

ORD. N° 232 / 249 ✓

ANT.: Consulta de Good Year de Chile
S.A.I.C.

MAT.: Dictamen de la Comisión Preven-
tiva Central.-

Santiago, 5 NOV. 1979

DE: COMISION PREVENTIVA CENTRAL

A : GOOD-YEAR DE CHILE S.A.I.C.

- 1.- Good-Year de Chile S.A.C.I., en adelante Good-Year, ha sometido al conocimiento de esta Comisión Preventiva Central un proyecto de contrato denominado "Convenio sobre Promoción de Ventas".
- 2.- Del proyecto aparece que en el contrato serán partes Good Year y un tercero al que se atribuye el nombre de "promotor de ventas", que la convención durará 10 años, no obstante lo cual y concurriendo ciertos requisitos, cualquiera de las partes podrá ponerle término anticipado.-
- 3.- El contenido de las diversas cláusulas del proyecto de muestra que en él se tratan tres materias fundamentales, a saber:
 - a) Aquéllas en que el promotor actúa, efectivamente, en la promoción de los productos Good-year;
 - b) Aquéllas en que el promotor actúa como vendedor de productos Good-Year; y
 - c) Aquéllas en que el promotor actúa como comprador de los productos Good-Year.

La clasificación anterior, demuestra que el denominado "Convenio sobre Promoción de Ventas", no sólo se refiere a la materia de su nombre sino también a otras, de tanta o más importancia que la primera, y constituye así un complejo jurídico al que corresponde calificar, más bien, como contrato innominado.



4.- La precisión formulada en el párrafo anterior explica la razón de ser de la consulta en estudio. En efecto, un nuevo contrato sobre promoción de la venta de determinados artículos entre un productor y un promotor y que obviamente, se limitara a definir las labores de promoción y la manera de remunerarlas, en principio, no tendría porqué ser materia de una consulta ante esta Comisión, pero, cuando en tal convención se pacta, además, una comisión para vender y un sistema de descuento de precios, cuando el promotor compra los productos de su cliente, es evidente que la situación resulta vinculada, directamente, con las normas legales sobre libre competencia y cabe la posibilidad de que pueda llegar a vulnerarlas.

5.- En otro orden de ideas, conviene señalar que las tres materias clasificadas en el párrafo tercero de este dictamen no han sido tratadas en forma separada en el proyecto en estudio, sino en forma conjunta, lo que hace imposible su ponderación individual. Así, por ejemplo, en la cláusula octava se establece que el productor pagará al promotor una comisión por las ventas que éste efectúe a los revendedores de productos Good Year y, como en parte alguna de la convención, se estipula una remuneración por la labor promocional, debe concluirse que el pago de esta tarea se encuentra cubierto por la comisión en referencia.

6.- En lo que dice relación con el aspecto promocional, las cláusulas primera, y séptima del proyecto de contrato autorizan, la primera, al promotor para usar los nombres, marcas, patentes, logotipos publicitarios y sistemas de comercialización que Good Year tenga registrados a su nombre y la séptima, lo obliga a desarrollar "la promoción exclusiva de la presencia" de productos Good Year en las instalaciones de los revendedores que obtenga en su labor. Además, esta última cláusula impone al promotor el deber de contribuir "con un 50% del presupuesto anual de propaganda y promoción en Puntos de Ventas que se pruebe por las partes." Asimismo, el promotor debe soportar el 50% de los gastos que importen los elementos de identificación que él apruebe para las diferentes categorías de revendedores.

7.- En lo concerniente a la labor de ventas que se comete al promotor, la cláusula primera del proyecto le encarga actuar como fuente y adecuado mecanismo de suministro de los productos Good Year; la cláusula segunda le impone la tarea de ayudar y cooperar con el productor en el cumplimiento de las obligaciones comerciales normales entre vendedor y comprador; la cláusula tercera, establece que el promotor debe, por cuenta de Good Year, tomar los pedidos de compra de los revendedores y, para este efecto, Good Year se obliga a proporcionar al promotor las informaciones correspondientes a precios y condiciones de ventas; la cláusula quinta dispone que Good Year debe entregar al promotor estadísticas de ventas; la cláusula sexta obliga al productor a dar cursos al personal de ventas del promotor; la cláusula octava establece el pago de comisiones por las ventas que efectúe el promotor.

8.- En cuanto al sistema que opera entre el promotor y Good Year, cuando el primero adquiere productos de la segunda, la cláusula novena previene que, en estos casos, el promotor también tendrá derecho a percibir las comisiones mencionadas en el párrafo anterior y que, igualmente, las percibe, respecto de las operaciones directas que celebren determinadas entidades con el productor.



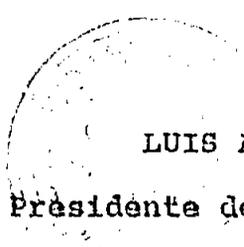
9.- Por otra parte, no existe ningún elemento clarificador, en el texto del proyecto de contrato a que se ha venido haciendo referencia, que permita precisar cómo se insertará la actuación de los Promotores en el sistema general de comercialización establecido para los revendedores de productos Good Year, cuando el citado promotor proceda a comprar tales productos con la finalidad de revenderlos. Esta falta de elementos de juicio implica la posibilidad de que se produzca una discriminación, ya sea en favor o en contra, de los antes mencionados revendedores de productos Good Year.

10.- De lo expuesto en los apartados precedentes fluyen las siguientes conclusiones:

- a) Que el proyecto denominado "Convenio sobre Promoción de Ventas" sometido al dictamen de esta Comisión es, en lo fundamental, un contrato de mandato o comisión para vender;
- b) Que dicho proyecto contempla un sistema especial de descuentos al promotor cuando éste adquiere productos Good year, descuentos que sólo se otorgan a quien tenga la ya citada calidad de promotor;
- c) Que, en la medida que la cláusula séptima obliga al promotor a procurar que en los locales de los revendedores se promueva, en forma exclusiva, la venta de los productos Good Year, se está propiciando que, en tales locales, sólo se expendan dichos productos, todo lo cual importa privar a los revendedores de la posibilidad de comercializar productos de otra marca que no sea la de Good Year;
- d) Que la obligación que la cláusula séptima impone al promotor en orden a concurrir a sufragar sólo en parte los gastos que depare la elaboración de elementos de identificación que deben ostentar los locales de los revendedores, comporta, para el promotor, una bonificación, que resulta injustificada, toda vez que tales gastos son parte de los costos propios del servicio que se obliga a dar dicho promotor; y
- e) Que el promotor no ejecutará la labor de tal, en forma pura y simple, ya que, promocionará ventas en las cuales tiene un interés directo, por cuanto, sobre ellas percibirá una comisión la que ganará, incluso, cuando él sea el comprador directo.

11.- Las conclusiones sentadas en el apartado anterior y lo dispuesto en los artículos 2°, letras c) , e) y f), 6° y 8°, letras b) y c) mueven a esta Comisión a negar su aprobación al proyecto de contrato denominado "Convenio sobre Promoción de Ventas" sometido a su dictamen por Good Year de Chile S.A.I.C., en los términos en que aparece redactado.

Saluda atentamente a Ud.,


LUIS ALBERTO CAMUS CAMUS
Abogado
Presidente de la Comisión Preventiva Central