



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Informe N° 94/2022

Montevideo, 27 de abril de 2022.

ASUNTO: Nro. 22/2022 - ACUERDO DE PRECIOS-
CONSULTA

1.- ANTECEDENTES.

Tras la consulta presentada por Sebastián Fleitas que obra de fs. 15 a 18, la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia (en adelante “la Comisión”), estima necesaria la elaboración del presente informe jurídico y económico para dar respuesta a la misma.

2. ANÁLISIS.

2.1.- La consulta.

La consulta en cuestión versa sobre las noticias de prensa y anuncios de los últimos días “*donde se informa que varios actores de la cadena de carne vacuna/frigoríficos nacionales y de la cadena avícola habrían alcanzado un acuerdo sobre los precios de ciertos cortes de carne vacuna (asado y otros) y sobre el precio de los huevos respectivamente*”. Adelanta opinión, considerando que no parece haber duda que se está ante una práctica “*concertada entre competidores*” cuyo objeto es “*establecer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales o de servicio*”. Como se detallará *infra*, solicita a la Comisión que se le brinde respuesta a una serie de interrogantes.

Lo requerido se enmarca entre las facultades y cometidos otorgados a la Comisión de responder consultas que le formule cualquier persona física o jurídica, pública o

privada, acerca de prácticas concretas que realiza o pretende realizar, o que realizan otros sujetos (literal H, art. 26 de la Ley N° 18.159 y en el literal H, art. 16 del Decreto N° 404/007).

Si bien la consulta es concreta, se considera pertinente establecer el marco teórico en el cual se desarrolla, con el fin de otorgar una respuesta completa.

Al considerar las interrogantes planteadas, se puede deducir la posible existencia de dos tipos de prácticas, por un lado, la colusión (que si bien se desarrollará más adelante, se resume en que dos o más agentes coordinan su accionar) y por otro lado, una restricción vertical (en el sentido de que un agente perteneciente a la cadena de producción / suministro establece restricciones al accionar de otros agentes ubicados en eslabones superiores o inferiores de la cadena).

2.2.- Definición de restricciones verticales¹.

Las restricciones verticales, son mecanismos establecidos entre agentes económicos situados en diferentes eslabones de la cadena de producción, y que normalmente operan en forma independiente, por los que se regulan las condiciones en que se compran y/o venden los productos o servicios.

Este tipo de restricciones no siempre son perjudiciales para la competencia, en ocasiones pueden llegar a mejorar la eficiencia, esta mejora redundará en beneficios tanto para los agentes participantes de la restricción, como para los consumidores. Las formas concretas en que puede mejorar la eficiencia son: reducción de costos de transacción, optimización de los niveles de inversión y eliminación de las distorsiones de precios que pueden surgir como externalidad de los problemas de agencia².

De todas formas, existen restricciones verticales que debilitan la intensidad competitiva. En este caso, se pueden encontrar de dos tipos, las restricciones a la

¹ Basado en el documento “Guía para el análisis de restricciones verticales”. Fiscalía Nacional Económica. Chile

² Problema o conflicto de agencia: se puede resumir como un conflicto de intereses entre el principal y los agentes, donde pueden aparecer, entre otros, comportamientos oportunistas que maximicen la utilidad de una de las partes en detrimento del beneficio total.



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

competencia intra-marca, cuando afectan a la misma estructura vertical, y las restricciones inter-marca, cuando afectan a estructuras verticales rivales.

Dado que las restricciones verticales pueden ser tanto beneficiosas como perjudiciales, es que el análisis de estas prácticas debería realizarse sopesando los beneficios y los perjuicios que los acuerdos generan a los consumidores.

Dentro de las restricciones verticales intra-marca, las estrategias más comunes que se encuentran son:

- Fijación de precios mínimos de reventa, cuando un proveedor fija el precio mínimo al que el distribuidor debe vender su producto.
- Fijación de precios máximos de reventa, cuando el proveedor fija el precio máximo al que el distribuidor debe vender su producto.
- Territorios exclusivos, el proveedor asigna áreas a los distribuidores dentro de los cuales no hay competencia intra-marca.
- Distribución exclusiva, el proveedor comercializa los productos a través de determinado distribuidor que cumplen ciertos requisitos.

