

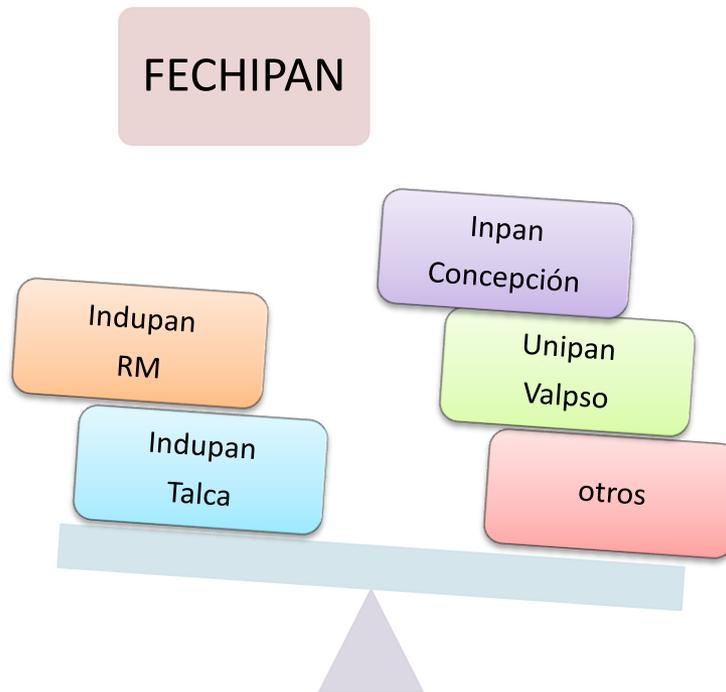
# POSICION DE FECHIPAN RESPECTO AL PROYECTO QUE MODIFICA LA LEY No 19.496 SOBRE PROTECCION DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES





