

Los supermercados van por mejores prácticas comerciales

< POR MARÍA BELÉN ARTEAGA R. >
FOTOS CORTESÍA
CORPORACIÓN FAVORITA



SUPERMAXI
MACHALA

Los supermercados deberán pagar en un máximo de 15 días las facturas de hasta \$ 50.000 de sus proveedores.

Los pagos atrasados generarán intereses.

Está prohibida la devolución arbitraria de los productos.

Una sola marca no puede ocupar una estantería completa.

La intención del *Manual de buenas prácticas comerciales* para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores rige desde noviembre, con la finalidad de volver más equitativa la competencia y dar oportunidad a las pequeñas y medianas empresas de participar en las grandes cadenas de mercado. Sin embargo, hay críticas de que podría entorpecer la relación e incluso crear más burocracia.

María Soledad Casares y Andrea Almeida son socias fundadoras de la empresa alimenticia Ethnisnack (www.ethnisnack.com), que distribuye productos fritos como chochos, camote, zanahoria, chifles y más a todas las cadenas de supermercados del país. Ellas cuentan que cuando ingresaron a la primera cadena, en 2009, vieron su sueño hecho realidad. Sin embargo, con las condiciones de ese momento les fue difícil salir adelante.

Para empezar les pidieron una cuota de muestra gratis, después la entrega de su producto a crédito con pago a 90 días plazo y, finalmente, no colocaban sus productos en un lugar visible de la percha, por lo que algunas veces les devolvieron caducados y cobraron por ellos. “Es inequitativo porque, como provee-

dor, si bien logras entrar a una cadena, te cuesta muchísimo mantenerte y si eres una microempresa que no tiene dinero para cubrir los costos del crédito, puedes quebrar”, señala Andrea, gerente de ventas de Ethnisnack.

Justamente para regular un comercio que puede resultar injusto y proteger a los pequeños productores, proveedores y al consumidor se creó el *Manual*

de buenas prácticas comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores, que ya rige desde noviembre por orden de la Superintendencia de Control del Poder de Mercado (SCPM).

Este manual es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos del sector de los supermercados de un área de más de 1.000 m², que realicen sus actividades de intermediación comercial en todo o en parte del territorio ecuatoriano y, para todos los proveedores de los supermercados y/o similares que mantienen relaciones comerciales contractuales de bienes de consumo alimenticio y no alimenticio, como es el caso de las canastas de higiene, cuidado personal y limpieza de hogar.

En cuanto a precios —según la normativa—, los supermercados están obligados a hacer constar el valor real de los productos con su precio final para el consumidor, incluso deben exhibirlos en sus portales web.

En cuanto al pago de proveedores, los plazos máximos se harán tomando en cuenta el monto de la facturación anual del año inmediato anterior, de acuerdo a lo siguiente: hasta \$ 50.000 se pagará dentro del plazo de 15 días; desde \$ 50.000,01 hasta \$ 250.000 se pagará en el plazo de 30 días; desde los \$ 250.000,01 hasta \$ 3'000.000 se pagará en 45 días y desde \$ 3'000.000 en adelante se pagará en 60 días. Los pagos que se realicen fuera de los plazos estipulados en los contratos de provisión generarán los correspondientes intereses legales.

De igual manera, queda prohibida la devolución arbitraria de los productos por parte de los supermercados y no se podrá exigir al proveedor que le entregue productos con la marca propia de los supermercados. La marca propia tiene que ser realizada bajo un contrato de producción independiente.

Otro acápite de este manual es la exhibición en las perchas. No se permitirá que una sola marca ocupe una estantería, sino que deberá estar ocupada por productos similares o competidores, cuyo espacio de ocupación no será inferior a 15% de la percha. **Pedro Páez**,



SUPER
AKÍ
GUAYAQUIL

superintendente de Control de Poder de Mercado, en una entrevista a Ecuavisa, destacó que este manual busca “que sea el propio proveedor y consumidor el que haga valer sus derechos, que se acaben las amenazas, el clima del miedo y *bullying* empresarial. Lo que se necesita es generar un proceso de construcción de ciudadanía y un nuevo poder, dejar el pasado atrás y visibilizar el siglo XXI, con un nuevo proceso donde impere la transparencia y eficiencia de los mercados”.

Revista GESTIÓN quiso conversar con tres cadenas de supermercados y solo Corporación Favorita se pronunció al respecto, señalando que la empresa “considera que el manual tiene la buena intención de normar la relación entre supermercados, tiendas grandes, micromercados, etc., con sus proveedores con el afán de que exista armonía en la negociación y demás componentes de la relación comercial”.

“Nuestra empresa mantiene una relación de sociedad comercial ganar-ganar con sus proveedores, así que vemos con muy buenos ojos que se promuevan estas prácticas a nivel general”, manifestó la corporación al rescatar que les preocupa el cumplimiento de varios aspectos, como la aceptación y firma de contratos “escritos” con todos los proveedores, sus modificaciones, alcances, inclusión de nuevos productos, cam-

bios de precios, etc., “porque, contrario a dinamizar la gestión, la entorpecerá y creará más burocracia”.

También preocupa que, en el momento de la recepción de los productos, se tenga que revisar cada unidad y verificar que cumpla con toda la normativa legal vigente porque, según el manual, no se podrá devolver al proveedor luego de aceptada la mercadería. Corporación Favorita considera que no se dio el plazo necesario para acatar al detalle todo lo que plantea el documento.

María Soledad y Andrea, al igual que varios consumidores consultados consideran que habrá mejores condiciones para los pequeños productores y proveedores que recién están empezando y para el consumidor final como tal, porque la información será más transparente. “Antes ponían la promoción de dos champús por el precio de uno, pero cuando uno se ponía a observar detenidamente se daba cuenta de que el valor cancelado era el mismo que si hubiera pagado por los dos, solo había un descuento mínimo, entonces se sentía estafado. Cosas como esas, sin duda, cambiarán con este manual”.

Para conocer más sobre este manual ingrese a la siguiente dirección: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Resoluci%C3%B3n-No.-057-corrregida.pdf> **G**