

15



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

Expediente N° 108.613/81

C.31



BUENOS AIRES, 11 MAR 1982

SEÑOR SECRETARIO:

I. El 18 de agosto de 1981 el apoderado de IFRISA S.R.L. formalizó denuncia contra YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado y contra ECSAL Sociedad Anónima por su conducta en la comercialización de hielo fraccionado en la ciudad de San Juan, que dice contraría el régimen de la Ley 22.262 (ver fs. 1/5). Dicha presentación, que es acompañada de los instrumentos agregados entre fs. 6 y fs. 35 y que se ratificó bajo juramento en la declaración de fs. 37/38, expone los hechos suscitados en ese mercado en el que compiten la empresa local de la denunciante y la firma ECSAL, que tiene su domicilio legal en la Capital Federal y fábrica de hielo en la localidad de Godoy Cruz, provincia de Mendoza.

En la denuncia se señala que IFRISA estructuró su sistema de ventas mediante la instalación de bocas de expendio en las estaciones de servicio, a través de contratos por los cuales sus propietarios recibían en préstamo las heladeras de almacenaje y se comprometían a atender los clientes a cambio de un porcentaje sobre el precio minorista de la bolsa de hielo. Destaca como óptima esta modalidad que coloca el producto al cómodo alcance del usuario, ya que con mínimo costo se logran estratégicos puestos de venta atendidos todos los días durante las veinticuatro horas, con suficientes condiciones de seguridad y garantías en el suministro de energía.

Puntualiza que la gestión empresaria fue despertando el interés de los dueños de las estaciones de servicio, con la consiguiente expansión resultante del aumento de las heladeras entregadas en comodato. Pero agrega que sorpresivamente surgieron inconvenientes provocados por la empresa competidora, que habría logrado autorización exclusiva de la empresa estatal de hidrocarburos para instalar sus heladeras en las estaciones de servicio de la marca. Esto es lo que supo por varios de sus propietarios, que requirieron el retiro de las heladeras de IFRISA invocando instrucciones expresas de los inspectores de Y.P.F.

De la actitud de ambas empresas extrae la infracción que denuncia pues por la superioridad de Y.P.F. en el ramo de los combustibles, que se manifiesta en el número de estaciones de servicio con su colores, la exclusividad obtenida por ECSAL obliga a los competidores a retirarse del mercado o a idear nuevas formas de comercialización que sean capaces de sustituir con

lig es
A



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

éxito la modalidad empleada en la actualidad que aprovecha la estructura existente para la venta de combustibles y accesorios.

La situación así reseñada encuentra respaldo en las notas agregadas a fs. 15/18 y en las actas fotocopiadas a fs. 22/28. Y en la ratificación de fs. 37 se aclara que en el momento en que IFRISA logró mayor presencia en el mercado tenía quince heladeras funcionando en otras tantas estaciones de servicio, de la cuales trece representaban a YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES; en el mismo acto se pone de relieve que los precios de ECSAL en San Juan son inferiores que los que rigen en Mendoza pese a la incidencia del flete.

II. Tanto ECSAL como YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES presentaron sus explicaciones en la oportunidad que otorga el artículo 20 de la Ley 22.262. Por sus respectivas razones sostienen distinto enfoque y niegan la infracción endilgada en el escrito de denuncia.

ECSAL Sociedad Anónima fijó su posición con el escrito agregado a fs. 52/53, que acompañara con los antecedentes que obran entre fs. 43 y fs. 51. Después de destacar que hace cuarenta años que posee fábrica de hielo en Mendoza, puntualiza que desde 1977 está en el comercio vendiendo hielo embolsado en fragmentos con la marca "frescal"; y que tienen autorización de Y.P.F. para instalar sus heladeras desde antes de que apareciera en la plaza el hielo "tankito" de IFRISA. En definitiva afirma que no está afectada la competencia, ya que operan varias fábricas de hielo distintas y ella sólo ocupa aproximadamente la mitad de las estaciones de servicio que giran en San Juan con los colores de Y.P.F., fuera de que están todavía las demás estaciones de otras marcas y la posibilidad adicional de instalar las heladeras en otros sitios distintos.