Panadería-Pastelería chilena  
*Información Sectorial*

# Estructura Gremial



# LA PANADERIA CHILENA

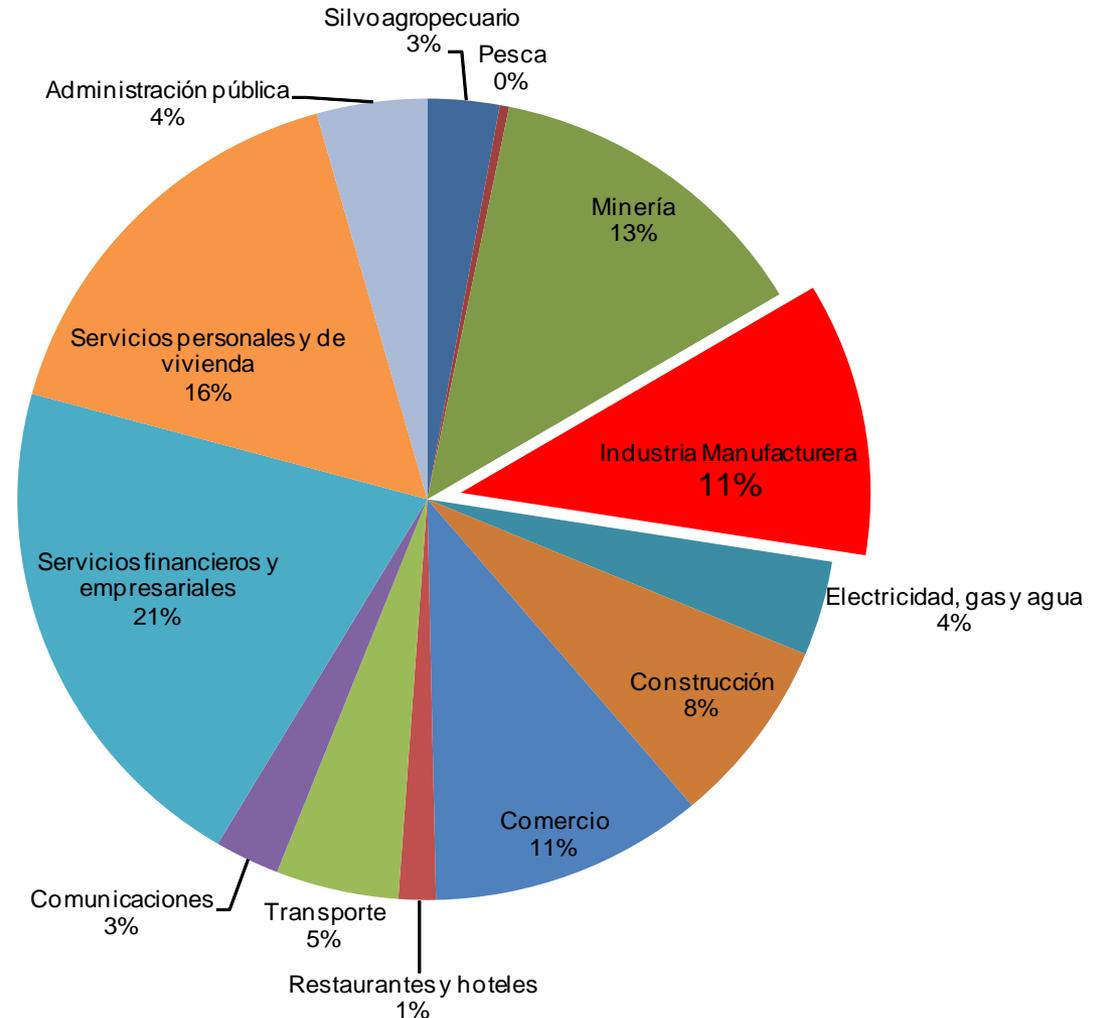
## *Principales características:*

- En su mayoría son negocios familiares y tienen más de 10 años de instalados.
- Elaboran los productos que comercializan.
- Muchos proceden de familias de panaderos pero esperan que sus hijos se dediquen a otra actividad
- Han anexado la venta de otros productos.
- La mayoría está disconforme con algún aspecto de su negocio y con la baja rentabilidad en relación a las horas de trabajo.

# La industria del pan en Chile

## Contribución al PIB nacional

### Chile: PIB por actividad económica, año 2013



Fuente: Elaborado por Indupan - Fechipan con información del Banco Central de Chile

✓ El PIB chileno fue de 277.238 millones de dólares en 2013.

✓ La población nacional se estima en 17,6 millones de habitantes.

✓ La estructura productiva del país se ha ido orientando hacia una mayor participación de los servicios en la generación del PIB.

✓ La industria manufacturera aportó el 11% del PIB nacional en 2013.

