



Los acuerdos a largo plazo pueden constituir abuso de posición de dominio

Resolución de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC), de 24 de Octubre de 2011, (Expte. S/004/08, Televenta)

Antecedentes

En este expediente, la CNC analiza, entre otras cuestiones, si la suscripción de diversos acuerdos por parte de El Corte Inglés con operadores de televisión para emitir programas de televenta constituye infracción de la Ley de Defensa de la Competencia y, en especial, abuso de posición de dominio.

La cuota de mercado como valor indicativo

La CNC concluye, en primer lugar, que en el caso que nos ocupa el valor de la cuota de mercado de El Corte Inglés tiene una importancia relativa. A pesar de que El Corte Inglés ostenta entre el 56% y el 66% de la cuota del mercado de televenta, la CNC entiende que este porcentaje no le coloca en una situación de poder económico que le permita comportarse con un grado apreciable de independencia frente a sus competidores. La CNC llega a esta conclusión valorando primero que El Corte Inglés tiene un grado de dependencia apreciable frente a los operadores televisivos que son sus principales proveedores, y haciendo especial énfasis en el dinamismo del mercado en cuestión. La CNC recuerda que para valorar el dinamismo de un mercado debe atenderse no sólo a la situación actual del mismo sino también a su previsible evolución futura.

Los acuerdos exclusionarios

Las empresas dominantes que crean obstáculos

a la entrada de nuevos competidores pueden incurrir en abuso de posición de dominio. Un ejemplo clásico de esta situación se produce cuando una empresa dominante concluye contratos a largo plazo con sus clientes impidiendo de este modo que otros operadores puedan acceder al mercado.

Si la conducta de la empresa dominante produce este efecto, de poco servirá defenderse alegando que la intencionalidad de las partes no era generar barreras de entrada ilícitas. Por contra, sí será de ayuda argumentar que existen justificaciones objetivas, relacionadas en todo caso con el tipo de producto de que se trate o con el mercado en cuestión, para suscribir estos acuerdos a largo plazo.

En esta línea, la CNC señala que si la conducta de la empresa dominante responde a la competencia basada en los méritos de los productos y servicios que ofrece, y resulta proporcionada, los efectos restrictivos de la competencia que puedan causarse están justificados y deben aceptarse. En general, las empresas que ostenten una cuota superior al 40% deben hacer un análisis cauto de cualquier acuerdo que comporte pactos de exclusividad de duración superior a un año. No es que las exclusivas de mayor duración estén prohibidas, ni mucho menos, pero un análisis del acuerdo en su contexto jurídico y económico es necesario para determinar que no existe riesgo de infracción de la Ley de Defensa de la Competencia.