Por su parte la empresa estatal codenunciada se expide por el escrito de fs. 58/60. Admite que ha autorizado a ECSAL a instalar puestos de venta de hielo en las bocas de expendio de combustible de su marca en San Juan, por lo cual obtiene como compensación el siete por ciento de las ventas. Conceptúa que el auspicio a otros productos puede mejorar la atención brindada al usuario en los puestos de venta; y destaca que ECSAL sólo ha instalado dieciseis equipos sobre los cuarenta y seis expendedores de nafta existentes en la provincia.

III. La providencia de fs. 62 dispuso iniciar la instrucción del su mario, que se dió por finalizado a fs. 119. A fs. 83/90 y 110/111 se agregó la información sobre precios y volúmenes de venta solicitada a las sociedades



143

Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ECSAL e IFRISA; a fs. 92/109 se hizo lo mismo con los antecedentes proporcionados por Y.P.F., y a fs. 115/117 se incorporó el informe elaborado por la Municipalidad de San Juan acerca de las estaciones de servicio habilitadas para funcionar como tales. De entre los elementos traídos por la empresa estatal denunciada se destacan los que documentan su relación con ECSAL desde la carta original del 27 de noviembre de 1979 (fs. 92, 95/99 y 100/103), el modelo de contrato de comodato (fs. 93/94) y el de contrato con las estaciones de servicio autorizadas (fs. 104/107).

Concluida la investigación se corrió el traslado que manda el artículo 23 de la Ley 22.262. YACIMIENTOS PÉTROLIFEROS FISCALES concretó la presentación de fs. 123/125, donde vuelve a negar la infracción afirmando que no tiene posición de dominio en el mercado implicado en autos, que ECSAL no opera más que en el treinta y cinco por ciento de las estaciones de servicio de la marca y que las empresas de la competencia pueden instalarse en los surtidores de las otras marcas y en otros comercios distintos. ECSAL se limitó a solicitar la producción de la prueba que explicita el escrito de fs. 130/131, entre la que se cuenta la incorporación de las fotografías obrantes a fs. 127/129.

IV. Es tiempo de dictaminar sobre la cuestión propuesta al inicio a fin de establecer si los hechos acreditados en el legajo constituyen o no infracción a la Ley 22.262.

En el mercado sanjuanino de venta de hielo fraccionado en bolsas operan las dos empresas que han comparecido en autos, y las dos lo hacen a través de un mecanismo de ventas que es común a ambas. Para montar su estructura comercial el fabricante ha de lograr que el hielo llegue de la fábrica al consumidor sin exponerse a la temperatura ambiente; y parece posible alcanzar el objetivo con economía y sencillez a través del mecanismo descrito. Por él la estructura comercial del fabricante se agota en la inversión en heladeras para almacenar el producto y en la formación de alguna línea de abastecimiento; lo demás que hace falta para llegar al cliente lo pone el comerciante que acepte sumarse al negocio instalando la heladera en su propio local, y percibiendo el precio de manos del cliente que ni siquiera precisa de atención especial.

Y la forma comercial que se ha revelado como la más apta en la zona óptima para esta tarea es la que tienen las estaciones de servicio expendedoras de combustible para automovilistas. Por causas que tienen que ver con este ramo sus negocios cuentan con atención permanente, de manera que con su ayuda es posible poner el hielo cerca del cliente para cuando él

ley
1



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

lo necesite. Esto de la modalidad comercial que rige en el ramo invalida el argumento de réplica que sostiene que el mercado no se resiente porque los competidores pueden instalar sus heladeras en otros sitios, ya que en tal caso es visible la ventaja en que quedaría quien cuente para sí con los centros de venta de combustible. Con la actual estructura de comercialización el éxito del negocio está ligado a la eficiencia con que se llegue al público consumidor, lo que explica que la puja propia de la competencia aparezca en el esfuerzo del fabricante por conquistar más y mejores estaciones de servicio que sus competidores.

