

598 /
577

C.P.C. N°

ANT. : Consulta de Nestlé Chile S.A.
sobre sistemas promocionales.

MAT. : Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, 14 JUN. 1987

1.- Nestlé Chile S-A., representada por su Gerente General don Roland Meyes W., se ha dirigido a esta Comisión Preventiva Central con el objeto de consultar diversos sistemas promocionales de comercialización, algunos ya puestos en práctica en el mercado, con el objeto que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 8° del Decreto Ley N° 211, de 1973, sean aprobadas o se le indiquen las modificaciones correspondientes.

Explica la consultante que sus condiciones de venta, generales en todo el país, consisten, fundamentalmente, en un precio único para sus productos, pagadero a 30 días desde la fecha de la factura, con un descuento por pronto pago (máximo 7 días) uniforme para el comercio, que se fija según la tasa de interés vigente en el mercado. Aparte de dicho descuento, sólo se aplica un descuento por volumen, objetivo y con vigencia para todo el país, descuento que varía según el producto y el volumen comprado. Al efecto, adjunta listas de precios y escala de descuentos por volumen.

2.- En cuanto a los sistemas promocionales que consulta, señala que éstos son los principales sistemas introducidos por el comercio, de común acuerdo con las empresas productoras, entre ellas la consultante, con el objeto de aumentar la venta de los productos. Tales sistemas se originaron, aproximadamente en 1980, a raíz de la alta competitividad del mercado y su costo es absorbido por las empresas y el comercio en las proporciones que se convienen.

Los sistemas promocionales consultados son los siguientes:

2.1. Promociones Especiales.

Consisten en un acuerdo entre empresa y comercio,

especialmente grandes cadenas de supermercados, en cuya virtud la empresa absorbe una determinada participación en el costo de una promoción especial que realizará el cliente en su cadena de establecimientos, comprometiéndose éste a alcanzar un determinado volumen de ventas, cuyo logro da lugar al pago por la empresa, contra la presentación de una factura, por servicios promocionales especiales. Estas promociones especiales significan mayores exhibiciones de productos en los locales del comercio, ayudas publicitarias, etc.

Según señala la consultante participó en el pasado en campañas de este tipo, las que fueron suspendidas a contar del 1º de Enero de 1986, a raíz de una redefinición de las estrategias de ventas, y teniendo presente diversos pronunciamientos de esta Comisión, que ameritan la consulta, en orden a que se determina si la mencionada práctica puede realizarse en conformidad con las normas vigentes o no.

2.2. Actividades de Marketing del Comercio en Medios de Publicidad.

Consisten, normalmente, en que una cadena de supermercados o grandes clientes, organizan actividades de marketing en medios de publicidad, con una duración limitada (semanal, quincenal, mensual, etc.) con el objeto de promocionar las ventas en sus locales, para lo cual seleccionan un grupo de diferentes productos que serán ofrecidos a precios rebajados mediante avisos o circulares en diarios o revistas, como los que adjunta, distribución de volantes, uso de promotoras, avisos por T.V., etc.

Las empresas cuyos productos interesa al comercio incluir en la promoción, son invitadas a participar a prorrata en los costos de estas actividades de marketing, lográndose, para el comercio y para las empresas, una conveniente forma de promover la venta de productos. El valor que a cada empresa le corresponde pagar es facturado por el comercio como una prestación de servicios por actividades de marketing.

3.- Antes de resolver la materia consultada, esta Comisión recibió en audiencia a representantes de la empresa con-

sultante. También pidió información de algunos de los principales supermercados de Santiago.

El análisis de estos antecedentes permite señalar que los sistemas promocionales, objeto de la consulta de Nestlé Chile S.A., corresponden a estrategias comerciales frecuentes dentro de los diferentes canales de distribución, que no merecen, por sí mismas, objeciones desde el punto de vista de la libre competencia, siempre que ellas no se constituyan en una herramienta de discriminación entre clientes de las empresas participantes.

Los organismos antimonopolios han señalado, permanentemente, que se pueden celebrar convenios de publicidad o promoción entre comerciantes que venden al público consumidor y productores o distribuidores, si se circunscriben solamente a sufragar los gastos razonables que la campaña particular involucre, pero tales convenios no pueden interferir en las condiciones de venta generales como - precios, forma de pago, descuentos por volumen, etc., ya que si así fuera, el sistema promocional se transformaría en una discriminación en favor de determinados clientes.

Por ello, se estima que la consultante ha actuado con prudencia al suspender una de sus promociones especiales, porque ella condicionaba el pago del total o parte de los costos de promoción a un volumen de ventas previamente acordado, relacionado con un aumento porcentual de las ventas respecto de las del año anterior, en el lapso equivalente a la duración de la promoción, no obstante que los volúmenes de compra ya se habían considerado para otorgar los descuentos contenidos en la respectiva escala de descuentos por volumen.

4.- Por las razones expuestas, esta Comisión Preventiva Central, absolviendo la consulta planteada, acuerda:

1) Que no alteran la libre competencia los convenios de publicidad o de promoción entre comerciantes que venden al público y los productores o distribuidores, siempre que estos convenios se limiten a sufragar los gastos razonables que demande la promoción, y

2) Que los convenios mencionados en el número anterior

no pueden interferir en las condiciones generales de venta como precios, forma de pago o descuentos por volumen ni estar supeditados al aumento o disminución de alguna de esas condiciones.

Notifíquese a Nestlé Chile S.A. y transcribábase a la Asociación de Supermercados y Autoservicios de Chile, Santa Lucía N° 302, Piso 4° y al señor Fiscal Nacional Económico.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 28 de Mayo de 1987, por la mayoría de los miembros de esta Comisión señores Octavio Navarrete Rojas, Presidente; Arturo Yrarrázaval Covarrubias, Iván Yáñez Pérez y Mario Guzmán Ossa y con el voto en contra de Gonzalo Sepúlveda Campos, quien estima que todos los sistemas consultados son legítimos pues, a su juicio, ninguno de ellos afecta la libre competencia.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Large handwritten signature]

[Handwritten signature]