringir o distorsionar la competencia, ni perjudicar al interés económico general.
68. De acuerdo a los hechos relatados y al derecho analizado de conformidad a las previsiones dispuestas en la Ley N° 25.156, arribamos a la convicción de que en estas actuaciones no se llevó a cabo ninguna acción que afecte al interés económico general.
69. Por último, y en el marco de la pretensión formulada por JUMBO en cuanto al dictado de la medida en los términos del artículo 35 de la Ley N° 25.156, esta Comisión Nacional concluye en que dicha solicitud se ha tornado abstracta, de acuerdo a los términos expuestos en el presente dictamen

VII. CONCLUSIÓN

70. En virtud de todo lo expuesto precedentemente, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA recomienda al Sr. SECRETARIO DE COMERCIO DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS disponer el archivo de las presentes actuaciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 29 contrario sensu de la Ley N° 25.156.

HUMBERTO GUARDIA MENDONÇA
VICEPRESIDENTE 1º
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Cr. Santiago Fernández
Vocal
Comisión Nacional de Defensa
de la Competencia

Lic. FABIANA PÉTTIGREY
VOCAL
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

Dr. RICARDO NAPOLITANI
PRESIDENTE
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

ES COPIA FIEL

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO N° 246

COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
POLAD N° 5

VALERIA HERMOSO
COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

822

BUENOS AIRES, 19 NOV 2015

VISTO el Expediente N° S01:0307334/2015 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS y sus agregados sin acumular N° S01:0305634/2008 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCIÓN; N° S01:0035747/2011, N° S01:0064769/2011, N° S01:0461556/2011, N° S01:0266943/2012, N° S01:0339150/2012, N° S01:0047902/2014 y N° S01:0050351/2014 todos del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que en los expedientes citados en el Visto la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado actualmente en la órbita de la SUBSECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR de la SECRETARÍA DE COMERCIO del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, emitió los Dictámenes N° 808 de fecha 18 de julio de 2013, N° 755 de fecha 8 de agosto de 2012, N° 839 de fecha 8 de agosto de 2014, N° 843 de fecha 16 de septiembre de 2014, N° 787 de fecha 7 de marzo de 2013, N° 815 de fecha 12 de septiembre de 2013, N° 831 de fecha 14 de mayo de 2014 y N° 847 de fecha 23 de octubre de 2014 en virtud de lo establecido en los Artículos 18, 21, 29 y 58 de la Ley N° 25.156 y el Decreto N° 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones.

Que el suscripto comparte los términos de los citados dictámenes, a los cuales cabe remitirse en honor a la brevedad.

Handwritten signature

PROY-S01
437



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

ES COPIA FIEL
VALERIA HERMOSO
SECRETARÍA NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

FOLIO 247
SECRETARÍA NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
FOLIO 6

622

Que por razones de economía procesal y a fin de agilizar y optimizar los recursos del ESTADO NACIONAL y teniendo presente que el estado procedimental de los expedientes citados en el Visto comparten características similares, corresponde tratarlos de forma conjunta en la presente resolución.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, ha tomado la intervención que le compete.

Que el infrascripto resulta competente para el dictado del presente acto en virtud de lo establecido en los Artículos 18, 21, 29 y 58 de la Ley N° 25.156 y el Decreto N° 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones.

Por ello,

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Ordénase el archivo de los Expedientes N° S01:0305634/2008 del Registro del ex MINISTERIO DE ECONOMIA Y PRODUCCIÓN; N° S01:0035747/2011, N° S01:0064769/2011, N° S01:0461556/2011, N° S01:0266943/2012, N° S01:0339150/2012, N° S01:0047902/2014 y N° S01:0050351/2014 todos del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, conforme lo dispuesto en los Artículo 18, 21, 29 y 58 de la Ley N° 25.156 y el Decreto N° 357 de fecha 21 de febrero de 2002 y sus modificaciones.

PROY-S01
13437
x v

AC



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio

ES COPIA FIEL

ES COPIA FIEL

VALERIA HERMOSO



ARTÍCULO 2º.- Notifíquese a todas las partes interesadas.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

RESOLUCIÓN Nº 622

Lic. Augusto Costa
Secretario de Comercio
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

PROY-S01
13437