V. Está debidamente admitido en autos que ECSAL estructuró su sistema de ventas sin buscar puntos comunes de interés con las estaciones de servicio, como parece haber hecho el denunciante. Prefirió en cambio dirigirse directamente a la empresa estatal que es mayoritaria en la elaboración de hidrocarburos y tentar su conformidad, con lo que vino a lograr mucho más al sacar provecho de esa posición mayoritaria y de la vinculación contractual que Y.P.F. tiene con las estaciones encargadas de distribuir al público minorista

Es lo que surge de la carta de fs. 92, que propone el negocio sin ocultar la ambición última de instalar su hielo en todas las estaciones de la marca de la zona de Cuyo; y ofrece reconocer el siete por ciento del valor de las ventas a Y.P.F. y el veintiocho por ciento para el propietario de la estación de servicio donde se coloque la heladera.

Después de los trámites que se leen a fs. 95 y siguientes, YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES concedió la autorización que se pidiera y que al fin se instrumentó sin demasiado formalismo por el mero intercambio de notas. Como se desprende de las constancias de fs. 101 y 102 la autorización no concluirá hasta el 25 de febrero de 1983; y como se desprende de las notas de fs. 99 y 103 de propósito quedó impreciso el alcance de la autorización, pues la instalación de equipos de frío se subordinó a la facultad de Y.P.F. de indicar por separado aquellas estaciones de servicio concretamente alcanzadas por el pacto.

La forma como la empresa estatal podía garantizar la aceptación de las condiciones pactadas por parte de los distribuidores minoristas que en definitiva se eligieran puede colegirse por la lectura del modelo de contrato firmado por la empresa con sus estaciones expendedoras (fs. 104/107). Esa seguridad pudo tenerse merced a lo dispuesto por la cláusula quinta del contrato, que textualmente estipula: "'LA FIRMA' se compromete a vender cualquier otro producto que 'Y.P.F.' patrocine, de cualquier marca, rama o renglón comercial". La singular latitud del compromiso contraído por



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

lo necesite. Esto de la modalidad comercial que rige en el ramo invalida el argumento de réplica que sostiene que el mercado no se resiente porque los competidores pueden instalar sus heladeras en otros sitios, ya que en tal caso es visible la ventaja en que quedaría quien cuente para sí con los centros de venta de combustible. Con la actual estructura de comercialización el éxito del negocio está ligado a la eficiencia con que se llegue al público consumidor, lo que explica que la puja propia de la competencia aparezca en el esfuerzo del fabricante por conquistar más y mejores estaciones de servicio que sus competidores.

V. Está debidamente admitido en autos que ECSAL estructuró su sistema de ventas sin buscar puntos comunes de interés con las estaciones de servicio, como parece haber hecho el denunciante. Prefirió en cambio dirigirse directamente a la empresa estatal que es mayoritaria en la elaboración de hidrocarburos y tentar su conformidad, con lo que vino a lograr mucho más al sacar provecho de esa posición mayoritaria y de la vinculación contractual que Y.P.F. tiene con las estaciones encargadas de distribuir al público minorista.

Es lo que surge de la carta de fs. 92, que propone el negocio sin ocultar la ambición última de instalar su hielo en todas las estaciones de la marca de la zona de Cuyo; y ofrece reconocer el siete por ciento del valor de las ventas a Y.P.F. y el veintiocho por ciento para el propietario de la estación de servicio donde se coloque la heladera.

Después de los trámites que se leen a fs. 95 y siguientes, YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES concedió la autorización que se pidiera y que al fin se instrumentó sin demasiado formalismo por el mero intercambio de notas. Como se desprende de las constancias de fs. 101 y 102 la autorización no concluirá hasta el 25 de febrero de 1983; y como se desprende de las notas de fs. 99 y 103 de propósito quedó impreciso el alcance de la autorización, pues la instalación de equipos de frío se subordinó a la facultad de Y.P.F. de indicar por separado aquellas estaciones de servicio concretamente alcanzadas por el pacto.

