

Las importaciones paralelas

OPINIÓN

Jesús Alfaro Águila-Real

Narra EXPANSIÓN que Coca-Cola España va a desarrollar una campaña publicitaria para explicar a los consumidores españoles que la Coca-Cola fabricada por The Coca-Cola Company o con su autorización en otros países puede ser peor que la fabricada con su autorización en España, por lo que deberían comprar la española y no la importada. La verdad es que la noticia no deja de ser curiosa: ¿una empresa va a hablar mal de sus productos? En el anuncio que he podido ver no llega a tanto y se limita a apelar a razones medioambientales

(las coça-colas traídas de muy lejos producen más CO2 porque hay que transportarlas por carretera desde lejos).

Son las famosas "importaciones paralelas". Un bar o una tienda de bebidas se suministra del producto, no del embotellador español o de sus distribuidores autorizados, sino de un proveedor situado en otro país. Por ejemplo, compra un millón de latas en un Carrefour de Rumania o a un distribuidor belga.

Las "importaciones paralelas" son una bendición para el consumidor ya que hacen más grande el mercado e igualan los precios a la baja. No es más que una forma de arbitraje. Hay que suponer que si los distribuidores están en competencia, los menores costes de aprovisionamiento del bar de las Ramblas y la competencia en-

tre bares deberían hacer bajar los precios a los consumidores de la Coca-Cola en España. Pero son una pesadilla para las empresas que no pueden, por un lado, vender bajo la misma marca productos de calidad diferente (so pena de ver reducido el valor de la marca) y, por otro, desean, lógicamente, maximizar sus ingresos cobrando por su producto a cada segmento de los consumidores (en este caso, a los de cada zona geográfica) el máximo precio que estén dispuestos a pagar por él.

El instrumento más eficaz que tienen las empresas para lograr este objetivo es fijar el precio de reventa y establecer sistemas cerrados de distribución, de manera que nadie pueda aprovisionarse del producto fuera de los distribuidores exclusivos en el país donde el comprador esté situa-

do. La Comisión Europea se ha dedicado, con saña, a sancionar a las empresas que "compartimentan" el mercado europeo obstaculizando las importaciones paralelas. Lo ha hecho especialmente con los fabricantes de automóviles. Aunque las cosas pueden estar cambiando también en Bruselas a la vista de la reforma del Reglamento de Acuerdos Verticales que está muy próxima a promulgarse.

Las autoridades de competencia deberían dejar a las empresas hacer lo que les dé la gana para restringir las importaciones paralelas, siempre que no tengan posición de dominio y no lo hagan concertadamente. Porque el remedio puede ser peor que la enfermedad.

Si un fabricante alemán que cobra precios elevados por su producto en

Alemania ha de temer que los productos que vende aquí –más baratos porque la marca no es tan conocida en España– "vuelven" a Alemania importados paralelamente por un avisado distribuidor español/alemán, probablemente renuncie a extender su actividad en nuestro país si las pérdidas en Alemania, como consecuencia de las importaciones paralelas, son superiores a los beneficios de las mayores ventas en España, con lo que la competencia en España se verá reducida por la ausencia de este nuevo entrante (el fabricante alemán).

En el ámbito de los medicamentos, con precios fijados por los Estados, el problema es de mayor envergadura. Pero esa es otra historia.

Catedrático Derecho Mercantil
CMS-Albiñana & Suárez de Lezo