

PREVENTIVA CENTRAL

Ley N° 211, 1973

ARTICULOS

N° - 2° piso

0001

145/
ORD N° 137

AMT. Consulta de Andina
de Cosméticos Limitada,
"Ancom Ltda."

AMT. Dictamen de la Co-
misión sobre Sistema de
Distribución.

Santiago, 27 ABR. 1977

DE: PRESIDENTE DE LA COMISION
PREVENTIVA CENTRAL

A: DON JUAN NAVEILLAN FERNANDEZ
REPRESENTANTE DE
ANDINA DE COSMETICOS LIMITADA
Teatinos 248, 9° piso

Don Juan Naveillan Fernández, en representación de "Andina de Cosméticos Limitada", "Ancom Ltda.", consultó a la Comisión Preventiva Central, de conformidad con lo preceptuado por los artículos 8°, letra b), y 11, N° 3°, del Decreto Ley N° 211, de 1973, la legalidad del sistema de distribución de cosméticos de la marca "Revlon", que dicha sociedad tenía proyectado poner en práctica en el país.

Dicho sistema, en síntesis, consistiría en la elección de un número limitado de comerciantes, a quienes la sociedad importadora y representante de la marca Revlon vendería los productos cosméticos de esta marca, para que aquéllos, a su vez, los revendieran al público.

La selección de dichos comerciantes estaría inspirada por rigurosos índices de elegancia en la presentación del local, prestigio comercial, atención de la clientela, ubicación misma del establecimiento y otros, de igual naturaleza, que alejarían toda posibilidad de una masificación en las ventas. Tales comerciantes serían seleccionados en Santiago, Viña del Mar y Concepción, y la consultante, aparte de no vender a ninguno otro, se abstendría, también de vender al detalle.

En cada uno de los establecimientos o puntos de venta seleccionados, la importadora y vendedora consultante, colocaría un mesón especial o efectuaría otras instalaciones semejantes para el expendio de los productos "Revlon"



y éste sería atendido por vendedores previamente entrenados por aquélla. No obstante, los comerciantes elegidos serían libres de vender, en sus establecimientos, cosméticos de otras marcas.

Estima la consultante que, como los cosméticos no son artículos esenciales y existe en el ramo una fuerte competencia entre distintas marcas, no constituiría atentado a la libre competencia o práctica monopólica el hecho de exigir a los compradores de sus artículos, para la reventa, condiciones especiales y objetivas, que miran a la mejor atención del público y a la protección del prestigio de la marca.

Agrega la consultante, en presentación posterior, que existe una diversidad muy grande de productos cosméticos dentro de cada marca, atendidas especiales circunstancias de uso y finalidades, lo que requiere que la venta sea cuidadosa y se encuentre en manos de especialistas. Así, antes que vender en cantidad, el vendedor debe cuidar de vender los productos adecuados a las necesidades de la compradora.

Así, los productos REVLON son caros, porque la representante de la fabricante tiene que incurrir en gastos indispensables para aquella venta apropiada, como, entre otros, la administración de los puntos de venta. En efecto, los productos REVLON, en todo el mundo, son vendidos por personal de REVLON, que atiende un "stand" especial que se instala en el local o establecimiento del comerciante revendedor designado. Este personal de REVLON, en Chile, de su representante "Ancom", colabora en las ventas del comerciante revendedor o las efectúa para éste.

A juicio de la consultante, la competencia está en las distintas líneas de cosméticos, que luchan entre sí, y que el revendedor REVLON puede venderlas, todas, en su propio establecimiento.

La Fiscalía de la Defensa de la Libre Competencia informó la consulta, manifestando que el sistema propuesto por "ANCOM" atenta contra la libre competencia, ya que impide el acceso a la oferta a otros comerciantes que no sean los que Ancom quiere, y que la Comisión Preventiva Central ya ha establecido, en casos similares, que el fabricante o importador que vende a comerciantes, debe venderle a todo el que se interese por comprarlo y que no le es lícito discriminar entre los distintos compradores sino que debe vender a todos según pautas generales y objetivas. Distinto es el caso, -a juicio de la Fiscalía y de la jurisprudencia citada-, de la distribución propiamente tal o por mandato, en la que el intermediario o distribuidor vende por cuenta del fabricante o proveedor

y es un mandatario o comisionista de éste. En tal caso, nadie está obligado a designar comisionistas a personas que no sean de su confianza, y éstos comisionistas deben respetar las instrucciones lícitas del mandante.

La Comisión puso el informe de la Fiscalía en conocimiento de la consultante, la que, formulando observaciones a su respecto, expresa, en primer término, que la Fiscalía desconoce el derecho del productor a entregar el proceso de comercialización de sus productos a un comerciante, quien sea el que preste "el servicio de la distribución". "Obviamente, el productor, en la elección de su distribuidor, es libre y la decisión que adopta de elegir a uno o unos y excluir a otros, cae dentro del terreno de la plena y lícita autonomía de la voluntad. En este libre juego, el productor elegirá a quien, en libre concurrencia, proceda a prestarle el mejor servicio de distribución, el más económico,..." En ejercicio de la misma autonomía, el productor puede convenir con el distribuidor las condiciones de la distribución y puede imponer a éste las condiciones de la venta al público, y nada de ello puede considerarse como un atentado a la libre competencia. Asimismo, "cuando el productor designa a un distribuidor exclusivo y este distribuidor hace la venta directa al público, es lógico que se limita el acceso al mercado de ese producto a otros comerciantes mayoristas; pero, esta circunstancia, no puede dar base a estimar que la libertad de comercio se ve entorpecida".

