



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

Matias Rossi
ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO



42

BUENOS AIRES, ~7 JUNI 2012

VISTO el Expediente N° S01:0112741/2010 del Registro del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, y

CONSIDERANDO:

Que el expediente citado en el Visto, se inició como consecuencia de la denuncia efectuada con fecha 30 de marzo de 2010 por la firma GROUP PET'S SHOW S.R.L., ante la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, contra la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A., por presunta infracción a la Ley N° 25.156.

Que el día 20 de abril de 2010, el señor Don Jorge Ignacio IACARUSO (M.I. N° 17.867.010), en su carácter de socio gerente de la firma GROUP PET'S SHOW S.R.L. ratificó la denuncia de conformidad con lo establecido en los Artículos 175 y 176 del Código Procesal Penal de la Nación y 28 de la Ley N° 25.156. Asimismo, se comprometió a adjuntar nueva información.

Que con fecha 28 de abril de 2010, la firma GROUP PET'S SHOW S.R.L. adjuntó documental conforme al compromiso asumido en la audiencia de ratificación.

Que el día 7 de mayo de 2010 la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ordenó correr traslado de la denuncia a la empresa ROYAL CANIN ARGENTINA S.A., de acuerdo con lo dispuesto en el Artículo 29 de la Ley N°

[Firma manuscrita]



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

Matias Rossi
ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42



25.156.

Que con fecha 18 de junio de 2010 la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. presentó sus explicaciones en legal tiempo y forma.

Que el día 15 de julio de 2010 se celebró una audiencia informativa conjunta con la presencia de las firmas GROUP PET'S SHOW S.R.L. y ROYAL CANIN ARGENTINA S.A.. En dicho acto las partes se comprometieron a intercambiarse las eventuales condiciones de contratación convocándose a una nueva audiencia.

Que con fecha 5 de agosto de 2010 se celebró una nueva audiencia informativa conjunta con la presencia de las firmas GROUP PET'S SHOW S.R.L. y ROYAL CANIN ARGENTINA S.A., haciendo esta última una propuesta comercial, motivo por el cual se convocó a una nueva audiencia.

Que el día 12 de agosto de 2010 se celebró una audiencia informativa en la cual las firmas GROUP PET'S SHOW S.R.L. y ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. suscribieron un compromiso en los términos del Artículo 36 de la Ley N° 25.156.

Que la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ha emitido su dictamen y aconseja al señor Secretario de Comercio Interior: a) aceptar el compromiso ofrecido por la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 36 de la Ley N° 25.156 y ordenar la suspensión de la instrucción de las presentes actuaciones por el término de TRES (3) años, contados a partir de la fecha de emisión de la presente resolución; b) facultar a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con el objeto de que adopte las medidas necesarias a fin de vigilar el cumplimiento del

A 1



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas
Secretaría de Comercio Interior

Matias Rossi
ES COPIA

MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

4



compromiso antes mencionado; c) ordenar a la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. a que en el plazo de QUINCE (15) días acredite la publicación por UN (1) día en el Boletín Oficial y en UN (1) diario de circulación nacional, del compromiso asumido.

Que el suscripto comparte los términos del dictamen emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, al cual cabe remitirse en honor a la brevedad, y cuya copia autenticada se incluye como Anexo con VEINTIÚN (21) fojas, formando parte integrante de la presente resolución.

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 COMERCIO INTERIOR

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Apruébase el compromiso ofrecido por la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 36 de la Ley N° 25.156.

ARTÍCULO 2º.- Ordénase la suspensión de la instrucción de las presentes actuaciones por el término de TRES (3) años, contados a partir de la fecha de emisión de la presente resolución.

ARTÍCULO 3º.- Facúltase a la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con el objeto de que adopte las medidas necesarias a fin de vigilar



Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

Secretaría de Comercio Interior

[Firma]
ES COPIA

MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42



el cumplimiento del compromiso antes mencionado.

ARTÍCULO 4º.- Ordénase a la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. que en el plazo de QUINCE (15) días acredite la publicación por UN (1) día en el Boletín Oficial y en UN (1) diario de circulación nacional, del compromiso asumido.

.ARTÍCULO 5º.- Considérase parte integrante de la presente resolución, al Dictamen N° 695 de fecha 1 de noviembre de 2010 emitido por la COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, organismo desconcentrado en la órbita de la SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR del MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS, que con VEINTIÚN (21) fojas autenticadas se agrega como Anexo a la presente medida.

ARTÍCULO 6º.- Regístrese, comuníquese y oportunamente archívese.

RESOLUCIÓN N° **42**

[Firma]
Lic. MARIO GUILLERMO MORENO
SECRETARÍA DE COMERCIO INTERIOR
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS

ES COPIA FIEL



ES COPIA

MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42

MARTIN R. ATAEPE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



Expte. N° S01:0112741/2010 (C. 1327) DP/VR-JL-LB

BUENOS AIRES, 01 NOV 2010

DICTAMEN N° 695

SEÑOR SECRETARIO:

Elevamos a su consideración el presente dictamen referido a las actuaciones que tramitan bajo expediente S01:0112741/2010, caratulado: "ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. S/ INFRACCIÓN A LA LEY 25.156 (C. 1327)".

Las presentes actuaciones se iniciaron con motivo de la denuncia interpuesta ante esta Comisión Nacional por la empresa GROUP PET'S SHOW S.R.L. contra ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. por presunta infracción a la Ley N° 25.156.