La forma como la empresa estatal podía garantizar la aceptación de las condiciones pactadas por parte de los distribuidores minoristas que en definitiva se eligieran puede colegirse por la lectura del modelo de contrato firmado por la empresa con sus estaciones expendedoras (fs. 104/107). Esa seguridad pudo tenerse merced a lo dispuesto por la cláusula quinta del contrato, que textualmente estipula: "'LA FIRMA' se compromete a vender cualquier otro producto que 'Y.P.F.' patrocine, de cualquier marca, rama o renglón comercial". La singular latitud del compromiso contraído por



143

Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

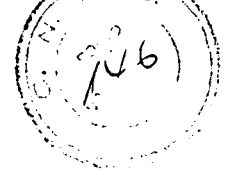
el comercio minorista para con su proveedora, parece estar enajenando a esta última todo lo vinculado con el ramo u objeto comercial del primero; y, aun que en autos no se ha aclarado expresamente, de dicho texto puede inferirse cómo Y.P.F. pudo considerarse con facultades de ofrecer a ECSAL el auxilio de sus estaciones de servicio.

VI. Ni ECSAL ni Y.P.F. discrepan con la descripción de los hechos que informa la presentación de IFRISA. La primera de las empresas mencionadas parece sostener que la posición de dominio en un mercado se decide con la existencia de un solo fabricante y con la irrelevancia de los sectores de distribución y minorista.

Ambas echan mano de la comparación numérica y lo hacen contando las estaciones de todo el territorio de la provincia, cuando la cuestión se califica por su ubicación geográfica dentro de la ciudad capital y su zona de influencia. Y ninguna de las dos repara en uno de los efectos implícitos en su contrato, que no sólo asegura a ECSAL la posibilidad de instalarse en las estaciones de servicio de Y.P.F. que ella le señale sino que también le estaría garantizando la imposibilidad de hacerlo por su competencia. Lo mismo que tampoco se da importancia a que el volumen de las ventas de hielo más bien debe depender de la forma como se ubiquen las heladeras -esto es en qué estaciones- que de la efectiva presencia en todas ellas.

La inteligencia con que las dos denunciadas enfrentan la cuestión está suponiendo que no importa aquí el interés del propietario de la estación de servicio y agotan el problema en establecer si lo hecho por ambas perjudica o no la presencia de IFRISA en el mercado. En el fondo campea la idea de que el dueño de la estación arma su estructura de ventas incorporando a sus instalaciones físicas y capital de giro los colores de los productos que vende; y que con esa incorporación enajena su poder decisorio sobre el negocio, que va atado como contraprestación del suministro de hidrocarburos.

El objeto de protección de la Ley 22.262 más que la situación particular de quienes operan en los mercados es el funcionamiento del mercado mismo. En tal sentido es preciso consultar el interés del propietario de la estación de servicio porque él es el dueño de la estructura de ventas que ha de usarse para la venta del hielo; y porque no se advierte relación de ninguna índole entre este producto y los que por su parte fabrican las empresas elaboradoras de petróleo. La estación de servicio se instala para comercializar los hidrocarburos que son necesarios al automotor, por lo que la clave de su negocio está en la vinculación de esta estructura con la del fabricante del producto que vende. Mas el sentido de dicha vinculación es tam



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

bién su límite, pues siempre será preciso reconocer que el dueño del negocio es al fin de cuentas quien toma las decisiones inherentes a su condición de tal.

