

ANT. : Consulta de productos
 alimenticios Savory
 S.A.I.C.
MAT. : Dictamen de la
 Comisión.

Santiago, 26 AGO 1988

1.- La sociedad Productos Alimenticios Savory S.A.I.C. ha consultado a esta Comisión Preventiva Central sobre un sistema promocional que desea poner en práctica y que incentiva al comerciante a vender un producto determinado a menor precio, beneficiándose así tanto el consumidor como el comerciante y el productor.

La promoción consiste en que el productor ofrece un producto determinado a un precio menor que el precio normal, oferta que se hace extensiva sólo a los comerciantes que deseen voluntariamente adherirse a la promoción de que vendan ese producto reflejando en su precio la rebaja que ha obtenido del fabricante, lo que implica que será el productor el que absorberá el total o parte de dicha rebaja.

2.- Expresa la consultante que por un lapso de dos meses, por ejemplo. mientras dure la promoción, el precio a público del producto promocionado se uniforma a un valor más bajo que el normal porque los comerciantes que cobren precios superiores al promocional quedarán fuera del mercado, y deberán, si desean vender el producto de que se trata, por regla general, adherirse a la promoción.

La sociedad ocurrente enfatiza la plena libertad del comercio para adherirse a la promoción o no y la de los comerciantes no adheridos a ella para fijar el precio que estimen conveniente a los productos que expenden.

3.- Para absolver la consulta de Productos Alimenticios Savory, esta Comisión ha tenido presentes las siguientes consideraciones:

a) Los productores de bienes o servicios deciden rebajar los precios de todos o algunos de los bienes que producen para incentivar la demanda, movidos por diferentes razones, tales como: enfrentar el ingreso al mercado de un nuevo competidor, aumentar sus ventas en períodos de baja estacional de las mismas o reducir una acumulación de existencia.

b) Esta decisión de incentivar la demanda mediante la rebaja del precio puede ser inocua si la rebaja no se traslada efectivamente al consumidor.

c) El objetivo buscado puede alcanzarse, ya sea informando al público la rebaja de los precios a los comerciantes para que los consumidores exijan esa rebaja de sus proveedores o bien empleando el sistema consultado

REC. 668 / 1163
899. 699. 029. 142. 272. 673. 679. 479. 542. 479. 142

por Productos Alimenticios Savory S.A.I.C. y que ha puesto en práctica, entre otros, la Compañía de Cervecerías Unidas en una campaña de promoción de sus bebidas gaseosas.

d) La ^{integración} ~~resolución~~ vertical que importa la fijación del precio a público de uno o más productos, desde un punto de vista económico, no altera la libre competencia siempre que se cumplan las condiciones siguientes:

d.1. Que las promociones sean limitadas en el tiempo, pues si tuvieran carácter permanente se transformarían en barreras a la entrada al mercado en beneficio de los productores que ya participan en él.

d.2. Que las políticas promocionales del productor no signifiquen venta bajo sus costos, y

d.3. Que se dé libertad a los comerciantes para adherir a la promoción o nó. Esto significa que en la publicidad que acompañe esta promoción debe quedar expresado, claramente, que los productos se expenderán en un precio dado, inferior al normal, solamente en los locales de los comerciantes que han adherido a la promoción.

e) Las Comisiones Antimonopolios en diversos pronunciamientos, v.gr.: las resoluciones N°s 43,44, 46,47,50 56,61, 68, 78 y 80 de la H. Comisión Resolutiva no han aceptado ningún tipo de sugerencias de precios a público hechas a los comerciantes, quienes son libres de determinarlos según su conveniencia, pero tales pronunciamientos se refieren a sistemas permanentes de comercialización y nó a ofertas promocionales transitorias, como es el caso de la consulta.

4.- Atendidas las consideraciones anteriores la Comisión acuerda declarar que el sistema consultado por la sociedad Productos Alimenticios Savory S.A.I.C., en la forma y con los resguardos señalados en el cuerpo de este dictamen, no es reprochable desde el punto de vista del Decreto Ley N° 211, de 1973.

Notifíquese al señor Fiscal Nacional Económico y a la consultante.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 18 de Agosto de 1988 con los votos de los señores Gonzalo Sepúlveda Campos, Presidente Subrogante e Iván Yáñez Pérez y los votos en contra de los señores Arturo Yrarrázaval Covarrubias y Mario Guzmán Ossa. En conformidad con el artículo 7°, inciso final del Decreto Ley N° 211, de 1973, el voto del señor Presidente dirimió el empate producido en este acuerdo.

Los disidentes señores Yrarrázaval y Guzmán estiman que debe mantenerse la jurisprudencia reiterada de

829 442 283 1371
699 049 471 272 673 674 540 449 449 1

los organismos antimonopolios en el sentido de rechazar toda sugerencia de precios hecha a los comerciantes por cualquier agente económico, pues ella tiene el efecto de entorpecer la libre competencia y restarle transparencia al mercado.

El productor que desee rebajar el precio de uno o más productos, en forma permanente o transitoria, puede hacer público, precisamente, su precio, esto es, el que está cobrando a los comerciantes, para que el consumidor se informe y exija la rebaja correspondiente. También puede el mismo productor vender directamente al público el o los productos que desea promocionar con precios rebajados, para así obligar, indirectamente, a los comerciantes a traspasar al consumidor el menor precio que le está cobrando el productor.

[Handwritten signatures and initials]

699 079. 179 279. 323 222