Dentro de las restricciones verticales inter-marca, las estrategias más comunes que se encuentran son:

- Contratos de exclusividad, el proveedor le prohíbe al distribuidor ofrecer productos de otras marcas.
- Venta atada, el proveedor exige que el distribuidor adquiera conjuntamente dos o más productos.
- Pagos por acceso, el proveedor le paga al distribuidor por exponer sus productos en góndolas.
- Requerimiento mínimo de compra, el proveedor le exige al distribuidor una compra mínima.

En el caso de la consulta, si bien versa sobre una fijación de precios máximos de venta, conducta que podría ser considerada una restricción vertical (cuando fuera establecida por algún agente de la cadena productiva), no se encuentra en los artículos de prensa, ni en la propia consulta, que sea la hipótesis planteada.

2.3.- Definición de colusión³.

En general, la teoría económica considera que es una de las prácticas más nocivas para los mercados, ya que se distorsionan los precios, las cantidades producidas, la asignación de los factores de producción, la calidad de los bienes, etc. No se logra maximizar el excedente total y hay una pérdida de bienestar en comparación con un mercado perfectamente competitivo.

Los resultados colusorios pueden ser alcanzados de diferentes formas: se puede establecer un acuerdo que fije los precios u otras formas de compra o venta; se puede establecer un acuerdo que fije o limite las cantidades de producción; se puede dividir el mercado por territorio, volumen de compra o venta, tipo de producto, tipo de clientes, etc. Lo esencial es que se modifique o intente manipular de forma coordinada las variables clave del mercado.

Estas modificaciones acordadas de las variables del mercado tienen dos efectos, por un lado, el efecto redistributivo, a través del cual los excedentes de los oferentes y los demandantes se modifican por la sola voluntad de algunos agentes y, por otro lado, el efecto sobre la eficiencia, ya que parte de la demanda (o la oferta) quedará insatisfecha o excedentaria.

Los efectos provocados en el mercado variarán en función de las elasticidades de la oferta y de la demanda, como referencia, cuanto más inelástica es la demanda de un bien, más se ven afectados los consumidores ante subas de precios.

³ Basado en la Resolución SC-005-0/NR-2008 de la Superintendencia de Competencia. El Salvador.



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Si se considera un enfoque estrictamente económico⁴, la colusión se define como la situación en la que el precio cobrado por las empresas es mayor que el precio que existiría en una situación de competencia, es decir, no importa la vía a través de la cual se coordine, sino que se cumpla con el objetivo. Sin embargo, el propio Motta desde un comienzo aclara que este enfoque puede llevar a confusión debido a que las autoridades de competencia deberían considerar ilegal toda práctica donde las empresas coordinen explícitamente sus acciones para conseguir un resultado.

Respecto a los tipos de colusión, existen dos grandes grupos, la colusión tácita y la explícita, en ambas se llegaría al mismo resultado.

En la colusión tácita no hay un intercambio claro de información entre los agentes, en contraste, las empresas tomarían las decisiones comerciales en función de lo observado en el mercado, antecedentes, etc. Por tal motivo es que solo podría existir este tipo de colusión si los agentes pueden acceder rápidamente a la información de los competidores, y, a su vez, pueden tomar decisiones que “castiguen” a los agentes que se aparten. Es decir, en este tipo de colusión no hay una coordinación en el accionar de las empresas, sino que las mismas, tomando decisiones de forma independiente y buscando su óptimo, llegan a equilibrios generales que no son los óptimos para la sociedad.