La celebración de contratos del tipo del que corre agregado a fs. 104/107, tiene que entenderse como una actividad naturalmente derivada del quehacer empresario propio de YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES; y la sociedad, según surge de los estatutos aprobados por Decreto N° 1080 del 19 de abril de 1977, tiene a su cargo entre otras cosas la industrialización y comercialización de productos provenientes de la explotación de hidrocarburos, así como también "... cualquier otra operación complementaria de su actividad industrial y comercial" (ver artículo 5° del estatuto en B.O. del 26/4/77). Junto a la referencia expresa hallada en dicho instrumento liminar y a la aparente extensión de la cláusula quinta del contrato, llama la atención que éste carezca de estipulaciones específicas orientadas a lo que, por razones de la naturaleza del producto o al menos por causa de su destino comercial, el comerciante minorista no puede hacer. Ni siquiera a título enunciativo se ensaya una mención de lo que sí prohíbe o de lo que se auspicia, por contrario o por afín a los derivados del petróleo.

Es posible sostener que todo lo relativo a la comercialización del hielo en fragmentos no tiene relación ninguna con el conjunto de servicios que pueden incorporarse a la venta de combustible. Y como la actividad de Y.P.F. se vincula con la comercialización de hidrocarburos elaborados y de lo que se encuentre en relación de complemento, con ese alcance cabe entender la varias veces citada cláusula contractual para que no se desborde el campo propio del objeto social empresario.

VII. YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES contrata con otros la etapa minorista de su proceso comercializador, y de tal modo integra otra empresa más pequeña a su objeto. El minorista enfrenta la comercialización de los productos de su proveedora con la jerarquía propia de una actividad principal pero ella no puede impedir la realización de otras actividades secundarias que no afecten la primera ni obligar a emprender cualquier empresa distinta que en futuro pueda encarar su proveedora. Las fronteras de esta actividad principal comprenderán todos los productos elaborados por la empresa estatal y aquellos otros negocios distintos que puedan encararse por ser complementarios o que se decida auspiciar por servir a la venta de los primeros.

La venta de hielo fraccionado carece de relación de complemento con los productos que elabora Y.P.F.; es una actividad que forma parte de aquel ramo secundario exclusivo de la decisión del comerciante minorista y ajeno a la injerencia del proveedor. El hielo no es un producto que sirva al



147

Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

automovilista ni tiene que ver con el servicio que éste espera obtener para su vehículo. Se vende en las estaciones de servicio por las razones antes apuntadas, que se vinculan con las características distintivas del hielo como producto comercial y que no tienen nada que ver con las necesidades del automovilista en cuanto tal.

Por más que se admita la preocupación de YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES por lograr de sus bocas de expendio la adecuada atención del usuario, esa preocupación no es argumento valedero para explicar el contrato con ECSAL porque ella se entiende en cuanto el reconocimiento del usuario pueda ganarse para los productos de la marca. Con la venta de hielo la estación de servicio está en condiciones de satisfacer la demanda de hielo independiente de la de combustible; y la sola circunstancia de que en un mismo sitio se ofrezcan los dos productos no establece entre ellos una relación que sirva para el mutuo intercambio de prestigio. Se trata de aprovechar la estructura de comercialización existente para el expendio minorista de combustibles para hacer lo mismo con otros productos diferentes; por lo que debe dejarse establecido que dichos comercios no atan su actividad mercantil a la voluntad de su proveedora principal sino que poseen la libertad suficiente para desarrollar su estructura de ventas hasta el límite de su propia creatividad.

VIII. Con arreglo a los principios de crítica probatoria consagrados en el Código de procedimientos en materia penal, el mérito de las constancias que obran a fs. 92/107 acredita, sin que nadie lo discuta, que YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado otorgó a ECSAL Sociedad Anónima autorización para utilizar sus estaciones de servicio como puestos de venta del hielo elaborado y fraccionado por ella, con las consecuencias señaladas por el denunciante (fs. 1/5 y 37/38) y que se aprecian en las constancias de fs. 15/35. Resta establecer si de este modo se infringió el principio recibido en el artículo 1° de la Ley 22.262, tanto por la realización de actos de abuso de posición de dominio en un mercado cuanto por la configuración de conductas restrictivas de la competencia en otros.

