

Asunto 27/76

United Brands Company y United Brands Contintaal BV contra Comisión de las Comunidades Europeas

«Plátanos Chiquita»

Sumario de la sentencia

1. *Competencia – Posición dominante – Mercado de referencia – Delimitación – Criterios (Tratado CEE, art. 86)*
2. *Competencia – Posición dominante – Concepto (Tratado CEE, art. 86)*
3. *Competencia – Posición dominante – Prueba – Cuota de mercado (Tratado CEE, art. 86)*
4. *Competencia – Posición dominante – Criterios de apreciación – Rentabilidad de la empresa (Tratado CEE, art. 86)*
5. *Competencia – Posición dominante – Abuso – Prohibición de reventa impuesta a los distribuidores (Tratado CEE, art. 86)*
6. *Competencia – Posición dominante para la distribución de un producto – Negativa de venta – Requisitos – Abuso [Tratado CEE, arts. 3, letra f), y 86]*
7. *Competencia – Posición dominante – Abuso – Eliminación de un competidor – Perjuicio para el comercio entre Estados miembros – Requisito innecesario (Tratado CEE, art. 86)*

8. *Competencia – Posición dominante – Abuso – Precios discriminatorios*
(*Tratado CEE, art. 86*)

9. *Competencia – Posición dominante – Abuso – Precios de venta no equitativos – Concepto*
(*Tratado CEE, art. 86*)

1. Que las posibilidades de competencia en relación con el artículo 86 del Tratado deben examinarse en función de las características del producto de que se trata y con referencia a una zona geográfica definida en la que se comercializa dicho producto y en la que las condiciones de competencia son lo bastante homogéneas como para permitir apreciar los efectos de la potencia económica de la empresa interesada. Para que se pueda afirmar que constituye el objeto de un mercado suficientemente distinto, dicho producto debe poder individualizarse por unas características particulares que lo diferencien de los demás productos hasta el punto de ser poco intercambiable con ellos y verse afectado sólo en escasa medida por la competencia de los mismos.
2. La posición dominante a la que se refiere el artículo 86 es la posición de potencia económica de una empresa que le permite obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, al darle la posibilidad de actuar en buena medida independientemente de sus competidores, de sus clientes, y en definitiva de los consumidores. La existencia de una posición dominante resulta en general de la concurrencia de varios factores que, considerados aisladamente, no serían necesariamente determinantes.
3. Un operador sólo puede ocupar una posición dominante en el mercado de un producto si ha conseguido obtener en él una considerable cuota de mercado. Sin embargo, para que una empresa ocupe una posición dominante no es necesario que haya eliminado toda posibilidad de competencia.
4. La potencia económica de una empresa no se mide por su rentabilidad; un margen de beneficios reducido o incluso unas pérdidas temporales no son incompatibles con una posición dominante, del mismo modo que unos beneficios elevados pueden ser compatibles con una situación de competencia efectiva. Una rentabilidad temporalmente mediocre o nula debe apreciarse a la luz del conjunto de las actividades de la empresa de que se trate.
5. Constituye una explotación abusiva de posición dominante, que limita los mercados en perjuicio de los consumidores y afecta al comercio entre los Estados miembros, en particular al compartimentar los mercados nacionales, el que una empresa prohíba a sus distribuidores autorizados revender el producto de que se trata en determinadas condiciones.
6. Una empresa que se encuentra en una posición dominante para la distribución

de un producto y que se beneficia del prestigio de una marca conocida y apreciada por los consumidores-- no puede dejar de abastecer a un cliente antiguo y que respeta los usos del comercio, cuando los pedidos de dicho cliente no tienen carácter anormal. Esta conducta sería contraria a los objetivos indicados por la letra f) del artículo 3 del Tratado, y desarrollados en el artículo 86, en particular en sus letras b) y c), ya que dicha negativa de venta limitaría los mercados en perjuicio de los consumidores y constituiría una discriminación que podría dar lugar a la eliminación de una empresa con la que se mantienen relaciones comerciales del mercado de referencia.

7. Cuando una empresa que ocupa una posición dominante y se halla establecida en el mercado común pretende eliminar a un competidor establecido también en dicho mercado, es irrelevante la cuestión de si esta conducta afecta al comercio entre Estados miembros, una

vez que ha quedado acreditado que esa eliminación tendrá repercusiones en la estructura de la competencia en el mercado común.

8. Constituye una explotación abusiva de posición dominante una política de precios desiguales que permita a una empresa en posición dominante aplicar a quienes mantienen relaciones comerciales con ella condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, imponiéndoles una desventaja competitiva.
9. Puede constituir un abuso de posición dominante, en el sentido de la letra a) del artículo 86, el hecho de exigir un precio excesivo sin relación razonable con el valor económico de la prestación realizada; la exageración en el precio podría apreciarse objetivamente si fuera posible medirla comparando el precio de venta del producto con su precio de coste, comparación que revelaría la magnitud del margen de beneficio.