En la colusión explícita, lo central es la coordinación, esta coordinación evita que los agentes tomen decisiones distintas tras leer la información disponible en el mercado, es más eficiente y menos costosa para las partes ya que no deben interpretar lo que el resto de los agentes harán, sino que directamente se

⁴ Competition Policy: Theory and Practice. Capítulo 4. Massimo Motta.

coordinan las acciones a seguir. A su vez, este tipo de colusión soporta mucho mejor las variaciones bruscas en las variables relevantes del mercado provenientes de shocks externos, ya que solo requiere coordinar el nuevo equilibrio.

2.4.- Fijación de precios⁵.

Cuando los demandantes comparan las alternativas de productos, esperan que el precio esté determinado por la oferta y demanda, no por un acuerdo entre los competidores.

La práctica de fijación de precios, consiste en un acuerdo entre competidores, ya sea escrito, verbal o inferido de una conducta, para subir, bajar, mantener o estabilizar precios o niveles de precios.

La Comisión Federal de Comercio de EEUU considera que un acuerdo entre competidores para fijar precios casi siempre es ilegal, ya sea que se fije el mínimo, el máximo o un rango de precios.

Dentro de esta práctica no se incluye únicamente la fijación de precios, sino también otras condiciones de transacción que afecten los precios que le llegan al consumidor (costos de envío, créditos, garantías, descuentos, etc.)

La fijación de precios máximos puede provenir de dos fuentes diferentes, por un lado, puede ser una restricción vertical (como se vio anteriormente) donde un agente que opera en un eslabón de la cadena productiva, establece los precios máximos a los que puede vender un agente aguas abajo; en este caso se debería analizar a través de la regla de la razón. La otra alternativa, central en este informe, es que exista un acuerdo entre los agentes para la fijación de los precios.

En esta segunda alternativa, la fijación de precios máximos, lo que hace es establecer un tope en los precios que pueden cobrar los agentes, se supone que el

⁵ Basado en Microeconomía intermedia: un enfoque actual. Hal Varian. 2010 y en el documento de la Comisión Federal de Comercio de EEUU publicado en <https://www.ftc.gov/advice-guidance/competition-guidance/guide-antitrust-laws/dealings-competitors/price-fixing>



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

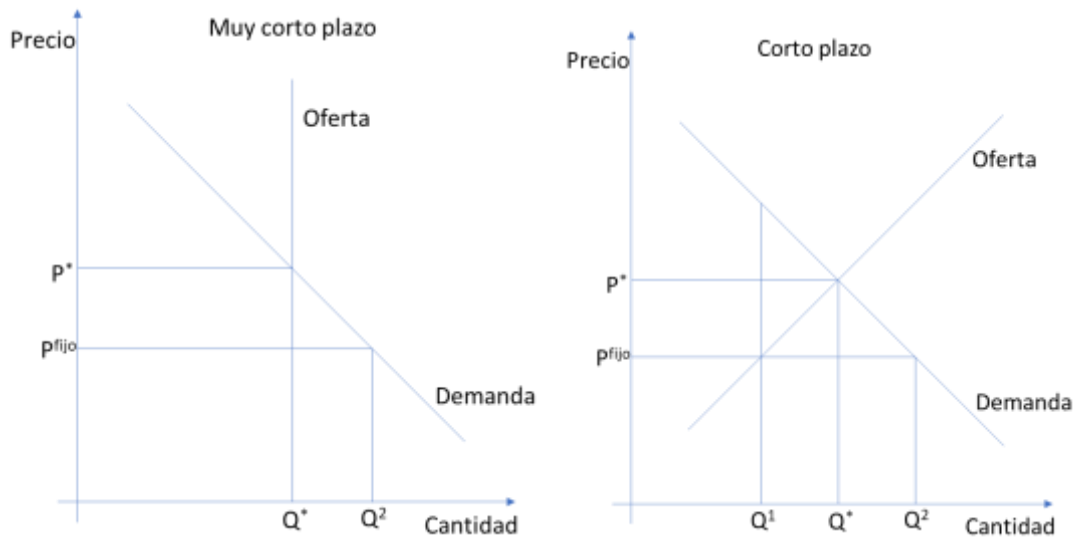
precio máximo fijado debería estar por debajo del precio de competencia, sino no tendría ningún efecto en el mercado.