# Ranking de rubros de la industria manufacturera

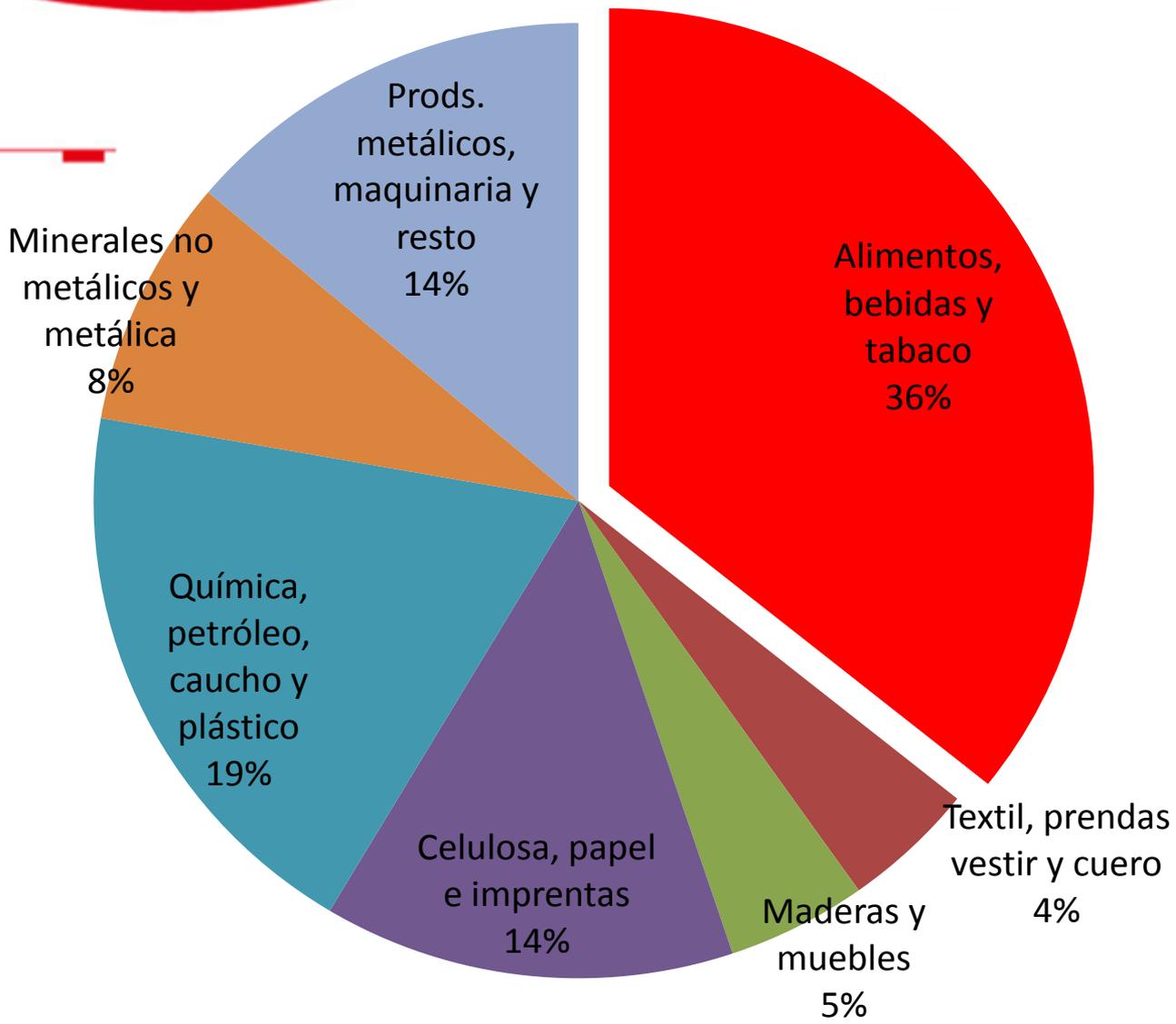
(PIB industria manufacturera)

Millones de pesos

%

		Millones de pesos	%
1	Fabricación de productos metálicos	1.080.063	8,1
2	Fabricación de celulosa	892.167	6,7
3	Elaboración de combustibles	859.624	6,5
4	Elaboración de productos de tabaco	783.246	5,9
5	Fabricación de maquinaria y equipo de uso industrial y domés	646.540	4,9
6	Elaboración de productos de panadería	552.048	4,2
7	Fabricación de sustancias químicas básicas	535.539	4,0
8	Elaboración de bebidas no alcohólicas	477.718	3,6
9	Elaboración y conservación de pescados y mariscos	453.476	3,4
10	Elaboración de vinos	450.825	3,4
11	Elaboración de productos lácteos	450.014	3,4
12	Elaboración y conservación de carne	438.478	3,3
13	Elaboración de otros productos alimenticios	419.463	3,2
14	Imprentas y editoriales	393.560	3,0
15	Fabricación de productos de plástico	376.042	2,8
16	Fabricación de productos farmacéuticos	374.967	2,8
17	Industrias básicas de hierro y acero	343.002	2,6
18	Elaboración y conservación de vegetales	299.478	2,3
19	Aserrado y acepilladura de maderas	248.461	1,9
20	Fabricación de maquinaria y equipo eléctrico y electrónico	245.587	1,8
21	Fabricación de equipo de transporte	208.312	1,6
22	Elaboración de alimentos para animales	184.660	1,4
23	Fabricación de hormigón y otros productos minerales no metá	182.307	1,4
24	Fabricación de muebles	177.505	1,3
25	Fabricación de productos de aseo y cosméticos	173.570	1,3
26	Fabricación de envases de papel y cartón	167.805	1,3
27	Fabricación de productos de caucho	163.457	1,2
28	Fabricación de prendas de vestir	161.474	1,2
29	Elaboración de cervezas	138.634	1,0
30	Fabricación de otros artículos de papel y cartón	135.404	1,0
31	Industrias básicas de metales no ferrosos	131.590	1,0
32	Elaboración de productos de molinería	130.466	1,0
33	Fabricación de otros productos químicos	129.691	1,0
34	Fabricación de productos de madera	129.659	1,0
35	Fabricación de productos textiles	119.320	0,9
36	Fabricación de cemento, cal y yeso	113.824	0,9
37	Fabricación de pinturas y barnices	102.453	0,8
38	Fabricación de vidrio y productos de vidrio	98.991	0,7
39	Elaboración de harina y aceite de pescado	78.296	0,6

