

COMISION PREVENTIVA CENTRAL
DECRETO LEY N° 211, 1973
LEY ANTIMONOPOLIOS
BANDERA 236, 2° Piso

ORD. N°

142/97

ANT.: Consulta de Dart Industries INC.

MAT.: Dictamen de la Comisión.

Santiago, 5 MAYO 1978

DE: COMISION PREVENTIVA CENTRAL

A : Don JORGE CAREY TAGLE
REPRESENTANTE DE DART
INDUSTRIES INC.

1.- Don Jorge Carey Tagle, en representación de Dart Industries INC., una sociedad constituida según las leyes de los Estados Unidos de Norteamérica, consultó a esta Comisión sobre la conformidad del sistema de ventas de su representada con las disposiciones del Decreto Ley N° 211, 1973.

Dart es una empresa que opera internacionalmente en la producción y comercialización de artículos de consumo doméstico, envases, plásticos y productos químicos. Una de las más destacadas líneas de productos es la de envases y artículos plásticos de marca Tupperware. Según el consultante, estos productos son de atractiva presentación, sellan al vacío y permiten una óptima conservación de alimentos en general. La línea completa incluye, también, vasos, moldes, servicios de mesa, utensilios de cocina y juguetes, y es de extraordinaria calidad, garantizando el fabricante que no se astillan ni se deterioran, guardándose precauciones mínimas de mantenimiento.

En 1976, los artículos Tupperware se producían en 18 fábricas instaladas en 14 países diferentes y los tipos de productos eran 130.

La empresa Dart emplea exclusivamente, para comercializar sus productos, en todo el mundo, el sistema de Ventas Directa al Consumidor (Direct Selling to the Consumer), que se usa por muchas otras compañías, y que utilizan más de 2.000.000 de revendedores. Se acompaña, como Anexo, una lista de 36 grandes Empresas de los Estados Unidos de Norteamérica, que emplean este sistema de comer

cialización para los más variados productos.

Dado que la venta de los productos Tupperware se hace exclusivamente con el sistema de ventas ya indicado, la calificación del mismo, por esta Comisión Preventiva Central, a juicio del ocurrente, será fundamental para que Dart decida invertir en Chile, inversión que podría alcanzar los US \$ 10.000.000.

El sistema de venta directa "es el proceso por el cual el fabricante o productor vende su producto directamente al consumidor final sin intermediación del comercio minorista establecido". Permite hacer efectiva demostración de los usos y aplicaciones de los productos y combina las ventajas de una relación personal entre vendedor y consumidor, con las posibilidades de una eficiente demostración de las bondades del producto. Si a ello se agrega la tranquilidad con que el comprador adquiere y recibe los productos en su domicilio, se comprende la aceptación que la venta tiene en el público y el éxito de numerosas compañías que la utilizan internacionalmente, especialmente cuando se trata de introducir al mercado un producto nuevo, cuyas bondades y aplicaciones no pueden ser suficientemente explicadas ni demostradas por un dependiente, dentro del sistema tradicional del comercio minorista establecido.

En la comercialización en referencia, intervienen el productor o fabricante, uno o más distribuidores revendedores y numerosos comerciantes independientes o "dealers" que hacen llegar el producto al consumidor. Todos los partícipes son comerciantes independientes, vinculados por contratos de carácter comercial, y deben cooperar estrechamente para lograr una adecuada cobertura del mercado y desarrollar el contacto personal entre el "dealer" y los consumidores.

En concreto, Dart conviene con una o más personas naturales o jurídicas un contrato de distribución no exclusiva para ciertos territorios determinados. Dart se compromete a suministrar los productos que el distribuidor le solicite, a un precio que permita a éste obtener un beneficio razonable. Dart sólo vende sus productos a los distribuidores y, en ningún caso, lo hace al comercio establecido ni a los consumidores finales. Por su parte, el distribuidor se obliga a revender los productos, en el sector convenido, solamente a comerciantes independientes no establecidos, para que éstos los hagan llegar a los consumidores, a través del sistema de venta directa a domicilio. Estos comerciantes independientes o "dealers" son revendedoras no establecidas, que venden al público a domicilio o en reuniones especialmente preparadas al efecto. El distribuidor celebra un contrato con las revendedoras, obligándose al suministro. Dart estima que dentro de los tres años

desde su establecimiento en Chile, el número de "dealers" o revendedoras ascenderá a 9.000 aproximadamente.

