



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Resolución N.º 119/021.

Montevideo, 14 de junio 2021.

ASUNTO N.º 23/2021: DAYANA BRITES - CONSULTA.

VISTO:

La comparecencia, de la Sra. Dayana Brites recibida mediante correo electrónico, de fecha 27 de mayo de 2021.

RESULTANDO:

Que, mediante la referida comparecencia, consulta acerca de si el acuerdo entre un proveedor y un supermercado mediante el cual se fijan determinados espacios en góndolas para sus productos y se sugieren determinados precios de venta, infringe la normativa de competencia.

CONSIDERANDO:

1. Que, el caso planteado en marras hace a una relación de tipo vertical.
2. Que la mencionada relación se da entre agentes económicos, que participan en diferentes etapas de la cadena de producción, distribución o comercialización del producto.
3. Que los principales efectos anticompetitivos de los acuerdos verticales son (i) la exclusión de competidores a través de la creación de barreras a la entrada y/o expansión; (ii) la reducción o relajación de la competencia, efecto "*softening*" o la facilitación de la colusión.
4. Que estos efectos esencialmente suponen la reducción de la competencia "*intramarca*", y pueden perjudicar a los consumidores, en especial mediante: (i) el aumento de los precios al por mayor de los productos; (ii) la limitación en la elección de productos, (iii) la limitación en formatos de distribución; (iv) la reducción de la disponibilidad y calidad

de los servicios al por menor; y (v) la reducción del nivel de innovación de la distribución.

5. Que la combinación de restricciones verticales potencia a menudo los efectos negativos para la competencia.
6. Que el Art. 4 de la Ley N.º 18.159, señala a modo enunciativo, un conjunto de prácticas prohibidas, las que deben ser estudiadas bajo la regla de la razón.
7. Que los acuerdos de exhibición en góndola, son estrategias comerciales de naturaleza promocional cada vez más frecuentes en el sector de supermercados.
8. Que se trata en principio, de prácticas lícitas que implican la asignación de un espacio en góndola en un determinado comercio, donde se exhiben productos o servicios de un agente económico, a cambio de una bonificación, un apoyo logístico, o la provisión de equipamiento entre otros.
9. Que dichos acuerdos tienen, un potencial efecto de exclusión abusiva de los competidores del proveedor que exhibe en la góndola, pudiendo configurar un abuso de posición dominante al amparo del artículo 6 de la Ley N.º 18.159.
10. Que los acuerdos de exhibición en góndola no son una práctica anticompetitiva cuando:
(i) no se exige exclusividad en la exhibición en góndola para los productos del proveedor, no se ofrezcan incentivos para impedir la venta o la presencia de productos de competidores; (ii) el espacio de exhibición en góndola sea proporcional o menor a la cuota de participación de mercado del proveedor respecto del producto y el canal de venta de exhibición y nunca sea mayor a dicha cuota de mercado; (iii) se establezcan plazos breves especialmente cuando se asigne una porción significativa del espacio total de la góndola para el producto en cuestión.
11. Que, por su parte, la competencia relativa a precios es un elemento esencial en el marco del proceso competitivo en la mayoría de los mercados.
12. Que la fijación de precios vertical, es una práctica prohibida, y consiste en una concertación o imposición mediante la cual un agente económico que opera en un mercado “aguas arriba”, dispone controla y/o restringe el precio que un agente revendedor puede cobrar en el mercado “aguas abajo”.
13. Que corresponde diferenciar los precios impuestos de aquellos sugeridos, siendo el factor determinante de distinción la obligatoriedad o no del agente económico a quien impone o sugiere un precio a fin de aplicar el mismo.



Ministerio
**de Economía
y Finanzas**



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

14. Que el carácter obligatorio está indicado por la aplicación de un sistema de contralor y fiscalización del cumplimiento y posibilidad de aplicar sanciones ante un apartamiento del precio concertado o impuesto.
15. Que la OCDE, señala que, en la mayoría de los casos, los precios de venta al público recomendados por el fabricante no plantean preocupaciones desde el punto de vista de defensa de la competencia, siempre y cuando el apartamiento de los precios recomendados no sea penalizado, (“Policy Roundtable on Resale Price Maintenance”- año 2008).
16. Que en el marco de un expediente de consulta, con los elementos expuestos por la Sra. Brites la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, dispondrá dar respuesta en los términos relacionados en los considerandos de la presente resolución.

ATENCIÓN:

A las disposiciones de la Ley de Promoción y Defensa de la Competencia N° 18.159 de 20 de julio de 2007 y demás normativa complementaria y concordante.

LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

RESUELVE:

1. Brindar respuesta en los términos relacionados en los considerandos de la presente resolución.
2. Comuníquese a Dayana Brites.

Dra. Natalia Jul.

Dra. Alejandra Giuffra.