En dicho sentido es indiscutible que Y.P.F. se encuentra en clara posición de dominio respecto de las estaciones de servicio que venden sus productos en el mercado minorista de los derivados del petróleo. De acuerdo con las exigencias del artículo 2° de la Ley 22.262 ha logrado dicha posición por ser virtualmente la única abastecedora del negocio minorista, cuya actividad y destino comercial aparece indisolublemente ligado al destino de su proveedora que tiene a su favor la dificultad y sensible costo que supone al minorista tanto el cambiar de ramo como el mero cambio de mar



Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ca dentro del mismo ramo.

Y también es indiscutible que la conclusión del contrato con ECSAL exterioriza el abuso de dicha posición de dominio, en los términos del artículo 1° de la Ley 22.262. En su virtud la empresa estatal viene a incorporarse como intermediaria a una actividad de la que es ajena, comprometiéndose a facilitar por precio una estructura comercial de la que no es dueña; y en su virtud pasa a decidir también cuáles estaciones de servicio vendrán a incluirse en el negocio y cuáles quedarán excluidas de él. Es decir que la posición de dominio derivada de su papel de único proveedor de los productos que alimentan la rama principal del minorista, se abusa cuando el proveedor pasa a decidir lo referente a una actividad distinta, secundaria, ajena e independiente, reservada a la decisión propia del minorista.

Se aprecia también una restricción del grado de competencia en el mercado de hielo fraccionado. Dicha restricción a la competencia es consecuencia de la preferencia otorgada a ECSAL por Y.P.F., cuya significación en el contexto surge de la sensible superioridad de sus estaciones de servicio sobre las de las otras marcas (fs. 115/117) que podría traducirse en la exclusión de los demás competidores que ven limitado su sistema de ventas. Y ya que el funcionamiento de un mercado se beneficia con la presencia de mayor número de personas, obviamente se lo restringe cuando como en el caso se arma un mecanismo excluyente.

Cuando YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES abusa de su poder de dominio atribuyéndose la facultad de decidir sobre estructuras comerciales ajenas, transfiere sus ventajas del mercado de los hidrocarburos a uno de los competidores de un mercado distinto; y con dicha transferencia influye para convertir finalmente al del hielo envasado en un mercado dependiente del de los derivados del petróleo en el que proyecta por reflejo su dominio, pese a que se trata de dos ámbitos distintos. Esta modalidad se ha verificado en el caso pese a que los dos fabricantes no tienen nada en común entre sí, toda vez que su único punto de contacto está en el circunstancial aprovechamiento de una misma estructura comercial, que además no les pertenece y que es de propiedad de terceros comerciantes.

Los dos modos de caer en el ámbito prohibido por el artículo 1° de la Ley 22.262 -el abuso de posición de dominio y la restricción de la competencia- son potencialmente aptos para afectar el interés económico general, que es lo que exige la norma para completar la infracción. El interés económico general está preservado cuando esta preservado el funcionamiento del mercado, ya que de este modo se obtienen todos los beneficios que resultan de la competencia; de manera que en el caso contrario, cuando se vie-



149

Ministerio de Economía

Secretaría de Comercio

Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

ne a conspirar contra ella, se afecta el interés económico general protegido por la norma. Para hacer más notoria la presencia de trabas en el caso basta subrayar que el porcentaje reconocido a Y.P.F. encarece el producto por la intermediación innecesaria; y destacar que el comportamiento de los precios de ECSAL en los mercados de Mendoza y San Juan, conforme se aprecia en el gráfico de fs. 133, evidencia el beneficio concreto que obtiene el consumidor de la más acabada competencia.

IX. YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado y ECSAL Sociedad Anónima, al concluir y llevar a la práctica el contrato cuestionado en autos, han incurrido en un acto expresamente prohibido por el artículo 1° de la Ley 22.262. Su responsabilidad en la comisión de dicha infracción hace necesario propiciar la sanción del caso; y a este efecto, consultando las pautas mensurativas de los artículos 40 y 41 del Código Penal, parece prudente la imposición de la multa que autoriza el artículo 26 inciso c) de la Ley 22.262, para retribuir así los efectos perniciosos ocasionados en el pasado y el dictado de la orden de cese que prescribe el inciso b) del mismo artículo, como forma de evitar que el acto siga produciendo efectos en el futuro. En cuanto al monto de la multa se propondrá fijarla en la suma de CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$ 50.000.000.-) para cada una de las responsables.