I. SUJETOS INTERVINIENTES

1. La denunciante es la empresa GROUP PET'S SHOW S.R.L. (en adelante, "GPS"), dedicada a la actividad veterinaria y pet shop, concentrándose en el segmento de venta de alimentos para mascotas, tanto para perros como para gatos.
2. La denunciada es ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. (en adelante, "RCA"), empresa líder a nivel mundial en el segmento de alimento seco para perros y gatos, siendo uno de los principales productores mundiales de alimentos secos de alta gama.

II. LA DENUNCIA

3. La denunciante expresó que desde el año 1998 se dedica a la actividad veterinaria y pets shop, concentrándose en el segmento de venta de alimentos para mascotas, tanto para perros como para gatos.
4. En ese momento, GPS comenzó con un local comercial que se encontraba en el

[Handwritten signature and notes]

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42
MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



barrio de Villa del Parque de esta Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el que, alrededor del 85% de la mercadería vendida era de la marca Pro Plan, siendo ésta junto con Eukanuba, las marcas líderes del mercado de alimentos para mascotas.

5. En el año 1999, GPS comenzó a adquirir productos de la marca Royal Canin, realizándose las primeras compras a través del Sr. Alejandro Gregorutti como distribuidor.
6. En el año 2000 y habiendo GPS posicionado a la marca Eukanuba como líder del mercado, recibieron la visita de los representantes de RCA, ofreciéndoles promover los productos de la empresa a cambio de diferentes descuentos y bonificaciones.
7. La estrategia planteada por RCA era que GPS sugiriera a los clientes al momento de la venta, un cambio de marca de alimento para su mascota y de esa manera, comenzar a consumir RCA desplazando el consumo de otras marcas. A cambio de ello, RCA ofrecía a GPS la posibilidad de comprarle en forma directa, aumentando el porcentaje de ganancia en cada venta realizada.
8. De este modo, GPS comenzó a ofrecer productos RCA a todos sus clientes, alcanzando un volumen de ventas mucho mayor a los desarrollados en años anteriores y adquiriendo elevados volúmenes de mercadería en forma directa a la firma denunciada.
9. En efecto, el volumen de ventas del año 1999 al año 2000 se incrementó en aproximadamente un 100%.
10. En el año 2001 y manteniendo la estrategia de RCA, las ventas de GPS se incrementaron de tal manera que facilitaron la apertura de tres nuevas sucursales de GPS.
11. GPS resaltó que ello no hubiera sido posible sin la colaboración brindada por la empresa denunciada, quien realizó importantes inversiones en materia de cartelería y publicidad, proporcionándoles de manera gratuita marquesinas, góndolas, exhibidores de mercadería, ploteo de vidrieras, amoblamiento de todos los locales y entrega de mercadería sin cargo para abastecer a los nuevos comercios.

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

ECONOMIA Y FINANZAS
FOLIO
559
42
MARTIN R. ATIEFFE
SECRETARIA AJUDA
COMISION NACIONAL DE

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

12. GPS afirmó que, sin la ayuda otorgada por RCA para la apertura de los mencionados comercios, no hubieran podido expandir el negocio a la velocidad desarrollada.
13. De este modo, y si bien dicha política fue empleada de manera similar con otros clientes directos de RCA, GPS destacó que en su negocio, RCA fue creando un grado de dependencia financiera y comercial, del que resulta la situación de indefensión y exclusión denunciada en el presente expediente.
14. De este modo, y con cada apertura de una nueva sucursal, RCA hacía entrega de "bonificaciones especiales por apertura de sucursal", que podían alcanzar los \$ 15.000. A cambio, GPS debía entregar un lugar privilegiado en los locales a la mercadería fabricada por RCA y continuar ofreciendo dichos productos a los clientes, por sobre los de sus competidores.
15. Destacó que, para ese entonces, RCA ya ocupaba el tercer lugar en ventas en el país.
16. En el año 2002, GPS abrió dos nuevas sucursales. Durante los años siguientes y como resultado de la política desarrollada por RCA, continuó la expansión del comercio logrando abrir cinco sucursales nuevas entre los años 2003 a 2009, llegando a tener un total de once sucursales en funcionamiento y todas bajo la premisa de posicionar a la marca de la firma denunciada como líder en el mercado, obteniendo a cambio de ello, diversos descuentos y bonificaciones.
17. A partir del año 2001, la modalidad de pago de los productos a RCA se realizó mediante un régimen de cuenta corriente a través de la cual se realizaban todos los pagos correspondientes a las mercaderías adquiridas y las deducciones que se hubiesen aplicado en virtud de notas de crédito por acuerdos comerciales o correspondientes a obsequios que se hacían a las personas que adquirían productos RCA.
18. En cuanto a la política de precios, ésta respondía a ciertas prácticas comunes de precios sugeridos en el mercado. Así es que los precios para los clientes de GPS eran establecidos en base a las directivas impartidas por RCA a través de listas o comunicaciones periódicas.

[Handwritten signatures and initials]

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42
MARTIN BATAEPE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



