

## Legal



### Tribunal de Justicia de la UE >



Detalle de la entrada al Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) en Luxemburgo.  
NICOLAS BOUVY EFE

## Descuentos comerciales

# *abusivos y Derecho de la Competencia: el asunto Intel*

La sentencia del TJUE puede tener repercusiones sobre otros asuntos de enorme calado, como la investigación que se cierne en la actualidad sobre Adsense de Google

The logo consists of the letters '5D' in a bold, black, serif font, centered within a solid red square.

PEDRO  
CALLOL



[Ir a comentarios](#)

**E**

ste miércoles se ha hecho pública **la sentencia del Tribunal de Justicia de la UE (TJUE)**, en un asunto que ha levantado expectación, en gran parte por la considerable

sanción administrativa impuesta a Intel por la Comisión Europea en 2009 de 1.060 millones de euros; pero, sobre todo, por su importancia en una materia tan relevante para el comercio como el tratamiento legal de los descuentos practicados por empresas consideradas dominantes (según la jurisprudencia, aquellas que gozan de una posición de poder de mercado que les permite actuar con independencia de sus competidores, clientes, proveedores y, en última instancia consumidores).

La posición de dominio es un concepto resbaladizo y discutible, pero no debe pensarse que solamente los conocidos monopolios históricos son “dominantes”. Puede sorprender la cantidad de empresas que encajan en la definición de dominantes cuando se considera su posición en el particular mercado en que operan. La ley no prohíbe las posiciones de dominio adquiridas mediante la innovación tecnológica o comercial (*competition on the merits*); la ley

**solamente prohíbe el *abuso* de la posición de dominio.**

**Dependiendo de las circunstancias, una compañía puede ser considerada dominante con cuotas de mercado del 40% o más. Intel, con cuotas de mercado superiores a esa cota en los mercados relevantes de CPUs donde se encontraba activa, fue fácilmente considerada dominante y, en consecuencia, le eran de aplicación ciertas restricciones en cuanto a los tipos de descuentos que podía dar. En concreto, el temor del Derecho de la competencia en el caso concreto era que Intel persiguiera perpetuar su posición de mercado mediante descuentos fidelizadores para premiar a aquellos fabricantes de ordenadores que adquirieran la totalidad (caso de Dell, Lenovo), el 95% (HP) o el 80% (NEC) de sus necesidades de CPUs de la compañía Intel. La Comisión acusaba a Intel de querer evitar, o retrasar, el ascenso de AMD como proveedor alternativo. En consecuencia, declaró la vulneración de las normas de competencia e impuso una multa que en su día fue récord histórico.**

**Intel recurrió ante el Tribunal de Primera Instancia de la UE (TPI), que confirmó la Decisión de la Comisión Europea. La sentencia publicada hoy resuelve el recurso de casación interpuesto por Intel contra la resolución del TPI, anulando esta última. De**

los diversos motivos planteados es decisivo el que achaca a la sentencia del TPI una deficiente motivación de corte económico. El TJUE nos recuerda con carácter general que es ilegal para una empresa dominante vincular a los compradores mediante descuentos que remuneran el abastecimiento exclusivo. Sin embargo, añade el TJUE que si la empresa dominante aporta pruebas en el marco de una investigación de que esa conducta no ha producido expulsión del mercado, ni ha restringido la competencia, entonces la Comisión Europea se encuentra obligada a analizar, además de la posición de mercado y cuota cubierta por los descuentos, la posibilidad de que un competidor igualmente eficiente a la empresa dominante pueda replicar los descuentos fidelizadores. Solamente si la respuesta es negativa, existe efecto sobre la competencia que permita concluir el carácter abusivo de los descuentos.

## MÁS INFORMACIÓN

+



El TJUE multa a Intel de una multa histórica (de momento)

+



Bruselas multa a Google con 2.420 millones y le exige un cambio de modelo de

## | negocio

Las políticas de descuentos por el lado de la oferta tienen un reflejo especular en la sobrecompensación de las compras utilizada como estrategia comercial para dificultar la entrada a competidores que necesitan esas mismas compras. En una reciente investigación concluida en julio de este año contra la multinacional norteamericana IMS Health, nuestra Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha analizado una política comercial por parte de esa empresa (cuasimonopolista en los mercados de información comercial farmacéutica) consistente en remunerar la exclusividad en el suministro de la información de ventas por las farmacias, como estrategia para perpetuar la posición de dominio. La CNMC ha cerrado el asunto con un acuerdo o *terminación convencional* en la jerga legal.

Volviendo al caso *Intel*, la sentencia del TJUE puede tener repercusiones sobre otros asuntos de enorme calado, como la investigación que se cierne en la actualidad sobre *AdSense* de Google, en donde el foco se encuentra en la restricción impuesta por Google a ciertas páginas web para interoperar buscadores competidores de Google. Se trata de una suerte de exclusividad que para la

Comisión podría impedir la entrada o crecimiento de buscadores alternativos a Google. Muy parecido a los hechos en *Intel*, lo cual obligará a la Comisión a esmerarse (en este y otros asuntos futuros).

---

Pedro Callol es socio fundador de Callol, Coca & Asociados, bufete especializado en Derecho de la Competencia.

Archivado en

OPINIÓN

---

Newsletter

