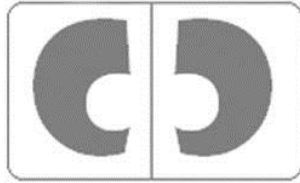




JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

Informe No 29/2015

Montevideo, 29 de Mayo de 2015.

ASUNTO 7/2014: MISTERIL S.A. Y MODINAR S.A. CONTRA GRUPO DISCO URUGUAY, NIELSEN URUGUAY Y MONDELEZ S.A.

1. ANTECEDENTES.

Vienen las presentes actuaciones para informar en lo referente a las evacuaciones de vista presentadas por las partes luego del proyecto de resolución final emitido por la Comisión a fs. 535 y ss.

2. ANÁLISIS.

Por medio de Resolución N° 31/015 de fecha 29 de abril de 2015 la Comisión emitió el Proyecto de Resolución para el presente expediente, en el que se resuelve:

- 1) Considerar finalizada la presente investigación, concluyendo que no se ha acreditado la existencia de conductas que contravengan la normativa sobre libre competencia vigente a la fecha.
- 2) Disponer el archivo de las presentes actuaciones.
- 3) Comuníquese, etc.

De las empresas que comparecen en el presente expediente, las únicas que presentan objeciones al mencionado proyecto de resolución son las denunciadas, y un leve matiz en cuanto a la determinación de mercado relevante por la empresa Supermercados Disco del

Uruguay S.A. (en adelante Disco). Por lo tanto nos centraremos en analizar las consideraciones que éstas realizan.

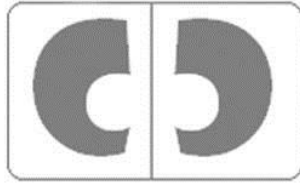
Uno de los puntos que se tratan a fs. 547 es el de la existencia de supuestas “incongruencias” dentro de los informes económicos. Dichas “incongruencias” estarían presentes en las siguientes frases: Por un lado, en el informe N° 75/014 se afirma que “el mercado relevante de jugos en polvo no incluye a los jugos naturales ni a los refrescos” y posteriormente se sostiene en el informe N° 100/014 que “las preferencias de los consumidores por productos naturales resultan pertinentes y suficientes a los ojos de ésta asesora, para fundamentar sus decisiones comerciales”.

En primer lugar, no se encuentran las contradicciones referidas en las dos afirmaciones citadas. Por un lado, se está afirmando que un determinado mercado relevante comprende a ciertos productos, excluyéndose otros dentro de los cuales se menciona como ejemplo a los jugos naturales y a los refrescos. Pero bien se pudo haber mencionado otros productos como los lácteos, que tampoco forman parte del mercado relevante en cuestión. No obstante, la segunda afirmación trata de un hecho totalmente distinto, el cambio en las preferencias de los consumidores, que no necesariamente tiene que darse entre dos productos sustitutos. Puede darse una mayor preferencia por consumir un determinado producto que ocurre en forma paralela con la caída en la demanda de otro bien, que no es un sustituto cercano del primero. Esto es lo que sucede para el ejemplo citado. Si en lugar de lo dicho, se hubiera dado el caso de que Disco enfrentara una mayor demanda por productos lácteos (que tampoco son sustitutos de los jugos en polvo) y en respuesta a ello hubiera decidido dedicar mayor superficie de exposición a los productos lácteos, quitando espacio a otros productos que estuvieran presentando un estancamiento o caída en su demanda por parte de los consumidores (como podrían ser los jugos en polvo o cualquier otro bien no sustituto de los lácteos), probablemente también hubiéramos concluido que la decisión de reasignación de espacio en góndola entre los productos, parecería ser pertinente.

Destacamos además que no se realizó aquí un análisis de elasticidad cruzada, la cual indica el comportamiento de la demanda de un producto ante cambios en el precio de otro. No estamos hablando aquí de un cambio de precio y un consecuente efecto sustitución. Simplemente lo que presentó Disco se trató de la evolución en la demanda de



JOSÉ ARTIGAS
UNIÓN DE LOS PUEBLOS LIBRES
BICENTENARIO.UY



Comisión de Promoción y
Defensa de la Competencia



República Oriental del Uruguay
Ministerio de Economía y Finanzas

dos tipos diferentes de bienes (jugos en polvo y jugos naturales) que responde a un cambio en las preferencias de los consumidores.

No obstante, dicha afirmación tampoco *“desvirtúa el argumento de Supermercado Disco, en cuanto expresa que no adquiere el producto Rinde2 debido a que el público se ha volcado a productos naturales”*. No solo por lo que veíamos más arriba acerca de que un cambio en las preferencias no implica un efecto sustitución, sino también porque los argumentos de Disco van más allá, siendo éste solo una de las puntas que avalan la decisión.

Finalmente se hace referencia a que no se tuvo en cuenta el informe económico agregado por las denunciadas a fs.439 y ss, más específicamente en lo que respecta a la delimitación geográfica del mercado relevante: *“Entendemos que el Mercado Relevante no es el mercado de jugos concentrados en polvo en la República Oriental del Uruguay, el Mercado Relevante es el mercado de jugos concentrados en polvo en las grandes superficies comerciales de Montevideo y ahí Grupo Disco tiene una posición dominante.”*

En cuanto a éste punto nos remitimos al informe económico N° 26/015 en el cual analizamos las afirmaciones del informe presentado por las denunciantes y expusimos una serie de argumentos por los cuales manteníamos la definición de mercado geográfico relevante como el de la República Oriental del Uruguay. Todo el análisis del citado informe expone los motivos por los cuales se considera que es esa y no otra la delimitación del mercado relevante para el caso de estudio. Entre dichos argumentos se establecen: la relación bajo la cual se encuentra la conducta, o sea proveedor – supermercado; el costo de los oferentes de proveer los productos en otras áreas geográficas y su relación con las características geográficas de nuestro país; el interés de proveedores y de supermercados de tener presencia en todo el territorio nacional; la característica de producto no perecedero de los jugos concentrados en polvo; la difusión publicitaria que hace que los productos se conozcan a nivel nacional; entre otras.

3. CONCLUSIONES

Como se vio en el cuerpo de este informe, y luego de analizadas las evacuaciones de vista presentadas por las empresas, centrándonos fundamentalmente en la presentada por las empresas denunciadas, se concluye que no hay evidencia desde el punto de vista económico para modificar el proyecto de resolución final.