19. GPS agregó que RCA no posee una política de descuentos y bonificaciones uniforme para sus clientes, sino que los mismos son aplicados de acuerdo a lo que decida la empresa a medida que se desarrolla la actividad comercial.
20. Sostuvo que la ausencia de dicha política uniforme resultó ser una de las causas de las dificultades que condujo a GPS a la exclusión del mercado y la imposibilidad de abastecer a sus clientes con el producto y la marca RCA.
21. De este modo, ante la obtención de resultados favorables y con la idea de continuar expandiéndose, GPS le solicitó otras alternativas de apoyo a la denunciada ofreciéndole nuevas oportunidades de negocio para crecer, permitiendo una mayor circulación de stock y un incremento en la facturación.
22. Sin embargo, y una vez que el grado de dependencia de la marca RCA condicionaba el desarrollo normal del negocio de GPS, éste comenzó a percibir un cambio agresivo en la relación comercial.
23. Paulatinamente, la relación entre las partes empezó a deteriorarse y GPS manifestó que comenzó a ser víctima de conductas como ser la pérdida de descuentos por ventas y las amenazas de no respetar las políticas de precios mínimos establecidas.
24. El grado de dependencia financiera y económica de los productos RCA y la inflexible directriz comercial y de precios establecida por la denunciada comenzaron a ser motivo de preocupación para la firma denunciante.
25. Paralelamente, y mientras a GPS le era reducido el suministro de productos, negado el acceso a descuentos y la prohibición de realizar promociones y descuentos a los clientes, RCA continuó ofreciendo a los competidores de GPS los productos y apoyo que les fuera retaceado, entregándoles a terceros cartelería, marquesina, exhibidores y ploteos, descuentos y bonificaciones. De este modo, el resultado final fue la asfixia de los locales de GPS.
26. Entre julio y diciembre del año 2007 RCA le fue quitando a GPS en forma sorpresiva e injustificada, de una manera gradual pero sistemática, todos los privilegios con los que contaban por ser líderes en ventas, provocando innumerables pérdidas.

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

MARTIN R. ATARFE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

42



27. Así, para finales de 2008, RCA les quitó la bonificación del 10% que poseía la denunciante para el producto identificado como "Performance Premium", argumentando que GPS "vendía demasiado" y ello repercutía en el mix de ventas de la empresa.
28. Durante el transcurso del año 2009, a GPS le fueron eliminadas las bonificaciones sobre el producto Premium Adulto con el mismo argumento; y a su vez, RCA comenzó a venderle solamente con bonificaciones en los productos para cachorros y gatos.
29. A partir de las conductas perpetradas por RCA y como resultado de un trato desigual para con la denunciante respecto de sus competidores, comenzó una inevitable y feroz etapa de retroceso comercial que obligó a GPS al cierre de 9 de los 11 locales comerciales que habían instalado.
30. Así fue que durante la segunda mitad del año 2009, la denunciada redujo en un 50% la entrega de mercaderías, pasando a no entregar a GPS mercadería a partir del mes de febrero de 2010.
31. Con la intención de repuntar las ventas, al finalizar el año 2009, GPS le solicitó a RCA a través de su canal de venta, le provea electrodomésticos y/o bonificaciones para ser sorteados entre los clientes con motivo de las fiestas de fin de año. La respuesta a ello, por intermedio de una vendedora de RCA fue que GPS no debía incrementar sus ventas sino disminuirlas, ya que la intención de la denunciante era nivelar la participación de la denunciada en el mercado.
32. GPS señaló que, al momento de quitarle los beneficios y descuentos sobre ciertos productos, RCA ya había alcanzado una posición de liderazgo desde la que realizaría prácticas restrictivas de la competencia, en claro perjuicio al interés económico general.
33. Así y luego de una práctica sistemática de exclusión y discriminación, reduciendo o restringiendo el suministro de productos a partir del mes de enero de 2010, RCA se negó injustificadamente a satisfacer los pedidos concretos de entrega de mercadería a GPS.

X

[Handwritten signatures and initials]

[Handwritten signature]

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42
MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



34. De esta manera, frente a un pedido, RCA respondía que no tenía stock de algunos de los productos que figuraban en el pedido. No obstante, dichos productos sí eran entregados a otros vendedores.
35. GPS argumentó que el propósito perseguido por RCA mediante las prácticas denunciadas es ejercer su poder de mercado, para de ese modo, arbitrar sobre su cadena de comercialización, determinando precios o bien la suerte o exclusión de algunos de sus eslabones, todo ello en perjuicio de los consumidores finales que se ven imposibilitados de acceder al producto.
36. Por lo expuesto consideró que las prácticas y conductas llevadas a cabo por RCA configurarían la hipótesis prevista en el Art. 1 de la Ley N° 25.156, encuadrándose dentro de prácticas restrictivas de la competencia indicadas en los incisos a), b), f), j), l) y m) del Art. 2 de dicho cuerpo normativo.
37. Asimismo, GPS solicitó el dictado de una medida cautelar a través de la cual ésta CNDC ordene a RCA la entrega y suministro de mercaderías a GPS, en las condiciones normales y habituales tanto respecto de las entregas como de los precios de cada producto y con aplicación de iguales beneficios y descuentos que los aplicados durante el desarrollo de la relación comercial.
38. Por otra parte, GPS realizó expresa reserva de iniciar las acciones legales que correspondan con el objeto de obtener indemnización por los daños y perjuicios que las prácticas restrictivas de la competencia llevadas a cabo por RCA ocasionarían a GPS.
39. GPS acompañó prueba documental e hizo reserva de caso federal.

III. PROCEDIMIENTO

40. El día 30 de marzo de 2010 GPS presentó la denuncia ante esta Comisión Nacional, dando origen a las presentes actuaciones.
41. El día 20 de abril de 2010, el Sr. Jorge Ignacio Iacarusso, en su carácter de socio gerente de GPS ratificó la denuncia de conformidad con lo establecido en los Arts. 175 y 176 del C.P.P.N. y 28 de la Ley N° 25.156 (fs. 407/412).

