

RESOLUCIÓN (Expte. 354/94 Electrodomésticos Alicante)

Pleno

Excmos. Sres.:

Petitbò Juan, Presidente

Alonso Soto, Vicepresidente

Bermejo Zofío, Vocal

Alcaide Guindo, Vocal

de Torres Simó, Vocal

Menéndez Rexach, Vocal

En Madrid, a 11 de diciembre de 1995.

El Pleno del Tribunal de Defensa de la Competencia, con la composición expresada al margen y siendo Ponente D. Pedro de Torres Simó, ha dictado la siguiente Resolución en el expediente número 354/94 (667/90 Del Servicio De Defensa de la Competencia) incoado por denuncia de Electro Bazar Ernesto S.A. contra Comerciantes de Electrodomésticos de Alicante S.A. (CELSA), Audiocolor S.L. y Electro Alicante S.L., por la realización de una práctica restrictiva de la competencia consistente en la fijación concertada de precios de venta al público de unos vídeos durante una campaña de promoción.

ANTECEDENTES DE HECHO

- 1 Con fecha 14 de junio de 1990, Electro Bazar Ernesto S.A. (en lo sucesivo Ernesto) formuló denuncia contra CELSA y dos empresas más por supuesta competencia desleal consistente, según el denunciante, en que el grupo Tien 21, del cual es cabeza en la provincia de Alicante la citada empresa, había insertado en el periodico "Información" de Alicante un anuncio en el que se ofertaba un modelo de vídeo a un precio de venta al público considerablemente inferior al que él lo había adquirido del fabricante. En el anuncio se indicaba que la validez de la oferta era de una semana de duración, del 12 al 19 de marzo de 1990.
- 2 Incoado el correspondiente expediente el Servicio de Defensa de la Competencia (Servicio) acordó su sobreseimiento. Dicho Acuerdo, de 25-3-92, fué recurrido ante el Tribunal de Defensa de la Competencia el cual, por Resolución de fecha 6 de julio de 1992 (Expte. A 24/192) revocó dicho sobreseimiento. En su Resolución el Tribunal entendió que las conductas podrían ser incluibles en las prohibidas por el art. 7 de la Ley de Defensa de la Competencia (LDC), existiendo además indicios de una posible concertación entre los denunciados. Complementariamente la Resolución

señalaba determinados aspectos que debían ser completados en la instrucción del expediente.

- 3 Continuada la instrucción del expediente por el Servicio, éste acordó el sobreseimiento parcial del expediente con fecha 9 de diciembre de 1992 en lo que a la denuncia de competencia desleal se refiere.
- 4 En la misma fecha, 9 de diciembre de 1992, se formuló un Pliego de Concreción de Hechos por el Servicio. En él se considera probado que con "ocasión de la festividad correspondiente al 19 de marzo de 1990 -Día del Padre- los establecimientos en la ciudad de Alicante del llamado "Grupo Tien 21" realizaron una campaña que, anunciada en la prensa local, consistió en la oferta al público durante los días 12 al 19 de marzo, ambos inclusive,... el aparato electrodoméstico Televideo Amstrad 20'TVR-TV color-vídeo con doble mando a distancia al precio de 50.700 pts. por unidad. Esta cantidad fué fijada por Comerciantes de Electrodomésticos de Alicante S.A. -CELSA- empresa mayorista del grupo y añade que durante la campaña en cuestión fué vendido al público por Audiocolor S.L. y Electro Alicante S.L., empresas pertenecientes al grupo Tien 21.

La valoración jurídica del Servicio califica tales conductas como prohibidas por el art. 1.1. a) de la LDC, considerándose responsables a CELSA y a las dos empresas citadas en el párrafo anterior.

- 5 En sus alegaciones al Pliego de Concreción de Hechos CELSA señala que fue ella y no los establecimientos asociados los que realizaron la campaña publicitaria, siendo ella la que decidió su realización. Añade que son generalizadas las campañas publicitarias de grupos similares competidoras del Tien 21 y que, considerando la escasa transcendencia económica de la campaña, sería autorizable de acuerdo con el art. 3 LDC.

Por su parte, Audiocolor precisa que el anuncio lo puso CELSA, limitándose su actuación a comprar a dicha empresa algunos de esos aparatos ante la solicitud de clientes que habían leído la oferta y venderlos al público al precio fijado por CELSA, que fué el mismo que el de compra. Añaden que esta acción fué impuesta por CELSA y no concertada.

