

MISION PREVENTIVA CENTRAL
CRETO LEY N° 211, de 1973
LEY ANTIMONOPOLIOS
GUSTINAS N° 853, PISO 12°

ORD. N°

728 / 018,

ANT. : Consulta de Neumáticos de Chile S.A. NECSA. Sistemas de Comercialización.

MAT. : Dictamen de la Comisión.

SANTIAGO, -9 ENE 1990

1.- La empresa Neumáticos de Chile S.A. NECSA, fabricante de los productos marca Firestone en Chile, ha consultado a los organismos antimonopolios la legalidad del "Contrato de Promoción NECSA-Servicios", desde el punto de vista de la libre competencia.

2.- El referido contrato de promoción se refiere a las condiciones, en términos de derechos y obligaciones, entre la empresa NECSA y el distribuidor de los productos Firestone, que se indican a continuación:

2.1.- NECSA acuerda con el distribuidor la promoción y venta de los productos que ella produce, tales como neumáticos, cámaras, baterías, etc. en locales que se denominarán NECSA-Servicios, de propiedad del distribuidor.

2.2.- En dichos locales sólo se venderán productos marca Firestone, pudiendo el dueño expender otros productos que no sean competitivos con los de la marca mencionada.

2.3.- Los locales NECSA-Servicios deberán identificarse con los colores, logos y diseños que NECSA autorice. Los gastos en que incurra el distribuidor por este concepto serán de exclusivo cargo de NECSA, la que, además, proporcionará letreros luminosos en comodato gratuito.

2.4.- El distribuidor deberá mantener en "stock" una cantidad suficiente de productos Firestone que le permita entregar un servicio eficiente.

2.5.- El distribuidor se obliga a exhibir en lugares visibles los precios de los productos y servicios y a mantener ta rifas razonables por los servicios prestados.

2.6.- NECSA por su parte se compromete a:

2.6.1. Otorgar sin costo alguno para el distribuidor los afiches, folletos, catálogos y demás información sobre los productos Firestone.

2.6.2. Otorgar un descuento único de un 5% imputable a compras futuras, a través de notas de crédito, a los distribuidores, en atención a: la exclusividad del local, la mantención de "stocks", y al esfuerzo que desplegará el distribui dor en la venta de productos Firestone.

2.7.- Las condiciones de venta que otorgará NECSA a los distribuidores son las mismas en términos de precios, descuentos y ofertas que las que otorga esta empresa a sus clientes habituales, salvo en lo que se refiere al descuento único de un 5% an tes explicado.

2.8.- NECSA se compromete a no establecer en un determinado radio de acción otro distribuidor NECSA-Servicios, salvo que las partes expresamente convengan otra cosa.

3.- Esta Comisión Preventiva Central, analizando el contrato presentado a su consideración y en conocimiento que un sistema similar tiene establecido Goodyear de Chile S.A.I.C., es timó conveniente analizar los sistemas de comercialización tanto de NECSA como de Goodyear, desde el punto de vista de la libre competencia, para lo cual encomendó a la Fiscalía Nacional Econó mica efectuar un paralelo entre ambos sistemas.

4.- De la comparación de ambos sistemas se concluye que son muy similares en cuanto a descuentos y condiciones generales de venta, diferenciándose tan solo en los porcentajes y en la forma de otorgar los descuentos, lo que se resume a continuación:

4.1.- Descuento base: Sobre la lista general de precios que entrega cada empresa a sus distribuidores existe un descuento base general; que en el caso de NECSA es de un 7% para todos los productos y en el caso de Goodyear es variable según se trate de neumáticos para vehículos de pasajeros, camiones, bate-rías o recauchajes.

4.2.- Descuentos por pronto pago. Ambas empresas aplican descuentos por pago de contado con pequeñas diferencias de poca significación.

4.3.- Descuentos por volumen. Ambas empresas tienen tablas de descuentos por volumen, para lo cual han dividido el país en tres zonas con diferentes requerimientos en cuanto a volumen: área Metropolitana, área Valparaíso-Viña del Mar- Con-cepción y área resto del país. Los tramos y volúmenes son muy similares en ambas empresas.