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42
MARTIN R. ATZEVE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



42. El día 28 de abril de 2010, GPS adjuntó prueba documental conforme al compromiso asumido en la audiencia de ratificación.
43. El día 7 de mayo de 2010 esta Comisión Nacional ordenó correr traslado de la denuncia a la empresa RCA, de acuerdo a lo dispuesto en el Art. 29 de la Ley 25.156.
44. El día 18 de junio de 2010, RCA presentó sus explicaciones en legal tiempo y forma (fs.437/516).
45. El día 15 de julio de 2010 se celebró una audiencia informativa conjunta con la presencia de GPS y RCA. En dicho acto las partes se comprometieron a intercambiarse las eventuales condiciones de contratación convocándose a una nueva audiencia (fs. 524/525).
46. El día 5 de agosto de 2010 se celebró una nueva audiencia informativa conjunta con la presencia de GPS y RCA, haciendo ésta última una propuesta comercial, motivo por el cual se convocó a una nueva audiencia (fs. 526/528).
47. El día 12 de julio de 2010 se celebró una audiencia informativa conjunta por medio de la cual GPS y RCA manifestaron a esta Comisión Nacional haber llegado a un acuerdo y solicitaron suscribir un compromiso en los términos del Art. 36 de la Ley N° 25.156, el cual fuera suscripto en el acta de audiencia correspondiente (fs. 529/530).

IV. LAS EXPLICACIONES

48. RCA negó la totalidad de los cargos formulados así como la veracidad de los hechos denunciados y la documentación aportada.
49. Manifestó haber mantenido una relación comercial con GPS, habiéndole suministrado productos de la línea Royal Canin así como los correspondientes elementos promocionales.
50. Aclaró que en atención al nivel de compras de GPS, RCA efectuó descuentos por cantidad de productos adquiridos. Tales descuentos fueron realizados en forma

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42

MARTIN R. STAEFFEL
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



uniforme a todos los clientes de RCA y constituyen un uso y costumbre en la actividad, siendo dichos descuentos del 15% durante los años 2008 y 2009.

51. Destacó que el desabastecimiento de la línea Royal Canin fue consecuencia de tareas de mantenimiento y modificación de la planta industrial que RCA estaba obligada a efectuar, y que implicaron la necesidad de parar totalmente la producción de la planta. Asimismo y luego de ello, RCA debió enfrentar medidas de fuerza de sus trabajadores, lo que redujo drásticamente su capacidad productiva.
52. Resaltó que dichas circunstancias impactaron en el posicionamiento de RCA en el mercado pero también en la entrega de productos a todos los clientes, debiendo iniciar la importación de productos de Francia, insuficiente en cantidad para abastecer a sus clientes regulares.
53. Manifestó que el reinicio de las actividades de la planta industrial se produjo a fines del mes de abril de 2010, siendo en fecha 12 de mayo de 2010 el momento en el que se restableció la situación productiva dando prioridad a la elaboración de todos aquellos productos que generen mayor dependencia en la salud de las mascotas.
54. En forma estrictamente relacionada con la situación descrita, RCA limitó la entrega de descuentos y beneficios a sus clientes, así como la reducción sustancial de la distribución de mercadería.
55. Relató que GPS, en el mes de marzo de 2010, envió una nota a RCA en donde manifestó sus disculpas por la falta de depósito del pago de un cheque rechazado y requirió a la firma que restituya las condiciones de venta y las condiciones de pago en atención a que se le habían retirado todos los descuentos y bonificaciones de los que gozaban.
56. RCA en respuesta a ello, y por medio de carta documento, le comunicó a GPS que no se habían alterado las condiciones bajo las cuales ambas partes mantenían relaciones comerciales y que cualquier limitación temporal en la entrega de productos se debía al hecho de que la planta industrial se encontraba parada.
57. Asimismo, RCA resaltó que luego del intercambio epistolar, en el mes de abril de 2010 le informó a GPS por correo electrónico la existencia de dos cheques rechazados por falta de fondos por las sumas de \$ 28.000 y \$ 29.335.

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42

MARTIN R. ATZEPÉ
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



58. A su vez, RCA por carta documento, le comunicó a GPS que cumpliría con los pedidos que le realizara pero destacó que GPS había cesado en sus pedidos y le requirió el pago de la deuda existente.
59. En este contexto, GPS respondió argumentando que no había cesado en la realización de pedidos, pero que RCA desde el mes de enero de 2010 le había cortado el suministro de productos.
60. RCA expresó que es una empresa que nació en Francia hace 40 años, desarrollando el primer producto que diferenciaba la alimentación de los cachorros de razas grandes. Desde ese momento, es una empresa que constantemente investiga las necesidades nutricionales de perros y gatos, perfeccionando día a día la composición de los alimentos.
61. Expresó que RCA se instaló en la Argentina a principios de 1997, contando actualmente con un personal de 250 empleados, distribuidos en una planta y tres centros de distribución directa ubicados en Buenos Aires, Córdoba y Mar del Plata.
62. Los productos de RCA pueden ser clasificados según sean para: a) perros: a.1) perros en buen estado de salud o a.2) perros bajo tratamiento específico o, b) gatos: b.1) gatos castrados; b.2) gatos bajo tratamiento específico o b.3) gatos con sensibilidades específicas.
63. Destacó que gran parte de los clientes de RCA son dueños de pet shop y veterinarias que no mantienen contratos de exclusividad con la firma, pudiendo adquirir para su comercio cualquier producto disponible en el mercado, de cualquier marca.
64. En cuanto a la participación en las ventas, RCA manifestó que el alimento balanceado es solo una parte de los ingresos de los comercios dedicados a veterinaria y pet shop, debiéndose incluir también la comercialización de accesorios para mascotas, servicios médicos veterinarios, peluquería, baños, delivery, etc.
65. Las proporciones en el punto de venta de cada uno de éstos dependería de la elección del cliente para su negocio, así como también las marcas de alimento balanceado que elija comercializar, decisión estrictamente comercial que se

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42

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

MARTIN R. ATOLFE
SECRETARÍA LEYBADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



vincula con la cantidad de productos sustitutos entre sí.

