



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



303



Ref.: Expte. N° 064-013453/2001(C. 703) SE/EM

DICTAMEN N° 436/04

BUENOS AIRES, 22 DIC 2003

SEÑOR SECRETARIO:

El presente dictamen se refiere a la denuncia efectuada por el señor Marcelo Larribite contra la empresa PROFERTIL S.A.

1. ANALISIS DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

El Sr. Marcelo Larribite denuncia a la empresa PROFERTIL S.A, quien estaría abusando de su posición dominante al cobrar un precio superior de la urea granulada en el mercado interno que en el mercado externo.

Este Vocal considera que la discriminación de precios a clientes finales "per se" no conforma una conducta anticompetitiva, y menos aún entre consumidores extranjeros y nacionales.

Para fundamentar esta posición utilizaré argumentos que hacen a la jurisprudencia de la Comisión en esta materia. En primer lugar considero importante mencionar un criterio que esta Comisión Nacional ha establecido en varios de sus dictámenes¹ y el cual refiere a que la fijación de precios elevados por parte de quien detenta una posición de dominio en un determinado mercado no es una conducta por sí misma sancionable por la Ley de Defensa de la Competencia, aun cuando tales precios perjudique a los consumidores finales. Vale la pena resaltar que el objetivo de la Ley de Defensa de la Competencia es la defensa de los consumidores, pero lo hace indirectamente a través de la protección de un régimen de competencia. Así, cuando los consumidores se ven perjudicados en forma directa, y no indirecta a través de una restricción o limitación de la competencia, no se trata un caso de defensa de la competencia².

De este modo, los abusos de posición dominante que habilita la intervención de esta Comisión aplicando la Ley 25.156 se refieren a aquellos casos en los que una determinada

¹ Entre otros, Dictamen Expte. N° 064-003996/98 (C.461)

² Dictamen Expte. N°064-003810/2001 (C.636)



304

empresa se vale de dicha posición para interferir en el proceso competitivo, excluyendo a un competidor o dificultando su ingreso o permanencia en el mercado en cuestión³.

Para concluir con este argumento deseo transcribir un párrafo de un dictamen con el voto de la mayoría⁴ que sintetiza y ejemplifica aquellas conductas que sí son sancionables desde el punto de vista de la defensa de la competencia: *"Los casos de abuso de posición dominante alcanzados por la Ley de Defensa de la Competencia son aquellos en los cuales una empresa se vale de su posición dominante en el mercado para afectar la competencia, excluyendo a un competidor o dificultando su ingreso al mercado. Ello ocurre, por ejemplo, si quien detenta una posición dominante fuerza a los proveedores de un insumo esencial a no abastecer de ese insumo al competidor (o a hacerlo a un precio más alto) o cobra precios predatorios que obliguen al competidor a dejar el mercado, para luego volver a subir los precios a niveles supra-competitivos que le permitan recuperar la pérdida causada por la predación.....El hecho de que un productor esté en condiciones de cobrar precios monopólicos es muchas veces (pero no siempre) un síntoma de que existe un problema de competencia. Ese problema puede consistir, por ejemplo, en que el productor en cuestión se puso de acuerdo con sus competidores o se valió de maniobras anticompetitivas para excluirlos del mercado. Esas prácticas, por cierto, se encuentran alcanzadas por la Ley de Defensa de la Competencia, pero no así el mero hecho de que se cobre un precio superior al competitivo. La Ley de Defensa de la Competencia está destinada a atacar la causa y no sus consecuencias"*.

Respecto a la conducta de discriminación de precios entre consumidores nacionales y extranjeros considero oportuno mencionar los fundamentos volcados por los miembros de esta comisión en ocasión de dictaminar sobre una denuncia por discriminación de precios en el servicio de transporte aéreo entre residentes y no residentes⁵. Allí se plasmó en forma precisa el marco teórico económico respecto a la conducta de discriminación de precios, el cual, aunque sea en forma abreviada, considero oportuno volver a plasmar.

La teoría económica otorga un marco conceptual sólido y adecuado para comprender que la discriminación de precios a distintos compradores no es una conducta anticompetitiva por sí misma. En este sentido define la discriminación de precios de primer grado, también llamada discriminación perfecta de precios, consistente en aplicar precios diferentes por cada unidad de bien o servicio comercializada y por cliente. De esta forma, la firma oferente percibe un precio exactamente igual a la máxima disposición a pagar que tiene cada comprador o usuario/consumidor.

También define la discriminación de precios de segundo grado como aquella en la que se ofrece un menú de precios no uniformes a todos los compradores o usuarios/consumidores, y estos autoseleccionan el rango en el que se ubican, determinando de esa forma el precio y las cantidades consumidas.

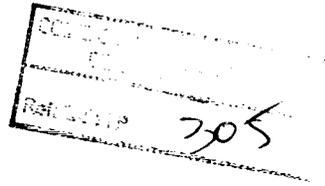
³ Dictamen Expte. N°064-003810/2001 (C.636)

⁴ Dictamen Expte. N°064-003810/2001 (C.636)

⁵ Expte. SO1 0293322/2002 (C.864).