X. Por lo expuesto, esta Comisión Nacional aconseja:

1° Se imponga a YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado la sanción de CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$ 50.000.000.-) de multa por la responsabilidad que le cabe en el abuso de posición de dominio sobre los establecimientos expendedores de combustible de su marca y la restricción de la competencia en el mercado de hielo de consumo familiar de San Juan (artículos 1°, 2°, 26 inciso c, 43 y 45 de la Ley 22.262 con la actualización prevista en el artículo 3° inciso b del Decreto 917 del 7 de agosto de 1981).

2° Se imponga a ECSAL Sociedad Anónima la sanción de CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$ 50.000.000.-) de multa por la responsabilidad que le cabe en la restricción de la competencia en el mercado de hielo de consumo familiar de San Juan (artículos 1°, 26 inciso c, 43 y 45 de la Ley 22.262 con la actualización prevista en el artículo 3° inciso b del Decreto 917 del 7 de agosto de 1981). y

3° Se ordene el cese de la ejecución del contrato perfeccionado entre YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado y ECSAL Socie



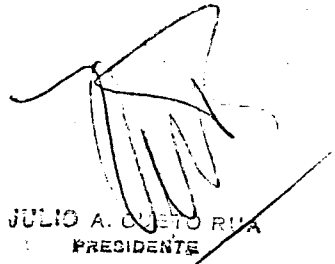
Ministerio de Economía

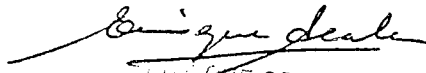
Secretaría de Comercio

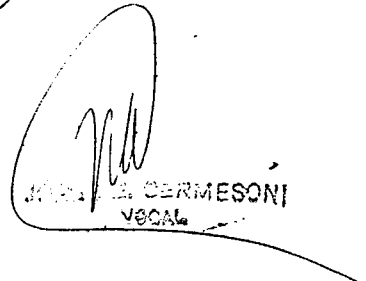
Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

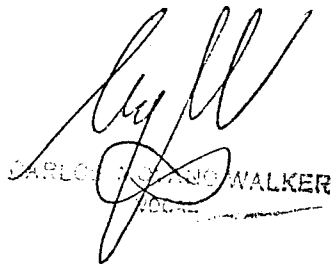
dad Anónima para el aprovechamiento de las estaciones de servicio Y.P.F. de San Juan en la venta de hielo fraccionado para el consumo familiar.

Dios guarde a V.E.


JULIO A. CUETO RÚA
PRESIDENTE


ENRIQUE SCALA
VOCAL


MARÍA B. CERMESONI
VOCAL


CARLOS ISIDORO WALKER
VOCAL


FERNANDO GOLDARAZENA
VOCAL



106

Ministerio de Economía
Secretaría de Comercio

BUENOS AIRES, 12 ABR 1982

VISTO el expediente número 108.613/81 (ex-MCEIM), tramitado por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia con motivo de la denuncia formulada por IFRISA S.R.L. por presunta infracción a la Ley 22.262, y

CONSIDERANDO:

Que el escrito promotor de fs. 1/5, denuncia a YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado y a ECSAL Sociedad Anónima por su conducta en el mercado familiar de hielo fraccionado de San Juan, pues la empresa estatal habría otorgado a ECSAL el aprovechamiento exclusivo de las estaciones de servicio de su marca y obligado a IFRISA al paulatino retiro de sus heladeras instaladas en trece de dichas estaciones del total de quince que posee para la comercialización de su hielo.