- 6 En su informe propuesta de 12 de septiembre de 1994, el Servicio solicita al Tribunal que "se declare que de lo actuado en el presente expediente resulta acreditada la comisión por parte de las empresas CELSA, Audiocolor y Electro Alicante de una infracción a lo dispuesto en el art. 1.1. a) de la LDC".

Respecto a la posibilidad de autorización señala que ésta habría de solicitarlo, lo que no ha tenido lugar.

- 7 Con fecha 1 de octubre tuvo entrada en el Tribunal el expediente remitido por el Servicio. Admitido a trámite por Providencia de 6 de octubre de 1994 se concedió a los interesados un plazo para proposición de pruebas y solicitud de vista.
- 8 Por escrito de 19 de octubre Electro Bazar Ernesto (Ernesto) solicita vista y que se dé por reproducida la documental aportada en el expediente del Servicio y que se admita la copia del recurso interpuesto por esta empresa ante la Excm. Audiencia Provincial de Alicante en el juicio de menor cuantía nº 1037/90 D procedente del Juzgado de Primera Instancia nº 4 de Alicante seguido contra CELSA, Electrodomésticos Electro 2000, Ramón Sánchez Alfonso por competencia desleal y Electrodomésticos Sonido y la personación en esta causa de CELSA, Electro Alicante y Ramón Sánchez Alfonso.
- 9 Por escrito registrado de 4 de noviembre CELSA solicita vista y que se den por reproducidos los medios de prueba ya aportados al expediente.
- 10 El Tribunal, por Auto de 19 de diciembre, acuerda celebrar vista el día 2 de febrero de 1995 y admitir la prueba documental aportada. Por enfermedad de un letrado, la vista fué aplazada al 16 del mismo mes por Auto de 8 de febrero.
- 11 Celebrada la vista, el Tribunal, en uso de la facultad que le concede el art. 42. LDC, como diligencia para mejor proveer y con suspensión del período para dictar Resolución, requirió al Servicio la realización de un estudio sobre las cuotas de mercado de televisores y electrodomésticos en Alicante.
- 12 Recibido el estudio del mercado de televisores y electrodomésticos en Alicante realizado por el Servicio, por Providencia de 3 de octubre se puso de manifiesto a los interesados para alegaciones, igualmente se les comunicó la nueva composición del Tribunal.
- 13 Audiocolor, en su escrito de alegaciones se reiteró en las hechas con anterioridad. Otro tanto hace Electro Alicante. CELSA, por su parte, se reitera en anteriores alegaciones y solicita la caducidad del expediente, en línea con su anterior escrito de 28 de abril del corriente año.

- 14 Son interesados:
- Electro Bazar Ernesto S.A.
 - Comerciantes de Electrodomésticos de Alicante S.A. (CELSA)
 - Audiocolor S.L.
 - Electro Alicante S.L.

HECHOS PROBADOS

- 1 En el año 1990 Ernesto compró una partida de 800 televisores con video incorporado marca Amstrad 20, TVR-3-TV-Color por un precio unitario de 54.000 pesetas, realizando una campaña de publicidad para su venta. En el contrato de venta de Ernesto, en su cláusula primera, se compromete a abonar la diferencia al comprador si el mismo aparato se vende a precio más bajo en Alicante.
- 2 Coincidiendo con la fecha del día del Padre, la cadena Tien 21 realizó la oferta del mismo aparato de televisión-video en su publicidad, entre otros aparatos de sonido e imagen, por el precio de 50.700 pts. en la semana previa a la festividad del 19 de marzo de 1990. Dicha oferta era válida hasta el 19-3-90 o hasta agotar las existencias.
- 3 Con fecha 13 de marzo de 1990 personado un notario, a requerimiento de Ernesto en el almacén de CELSA comprueba y levanta acta de que sólo hay un aparato del citado Televideo Amstrad. Igualmente personado en el establecimiento público de Electrodomésticos 2000, del Grupo Tien 21, de la calle Pintor Gisber, comprueba que no hay existencias aunque afirma haber vendido varios. Personado en otra tienda de electrodomésticos del Grupo Tien-21, sito en la Avda. Maissonave, da fé de que solo hay uno, aunque un empleado afirma haber vendido 15. Los nombres actuales de los establecimientos citados son los que aparecen en el encabezamiento de esta Resolución.
- 4 Según constata la instrucción del Servicio las empresas del grupo Tien-21 vendieron al público en la semana de la promoción y algunas fechas posteriores no menos de 17 aparatos al precio anunciado de 50.700 pts.
- 5 El Grupo Tien-21 constituye una cadena de distribución de electrodomésticos de ámbito nacional, cuya cabeza es DENSA, cuyos accionistas son sociedades mayoristas de ámbito provincial, en la mayor parte de los casos, y en concreto en Alicante es CELSA. , la cual actúa como cabeza del grupo en dicha provincia. Esta última empresa cede el uso del diseño Tien-21 a diversos establecimientos minoristas de venta al público -cesionarios- de la provincia de Alicante a cambio de una serie de