Si el precio se fija por debajo del competitivo, la fijación de precios máximos tiene como objetivo que más cantidad de consumidores accedan al bien, sin embargo, la teoría económica sostiene que, si se trata de bienes normales, esta política genera escasez. Al bajar el precio (si se parte de un equilibrio competitivo), los demandantes están dispuestos a demandar más y los oferentes a ofrecer menos.

Se arriba a una situación en la que no se lograría el objetivo inicial de que más cantidad de consumidores acceden al bien. Cuando hay escasez, por lo general, aparecen alternativas para la asignación de los productos, desde esperas, colas, mercado negro, etc., lo cual hace ineficiente la asignación de los bienes.

Gráficamente, si se trata de bienes normales, se puede representar de la siguiente forma⁶:

⁶ No se considera el caso especial de una curva de oferta horizontal donde los productores pudieran brindar todo el producto necesario al nivel de precios fijado. Sin embargo, podría ser el caso ya que la industria frigorífica mantiene grandes stocks de producto y probablemente podría soportar una demanda adicional en el corto plazo.



El impacto de la fijación de precios máximos se puede ver tanto en el muy corto plazo, como en el corto plazo, en ambos habría exceso de demanda. En el muy corto plazo, la escasez sería menor debido a que los oferentes no llegarían a ajustar su oferta ($Q^2 - Q^*$) sin embargo, en el corto plazo, los oferentes ya controlan la cantidad ofrecida y decidirán poner a disposición una cantidad menor Q^1 por lo que la diferencia entre oferta y demanda sería mayor ($Q^2 - Q^1$). Se concluye que habrá demandantes que querrán comprar el producto y no habrá oferta suficiente para satisfacerlos.

2.5.- Definición de reglas de la razón y "per se"⁷.

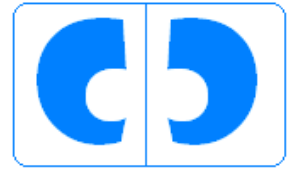
Para la evaluación por parte de las autoridades de la competencia del eventual carácter anticompetitivo del supuesto bajo investigación, se reconoce a nivel de derecho comparado dos reglas metodológicas diferenciadas en la materia cuyo origen se remonta a criterios jurisprudenciales elaborados por las cortes norteamericanas: la regla de la razón y la regla "per se".

La regla de la razón o "rule of reason" supone que las eventuales conductas anticompetitivas no serán sancionadas por sí mismas, ni tampoco evaluadas en

⁷ Basado en el artículo de GAGLIUFFI PIERCECHI, Ivo "La evaluación de las conductas anticompetitivas bajo la regla per se o la regla de la razón". Revista de la Competencia y Propiedad Intelectual N° 12. INDECOPI.



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

forma abstracta, sino que deberán calibrarse los efectos restrictivos a la libre competencia en el mercado relevante, contra las características pro-competitivas de la conducta, con el fin de decidir si se configura una infracción a la Ley.

La regla “*per se*” parte de la premisa que determinadas prácticas siempre o casi siempre generan efectos anticompetitivos, por tanto, las reputa como ilegales por sí mismas, de manera objetiva, absoluta y automática, sin ingresar a analizar su idoneidad o si llegaron a producir efectos perjudiciales en el mercado relevante, motivo por el cual siempre serán sancionables. Como corolario, la autoridad de competencia puede prescindir de cualquier evaluación sobre su idoneidad o no, descartando argumentos o medios probatorios destinados a justificar su racionalidad.

Si bien las reglas y presunciones de líneas claras simplifican la aplicación de la competencia, su adopción es producto de la confianza y experiencia acumulada de que tales reglas y presunciones son correctas.

2.5.- Regla de la razón y “*per se*” en el mundo⁸.

