

DICTAMEN N° 280/488,

ANT. : Consulta de Indus
Lever S.A.C.I. so
bre sistemas de
descuentos.

MAT. : Dictamen de la Co
misión.

SANTIAGO, 12 JUN 1981

DE : COMISION PREVENTIVA CENTRAL

A : DON GIORGIO MASCHIETTO M.
CARRASCAL N° 3551
SANTIAGO

1.- Con fecha 22 de Diciembre de 1980, Indus Lever S.A.C.I., en adelante "Indus Lever", representada por don Giorgio Maschietto Montuschi, ambos domiciliados en Santiago, calle Carrascal N° 3551, ha solicitado un pronunciamiento de esta Comisión respecto de la legalidad de ciertos actos o contratos que se propone realizar, desde el punto de vista del Decreto Ley N° 211, de 1973.

Con fecha 23 de Diciembre de 1980, y a solicitud de la ocurrente, se otorgó audiencia a don Giorgio Maschietto, a fin de que éste complementara la información proporcionada en la presentación ya referida.

En dicha audiencia, el señor Maschietto propuso completar por escrito la presentación que da origen a este dictamen, sin que hasta la fecha lo haya hecho, razón por la que esta Comisión dará respuesta a su consulta, con el mérito de los antecedentes con que cuenta.



280
182
281
282
283
284
285
287
288
289
290
291

Entiende esta Comisión que el resguardo debido a la libre competencia no se concilia con el trato discriminatorio que en los precios de un mismo producto pueda dispensar el productor respecto de sus compradores distinguiendo entre éstos, en razón de su capacidad económica, la magnitud de sus inversiones, la cuantía de sus gastos de operación, o la forma en que vendan los productos, factores variables que son difíciles de cuantificar con exactitud.

En la especie, los hechos que darían origen a los descuentos diferenciados propuestos, no emanan de la venta misma, sino de circunstancias ajenas de ésta, como son la forma en que tales mayoristas revenden los productos adquiridos a la consultante, los sistemas de colocación y distribución con que cuenta, la capacidad de almacenamiento de productos, y otras.

La forma en que un comerciante revende los productos que adquiere de un fabricante, sea al detalle, sea a otros minoristas, en locales propios, o distribuyéndolos a domicilio, etc, son circunstancias que el propio comerciante decide y que valorizará, libremente, en razón de sus costos de operación, márgenes de comercialización que desee obtener, volúmenes de venta u otros.

Por otra parte, la Comisión debe hacer presente que la consultante indicó que los descuentos diferenciados serían objetivos, sin que haya indicado pauta alguna que permita medir dichas condiciones objetivas.

Por las razones ya indicadas esta Comisión estima que el criterio enunciado por la consultante, contraviene los propósitos contenidos en la legislación aprobada por el Decreto Ley N° 211, de 1973, y provoca una manifiesta desigualdad de los revendedores, en sus posibilidades de acceso a la empresa proveedora.

No obstante lo anterior, esta Comisión hace notar a la consultante que nada obsta a que se contraten servicios de promoción y marketing con los distribuidores que ella estime convenientes, pero diferenciando claramente lo que es el acto de venta, de los actos de promoción y marketing y remunerándolos en forma independiente.

3.- En segundo término, la ocurrente consulta sobre la posibilidad de otorgar descuentos diferenciados a los grandes supermercados.

Explica, como fundamento, que tales comerciantes adquieren volúmenes mayores de productos y que, por tal razón, se les efectúa un descuento mayor que a otros comerciantes, circunstancia que es objetiva de la venta misma, ya que cualquier comerciante que adquiriera tales volúmenes se encuentra favorecido con idéntico descuento, sea supermercado o nó.

Sin embargo, continúa, tales supermercados, aparte de constituir uno de los mejores clientes, tanto en lo que dice relación con el volumen de compras como con el cumplimiento de sus obligaciones de pago, prestan un "apreciable servicio de promoción y publicidad" a los productos de Indus Lever, en razón de que ellos son objeto de una eficaz exhibición en los estantes de los supermercados, lo que se traduce en un evidente beneficio, tanto económico como de prestigio, que, incuestionablemente y en forma objetiva, justifica un mayor descuento en los precios de las ventas efectuadas a dicho tipo de establecimientos comerciales.



Los distribuidores-representantes tendrían carácter de representantes de Indus Lever en zonas predeterminadas, en atención a que en esas zonas la consultante no cuenta con oficinas de ventas propias adecuadas, ni con los stocks necesarios, ni con el personal adecuado. Señala que, en todo caso, cualquier comerciante que cuente con los requisitos objetivos necesarios, como bodega, personal entrenado, etc., podrá adquirir el mencionado carácter de distribuidor representante, en la zona correspondiente, si así lo manifestare a Indus Lever.

En cuanto a las zonas predeterminadas, especifica que ello únicamente dice relación con que en dicha zona deberá ubicar su oficina de venta y bodega, teniendo preferencia, en lo que respecta a ventas, en la medida que Indus Lever informará a todos los clientes interesados en adquirir dichos artículos de carácter industrial, que pueden hacerlo en las oficinas del correspondiente distribuidor representante. En caso alguno, implicará que los comerciantes correspondientes puedan vender únicamente dentro de sus límites, gozando de plena libertad para vender sus productos en cualquiera otra zona.

