

C.P.C. N° _____/

ANT.: Sistema de comercialización
de productos GOODYEAR.

MAT.: DICTAMEN DE LA COMISION.

Santiago, veintiuno de Junio de mil novecientos ochenta y cinco.

- 1.- La Fiscalía Nacional Económica ha puesto en conocimiento de esta Comisión Preventiva Central, las condiciones de comercialización de los productos automotrices de GOODYEAR de Chile, vigentes a contar del 1° de Octubre pasado, contenidas en la Circular N°039, de 25 de Septiembre de 1984.
- 2.- Señala la circular referida, que, además de un reajuste de los precios para los productos automotrices, se ponen en vigencia nuevas políticas de comercialización y descuentos, consistentes, fundamentalmente, en lo siguiente:
 - 2.1. Descuentos base para neumáticos y cámaras y para baterías.
 - 2.2. Descuento promocional por compra de lotes de 10 unidades de la misma medida en neumáticos tipo G.P.S.
 - 2.3. Descuento promocional adicional en el valor de la cámara en compras "set" para las medidas 750x16 hasta 1100 x 22, ambas incluidas.
 - 2.4. Descuentos por volúmenes de compra de dos tipos diferentes.
 - a) Escala "standard", la que, según el volumen de compra, en unidades, va desde un 1% a un 9%. Esta escala se aplica en forma independiente a los diferentes productos, divididos en: neumáticos de automóviles y camionetas; neumáticos de camiones, cámaras y baterías.

En esta escala, el número de unidades que se requiere comprar, para alcanzar un cierto porcentaje de descuento es

mayor para compradores de la zona metropolitana que del resto del país. Ello, por la mayor extensión que tiene el parque de vehículos existente en la Región Metropolitana, en relación con las otras regiones del país.

b) "Factor Bono Producto" (F.B.P.): De acuerdo con éste, se puede obtener un máximo de un 5% adicional de descuento, aplicado a los mismos productos de la escala standard. Este descuento adicional opera de la siguiente manera:

b.1. Se determina una constante K, dividiendo la bonificación máxima en este sistema (5) por el descuento máximo alcanzable en la escala "standard" (9).

b.2. La empresa determina un coeficiente de importancia por línea de producto en porcentaje del total, coeficiente que puede variar discrecionalmente según el interés del productor.

b.3. El producto de la constante K por el respectivo coeficiente de importancia dividido por 100 da el llamado F.B.P.

b.4. El F.B.P. respectivo se multiplica por el descuento por volumen obtenido en la escala "standard" (en porcentaje) de acuerdo con las compras efectuadas en cada línea de productos; los valores obtenidos para cada línea se suman y el resultado de esta suma se agrega a los descuentos obtenidos por cada línea de productos en la escala "standard", dando el porcentaje de descuento final para cada línea.

3.- Esta Comisión, a petición del abogado de GOODYEAR de Chile S.A.I.C. escuchó su exposición oral y la de los señores James de María y Miguel Llodrá, ejecutivos de esa sociedad, en sesión de 23 de Mayo pasado.

4.- Analizadas las condiciones de comercialización reseñadas precedentemente y las explicaciones dadas por GOODYEAR de Chile S.A.I.C. personalmente y por escrito, esta Comisión estima que cabe formular las siguientes observaciones respecto de su sistema de comercialización.

4.1. No se justifica el llamado descuento base para neumáticos, cámaras y baterías, de 10% para los dos primeros y de 25% para las últimas, porque no existe la obligación de la empresa de vender directamente al público sus productos y, en el hecho, tampoco vende de ese modo.

En estas circunstancias, la mantención de un precio base de referencia sólo puede inducir a los revendedores de GOODYEAR de Chile S.A.I.C. a estimarlo como un precio de venta a público, sugerido por ésta.

Por ello y para no entorpecer la libre competencia entre sus revendedores, GOODYEAR deberá sustituir su precio base de referencia por un precio neto de contado, sobre el cual podrá aplicar los descuentos por volumen y los descuentos o recargos por concepto de plazo de pago.

4.2. En lo que se refiere al descuento descrito en la letra b) del punto 2.4. precedente, esta Comisión estima que él infringe las normas sobre libre competencia, especialmente las condiciones de transparencia y de objetividad que debe cumplir cualquier sistema de descuentos.

En efecto, y analizados varios ejemplos, la aplicación del llamado "Factor Bono Producto", condiciona o determina el monto del descuento final a la adquisición de productos diferentes, de modo que, a compras de productos de la misma línea o a grandes compras de un solo producto, iguales, en volumen de dinero o de unidades, a otras que comprendan distintos artículos, puede corresponder un precio unitario mayor, por el hecho de no adquirir la totalidad de los productos automotrices ofrecidos por GOODYEAR de Chile S.A.I.C.

Por ejemplo: un distribuidor compra \$ 18.000.000 mensuales, de los cuales \$ 4.629.000 corresponden a baterías; si disminuye su compra de baterías de modo que no alcanza a descuento por volumen sino sólo al correspondiente al F.B.P., el descuento obtenido en las otras líneas, comprando las mismas cantidades, disminuye en \$ 168.230, lo que representa una pérdida de su margen de competitividad en la venta de estas líneas. Esta diferencia puede aumentar o disminuir si la empresa cambia los coeficientes de importancia de algunas de las líneas de productos.

Se ha señalado, en numerosas oportunidades, que los descuentos por volumen deben fijarse por las empresas de acuerdo con sus economías de escala, ya sea fijando un volumen global en dinero o en unidades compradas y aplicando para dicho volumen una escala común, o bien, utilizando escalas de descuentos independientes para cada producto. En la especie, y como se ha demostrado en los ejemplos citados, un comprador, por el hecho de no adquirir la totalidad de la línea automotriz ofrecida por GOODYEAR, cualquiera sea su volumen, puede obtener precios superiores a los de otro comprador de un volumen igual o menor, que adquiere todos los productos de la línea. Esto constituye una modalidad de descuento atado, que no puede ser admitida por esta Comisión.

5.- Por todo lo anterior, esta Comisión hace presente a GOODYEAR de Chile S.A.I.C. que debe poner término al "descuento base" de neumáticos, cámaras y baterías y al sistema de descuento por volumen denominado "Factor Bono Producto", por constituir, el primero, una sugerencia de precios y, el segundo, un descuento condicionado.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 13 de Junio en curso por la unanimidad de los miembros presentes, señores Arturo Yrarrázaval Covarrubias, Iván Yáñez Pérez, Mario Guzmán Ossa y el presidente que suscribe.



JACOBO KRAVETZ MIRANDA
Comisión Preventiva
Central