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



Finalmente, la discriminación de precios de tercer grado es aquella en la que se identifican grupos separados de compradores de bienes y usuarios de servicios, y a cada uno de esos grupos se les cobra un precio diferente por el producto vendido o servicio prestado.

Para que una empresa que comercializa un bien o servicio tenga éxito al aplicar estas estrategias, es necesario que ella reúna al menos tres condiciones básicas: la posibilidad de segmentar el mercado; la capacidad de impedir o dificultar el arbitraje entre los demandantes; y la posesión de una posición dominante que le permita ejercer poder de mercado. La primera condición implica que la empresa que desea discriminar precios tiene la posibilidad de distinguir entre las demandas de diferentes grupos de clientes. La segunda consiste en la dificultad o imposibilidad de que los distintos grupos en los cuales el mercado ha sido segmentado arbitren entre ellos el comercio del producto en cuestión, ya que de nada le serviría a una empresa cargar un precio más bajo a un grupo de consumidores y uno más alto a otro, si los miembros del primero pueden revender sin costo sus unidades a los miembros del segundo, y arbitrar de ese modo entre los precios impuestos originalmente por la empresa. Finalmente, el tercer requisito es que la empresa que la lleva a cabo tenga posición dominante en el mercado en cuestión como para ejercer poder de mercado, entendiéndose por tal la capacidad de influir sobre los precios del producto vendido a los distintos segmentos.

Asimismo, vale la pena resaltar que la discriminación de precios entre compradores en distintos mercados (tercer grado) es compatible con una estrategia racional empresaria de maximización de beneficio. Apelando nuevamente a la literatura económica, la maximización de beneficio implica, en este caso, igualar el costo marginal de producción con el ingreso marginal, siendo este último derivado de la demanda existente en cada uno de los mercados como puede ser el interno por un lado, y el externo por el otro. Esto significa que si la demanda externa presenta una elasticidad mayor que la interna, no es de extrañar que los precios internos sean superiores a los externos.

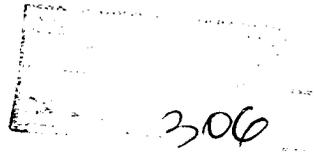
De este modo, la estrategia empresaria de maximización del beneficio en una determinada estructura económica del sector en cuestión no puede ser sancionada por la Ley de Defensa de la Competencia, a no ser que tal estrategia involucre una afectación del régimen de competencia con un posible o consiguiente perjuicio al interés económico general.

Para concluir, entiende este Vocal que la forma de discriminación de precios que afecta al régimen de competencia en un mercado es la efectuada por una empresa integrada verticalmente, en perjuicio de firmas que desarrollan su actividad aguas abajo (o arriba) en algún eslabón de la cadena productiva y que compitan con ella, teniendo como objeto o efecto la exclusión de algún competidor o la extensión del poder de dominio de un mercado de insumo al de producto, o viceversa.

En la presente causa el Sr. Marcelo Larribite denuncia que la empresa PROFERTIL ha vendido a precios diferentes en el mercado nacional y en el extranjero, siendo más bajos en el segundo de los mercados. Al respecto, y atento a lo expuesto, este Vocal considera que el hecho denunciado no es una conducta anticompetitiva y por ende no es sancionable a la luz de la Ley de Defensa de la Competencia.



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



Para concluir deseo dejar de manifiesto que la Ley de Defensa de la Competencia no impone el control de precios ni obliga a los productores a cobrar un precio competitivo o "razonable". El precio es una manifestación de las condiciones de mercado, entendiendo por éstas a la misma estructura del mercado, a la elasticidad de la demanda, a las barreras a la entrada, etc. Si se utilizara a la Ley de Defensa de la Competencia para controlar precios, se correría el riesgo de consolidar aún más la posición dominante de la empresa que lo posee. Cobrar precios elevados es el mecanismo por el que la misma empresa dominante induce el ingreso de nuevos competidores quienes podrían para disciplinar su poder de mercado. Intentar fijar precios "razonables" implica interrumpir este mecanismo dinámico que tiende a un esquema de precios competitivos.

Sin embargo, esto no significa que en determinadas circunstancias se justifique y sea deseable la fijación de precios en torno a los niveles competitivos por parte de una autoridad pública. Ello es muy característico de mercados que, dadas sus circunstancias, funcionan con monopolios naturales. En esos casos, es deseable y preferible la regulación de precios, cuestión que le compete a los entes reguladores y no a la agencia de defensa de la competencia. En el caso de marras lejas se esta situación.

2. CONCLUSION

Por lo expuesto considero que el hecho denunciado no encuadra en la Ley de Defensa de la Competencia y en consecuencia aconsejo al Sr. Secretario desestimar la denuncia presentada por el Sr. Marcelo Larribite y ordenar el archivo de las presentes actuaciones.


MR. MAURICIO BUTERA
VOCAL