66. RCA manifestó que hay diversas maneras de dividir al mercado de alimentos para mascotas, siendo la segmentación del mercado arbitraria. A tales efectos sostuvo que por el tipo de comercio que realiza la venta se divide en: a) canal masivo (supermercados), canal verde (forrajerías) y canal especializado (veterinarias y pet shop) y por la calidad y/o precio de los productos se puede dividir en: a) super económicos, b) económicos, c) estándar, d) premium y e) super premium.
67. Agregó que RCA trabaja en la mayoría de los canales, pero especialmente en el canal especializado, existiendo una enorme cantidad de ofertas de productos de los segmentos económicos, super económicos y estándar.
68. En cuanto a sus competidores, RCA mencionó a: 1) NESTLÉ PURINA: quien tiene una amplia oferta que va desde los super económicos (Mi amigo, Masquit), económicos (Dogui, Gati), estándar (Dog Chow, Cat Show) y premium (Excellent, Pro Plan); 2) IAMS EUKANUBA: uno de los primeros super premium, líder desplazando a Pro Plan. No tiene productos en el segmento económico ni estándar; 3) MASTERFOODS: se encuentra presente en supermercados y forrajerías. Las principales marcas son Pedigree y Whiskas; 4) VITAL CAN: no posee planta propia. Tienen una gama económica y una super premium y 5) OTROS: con poca presencia en diferentes regiones pero con marcas como Ken L, Top Nutrition, Sieger, entre otras. Destacó que en muchos casos, éstos productos son fabricados por pequeños molinos locales, productores de alimentos para ganado porcino o vacuno. En la mayoría de los casos, engrosan la oferta del segmento super económico y económico.
69. Por ello entendió que, la sustitución de algún producto de RCA por otro de marca diferente, es de fácil realización.
70. En cuanto a la participación en el mercado relevante, y de acuerdo con la Cámara de Empresas de Nutrición Animal, en la Argentina hay una población de 9 millones de perros y 3,5 millones de gatos y se venden unas 405.000 toneladas de alimento balanceado, manejando el segmento super premium un 10% del total, premium 29%, estándar 19% y económicos 41%.

ES COPIA FIEL

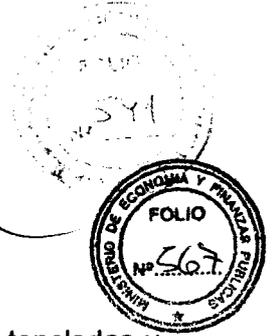


ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42

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

MARTIN P. ATAËFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



- 71. RCA agregó que su producción anual para el año 2008 fue de 19.363 toneladas y para el año 2009 de 16.430 toneladas, con lo cual su participación en el mercado nacional resulta minoritaria y menor al 5%, existiendo mayores competidores con productos de características idénticas.
- 72. Por ende, sostuvo que RCA carece de posición dominante y en consecuencia, no pudo haber abusado de ella. En este sentido, destacó que la eficiencia del mercado en cuanto a cantidades y precios no ha sido alterada. La limitación temporal a suministrar productos por parte de RCA se produjo por un hecho ajeno, que no impactó en los consumidores ya que pudieron sustituir los productos de RCA por el de sus competidores.
- 73. En cuanto a los descuentos, RCA manifestó que realiza dos tipos de descuentos o bonificaciones: descuentos por volumen o condición de compra y descuentos por pago anticipado o pronto pago.
- 74. Explicó que la política de otorgamiento de descuentos ha estado siempre supeditada a la evaluación de crecimiento del cliente para cada uno de los acuerdos comerciales otorgados por periodos, evaluándose el crecimiento en base al volumen de compra medido en kilogramos o a la compra en pesos.
- 75. A estos descuentos por compra se agrega el descuento por pronto pago, que consiste en notas de crédito como descuentos de tipo financiero por el pago de la mercadería entregada que se realice dentro del plazo propuesto por RCA, que son 7 días a partir de la fecha de emisión de la factura.
- 76. Resaltó que ambos descuentos son muy similares a los propuestos por los competidores de RCA en el mercado y a los otorgados por RCA a todos sus clientes.
- 77. Destacó finalmente que la entrega de bonificaciones por cantidad de mercadería no constituye una conducta ilícita para la LDC, ya que los mismos son uniformes, no arbitrarios ni discriminatorios.
- 78. En referencia a los precios de venta de los productos de RCA, ésta manifestó que la sugerencia de los mismos constituye una estrategia competitiva que tiene como efecto incrementar la competencia entre marcas.

[Handwritten signatures and initials]

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42
MARTIN R. ATARFFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



79. Agregó que RCA incluye en la lista de precios enviadas a sus clientes mayoristas, un precio mínimo de venta con el fin de mantener la uniformidad del precio en el mercado. Consideró que se trata de una estrategia competitiva con los productos de competidores en atención a la mínima participación de RCA en el mercado.
80. Sin embargo destacó que queda a criterio del comerciante fijar un precio de venta superior, a costa de aumentar o reducir sus ventas. La sugerencia de los precios de venta de los productos constituye una estrategia competitiva que tiene como efecto beneficiar al consumidor final.
81. RCA expresó que no dejó de vender productos a aquellos clientes que en el mercado minorista establezcan un precio distinto al sugerido por RCA ni aplica sanciones. En efecto, en las listas de precio suministradas por RCA a sus clientes, no se incluye la aplicación de sanciones.
82. Por otra parte y en referencia a la negativa de venta injustificada, RCA manifestó que nunca dejó de venderle sus productos a GPS, pero si reconoció una disminución en la cantidad y variedad de los productos ofrecidos a todos sus clientes como consecuencia de las obras de infraestructura en la planta y de las medidas de fuerza adoptadas por ciertos trabajadores.
83. Destacó que dicha disminución fue aplicada a todos los clientes de RCA por igual, sin distinción ni discriminación alguna. Por ello, sostuvo que no existió una negativa de venta sino una temporaria restricción en la producción de los productos.
84. Finalmente sostuvo RCA que la conducta denunciada por GPS consistente en la supuesta fijación de precios y negativa de venta de ciertos productos para su venta en una zona geográfica reducida no afecta el interés económico general sino el particular, ya que no afecta la utilidad que recibe la comunidad y no impide la libre competencia.
85. Asimismo, RCA hizo reserva de caso federal y adjuntó prueba documental.