# Composición PIB industria manufacturera, 2013



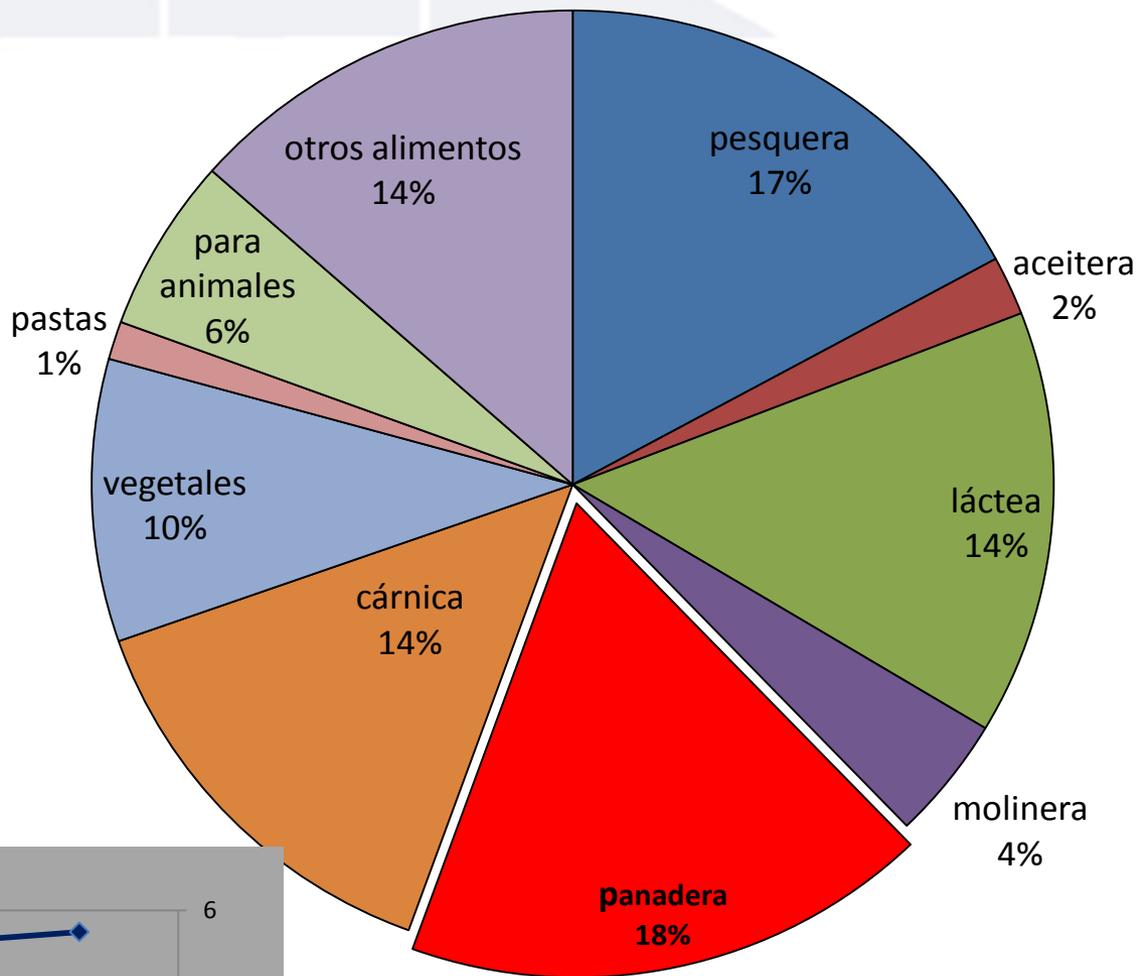
Fuente: elaborado por Fechipan con información del Banc Central de Chile