Además de la tabla de descuentos por volumen, NECSA otorga a aquellos clientes que adquieren durante un mes calendario productos por un monto superior a los \$ 20.000.000, un descuento del 3% aplicado sobre el valor neto de la compra y si el volumen es superior a \$ 32.000.000.- otorga, además, un 3% de descuento sobre el valor de las compras netas.

4.4.- Asimismo, Goodyear aplica un sistema llamado "Factor Bo-no Producto" (F.B.P.), que consiste básicamente en un descuento adicional a todos los que hubiere otorgado anteriormente, que puede alcanzar hasta un máximo de 7% para compras que involucren dos o más diferentes tipos de productos, sistema que fue analizado en detalle por esta Comisión en dictamen N° 478/626 de 21 de junio de 1985.

5.- Ambas empresas tienen contratos con algunos distribuidores, de modo que éstos distribuyan exclusivamente los productos que las respectivas empresas fabrican. Estos contratos son muy similares y sus características, en el caso de NECSA, han quedado indicadas en el punto 2 del presente dictamen. Los locales de los distribuidores se denominan "Servitecas". (en el caso de Goodyear) y "NECSA Servicios" (en el caso de NECSA).

6.- Luego de analizados los antecedentes, esta Comisión Preventiva Central ha llegado a las siguientes conclusiones:

6.1.- Específicamente, en cuanto a la exclusividad que se impone a los establecimientos antes mencionados, que consiste en que sólo podrán vender productos relacionados con las marcas que promocionan, esta Comisión es de opinión que ella no altera la libre competencia, porque tanto en el mercado de los neumáticos como en el de las baterías, existen actualmente muchos oferentes que representan diversas marcas, a saber: "Goodyear", "Firestone", "Michelin", "Bridgestone", "Dunlop", "Marshal", "Pirelli", "Continental" y otras marcas menores en neumáticos; y, en el caso de las baterías, además de las marcas "Goodyear" y "Firestone", existen otras como "Tristar", "Helvetia", "Metropolitan", "Yuasa", "Femsaco", "Bosch", "Exide", etc.

Además, tratándose de un mercado competitivo, la exclusividad de que se trata tiende a incentivar, precisamente, la competencia entre marcas. Por ello, esta Comisión estima que no atentan contra la competencia cláusulas sobre exclusividad, como las de los contratos examinados.

6.2.- En relación con el descuento único y general, aplicable a todos los clientes, que se observa tanto en las condiciones generales de venta de Goodyear como de "NECSA", y considerando que este descuento no posee ninguna justificación económica objetiva, esta Comisión estima que debe reprocharse, pues tiene el efecto de una sugerencia de precios de reventa al distribuidor,

para que éste cobre al público, precisamente, el precio de referencia ya definido por el productor. En efecto, los productores, dado el nivel de competencia entre marcas, incentivan y sugieren precios de venta al público a través de otorgar un descuento único y no justificado a todos los distribuidores, sin excepción.

6.3.- En lo que se refiere al sistema aplicado por Goodyear denominado "Factor Bono Producto", que consiste, como ya se dijo anteriormente, en un descuento adicional para clientes que adquieren productos diversificados de una línea determinada, esta Comisión reafirma lo que expresara en su dictamen N° 478/626 de 21 de junio de 1985, en el sentido que dicho sistema condiciona el monto del descuento final a la adquisición de una gama de diferentes productos, de modo que, a compras de productos iguales en cantidad de dinero o unidades, puede corresponder un precio unitario mayor por el hecho de no adquirir la totalidad de los productos automotrices ofrecidos por Goodyear. Esto constituye una modalidad de descuento atado que esta Comisión vuelve a reprochar.