Que ECSAL a fs. 52/53 y YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES a fs. 58/60 presentaron las explicaciones a que alude el artículo 20 de la Ley N° 22.262 negando que los hechos objeto de denuncia configuren infracción alguna, pues en su opinión las fábricas de hielo de la competencia pueden expender su producto en las estaciones de servicio de otras marcas y en otros comercios de diferente ramo.

Que tal como se pone de relieve en el dictamen de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, en el mercado sanjuanino de hielo envasado operan las dos empresas que comparecieron en autos mediante el mismo sistema de ventas que trata de aprovechar las estaciones de servicio como bocas expendedoras, razón por la cual estos negocios se han convertido en factor importante para el funcionamiento del mercado por lo que es preciso preservar su libertad de decisión y su posibilidad de operar libremente su nego

RICARDO LANDIN
JEFE DEPARTAMENTO DESPACHO



Ministerio de Economía
Secretaría de Comercio

cio.

Que como la actividad comercial vinculada con la distribución del hielo envasado no tiene relación ninguna con la distribución de los productos elaborados por la empresa estatal de hidrocarburos, ésta abusa de su posición de dominio al imponer restricciones a sus concesionarios para intervenir en el mercado del hielo fraccionado.

Que está admitido en autos que YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES ocupa una posición de dominio en el mercado de hidrocarburos y que esa posición se refleja sobre sus estaciones de servicio distribuidoras, cuyas instalaciones, apropiadas a un único fin, dependen para su funcionamiento del suministro de la proveedora. Y además es claro que la preferencia otorgada por Y.P.F. a ECSAL, al facilitarle el acceso a sus estaciones de servicio mientras se lo dificulta a la competencia, en definitiva tiene entidad para restringir el libre funcionamiento del mercado.

Que todo ello acarrea potencial perjuicio para el interés económico general, toda vez que el interés comunitario se salvaguarda mejor cuanto más perfecto es el grado de competencia que rige en un mercado, por lo que se configura la infracción al artículo 1° de la Ley 22.262.

Que por lo dicho corresponde sancionar los actos restrictivos y de abuso de posición de dominio en que han incurrido YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES y ECSAL, de acuerdo con los términos del dictamen de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia a cuyos demás fundamentos se remite la presente por razones de brevedad y de conformidad con los artículos 1°, 2°, 26 y 45 de la Ley 22.262.

Por ello,

RICARDO LANDRIS
JEFE DEPARTAMENTO DESPACHO



Ministerio de Economía
Secretaría de Comercio

EL SECRETARIO DE COMERCIO

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- Imponer a YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado la sanción de CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$ 50.000.000.-) de multa por la responsabilidad que le cabe en el abuso de posición de dominio sobre los establecimientos expendedores de combustible de su marca y la restricción de la competencia en el mercado de hielo de consumo familiar de San Juan (artículos 1º, 2º, 26 inciso c, 43 y 45 de la Ley 22.262 con la actualización prevista en el artículo 3º inciso b del Decreto 917 del 7 de agosto de 1981).

ARTICULO 2º.- Imponer a ECSAL Sociedad Anónima la sanción de CINCUENTA MILLONES DE PESOS (\$ 50.000.000.-) de multa por la responsabilidad que le cabe en la restricción de la competencia en el mercado de hielo de consumo familiar de San Juan (artículos 1º, 26 inciso c, 43 y 45 de la Ley 22.262 con la actualización prevista en el artículo 3º inciso b del Decreto 917 del 7 de agosto de 1981).

ARTICULO 3º.- Ordenar el cese de la ejecución del contrato perfeccionado entre YACIMIENTOS PETROLIFEROS FISCALES Sociedad del Estado y ECSAL Sociedad Anónima para el aprovechamiento de las estaciones de servicio Y.P.F. de San Juan en la venta de hielo fraccionado para el consumo familiar.

ARTICULO 4º.- Vuelva a la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia para la prosecución del trámite.

ARTICULO 5º.- Comuníquese y archívese.

RESOLUCION N° 106

Ing. ALBERTO DE LAS CARRERAS
SECRETARIO DE COMERCIO