# PIB de la industria del pan

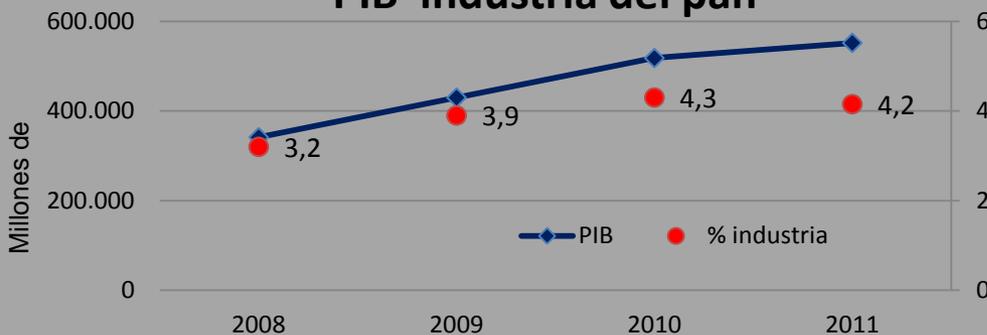
- La industria de alimentos, bebidas y tabaco es la principal rama de la industria manufacturera, generando el 36% del su PIB.
- La industria del pan aportó el **18%** del PIB de la industria de alimentos y el **4,2%** del PIB de la industria manufacturera, situándose en el lugar **N°6** en el ranking de los **46** rubros que componen la industria manufacturera y en el lugar **N°1** en el ranking de los alimentos procesados

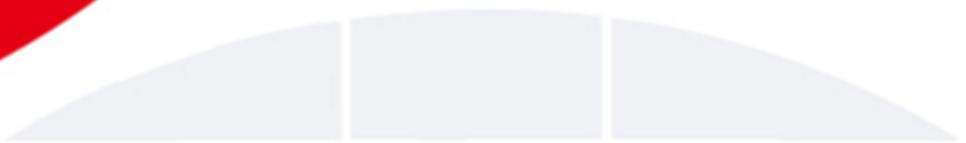
## PIB industria elaboradora de alimentos