pagos mensuales. CELSA actúa como central de compra y de abastecimiento de las empresas minoristas asociadas de Alicante que utilizan el distintivo Tien-21 y centraliza la publicidad.

- 6 La publicidad de la oferta fue encargada y realizada por CELSA.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

- 1 Como cuestión previa es preceptivo resolver sobre la solicitud de caducidad del expediente hecha por CELSA. Argumenta esta sociedad que "habiéndose reiniciado el expediente, de oficio, parcialmente, el presente procedimiento sancionador y transcurridos más de seis meses, más treinta días en su tramitación, de acuerdo con lo contenido en el art. 20.6 del R.D. 1398/1993, de cuatro de agosto, por el que se aprueba el Reglamento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, en relación con el art. 43.4. de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común" solicita la declaración de caducidad.

En primer lugar conviene precisar que a este expediente no le es de aplicación la L.R.J.A.P. y del P.C.A. ni, por consiguiente, el R.D. 1398/93, dictado en desarrollo de la anterior. En efecto, en virtud de lo dispuesto en la Disposición Transitoria Segunda, punto 1, de la citada Ley, "a los procedimientos ya iniciados antes de la entrada en vigor de la presente no les será de aplicación la misma, rigiéndose por la normativa anterior", siendo de aplicación en primer lugar la LDC y subsidiariamente la L.P.A. de 1958.

Este Tribunal, en sus Resoluciones de 14 de noviembre de 1994 y 25 de abril de 1995, entre otras, mantiene la doctrina de que *"la legislación específicamente aplicable a este caso - la Ley 110/1963, de 20 de julio (luego sustituida por la LDC), y los Reglamentos del Servicio y del Tribunal que la desarrollan- no prevé la prescripción (ni la caducidad) de las infracciones que tipifica. Tampoco la legislación supletoria -la Ley de Procedimiento Administrativo de 1958- prevé la prescripción; únicamente admite la caducidad del procedimiento y ello sólo para el supuesto de que se produzca "por causa imputable al administrado" (Art. 99.1). Y es que la aplicación de estos institutos -prescripción y caducidad por inactividad de la Administración- al procedimiento administrativo sancionador es una exigencia latente en el sistema jurídico y desvelada por la jurisprudencia que, no sin vacilaciones y retrocesos, ha llegado a conclusiones lo suficientemente firmes como para ser aceptadas y aplicadas al procedimiento de la Ley 110/1963.*

Por otra parte, tanto los hechos objeto de este expediente, como la incoación del mismo tuvieron lugar en el año 1990. El hecho de haberse sobreseído parcialmente el expediente por el Servicio y de que el Tribunal, al revocar el Acuerdo de sobreseimiento, ordenara la continuación de la instrucción, no ha producido el efecto de creación de un nuevo expediente, sino simplemente el de la continuidad del anterior. Ciertamente el expediente, en su tramitación en este Tribunal ha recibido distinta numeración cuando vino como recurso contra el sobreseimiento y cuando llegó para su resolución final en vía administrativa, pero este cambio de numeración, por razones de organización del trabajo no altera la unidad del expediente.

A mayor abundamiento, el expediente tuvo una larga tramitación en este Tribunal de un año de duración por cuestionar las partes en la vista la estructura del mercado relevante, siendo necesario, como diligencia para mejor proveer encargar al Servicio un estudio de mercado, lo que explica el retraso.

Todo ello, sin necesidad de entrar a analizar la cuestión a la luz del procedimiento especial previsto en la L.D.C, uno de los procedimientos administrativos especiales a los que hace referencia la Disposición Adicional Tercera de la citada L.R.J.A.P. y del P.A.C.