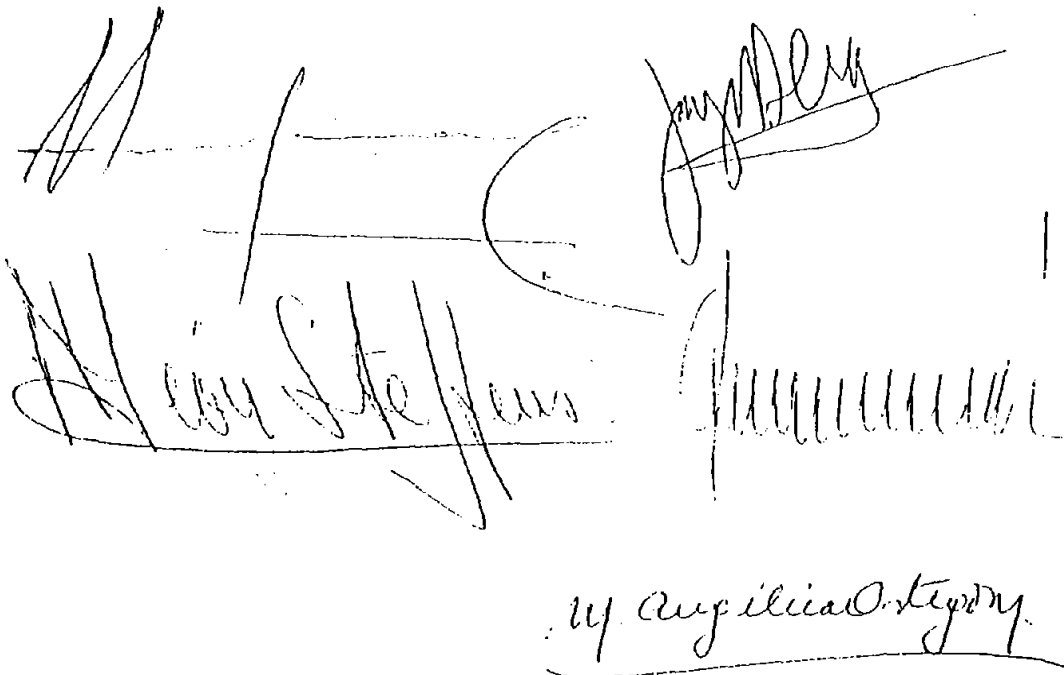
6.4.- En cuanto a los descuentos adicionales que NECSA efectúa a grandes compradores, esta Comisión estima que son aceptables por existir varios distribuidores que tienen normalmente acceso a ellos. Sin embargo, encomienda a la Fiscalía Nacional Económica mantener una atenta vigilancia para evitar que estos descuentos por variaciones introducidas en su tasa o en su monto, puedan crear una situación de extrema desigualdad entre un comprador y el resto de ellos, impidiéndoles a éstos competir con aquél, lo que constituiría una acción claramente discriminatoria.

6.5.- Asimismo, debe recalcar que la existencia de una cadena de establecimientos que hayan aceptado comercializar productos de una sola marca sólo los autoriza para recibir, a cambio y en forma exclusiva, un descuento razonable, como el expresado en el punto 2.6.2. y que las empresas NECSA Y Goodyear no podrán

hacer ninguna otra discriminación respecto de cualquier comerciante que compre o se interese por comprar sus productos, frente a iguales volúmenes y formas de pago. Tampoco podrán, a ninguno, negarle la venta, ni atarla o condicionarla.

Se encomienda a la Fiscalía Nacional Económica velar por el cumplimiento, por parte de las referidas empresas, de las conclusiones señaladas en el párrafo precedente.

El presente dictamen fue acordado en sesión de 23 de Noviembre de 1989 por la unanimidad de sus miembros presentes señores Jorge Alé Yarad, Presidente, Mario Guzmán Ossa, Avelino León Steffens y Emanuel Friedman Corvalán.


The block contains several handwritten signatures. At the top right, there is a signature that appears to be 'Mario Guzmán Ossa'. Below it, there are two more signatures, one of which is clearly 'Avelino León Steffens'. At the bottom, there is a signature that reads 'M. Auxilia O. Steffens'.