En atención al elevadísimo número de comerciantes independientes que colocan el producto al consumidor y que carecen de facilidades contables y similares, los impuestos que gravan estas sucesivas ventas serían enterados por Dart en arcas fiscales, para lo que solicitaría del Servicio de Impuestos Internos, el cambio del sujeto obligado al impuesto IVA y retendría y pagaría el IVA total correspondiente a cada producto sobre su precio de venta final al público. Para estos efectos y en forma similar a lo que ocurre con el comercio de revistas y publicaciones periódicas, los catálogos de Tupeerware indicaría el precio final al consumidor, que sería aquél sobre el cual se pagó el impuesto IVA. Naturalmente, el distribuidor y el revendedor tendrían libertad para disminuir o alzar estos precios, quedando, en este último caso, responsables por el mayor impuesto causado.

La solicitante describe los beneficios del sistema en cuanto a la competencia y al empleo de un número importante de personas que participarán de sus utilidades. En cuanto a la competencia, se refiere a la que todo el sistema desarrollaría respecto de artículos similares de otras marcas.

Agrega, finalmente, la consultante, que el sistema se ha desarrollado con gran dinamismo en los Estados Unidos y en Europa Occidental, donde existe una severa legislación sobre la libre competencia, sin que jamás haya merecido reproche alguno.

2.- Esta Comisión Preventiva escuchó la exposición oral de don Jorge Streeter Prieto, en sesión de 17 de Noviembre último, quién expresó que la forma de venta indicada era especialmente adecuada porque el producto es de un costo muy superior al de la competencia y por ello requiere la atención personal que le dispensa el "dealer" y la demostración de las bondades del producto, que sólo es posible en el domicilio del eventual comprador. Cabe considerar que hay que juzgar el sistema completo de comercialización, el cual es una manifestación de la libertad de comercio que cautela el Decreto Ley N° 211, de 1973. En efecto, cada productor es libre para emplear el sistema de comercialización que juzgue mejor para sus productos. No puede decirse que hay una imposición o sugerencia de precios, ya que se fija uno para el solo efecto del cálculo del impuesto, el que de otra manera no sería posible, ya que el impuesto de todas las ventas lo paga el productor. No hay negativa de venta, en el sentido del delito económico previsto por el Decreto Ley N° 280, de 1974, porque éste sanciona la especulación, esto es, la negativa que se hace con el ánimo de lucrar o de acaparar. Por lo demás, el

el delito se refiere a negativa de vender en las condiciones ofrecidas y, en el presente caso, no hay ofrecimiento alguno distinto de las propias bases del sistema, que ya se han expuesto, las que se respetarían en todo caso.

En el sistema de comercialización en referencia no puede discurrirse sobre la base de simples compraventas, en las que al vendedor le resulta indiferente la suerte que corra el artículo vendido. En el presente caso, se trata de contratos de suministros y refiriéndose a productos de marca, no puede ser indiferente al productor la suerte del bien objeto de su fabricación. Así, entonces, se justifica esta especie de tuición del fabricante sobre la comercialización de los productos de su marca. En cuanto a la sectorización, ésta, en el hecho, se exige respecto de los distribuidores, porque éstos deben conocer el terreno en que trabajarán; respecto de las revendedoras, éstas pueden vender donde lo deseen.

Este sistema no es de invención de la consultante sino que existe desde hace muchos años y se aplica por numerosas empresas en muchos países del mundo. Incluso sus modalidades forman parte de los programas de los estudios de comercio en numerosas Universidades, especialmente de los Estados Unidos.

