

CONTRATOS DE PROVISIÓN ENTRE GRANDES CADENAS DE SUPERMERCADOS Y SUS PROVEEDORES

La Superintendencia de Control de Poder de Mercado, a través de su Comisión de Resolución de Primera Instancia, en función de lo previsto en el art. 10 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, que define a las conductas de abuso de poder, y de lo establecido en el art. 61 de la misma ley, resolvió imponer las siguientes medidas correctivas a varias grandes cadenas de supermercados del país:

1. La suscripción de contratos de provisión

El ente de control concedió un término máximo de treinta (30) días desde la fecha de la resolución, para que los supermercados suscriban contratos de provisión con todos sus proveedores actuales, así como con todos los proveedores con los que inicie relaciones comerciales.

1.1. Condiciones que deberán contener los contratos de provisión

a. Sobre los precios y medios de pago.- Los precios serán fijados de acuerdo a la dinámica legítima del mercado, de la siguiente forma:

- No están permitidos los convenios tendientes a concretar acuerdos de adelantos de pagos u otras formas de pago mediante las cuales se sacrifiquen los legítimos derechos del proveedor.
- Los precios serán negociados entre los proveedores y el supermercado, de lo cual se dejará constancia en un acta de negociación suscrita por las partes.
- Está prohibida la incorporación de cualquier cláusula o condición que implique pacto de retroventa o retro compra de los productos entregados por el proveedor al supermercado.

b. Sobre los plazos para el pago.- El supermercado observará los siguientes plazos máximos para pagos a sus proveedores:

- Hasta cincuenta mil dólares (USD 50.000,00), se pagará dentro del plazo de máximo de quince (15) días contados a partir de la fecha de entrega - recepción de la mercadería, la cual deberá estar acompañada de la respectiva factura.

- Desde cincuenta mil dólares un centavo (USD 50.000,01) hasta doscientos cincuenta mil dólares (USD 250.000,00), se pagará dentro del plazo máximo de treinta (30) días desde la fecha de entrega - recepción de la mercadería, acompañada de la respectiva factura.
- Desde doscientos cincuenta mil dólares un centavo (USD 250.000,01) hasta un millón de dólares (USD 1'000.000,00), se pagará dentro del plazo máximo de cuarenta (40) días desde la fecha de entrega - recepción de la mercadería, acompañada de la respectiva factura.
- Desde un millón de dólares un centavo (USD 1'000.000,01) hasta tres millones de dólares (USD 3'000.000,00), se pagará dentro del plazo máximo de cincuenta (50) días desde la entrega - recepción de la mercadería, acompañada de la respectiva factura.
- Desde tres millones de dólares un centavo (USD 3'000.000,01), en adelante se pagará dentro del plazo máximo de cincuenta y uno (51) días contados a partir de la fecha de entrega - recepción de la mercadería, que estará acompañada de la respectiva factura.

Si los plazos de pago actuales son menores a los establecidos en líneas anteriores, se tomarán estos plazos actuales como los máximos desde la adopción de la medida correctiva. Asimismo, si los plazos sugeridos se contraponen a los establecidos en otras regulaciones, deberá aplicarse el plazo más favorable al proveedor.

Los pagos que se realicen fuera de los plazos estipulados en los contratos de provisión generarán los correspondientes intereses legales.

c. Sobre la recepción de productos en el supermercado.- Las siguientes consideraciones:

- Los cambios en los procedimientos de entrega - recepción se anticiparán a los proveedores con un plazo mínimo de quince (15) días, por escrito o por medios electrónicos, y se publicarán en los portales web.
- Las causales para la devolución de productos deberán ser publicadas en la página web para conocimiento de los proveedores.
- Los aspectos relacionados con la logística de entrega - recepción en los puntos de venta o de entrega serán fijados y acordados previamente con los proveedores.
- Los horarios de entrega - recepción se aplicarán de manera precisa y su incumplimiento por efecto de caso fortuito o fuerza mayor no generarán ninguna clase de gravamen en contra de los proveedores; asimismo, los retrasos de hasta dos (2) horas tampoco generarán cualquier tipo de multa o sanción.

d. Sobre la vigencia de los contratos.- Todo contrato de provisión deberá necesariamente tener un plazo de vigencia, la duración de estos contratos dependerá de lo que los operadores económicos legalmente hayan pactado.

Se podrá suscribir contratos marco de provisión con una duración concreta, con entregas parciales mediante órdenes de compra.