Año 2011



### PIB industria del pan





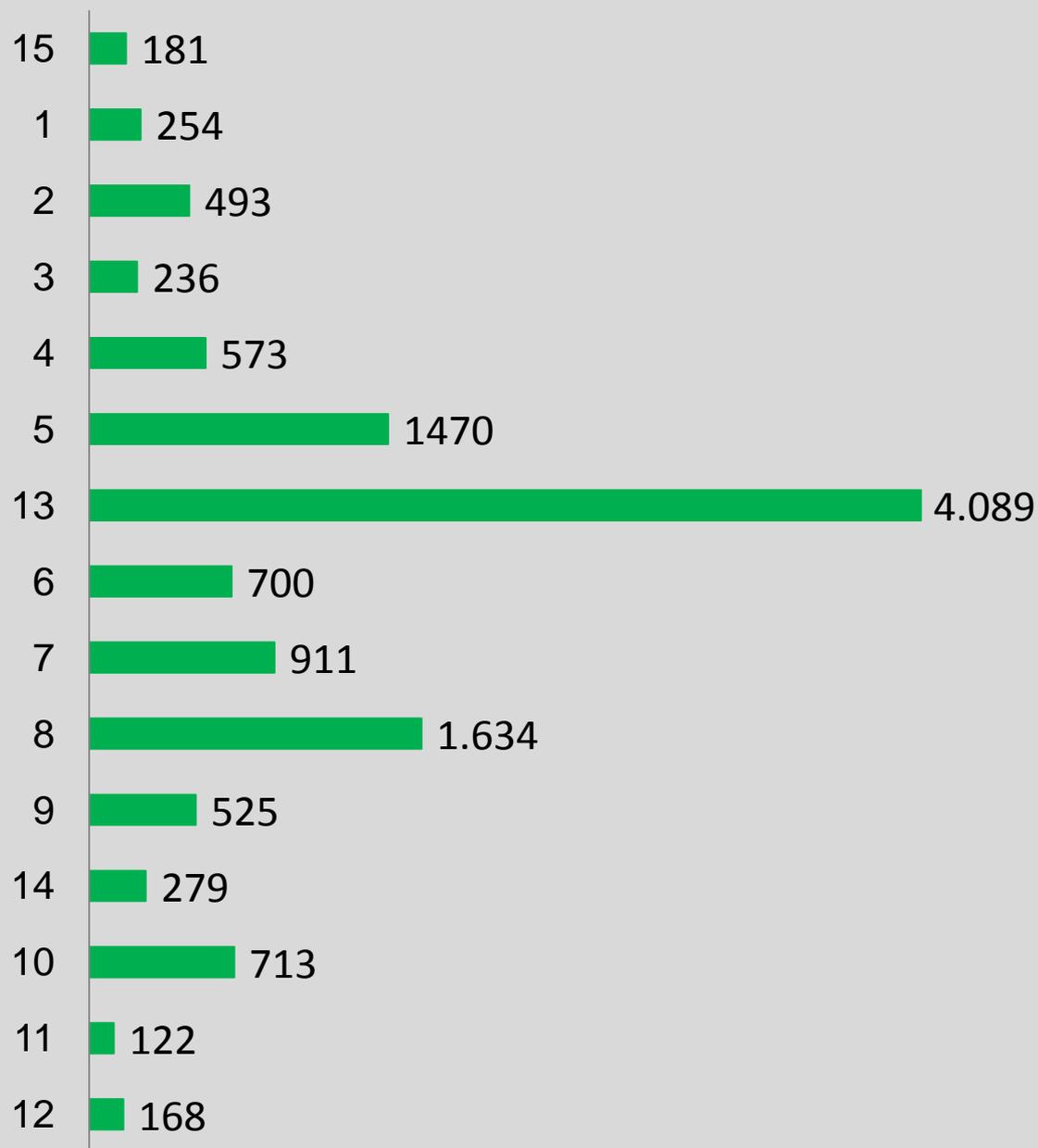
## **Tamaño de Mercado**

- Distribución de Panaderías-Pastelerías por región
  - Cantidad de unidades productivas y facturación del sector
- 

## Distribución de panaderías y pastelerías, por Región

Según el Servicio de Impuestos Internos en 2012 existían 12.349 empresas elaboradoras de productos de panadería y pastelería, de las cuales 4.089 estaban ubicadas en la región Metropolitana.

### Nº de empresas por región





➤ El 99,6% de las empresas del sector son Pymes.