La evolución del derecho de la competencia en el último siglo ha dejado en evidencia como ha oscilado entre prohibir las prácticas comerciales en función de la forma que adopten y exigir análisis económicos detallados para determinar si se deben prohibir estas prácticas. Este desafío ha sustentado los debates a lo largo de los años sobre el alcance apropiado de la ley de competencia y sobre cómo deben tratarse ciertos comportamientos comerciales.

⁸ Basado en el artículo de FISCHER, Max y FISCHER Ronald “*Reglas per se y la evolución del sistema de protección de la competencia*”. Setiembre 2020. Universidad Adolfo Ibáñez de Chile – Centro Competencia.

Diversos autores coinciden en señalar que la regla de la razón fue aplicada por las Cortes norteamericanas con anterioridad a la regla *“per se”*, a manera de interpretación de la Sherman Act del 2 de julio de 1890, por la jurisprudencia en 1911. Su interpretación no ha sido uniforme durante el extenso lapso de su vigencia, siendo permeable a las sucesivas corrientes del pensamiento político económico⁹. En la interpretación del juez Bork de esas primeras sentencias que aplicaron la regla de la razón, la premisa era que la Ley tenía como objetivo la maximización de la riqueza social o del bienestar de los consumidores.

No obstante, debido a las dificultades en aplicar dicha regla en una época que disponía de pocas herramientas de análisis microeconómico, a partir de finales de los años 20 se comenzaron a utilizar reglas *per se*, que reunían las siguientes virtudes: los efectos de la Ley resultaban predecibles, evitaría el análisis de casos económicos complejos, la regla de la razón no podía ser apropiada por grupos de interés. Dicho criterio fue objeto nuevamente de críticas por parte de grupos de economistas y juristas de la Universidad de Chicago a partir de la década de los 60, por considerar que muchas de las reglas *per se* producían efectos económicos adversos, enfoque que fue dominante hasta la década de los 90.

En la actualidad los EEUU utiliza criterios intermedios como la denominada *“escala móvil”* (sliding scale) *“en que hay un rango de conductas desde aquellas prohibidas, pasando por aquellas que en la mayoría de los casos son prohibidas y el peso de la prueba de su inocuidad descansa en la defensa, hasta conductas generalmente aceptables y en que el peso de la prueba sobre los efectos anticompetitivos recae en los órganos persecutores”*¹⁰.

En Europa no han existido reglas *“per se”* tan explícitas como en EEUU, el artículo 101, apartado 1, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea prohíbe los acuerdos *“que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear”* la competencia¹¹. Se

⁹ FERNANDEZ NOVOA, Carlos. Citado por GAGLIUFFI PIERCECHI, Ivo *“La evaluación de las conductas anticompetitivas bajo la regla per se o la regla de la razón”*. Revista de la Competencia y Propiedad Intelectual N° 12. INDECOPI.

¹⁰ FISCHER, Max ob. cit., basado en CAPOBIANCO, Antonio, *“Safe Harbours and Legal Presumptions in Competition Law”*, OECD, Competition committee, DAF/COMP (Noviembre 2017), 8.

¹¹ ARTICULO 101



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

ha señalado, que la primera parte de la cláusula se puede interpretar de manera similar a la regla “*per se*” en el sentido de prohibir conductas, que por su naturaleza son contrarias a la competencia, mientras que, en otros casos, requiere un análisis más complejo que se asemeja a la escala móvil en los EEUU.

El desafío lo constituye en cómo equilibrar la búsqueda de los objetivos de la ley de competencia, es decir, maximización del bienestar social, con la necesidad de crear normas claras y precisas, equilibrio que está en permanente evolución en la medida que surgen nuevas prácticas comerciales y evoluciona la teoría económica.

En definitiva, se aprecia que a nivel de derecho comparado para las restricciones verticales y para otras conductas restrictivas se recurre a la regla de la razón, debido a que las conductas tienen un potencial efecto positivo sobre el bienestar, pese a que podría restringir la competencia, mientras que el uso de reglas *per se* (al igual que en

1. Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior y, en particular, los que consistan en:

- a. fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción;
- b. limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones;
- c. repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento;
- d. aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;
- e. subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.