En seguida, la consultante destaca el absurdo, que, a su juicio, significaría sustituir el concepto económico de distribuidor por los conceptos jurídicos de mandato y compraventa, para determinar según uno u otro de estos últimos, si el hecho o fenómeno económico de distribución es lícito o no. "Distribuidor es, en el proceso productivo, el intermediario entre el productor y el consumidor. Ahora bien, la distribución, en su dimensión jurídica puede revestir la forma de un mandato, una compraventa, una sociedad, una asociación o cuentas en participación o un contrato innominado como lo es generalmente". De aquí, la consultante insiste, desde diversos ángulos, sobre el absurdo que importaría atenerse a conceptos jurídicos, para enjuiciar, de distintos modos, un mismo hecho o conducta.

Esta Comisión cree, como la Fiscalía, que en la especie no se trata sólo de una cuestión puramente formal, ni que los conceptos jurídicos sean puramente formales. Los conceptos jurídicos distintos corresponden a hechos reales o materiales diversos, y las calificaciones jurídicas distintas, que se dan, precisamente, a hechos diversos, corresponden a la inclusión de éstos en distintos tipos acuñados por la ley. Luego, los conceptos y las calificaciones jurídicas diversas corresponden a hechos distintos.

No son unas mismas realidades de hecho la de una compraventa y la de un mandato.

El productor que otorga un mandato a un único distribuidor no se desprende del dominio de sus productos; no restringe su oferta; ésta, su oferta, sigue abierta a todos los demandantes, a través de la oferta que, en su nombre y en su representación, hace o detenta el mandatario.

La oferta y la demanda se encuentran únicamente en la transacción u operación comercial en que se transfiere el bien o producto, entre contrapartes. Toda otra operación, que corresponda a otro objeto material y jurídico, será accesoria, complementaria o incidental, pero no constituirá expresión ni encuentro de oferta ni de demanda. Así, entonces, no se divisa cómo podría transferirse productos a través de un mandato, de una sociedad, de una asociación o cuentas en participación, a menos que se les siguiera con complejos actos, que llevaran, finalmente, a una traslación de dominio o una adjudicación.

Precisamente, el mandato mercantil, o comisión, responde y corresponde al hecho o fenómeno económico de la comercialización por cuenta de productor o proveedor, por la cual éste hace o formula su oferta a todos los demandantes; todos pueden comprarlo; él, a través de su mandatario o comisionista, ofrece y vende a todos. Todos los que adquieran y posteriormente revendan estarán en igualdad de condiciones.

En cambio, cuando el productor o proveedor vende, y vende toda su producción a un único comprador, o a unos pocos, el resto de la demanda, que demanda para revender, queda impedida de acceder a la oferta y queda eliminada del fenómeno económico de la distribución o comercialización del bien o producto de que se trata, o bien se incorpora con retraso a él y en inferioridad de condiciones respecto del único comprador o de los pocos compradores iniciales.

A lo anterior, a realidades concretas, materiales, económicas, responden las distinciones que esta Comisión ha efectuado, y que recuerda la Fiscalía, en orden a las vías que el productor o proveedor puede seguir para entregar sus bienes o productos al mercado.

Es una norma de la economía libre que todo productor o proveedor, que vende, está obligado a vender a todos. De allí, que el artículo 3° del Decreto Ley N° 280, de 1974, prevea y sancione como delito la negativa de venta y la venta condicionada.

0005

De acuerdo con lo expuesto, esta Comisión rechaza, por considerarlo atentatorio de la libre competencia, el sistema de comercialización de los productos REVILON propuesto por Andina de Cosméticos Limitada, por el cual se limita la venta de aquéllos sólo a determinados comerciantes.

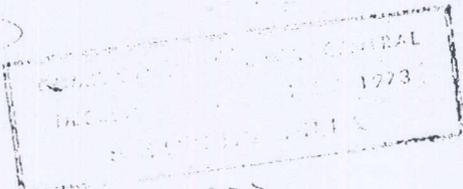
Lo anterior es sin perjuicio de que Andina de Cosméticos Limitada otorgue las calidades, títulos y distintivos que desee a los comerciantes que sean de su elección, y que aborde, con ellos, los programas de promoción y propaganda que, de común acuerdo, estimen convenientes, siempre que ello no se traduzca en discriminación en las ventas a terceros comerciantes, que se interesen por comprarle los referidos productos.

Saluda atentamente a Ud.,

(Handwritten signature)

VLADIMIR GARCIA HUIDOBRO
Presidente

(Handwritten signature)
ELIANA CARRASCO CARRASCO
Secretaria



Santiago, 27 de Abril de 1977.
Con este fecha me figuré personalmente
a don Juan Carlos Don, en represento
de Andina de Cosméticos Ltda. y
le di copia a la que del distanciamen que
hacía.

(Handwritten signature)

(Handwritten signature)