Por todo ello, el Tribunal no estima la caducidad del presente expediente.

- 2 Este expediente se refiere a una actuación de una "cadena de establecimientos comerciales", asunto sobre el que este Tribunal no ha tenido ocasión de pronunciarse anteriormente. Los establecimientos minoristas en el sector de la distribución -electrodomésticos, ultramarinos, etc- bajo la presión de la competencia de las grandes superficies, hipermercados y otras formas de distribución se han visto obligadas, para mantenerse en el mercado, a agruparse en "cadenas".

Sus citados competidores disfrutaban de determinadas ventajas competitivas derivadas, entre otros, de su capacidad de compra de gran volumen que les permite obtener descuentos y rebajas significativas de los proveedores y por su posibilidad de mejor utilización de la publicidad derivada de su múltiple implantación.

Para contrarrestar estas ventajas, los pequeños comerciantes al por menor han acudido a la fórmula de las "cadenas", con una central de compras común y con una centralización nacional o local de su publicidad. De esta manera pueden disfrutar de ventajas comerciales equivalentes a las de los grandes hipermercados o establecimientos de gran superficie, al tiempo

que les permite mantener el trato personal que les caracteriza, uno de sus puntos fuertes cara a la competencia.

El consumidor se beneficia de la actuación tanto de los hipermercados y otras grandes superficies comerciales, como de la correspondiente de las cadenas, puesto que las compras en común abaratan los costes unitarios de sus aprovisionamientos, los cuales, dado el grado de competencia existente en el sector de distribución comercial, se repercuten en menores precios para los consumidores. Es más, la existencia de cadenas supone un acicate competitivo a las grandes superficies, evitando que éstas puedan ejercer su poder de mercado en contra de los intereses del consumidor final.

La existencia de "cadenas" no es un fenómeno exclusivamente español y, en todo caso, en el mercado español son muy beneficiosas, en general.

- 3 Ciertamente estas "cadenas" tienen como característica la existencia en su seno de algunos pactos que, mirados aisladamente, restringen la competencia entre sus miembros. Una central de compra supone una concertación en la política de abastecimientos de los establecimientos minoristas. Además, la publicidad en común, implica en determinadas ofertas la existencia de precios iguales ofertados por los establecimientos minoristas asociadas, con el ámbito de la cobertura publicitaria en cuestión, bien sea ésta, según los casos, nacional, provincial o local. Ello restringe la competencia entre los establecimientos minoristas afiliados.

Sin embargo, las ventajas competitivas derivadas de su pertenencia a la "cadena" de estos establecimientos comerciales minoristas les permiten ser más eficientes y constituirse en duros competidores frente a las grandes superficies comerciales. Así el balance final entre la disminución de la competencia "intracadena" se compensa y se suele superar por el aumento de la competencia entre "cadenas" y grandes superficies, resultando, en general, un balance positivo para la competencia en el mercado.

- 4 Por ello, el fenómeno de las "cadenas", aunque incluya elementos restrictivos de la competencia a efectos internos, no es cuestionado, en general, por el Tribunal ni por los organismos de competencia de otros países. Analizando estos elementos restrictivos se hace necesario resaltar que el artículo 1 LDC "prohíbe todo acuerdo, decisión o recomendación colectiva, o práctica concertada o conscientemente paralela, que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir, o falsear la competencia en todo o en parte del mercado nacional y en particular los que consistan en, entre otros, la fijación de precios o de otras condiciones comerciales.

A la vista de los argumentos expuestos anteriormente, tanto el objeto como el efecto de una publicidad de una determinada oferta en común por parte de un órgano central de una cadena no produce, en su balance, una restricción a la competencia, en general, en un mercado con múltiples competidores, o sea, en el que la cadena no ostente una posición de dominio.