2. Los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho.

3. No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a:

- cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas,
- cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas,
- cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas,

que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que:

- a. impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos;
- b. ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate.”

la legislación nacional), está acotado a ciertas prácticas precisas y limitadas, como resulta ser el acuerdo de fijación de precios (práctica que motiva la consulta), división de mercados, colusión en licitaciones y otras conductas horizontales, por considerarse que generan siempre o casi siempre, efectos anticompetitivos.

2.6.- Regla de la razón y “per se” en Uruguay.

A nivel nacional la Ley N° 18.159 regula la materia específica del Derecho de la Competencia, consignando su artículo 1° que *“La presente ley es de orden público y tiene por objeto fomentar el bienestar de los actuales y futuros consumidores y usuarios, a través de la promoción y defensa de la competencia, el estímulo a la eficiencia económica y la libertad e igualdad de condiciones de acceso de empresas y productos a los mercados.”* Es por esto que, según lo expresado, el principal objetivo es buscar el bienestar de los consumidores, mediante los mecanismos allí indicados.

Respecto de las prácticas prohibidas, el artículo 2 de la Ley establece en términos amplios que *“se prohíbe el abuso de posición dominante, así como todas las prácticas, conductas o recomendaciones, individuales o concertadas, que tengan por efecto u objeto, restringir, limitar, obstaculizar, distorsionar o impedir la competencial actual o futura en el mercado relevante”*. A continuación, surge recogido para su análisis la regla de la razón como criterio metodológico de principio, previendo que el órgano de aplicación para su valoración *“podrá tomar en cuenta si esas prácticas, conductas o recomendaciones generan ganancias de eficiencia económica de los sujetos, unidades económicas y empresas involucradas, la posibilidad de obtener las mismas a través de formas alternativas, y el beneficio que se traslada a los consumidores. La conquista del mercado resultante del proceso natural fundado en la mayor eficiencia del agente económico en relación a sus competidores, no constituye una conducta de restricción de competencia”*.

Hasta la entrada en vigencia de la Ley N° 19.833 el régimen nacional había adoptado exclusivamente la regla de la razón como criterio de valoración de las prácticas anticompetitivas, surgiendo identificadas una serie de prácticas a título enunciativo en el artículo 4 de la Ley N° 18.159, *“en tanto configuren alguna de las situaciones enunciadas en el artículo 2° de la presente ley”*.



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

A raíz de la adición del artículo 4 *bis* producto de la citada reforma, se introdujo una nómina taxativa de prácticas prohibidas *per se* cuyo núcleo lo constituye la existencia de una concertación por parte de competidores, que no habilita a ingresar al examen de eventuales causas de justificación. Por tanto, quedó conformado un sistema dual de pautas de valoración, dependiendo del artículo en el cual encarten las conductas objeto de examen. Esta última disposición, reza lo siguiente.

Artículo 4-BIS

(Prácticas expresamente prohibidas).- Las prácticas, conductas o recomendaciones concertadas entre competidores que se enumeran a continuación, se declaran expresamente prohibidas:

- 1) *Establecer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales o de servicio.*
- 2) *Establecer la obligación de producir, procesar, distribuir o comercializar solo una cantidad restringida o limitada de bienes o la prestación de un número, volumen o frecuencia restringido o limitado de servicios.*
- 3) *Dividir, distribuir, repartir, asignar o imponer porciones, zonas o segmentos de mercado de bienes o servicios, clientes o fuentes de aprovisionamiento.*
- 4) *Establecer, concertar o coordinar las ofertas o la abstención en licitaciones, concursos o subastas.*
- 5) *Las mismas prácticas enunciadas, cuando sean resueltas a través de asociaciones o gremiales de agentes económicos.*

En mérito a su potencial anticompetitivo, este artículo dispone en el literal A) que aquellas prácticas concertadas cuyo objeto consista en “*Establecer, de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales o de servicio*”, alcanzando así a los acuerdos de precio, que pueden traducirse a través de diferentes modalidades, debiendo acreditarse en todos los casos la existencia del acuerdo o concertación entre los competidores rivales. La prohibición de la fijación de precios entre competidores se justifica porque tanto la teoría económica como la experiencia, demuestran que tal práctica muy rara vez tiene efectos positivos y casi siempre reduce la competencia.