V. ANALISIS JURÍDICO ECONÓMICO DE LA CONDUCTA DENUNCIADA

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42
MARTIN E. ATAFER
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



V.1. COMPROMISO ARTICULO 36 DE LA LEY 25.156. ANTECEDENTES.

93. Desde la sanción la Ley N° 25.156 han sido variados los casos donde las partes investigadas han propuesto compromisos en el marco del Art. 36 de la LDC. Asimismo ha sido variado el criterio económico-jurídico que ha tenido en cuenta la Comisión a la hora de rechazar o aceptar tales compromisos.

94. Entre los antecedentes con que cuenta esta Comisión y que conforma su jurisprudencia vale la pena destacar los siguientes casos:

- Expediente N° S01: 0266963/2003 C. 934 / Dictamen N° 473 caratulado "AC NIELSEN S.A. Y AC NIELSEN COMPANY Y OTROS S/ INFRACCIÓN A LA LEY 25.156".

95. En estos autos la denunciante era la empresa CONCORD CONSUMER COMMUNICATION RESEARCH DEVELOPMENT S.A. (CCR) quien denunció AC NIELSEN S.A. por concretar conductas anticompetitivas mediante las siguientes maniobras: captación de ejecutivos de CCR y captación de clientes de CCR mediante contratos con venta de servicios a precios predatorios. Finalmente las partes ofrecieron un compromiso en los términos del Art. 36 de la LDC atento a que ambos estaban satisfechos con las explicaciones brindadas recíprocamente y con la documentación obrante en el expediente, las que permitieron apreciar de mejor manera la influencia que la crisis económica del 2001 tuvo sobre la estructura de precios relativos de la economía en general y de la industria en particular.

96. En dicho caso esta Comisión Nacional aceptó el compromiso en la medida que el mismo contribuyó a solucionar el problema entre las partes y en tanto y en cuanto los elementos y evidencias obrantes en el expediente no permitían asegurar ni descartar que la presunta conducta competitiva haya o pudiera haber tenido efectos sobre el interés económico general.

X
[Handwritten marks]

- Expediente N° S01: 0179868/2002 C. 792 / Dictamen N° 447 caratulado "COOPERATIVA DE LANCHEROS COMANDANTE LUIS PIETRABUENA S/

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42
FOLIO 571
MARTIN R. ATAEFE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA

INFRACCIÓN A LA LEY 25.156".

97. El denunciante (Sr. Julio Eugenio TESTORE) tenía como actividad particular el traslado diario de pasajeros entre las ciudades de Carmen de Patagones y Viedma mediante el uso de una lancha. La denunciada (la COOPERATIVA DE LANCHEROS COMANDANTE LUIS PIEDRABUENA) era la permissionaria del muelle ubicado en la ciudad de Carmen de Patagones utilizado como soporte de las lanchas que realizaban el traslado de pasajeros desde las ciudades nombradas. Según la denunciada LA COOPERATIVA estuvo abusando de una posición dominante por tener la exclusividad en la tenencia provisoria del muelle y como consecuencia de esa concesión la misma pretendía cobrar un canon mensual por lancha. La conducta denunciada consistió entonces en un supuesto cobro abusivo de un canon por la utilización de los muelles de Carmen de Patagones y Viedma por parte de LA COOPERATIVA. A su vez, la denunciada habría discriminado el canon entre sus socios y el denunciante. Finalmente, el Sr. Julio Eugenio TESTORE manifestó que había suscripto un convenio con LA COOPERATIVA y que pagaría un canon por el uso de ambos muelles.

98. La Comisión aceptó el compromiso puesto que, de acuerdo a las constancias en el expediente, la conducta denunciada no alcanzó a producir efectos, en razón de que el denunciante pudo seguir trabajando normalmente. Asimismo, no hubo ningún indicio de que el interés económico general se haya visto afectado.

- Expediente Nº 064-010050/2001 C. 673 / Dictamen Nº 372 caratulado "CABLEVISIÓN S.A. Y TELEVISIÓN FEDERAL (CIUDAD DE SANTIAGO DEL ESTERO) S/ INFRACCIÓN A LA LEY 25.156)".

99. La denuncia se basó en la presunta negativa de venta de la señal televisiva "Telefe" por parte de CABLEVISIÓN S.A. (comercializador de dicha señal en el interior del país) a la denunciante (MEGAVISIÓN SANTIAGO S.A.) Luego de un período de instrucción, las partes negociaron las condiciones de venta de la señal en cuestión concretando un acuerdo para la adquisición de la mencionada señal.

100. La Comisión aceptó el compromiso ya que no se verificó durante el período que duró la instrucción de la presente causa una afectación al interés económico

X
Handwritten signatures and marks at the bottom of the page.

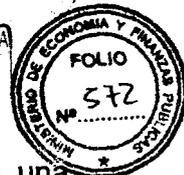
ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

MARTIN R. STAEFFÉ
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



general. La CNDC entendió que la aprobación del compromiso constituía una forma adecuada de poner fin al conflicto suscitado entre las partes.