Por último, hace presente que es de vital importancia en la relación "Indus Lever"-distribuidor representante, que la primera pueda fijar el precio de venta al público al distribuidor, en el sentido de exigirle que no venda a precios superiores a los de fábrica, pues una de las finalidades que se ha tenido en vista, es la de tener plena seguridad que los artículos correspondientes podrán ser colocados en provincias a precios no superiores a los de fábrica, a fin de lograr la entrada y buena acogida de dichos productos por parte de los potenciales consumidores. Para ello, Indus Lever vendería sus productos industriales con un 10% de descuento, cualquiera que sea la cantidad de volumen que venda, asumiendo dichos distribuidores el formal compromiso de no vender los artículos a un precio superior al de fábrica que se señale.

Agrega que tal modalidad no contraría las normas del Decreto Ley N° 211, puesto que, justamente, tiende a impedir que los productos lleguen a un precio mayor a los consumidores, principales beneficiarios de las normas del Decreto Ley N° 211.

Analizada la consulta precedentemente expuesta, esta Comisión debe reiterar, lo que ha señalado tantas veces, en el sentido de que los comerciantes independientes son libres para decidir la forma en que venden sus productos, y los precios de reventa de los mismos, sin que pueda el distribuidor o importador imponer un determinado precio de venta al público.

Asimismo, debe esta Comisión reiterar, una vez más, que los descuentos que se otorguen a los comerciantes deben emanar de condiciones objetivas, como son los volúmenes de la venta, o las condiciones de pago, no pudiendo diferenciar entre un adquirente y otro, en razón de un título o calidad especial que la propia fabricante le otorgue.



1827881
282
482
782
882
982
+82
782
882
982
1082

En la especie, los distribuidores-representantes, son comerciantes independientes, a quienes la consultante les impondría un precio de venta al público y les haría descuentos uniformes, cualquiera sea el volúmen que compren, por el hecho de poseer el título de "distribuidores-representantes".

De los antecedentes presentados por la consultante no se desprende ninguna circunstancia relevante que permita aceptar el tratamiento discriminatorio respecto de estos comerciantes en desmedro de otros que se interesen por comercializar los mismos productos.

La supuesta complejidad en la venta de una determinada línea de productos, que hace necesario un personal altamente especializado y capacitado, como señala la consultante, no ha sido acreditada ante esta Comisión, y, a mayor abundamiento, se desprende de sus dichos que en la V Región y en la Región Metropolitana, la línea de productos a que hace mención la consultante es comercializada directamente por Indus Lever, o por mayoristas que no gozan de tratamiento alguno diferente del que recibe todo otro comerciante mayorista.

Por tales motivos esta Comisión debe señalar a la consultante que la designación de "distribuidores-representantes" en las condiciones planteadas, constituye un atentado a la libre competencia, sancionado por las normas del Decreto Ley N° 211.

5.- Por último, Indus Lever señala que ha ideado una serie de sistemas promocionales para sus productos, uno de los cuáles sería regalar cupones a los consumidores por cada unidad que adquieran de determinados productos de Indus Lever, correspondiendo cada cupón a un descuento de determinada suma de dinero, respecto al precio de venta al público que tal producto tenga en el establecimiento comercial en que se hayan proporcionado los referidos cupones. Este descuento se haría efectivo en el momento de pagar la compra en la caja del establecimiento en que se adquiere el producto.

Indus Lever reembolsará al establecimiento comercial en que se efectúe tal promoción, ya sea a través del otorgamiento de un mayor descuento sobre las listas de precios al momento de venderle los productos en promoción, descuento que correspondería exactamente al monto total involucrado por los mencionados cupones, o bien, reembolsándole con posterioridad los gastos que haya significado al establecimiento comercial el efectuar los descuentos correspondientes en los precios de venta al público, en razón de los cupones.

Señala que Indus Lever no se encuentra en condiciones de efectuar esta promoción en todos los locales en que se venden sus productos, sino que pretende implantar dicho sistema promocional en determinados establecimientos comerciales en los cuáles la referida promoción tenga un mayor impacto, y se traduzca, así, en un mayor beneficio comercial para Indus Lever. Deja en claro que, por la modalidad y volúmen involucrado en la referida política promocional, ella sólo podrá efectuarse en algunos establecimientos comerciales, y en determinados lugares del territorio.



182 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 162

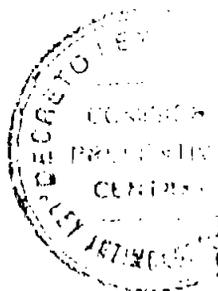
Analizada esta última consulta, la Comisión estima que, ella es atentatoria de la libre competencia, en la forma en que se encuentra planteada.

En efecto, seleccionar determinados establecimientos Comerciales para promocionar los productos, mediante una rebaja en sus precios, tanto al público como al comerciante, rebaja que opera por la vía de los cupones de descuentos, excluyendo a todos los demás establecimientos revendedores, significa una discriminación entre comerciantes, que no puede ser aceptada por esta Comisión.

Cree esta Comisión que dichas promociones pueden hacerse por la vía de seleccionar, previamente, todo un sector o localidad, lo suficiente amplio para que, en la práctica, constituya un mercado, pero en caso alguno puede hacerse por la vía de la selección arbitraria de ciertos establecimientos pues ello significaría otorgar a éstos beneficios excepcionales, provocando una manifiesta desigualdad entre los revendedores.

El presente Dictamen fue acordado en sesión de 12 de Mayo de 1981 por la unanimidad de los miembros presentes, señores Arturo Irarrázaval, Cristian Eyzaguirre y el Presidente que suscribe.

Saluda atentamente a Ud.,



GONZALO SEPULVEDA CAMPOS
Presidente Subrogante de la
Comisión Preventiva Central

BPO/ped.
Ing. Rol N° 881-80.

182782
282
482
582
682
782
882
982
161