Para la codificación de nuevos productos, cambios de precios, plazos, forma de pago u otras modificaciones legalmente permitidas a los términos del contrato marco de provisión vigente, se lo hará mediante convenios modificatorios directos o mediante la utilización de mecanismos digitales.

e. Sobre los débitos, descuentos, créditos y devoluciones de productos.- Los mecanismos de débito, descuento, crédito y devoluciones se regirán por las siguientes reglas:

- El supermercado no podrá realizar cobros ni notas de débito unilaterales por productos que no se encuentren pactados en el contrato de provisión o multas por procedimientos ajenos a la realidad de la relación comercial
- El supermercado se abstendrá de emitir unilateralmente y sin motivo real y legítimo notas de débito o de crédito y descuentos a las personas o empresas proveedoras por motivos que no sean los relacionados con la transacción comercial.
- Las notas de débito o las notas de crédito deberán ser emitidas con el acuerdo de las partes.
- El supermercado no podrá devolver los productos luego de haberse firmado el acta de entrega - recepción, salvo por errores verificados de fabricación, rotulado o producción o de conformidad con las causales pactadas en los contratos de provisión, tales como, suspensión o inhabilitación del registro sanitario; detección de vida útil insuficiente; detección de incumplimiento de la normativa aplicable; detección de incumplimiento de estándares de calidad; detección del PVP impreso por debajo del precio de comercialización; fallas o inconsistencias en la presentación del producto.
- La mercadería no podrá ser rechazada al momento de entrega, salvo que no se encuentre conforme a lo acordado por las partes, no sea apta para la comercialización y/o consumo o se detecte alguno de los eventos indicados en el punto anterior.
- Para los casos en los que el supermercado preste el servicio de transporte a los productos de los proveedores hacia los centros de distribución del supermercado, el precio de dicho servicio se determinará de mutuo acuerdo, el cual deberá constar por separado respecto del precio del producto entregado.
- Al supermercado le queda prohibida la devolución arbitraria de los productos.
- Para evitar desabastecimientos de cualquier producto, el supermercado y los proveedores incorporarán obligatoriamente en sus contratos, cláusulas de abastecimiento periódico y permanente, ordinario y extraordinario, a fin de mantener siempre un stock suficiente, incorporando para el efecto sistemas informáticos de alerta y comunicación.
- El supermercado no podrá exigir al proveedor que le entregue los productos con la propia marca del supermercado; la marca propia tiene que ser

realizada bajo contratos de producción independientes del contrato de provisión.

- No se permite cualquier clase de retención económica por parte del supermercado, salvo con orden judicial.
- Las actas de entrega recepción utilizarán medios electrónicos o computarizados, salvo cuando las circunstancias no lo permitan.

El supermercado podrá devolver los productos a pedido escrito del proveedor, únicamente cuando las circunstancias de los productos o los intereses del proveedor se vean afectados de seguir manteniendo sus productos en exhibición. Por estas devoluciones, el proveedor extenderá la nota de crédito correspondiente.

2. El supermercado realizará las siguientes actividades

2.1. Tres capacitaciones técnicas anuales en diferentes ciudades, con sus proveedores pertenecientes a la micro y pequeña industria, por el periodo de cinco años, enfocadas en las conductas de abuso de poder de mercado y las regulaciones de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y su reglamento.

2.2. Remitirá, en los primeros días del año, a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, el cronograma especificando las fechas, el nombre y hoja de vida de los capacitadores. A los eventos se invitará obligatoriamente a la Superintendencia para que participe como expositor.

2.3. Publicará en el sitio web del supermercado, el contrato de provisión tipo.

2.4. Realizará, durante cinco años, campañas de publicidad en radio y televisión cuyo objeto sea la promoción de buenas prácticas comerciales en el sector de supermercados. La campaña será aprobada en los primeros días del año por la Superintendencia.

2.5. Incluirá en el portal web del supermercado, la versión digital del libro “Poder de Mercado en Situación de Dependencia Económica”, y de las actualizaciones que se realice.

2.6. Imprimirá, durante cinco años, conforme las indicaciones de la Dirección de Comunicación de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, y distribuirá a cada uno de sus proveedores, junto con los contratos de provisión, las obras sobre conductas de abuso de poder de mercado, cuyo machote será entregado por la Superintendencia de Control del Poder de Mercado.

2.7. Imprimirá y ubicará cien unidades de la obra señalada en el numeral anterior, en la sección de revistas de cada uno de sus locales, con el fin de que el público en general interesado pueda adquirirlo de forma gratuita.

3. Prohibición de ruptura de relaciones comerciales

Por el periodo de cinco años, el supermercado no podrá dar por terminadas sus relaciones comerciales con los proveedores que han sido objeto de estas medidas preventivas. En caso de que se requiera finalizar la relación comercial por alguna razón justificada (a criterio del supermercado) se requerirá previamente la autorización de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, solicitud que podrá ser aceptada o rechazada motivadamente por la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

Durante el periodo de cinco años, en el caso de los proveedores beneficiados por estas medidas preventivas, que han finalizado sus relaciones comerciales con el supermercado; este último no podrá negarse a reestablecer sus relaciones comerciales con dichos proveedores, ni tomar ningún tipo de retaliación. En caso de existir razón justificada (a criterio del supermercado) para no reestablecer las relaciones, el supermercado deberá solicitar a la Superintendencia su autorización para no contratar, solicitud que podrá ser aceptada o rechazada motivadamente por la Comisión de Resolución de Primera Instancia.

Fuente:

- Expediente SCPM-CRPI-2016-061
- Expediente SCPM-CRPI-0062-2016
- Expediente SCPM-CRPI-0063-2016
- Expediente SCPM-CRPI-2016-064