- Expediente Nº 064-011479/1999 C.505 / Dictamen Nº 417 caratulado "COOPERATIVA ENTRERRIANA DE PRODUCTORES MINEROS LTDA S/ INFRACCIÓN A LA LEY 22.262".

101. Los denunciantes, la empresa LACRI S.R.L y la CÁMARA ARGENTINA DE LA CONSTRUCCIÓN (Delegación Entre Ríos), denunciaron a la COOPERATIVA ENTRERRIANA DE PRODUCTORES MINEROS por la conducta consistente en un incremento injustificado del precio de la arena de río para la construcción a partir de la creación de LA COOPERATIVA, dispuesto por ésta y las empresas asociadas a ella, las que habrían acordado dicho aumento en forma simultánea y en los mismos porcentajes en el ámbito de la ciudad de Paraná y zonas de influencia.

102. Avanzado ya el período de instrucción llevado adelante por esta Comisión Nacional, LA COOPERATIVA ofreció un compromiso en los términos del artículo 36 de la LDC. Esta CNDC decidió no aceptar el compromiso debido a que en esa instancia se había constatado: a) la realización de una conducta colusiva por parte de los miembros de LA COOPERATIVA y prohibida por la LDC; y b) dicha conducta produjo un perjuicio sustancial al interés económico general al verificarse la suba de precios de la arena producto del acuerdo colusivo.

103. Entre los fundamentos vertidos en el rechazo se estableció que el criterio para aceptar un compromiso debía ser restrictivo, por lo cual no debería utilizarse este medio de terminación del procedimiento sino en los casos en los que la conducta no hubiera producido aún un perjuicio sustancial al interés económico general. Se dijo asimismo que si en casos como el presente se aceptara el compromiso ofrecido por las partes, sería muy sencillo para cualquier empresa incurrir en conductas prohibidas para luego, frente a la inminencia de una sanción, limitarse a presentar un compromiso de abstenerse de realizar esa conducta en lo sucesivo. Por ende, en ese caso, la LDC no constituiría un factor tendiente a disuadir a las empresas de realizar conductas anticompetitivas.

Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.

ES COPIA FIEL

"2010 - AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO"



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42

MARTIN R. STAEFFÉ
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



V.2. FUNDAMENTOS ECONÓMICOS JURÍDICOS PARA LA ACEPTACIÓN DEL COMPROMISO DEL ARTICULO 36 DE LA LDC.

104. De los antecedentes analizados se puede concluir que si durante el transcurso de la investigación en el cual la parte investigada presenta un compromiso en los términos del Art. 36 de la LDC, surge una afectación efectiva al interés económico general, dicho compromiso no será aceptado por esta CNDC. Por el contrario si con la prueba reunida hasta el momento de la presentación del compromiso no surge que exista afectación al interés protegido, tal compromiso será aceptado.

105. Esta Comisión considera que el instituto que prevé el Art. 36 de la Ley N° 25.156 no debe ser concedido en forma automática sino que debe quedar reservado a aquellos casos en que la poca importancia del hecho, medida por el nulo perjuicio al interés económico general, evidenciado con las constancias obrantes en el expediente al momento de su evaluación, tornan aconsejable hacer uso de esta útil herramienta que proporciona La Ley.

106. La Ley N° 25.156 otorga la facultad a la Autoridad de Aplicación de aceptar el compromiso ofrecido por el presunto responsable con el objeto de suspender el procedimiento labrado en su contra.

107. Entiende esta CNDC que el legislador ha deseado que en determinadas circunstancias sea preferible privilegiar la función de promoción y prevención de la defensa de la competencia que la continuación de un procedimiento que pueda terminar en la sanción de una infracción supuestamente ejecutada. Con ese objeto es posible suspender el proceso a prueba mediante el efectivo cumplimiento del compromiso asumido y presentado por el sujeto objeto de la investigación.

108. De esta manera, el investigado tiene que reconocer al menos en forma precaria la existencia de los hechos que son objeto de la instrucción si desea acogerse a la suspensión del procedimiento, pero se trata para él de un trámite opcional, adicional y prescindible del proceso ordinario previsto por la Ley de Defensa de la Competencia y sujeto a la valoración del Tribunal sumado al cumplimiento de los requisitos que lo impliquen.

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42
MARTIN R. MAFFE
SECRETARIA PETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



109. En este orden de ideas se trata de un trámite dependiente de la voluntad del mismo investigado, que, de no concretarse, no produce más consecuencias jurídicas que la normal continuación del proceso. De este modo no puede entenderse que una simple particularidad de su ejercicio implique la aceptación de la antijuridicidad de la conducta o de los hechos investigados ni de la culpabilidad del encartado. Así entendido, el reconocimiento que conlleva el ofrecimiento del compromiso solo puede ser valorado y utilizado en el marco del procedimiento que es establecido en su contra.

110. Recapitulando, la presentación de un compromiso de cese o abstención de conducta en los términos del Art. 36 de la LDC por parte del investigado no habilita a esta Comisión a realizar una valoración de los hechos objeto de la investigación distinta a la elaborada por el mismo investigado dentro de una solicitud de suspensión del procedimiento, porque ésta tiene un alcance limitado y en caso de rechazo de la gestión, pierde cualquier valor jurídico.

111. En líneas generales, para aceptar el compromiso establecido por el Art. 36 de la Ley N° 25.156, debe tomarse como parámetro que el contenido del mismo debe contribuir a solucionar la problemática planteada, y en tanto y en cuanto los elementos y evidencias obrantes en el expediente, hasta el momento procesal en que se encuentran las actuaciones al momento de evaluar la aceptación o rechazo del compromiso, no permitan asegurar que la presunta conducta anticompetitiva haya tenido efectos negativos sobre el interés económico general.