- 5 Sin embargo, pueden ocurrir casos singulares en los que el objeto (o los efectos) sean claramente anticompetitivos, como podría ser en situaciones de posición de dominio de la "cadena" o cuando tenga por objeto directamente, como señala el art. 1, una actuación restrictiva de la competencia.
- 6 En el caso presente, visto el informe del Servicio, solicitado como diligencia para mejor proveer a que hace referencia el AH 12, hay que descartar la existencia de posiciones de dominio en el mercado de distribución de televisores y de electrodomésticos en general en Alicante y su provincia.
- 7 Por otra parte, la posible existencia de competencia desleal ha sido excluida de este expediente por sobreseimiento por el Servicio, no recurrido. Además, esta cuestión está en litigio ante la Jurisdicción Ordinaria, en este momento ante la Ilma. Audiencia Provincial de Alicante.
- 8 Por ello, el asunto se centra en la calificación del objeto y los efectos de la actuación de la cadena Tien-21 en la realización de su oferta conjunta por medio de la publicidad de un televideo Amstrad. Conviene, para empezar, recordar que la política de Ernesto se caracteriza por la oferta de precios bajos, como lo prueba la cláusula de su contrato de venta comprometiéndose a devolver la diferencia de precio si el comprador encuentra otra oferta más barata. Esta cláusula era conocida evidentemente por sus competidores. De esta forma se sabía entre los competidores del mercado de electrodomésticos de Alicante el riesgo que implicaba la oferta denunciada para la política agresiva de ventas de Ernesto. Así como que una oferta concreta podía suponerle costes y pérdida de imagen.

Aun así, una oferta agresiva, como muchas que se hacen por parte de los competidores no se considera, en principio, contraria a la competencia. La cuestión es que esa oferta se hizo sin disponer de existencias, era una oferta vacía, cuyo solo efecto se concentraba en dañar a Ernesto. La falta de existencias en la cadena Tien-21 se ha comprobado por las actas notariales aportadas por el denunciante y esta falta de existencias no se debía a un aluvión de demandas de compra por parte de los consumidores que hubiera vaciado los almacenes. De la instrucción del Servicio se

deduce que la cadena Tien-21 vendió no más de 17 televisores Amstrad del modelo en cuestión en el período de la oferta y en los días siguientes. Esta oferta se puede calificar de vacía porque, si bien CELSA compra en 1990 37 televisores a otros miembros de la cadena Tien-21 de fuera de Alicante, no a Amstrad, en la semana de la oferta solo recibe 12 y posteriormente el resto. (ES. pág. 1462). Hay que hacer constar que la cadena Tien-21 tenía en 1990 cinco establecimientos en Alicante capital y 50 en la provincia, lo que demuestra su alto grado de implantación; está entre los cinco grupos más importantes por cuota de mercado en televisores. La cuota de mercado de Ernesto era similar a la de Tien-21. El objeto de la oferta en cuestión parece ser el de contrarrestar la oferta de Ernesto mediante el lanzamiento publicitario de una oferta vacía y sus efectos dañaron la imagen de esta última empresa. Dado que Ernesto no es uno de los competidores con gran potencia financiera, como El Corte Inglés, PRYCA o Continente, lo hace más sensible a este tipo de actuaciones y le quita capacidad de respuesta potencial. Ernesto tiene una implantación importante en Alicante pero no a nivel nacional, como Tien-21, la cual es la segunda "cadena" de electrodomésticos de España.

- 9 Por otra parte, la decisión de la oferta corresponde a CELSA, como ella misma reconoce, corroborado por las alegaciones de los establecimientos de su grupo también denunciados. Aunque estos últimos han cooperado a realizar la infracción, su actuación es mucho menos relevante.
- 10 Por todo ello, el Tribunal considera probada la existencia de una conducta prohibida, por parte de CELSA, cabeza del Grupo Tien-21 en Alicante, y los establecimientos de dicha cadena cuyo nombre actual es Audicolor y Electro Alicante, conducta prohibida por el art. 1.1. de la Ley de Defensa de la Competencia.
- 11 Respecto a la sanción a imponer el Tribunal, de acuerdo con el art. 10 y 46 LDC, tiene en cuenta la poca duración de la oferta, una semana, la pequeña dimensión del mercado afectado y que ha tenido un efecto limitado sobre la competencia. Por ello, aunque la cifra de ventas de CELSA es superior a los 2000 millones de pesetas, la multa a imponer se limita a un millón de pesetas.

VISTAS la Ley de Defensa de la Competencia y las normas de general aplicación, el Tribunal

HA RESUELTO

- 1 Declarar la realización de prácticas prohibidas por el artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia por parte de Comerciantes de Electrodomésticos de Alicante, S.A. -CELSA- y los establecimientos Audiocolor S.L. y Electro Alicante S.L.
- 2 Intimar a CELSA y a los establecimientos Audiocolor S.L. y Electro Alicante para que, en lo sucesivo, se abstengan de realizar tales prácticas.
- 3 Imponer una multa de un millón de pesetas a CELSA
- 4 Publicar esta Resolución en el Boletín Oficial del Estado y en un periódico de ámbito de la provincia de Alicante.