3.- Esta Comisión estima que el procedimiento de comercialización consultado entorpece la libre competencia y, pese a sus bondades o beneficios, debe así declararlo porque, objetivamente, son contrarias a la libre competencia las limitaciones al comercio de los productos de que se trata, constituidas por la venta exclusivamente a los llamados distribuidores, primero, y a los revendedores del sistema, después, y la fijación o imposición de precios de las ventas del distribuidor a las revendedoras y de las de éstas al consumidor.

En efecto, la venta que se efectúa exclusivamente a cierta categoría de compradores, importa la negativa de venta a todos los demás interesados o eventuales compradores y su consiguiente exclusión de la competencia en el comercio del artículo de que se trata. Esta Comisión ha resuelto, reiteradamente, que constituye un arbitrio entorpecedor de la libre competencia la restricción de la venta a un solo comprador o a un número limitado de compradores, con exclusión de todo otro comerciante que se interese por comprar el respectivo bien, arbitrio que encuentra su expresión típica en el Artículo 2° letra e) del Decreto Ley N°211, de 1973. Aunque resulta claro, se debe manifestar, una vez más, que la exclusión de eventuales interesados en comprar, que pudieran estar llanos a pagar el precio que cobra el vendedor a otros compradores, significa limitar el comercio del producto, restringiendo la oferta del mismo a través de un número de personas determinado por el proveedor en circunstancias que la libre competencia exige que dicho número lo imponga el propio mercado, según

la demanda de los consumidores y sin límites definidos. Tanto es así, que nuestra actual legislación establece el deber de vender, al sancionar como delito, en el artículo 3° del Decreto Ley N° 280, de 1974, la negativa de venta y el condicionamiento de la misma. Las "condiciones ofrecidas", a que se refiere el texto legal, deben pertenecer a la compraventa misma, como el precio, forma de pago, lugar y fecha de entrega, etc. y no pueden ser contrarias a la ley. No pueden incluirse entre tales condiciones, aquéllas que se refieren a la persona del comprador, a menos que la ley expresamente lo disponga o lo permita.

4.- En cuanto a la fijación de un precio por el proveedor a las ventas posteriores del producto, transacciones en las que él no es parte, aunque constituya una mera sugerencia o un precio de referencia, es, también, un acto objetivamente contrario a la libre competencia, pues, en el hecho, produce la uniformidad de los precios, provocando los mismos efectos que el concierto de precios o la imposición de los mismos. En la economía de libre competencia, todas esas conductas constituyen prácticas restrictivas del comercio ya que el legislador ha querido que sean los contratantes quienes fijen libremente los precios, de acuerdo con la autonomía de su voluntad. Por ello, el Estado ha renunciado a fijar precios y no puede tolerar que algunos particulares asuman esa atribución que él ha declinado y pretendan regular el mercado, señalando normas a terceros. En consecuencia, todo entorpecimiento a la libertad de los contratantes, por acción de terceros, por leve que sea, es, objetivamente, contrario a la libre competencia y constituye, también, un arbitrio típico comprendido en la letra e) del Art. 2° del Decreto Ley N° 211, de 1973.

5.- Por lo expuesto, esta Comisión, de conformidad con las atribuciones que le confiere el artículo 11 N° 3, en relación con el art. 8° letras a) y c) del Decreto Ley N° 211, de 1973, citado, estima que el sistema de comercialización examinado, con los vicios que se han señalado, entorpece la libre competencia en el respectivo ramo y dictamina que dichos vicios deben ser subsanados, si se quiere poner en práctica el referido sistema.

Lo anterior fué acordado por la Comisión Preventiva Central con los votos de los señores Aldo Monsalvez Muller, Presidente; Luis Montt Dubournais, Alma Wilson Gallardo, Eduardo Carrillo Tomic, Mario Guzmán Ossa y Eduardo Dagnino Mac-Donald.

Saluda atentamente a Ud.,


ALDO MONSALVEZ MULLER
Fiscal de la Dirección de Industria y Comercio
Presidente Comisión Preventiva Central

COMISIÓN PREVENTIVA CENTRAL
DECRETO LEY N° 211 DE 1973
SECRETARIA