112. Debe quedar en claro que la presentación del compromiso del Art. 36 de la Ley N° 25.156, no implica que esta Comisión dé por acreditada la existencia de una relación de causalidad, ni se tiene como probado el factor de atribución. De igual modo, el instituto en cuestión no significa bajo ningún concepto un reconocimiento de la existencia del eventual daño ni de su dimensión.

V.3. VALORACIÓN DEL COMPROMISO OFRECIDO POR RCA.

113. Mediante el compromiso presentado a fs. 529/530, RCA se obliga en los términos del citado Art. 36 de la Ley N° 25.156 a:

ES COPIA FIEL

"2010 - AÑO DEL BICENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN DE MAYO"



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42
MARTIN R. ATAEFE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



- a) Vender a GPS alimento seco para perros y gatos;
- b) En cuanto a las bonificaciones, las mismas pueden ser mensuales o semanales, pero ambas serán informadas por medio de e-mails dirigidos al denunciante;
- c) En cuanto a la forma de pago, RCA le hará un descuento del 5% sobre el importe facturado, en tanto y en cuanto, la factura sea cancelada dentro de los 7 días desde la fecha de emisión. Caso contrario, el pago deberá ser cancelado dentro de los 30 días desde la emisión de la factura pero sin el mencionado descuento;
- d) Por compras superiores a los 35.000 kg., RCA hará un descuento del 15%. Dicho descuento es independiente de la bonificación referida a la fecha de pago mencionada en la cláusula c) del presente compromiso;
- e) Tanto la venta como la entrega de mercadería se encuentra sujeta a la inexistencia de deuda impaga por parte de GPS;
- f) En caso de falta de mercadería, RCA le deberá dar aviso al denunciante vía e-mail la misma así como también las causas de ello y su impacto en el descuento por cantidades de producto;
- g) Asimismo, RCA deberá asegurar GPS la notificación y el ofrecimiento de cualquier bonificación que realice a cualquier otro comercio del rubro Veterinaria – Pet shop de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, equiparando los mejores términos competitivos;
- h) Por su parte, RCA se compromete a no discriminar en la venta y asignación de mercadería entre los diferentes compradores pertenecientes al rubro Veterinarias – Pet shop de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; GPS solicita le sea enviada toda la información al correo electrónico j.jacaruso@hotmail.com y

- i) La vigencia del presente compromiso será a partir del primer día hábil del mes

ES COPIA FIEL



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

ES COPIA

MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

42

MARTIN R. ATAEKE
SECRETARIA LETRADA
COMISION NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



de septiembre de 2010.

114. De las audiencias informativas celebradas con la presencia de ambas partes surge que si bien la relación comercial habida fue suspendida por un periodo de tiempo, tanto GPS como RCA en la actualidad, están dispuestas a reanudar la misma.

115. Concretamente surge que RCA está dispuesta a venderle a GPS productos de la línea Royal Canin y GPS, dispuesta a comprar los mismos, siempre que se respeten las condiciones comerciales pactadas entre las partes y se equiparen los mejores términos competitivos con los comercios pertenecientes al rubro Veterinarias – Pet shop de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

116. Que esto implica que se reanuden las relaciones comerciales habida entre las partes previas, en las mismas condiciones de mercado que la existentes con anterioridad a la supuesta negativa de venta denunciada.

117. De este modo y en esta instancia procesal no corresponde analizar la supuesta conducta anticompetitiva denunciada, en tanto el compromiso suscripto por las partes supone la reanudación de las relaciones comerciales en condiciones de competencia.

118. Por otra parte, y hasta este momento procesal, esta CNDC no ha encontrado elemento alguno que permita inferir una afectación negativa al interés económico general.

119. Por lo expuesto, se torna aconsejable aceptar el compromiso ofrecido por RCA y GPS en los términos del Art. 36 de la Ley Nº 25.156, destacando que el mismo se adecua, en términos generales, a los extremos requeridos por el Art. 36 de la Ley Nº 25.156, correspondiendo por ende su aprobación.

X 120. Finalmente, debe suspenderse el procedimiento de las presentes actuaciones por el plazo de tres (3) años contados a partir del dictado de la resolución que oportunamente emita el Señor SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR, cumplidos los cuales corresponderá el archivo de las mismas.

[Handwritten signatures and initials]

ES COPIA FIEL



ES COPIA
MATIAS ROSSI
DIRECCION DE DESPACHO

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

42

MARTIN R. STAEPE
SECRETARÍA LETRADA
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA
DE LA COMPETENCIA



VI. CONCLUSIÓN

Por las consideraciones expuestas en el presente dictamen, esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA aconseja al Señor SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR:

- a) Aceptar el compromiso ofrecido por ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. de conformidad con lo dispuesto por el Art. 36 de la Ley N° 25.156 y ordenar la suspensión de la instrucción de las presentes actuaciones por el término de TRES (3) años, contados a partir de la fecha de la Resolución que oportunamente emita.
- b) Facultar a esta COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA con el objeto de que adopte las medidas necesarias a fin de vigilar el cumplimiento del compromiso mencionado precedentemente.
- X c) Ordenar a la firma ROYAL CANIN ARGENTINA S.A. a que en el plazo de QUINCE (15) días acredite la publicación por un día en el Boletín Oficial y en un diario de tirada nacional, del compromiso asumido.

[Handwritten signature]

BERNARDO P. PIVELLO
SECRETARIO DE COMERCIO INTERIOR
COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

HERBERTO GUARDA MENDONÇA
VICEPRESIDENTE DE LA COMISIÓN NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

[Handwritten signature]

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