

C.P.C. N° 699/443

ANT. : Solicitud de la Cámara Nacional de Comercio de Chile sobre modificación del Dictamen N° 668/1163 de 26 de Agosto de 1988, de la H. Comisión Preventiva Central.

MAT. : Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, 15 JUN 1989

1.- Por el Dictamen N° 668/1163, de 26 de Agosto de 1988, esta Comisión se pronunció favorablemente sobre una consulta de la sociedad Productos Alimenticios Savory S.A.I.C., en relación con un sistema de promoción de productos consistente en rebajar el precio de venta a aquellos comerciantes que se adhirieran voluntariamente a dicha promoción.

Estimó esta Comisión que el sistema propuesto por la empresa Savory S.A. no es reprochable desde el punto de vista del Decreto Ley N° 211, de 1973, por los motivos que se indican en el citado dictamen.

2.- Por presentación de 22 de Noviembre de 1988, la Cámara Nacional de Comercio de Chile solicitó reconsideración del mencionado dictamen, por las razones siguientes:

2.1. El dictamen recurrido establece una doctrina con tradictoria con la jurisprudencia tradicional de esta Comisión, al aceptar la fijación o sugerencia de precio de venta a público por parte del proveedor al comerciante, lo que sería un factor en torpedeador de la libre competencia.

2.2. La exigencia de que la promoción sea temporal es subjetiva e indeterminada, ya que los precios fluctúan según el mercado, y a veces plazos breves son suficientes para constituir una barrera a la entrada de nuevos productos y competidores.

2.3. La libertad de los comerciantes para adherir a la promoción es relativa respecto de los pequeños y medianos co-

mercios, los que en la práctica no son verdaderamente libres para rehusar la promoción de su proveedor.

2.4. El dictamen en cuestión conduce a una generalización de promociones en que el proveedor fija los precios en perjuicio de los comerciantes, permitiendo la colusión entre agentes comerciales, y un manejo arbitrario de los márgenes de comercialización de los comerciantes.

3.- En respuesta a una solicitud de informe de esta Comisión, las empresas Compañía Cervecerías Unidas S.A., Productos Alimenticios Savory S.A., y la Confederación del Comercio Detallista de Chile, en presentaciones de 6 y 16 de Marzo, y 6 de Junio pasado, respectivamente, formularon observaciones en relación con los planteamientos de la Cámara Nacional de Comercio de Chile, y solicitaron que se confirme el mencionado dictamen de esta Comisión.

4.- El 27 de Abril de 1989, se recibió en audiencia a los Sres. Enrique Hrdalo y Tomás Andrews, por Productos Savory S.A.; Michel Claverie, por la Compañía Cervecerías Unidas S.A., y Humberto Prieto, por la Cámara Nacional de Comercio de Chile.

5.- En relación con la materia planteada en estos antecedentes, esta Comisión confirma en todas sus partes el Dictamen N° 668/1163 de 26 de Agosto de 1988, atendida las consideraciones que siguen:

5.1. En primer término, debe reiterar el criterio contenido en el señalado dictamen, en cuanto a que una promoción de venta patrocinada por un proveedor, para que una rebaja temporal del precio de venta a público llegue efectivamente a éste, lo que requiere la aceptación del comerciante minorista, no altera la libre competencia, si se cumplen las condiciones siguientes:

a) 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.

b) Que las políticas promocionales del productor no signifiquen venta bajo sus costos, y

c) Que se dé libertad a los comerciantes para adherir a la promoción o no. Esto significa que en la publicidad que acompañe esta promoción debe quedar expresado, claramente, que los productos se expenderán en un precio dado, inferior a los vigentes en el mercado hasta ese instante, solamente en los locales de los comerciantes que han adherido a la promoción.

5.2. El dictamen recurrido no contraviene la jurisprudencia de esta Comisión, toda vez que si bien ésta ha estimado contraria a la libre competencia las fijaciones o sugerencias de precios del productor o proveedor al comerciante, ello ha sido en el supuesto de que se trata de sistemas permanentes de comercialización y no, como en el caso consultado en que se trata de promociones transitorias.

5.3. En cuanto a la afirmación de la recurrente, de que en la promoción en referencia se estarían fijando márgenes de comercialización al comerciante, cabe tener presente que la rebaja del precio de la promoción constituye un descuento adicional, por un plazo fijo, al comerciante que desee traspasarlo voluntariamente al consumidor, lo que no puede calificarse como una práctica comercial contraria a la libre competencia.

5.4. En lo que dice relación con la falta de libertad que tendría el comercio pequeño y mediano para adherir a la promoción, es preciso señalar que en virtud de esta promoción es posible al comerciante minorista tener acceso a una mayor competitividad respecto de los grandes comerciantes y cadenas de supermercados durante el plazo de la promoción, a la cual podrá adherir, si lo estima conveniente.

6.- Para resolver del modo antedicho, esta Comisión ha tenido presente, también, los planteamientos expresados por las personas a quienes ha pedido opinión, especialmente en cuanto que:

a) La rebaja de precios de un producto determinado ha producido un aumento significativo en las ventas de ese producto. Inclusive, los comerciantes minoristas han continuado rebajando ese precio, más allá del período de la promoción, incentivados por el aumento de sus ventas.

b) Los comerciantes minoristas pequeños y medianos se benefician igualmente por cuanto el sistema propuesto les concede posibilidades de participación en el mercado que aunque transitorias le permiten competir en mejores condiciones con el resto del comercio.

c) El público consumidor recibe efectivamente los efectos de una promoción de los productores, a lo menos, de parte de los comerciantes que adhieren al sistema.

7.- Por las consideraciones expuestas, esta Comisión acuerda confirmar el Dictamen N° 668/1163 de 26 de Agosto de 1988.

Notifíquese al Sr. Fiscal Nacional Económico y a la Cámara Nacional de Comercio de Chile y transcribáse a las sociedades Productos Alimenticios Savory S.A.I.C. y Compañía Cervecerías Unidas S.A. y a la Confederación del Comercio Detallista de Chile.

El presente dictamen fué acordado en sesión de 8 de Junio de 1989 con los votos de los señores Jorge Asecio Fulgeri, Presidente; Gonzalo Sepúlveda Campos; Iván Yáñez Pérez y Mario Guzmán Ossa y con el voto en contra de don Arturo Yrarrázaval Covarrubias, por las mismas razones consignadas en el voto de minoría mencionadas en el dictamen recurrido, esto es, porque debe mantenerse la jurisprudencia reiterada de 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 restar le 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.

M. Angélica Ortigosa