2.7.- Las prácticas planteadas en la consulta.

De acuerdo a la información brindada por el consultante, según las noticias de prensa que referencia, *“competidores nacionales en el mercado de la producción de carne/frigoríficos y de la producción de huevos alcanzaron, durante el mes de marzo de 2022, un acuerdo sobre el precio de ciertos cortes de carne vacuna (asado y otros) y un acuerdo sobre precios de venta de los huevos”*, los cuales habrían sido impulsados o por lo menos avalados por el INAC y el MGAP, respectivamente.

En función de ello, formula una serie de interrogantes, a saber:

- *“Se me confirme si, a criterio de la Comisión, los acuerdos de precios (con o sin participación del Estado) y sin una fundamentación formal (vía Ley o Decreto) o con sustento en una Ley de interés general, constituyen o no una práctica expresamente prohibida bajo el artículo 4 BIS de la Ley”*

Sobre dicho punto cabe señalar que, efectivamente, el ámbito subjetivo de aplicación de la Ley N° 18.159 es sumamente amplio alcanzando a todas las personas físicas y jurídicas, públicas y privadas, nacionales y extranjeras (artículo 3) y, conforme al marco teórico realizada *ut supra*, constituye una práctica expresamente prohibida establecer de forma directa o indirecta, precios u otras condiciones comerciales o de servicio (numeral 1, artículo 4 BIS), salvo limitación establecida por ley, por razones de interés general (artículo 2).

- *“Se me confirme si a criterio de la Comisión, los acuerdos descriptos en esta consulta en base a notas de prensa y declaraciones de las autoridades constituyen o no una práctica expresamente prohibida bajo el artículo 4 Bis de la Ley”.*

No es posible ni resulta pertinente dar respuesta a dicho punto, dado que no puede soslayarse que frente a cualquier práctica que presuntamente pueda ser considerada prohibida, deben desarrollarse los procedimientos respectivos para su investigación, otorgando a todas las partes interesadas, las garantías del debido proceso.



Ministerio
de Economía
y Finanzas



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia

Por lo expuesto, estos asesores sugerirán dar inicio a una medida preparatoria, a efectos de ahondar sobre los extremos comunicados en los medios de prensa que surgen de marras.

Sin perjuicio de lo anterior, es del caso señalar, que mediante la aprobación de la reciente Ley N° 20.024, de fecha 23 de marzo de 2022, se dispuso exonerar del Impuesto del Valor Agregado, por un plazo de treinta días, a las enajenaciones de carne vacuna fresca, congelada o enfriada del corte asado de diez a trece costillas. La aludida exoneración *“se aplicará exclusivamente en la hipótesis en que el referido corte sea realizado en el frigorífico o matadero, y sean remitidos al consumo debidamente individualizados”*. A su vez, se facultó al Poder Ejecutivo a prorrogar por única vez, la exoneración prevista en la presente norma.

- *“Si la Comisión entendiera que los acuerdos no son una práctica expresamente prohibida, bajo que razonamiento se encuentra exceptuado de las disposiciones de la Ley tales acuerdos entre competidores sobre los precios”*.

En este punto no es posible ni pertinente brindar una respuesta por los mismos fundamentos señalados anteriormente.

3. CONCLUSIONES.

En virtud de lo expuesto, quienes suscriben sugieren a la Comisión de Promoción y Defensa de la Competencia, salvo mejor opinión, lo siguiente:

3.1.- Dar respuesta a la consulta en los términos del presente informe.

3.2.- Se disponga el inicio de una medida preparatoria con el fin de analizar y coleccionar información complementaria sobre la temática tratada en la presente consulta.

Ec. Gonzalo Ramos

Dra. Natalia Marcos