Comuníquese esta Resolución al Servicio de Defensa de la Competencia y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que contra ella no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses contados desde la notificación de esta Resolución.

VOTO PARTICULAR DEL VOCAL SR. BERMEJO ZOFÍO Exp. 354/94 (Electrodomésticos Alicante)

1. A mi modo de ver, el anuncio publicado el 12 de marzo de 1990 en "Información" de Alicante no es más que la exteriorización de un acuerdo de los empresarios que utilizan el signo distintivo TIEN 21 para unificar los precios de venta al público de los seis aparatos -entre ellos el Televideo- a que el anuncio se refería. Estos empresarios coordinan algunas de sus actuaciones en el mercado a través de CELSA, sociedad que han creado para que actúe, con personalidad propia, como órgano del cártel encargado de su funcionamiento. La decisión de unificar los precios de reventa es un acuerdo tomado y publicado por CELSA, prohibido, como entiende el Servicio, por el Art. 1.1.a) LDC; prohibición que únicamente puede superarse por la vía de la autorización. La valoración del acuerdo que hace la mayoría, referida mayormente a la actuación de CELSA como cártel de compra -CELSA compra en su propio nombre y revende a sus asociados- son atendibles y quizá valgan también para los acuerdos de venta al público por los minoristas; pero, en mi opinión, justificarían una autorización del Art. 3 LDC y no la exclusión del acuerdo de la prohibición del Art. 1.1.a).

2. No creo que este acuerdo de precios constituya una infracción del Art. 1.1 no por sí mismo sino sólo por la especial intención que llevó al órgano gestor del cártel a decretar la concertación, que sería la de perjudicar a los competidores y en especial a EBESA; de modo que si el ánimo que llevó a la celebración del acuerdo hubiera sido otro -dar salida a un producto invendido, por ejemplo- el acuerdo no estaría incurso en el Art. 1.1.a).

La decisión que no comparto se basa en identificar "el objeto" de restringir la competencia, que define a los acuerdos prohibidos por el Art. 1.1, con un móvil o intención específica de los contratantes que habría de indagarse en cada caso, y que funcionaría como un dolo específico, esto es, como un elemento del tipo cuya ausencia determinaría la inexistencia de la infracción. Creo más bien que la antijuridicidad tipificada por el Art. 1.1 es objetiva, deducible del contrato en sí y no de las particulares razones que hayan movido a los contratantes a celebrarlo; el Art. 1.1 habla de objeto del contrato -no de la intención o propósito de los contratantes- en el sentido que tiene este elemento del contrato en el código civil (Arts. 1.261 y 1.271 a 1.273), esto es, como las prestaciones a que las partes se obligan y sobre las que versa su consentimiento, con independencia de los motivos por los que el consentimiento se presta: cuando alguna de las obligaciones asumidas signifique una restricción de la competencia -como lo es obligarse todos a seguir un mismo precio- el objeto del contrato es restrictivo. La finalidad de la Ley -la protección de la competencia en el mercado- y la seguridad jurídica exigen que la ilicitud de las conductas sea deducible del examen de los acuerdos y no de una incierta investigación del ánimo de las partes; la motivación de los intervinientes tiene relevancia para determinar la culpabilidad (dolo o culpa) necesaria para sancionar con multa la conducta antijurídica (Art. 10.1 LDC), pero no para declarar la ilicitud del acuerdo y las consecuencias que de ello se derivan.

3. Estimo, por último, que cuando CELSA hizo la oferta pública de venta de los televideos, los establecimientos TIEN 21 estaban en condiciones de cumplirla. Para dar salida al remanente que quedaba a los mayoristas de TIEN 21 de este nuevo aparato de escasa aceptación por el público, CELSA les ofrece comprárselos a precio de coste (44.900 pesetas más IVA) para ponerlos a disposición de los minoristas que los ofertarían al público al mismo precio a partir del 12 de marzo. CELSA compra así 37 televideos, de los cuales los minoristas venden 17 en la semana promocional. Si el 13 de marzo EBESA, en vez de preguntar por los televideos que tenían en la tienda dos de los minoristas TIEN 21 (había 5 en Alicante capital y 50 en la provincia), hubiera hecho un pedido, con toda seguridad se le hubiera servido.