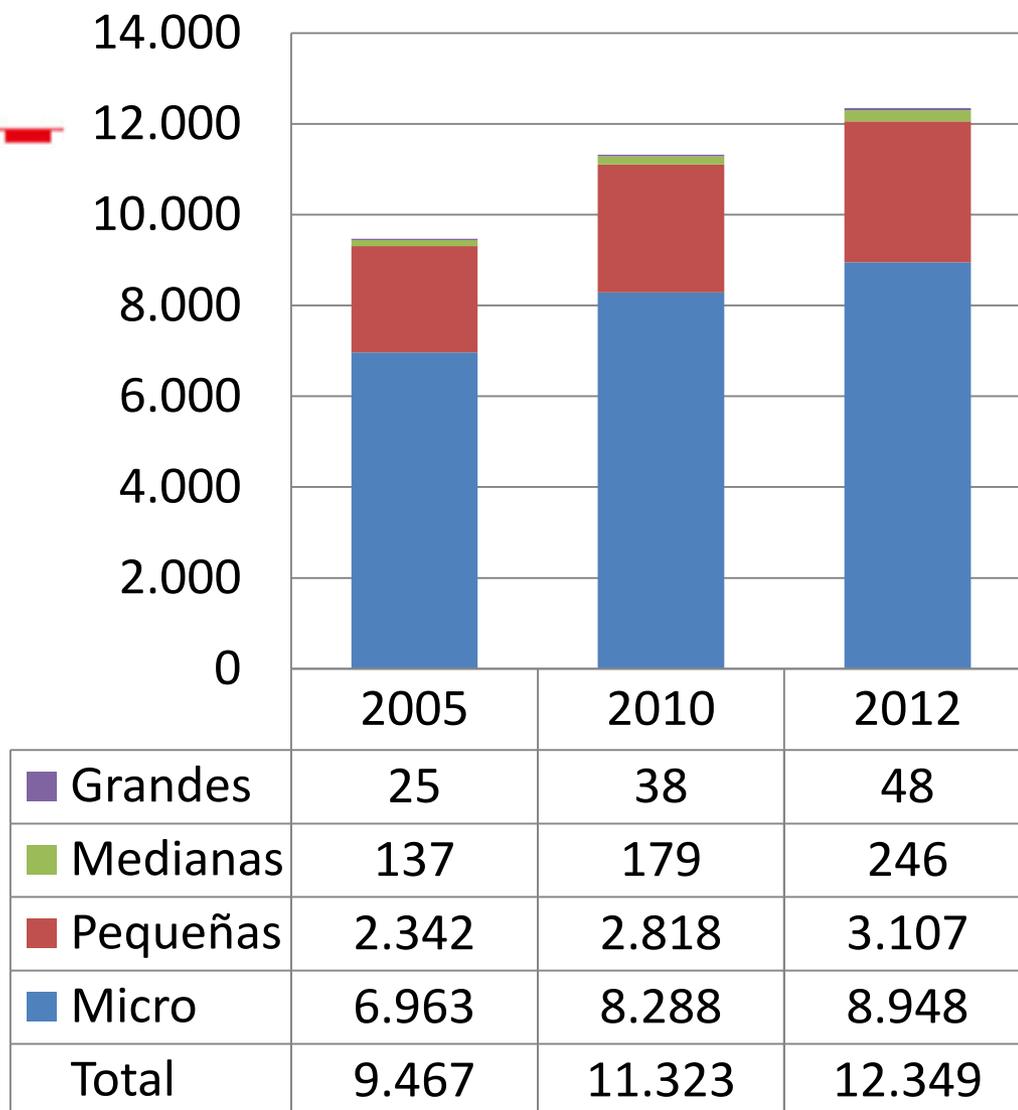
### Tamaño de las empresas de la industria de la panadería y pastelería

Tamaño de empresas	nivel de ventas anuales) (UF	Total N° empresas	%
Micro	0 a 2.400	8.948	72,5
Pequeña	2.400,01 a 25.000	3.107	25,2
Mediana	25.000,01 a 100.000	246	2,0
Grande	100 mil a + de 1 millón	48	0,4
Total		12.349	100,0

Fuente: elaborado por Fechipan con información del SII, año 2012

# Evolución del Nº de empresas

## Nº de empresas, por tamaño

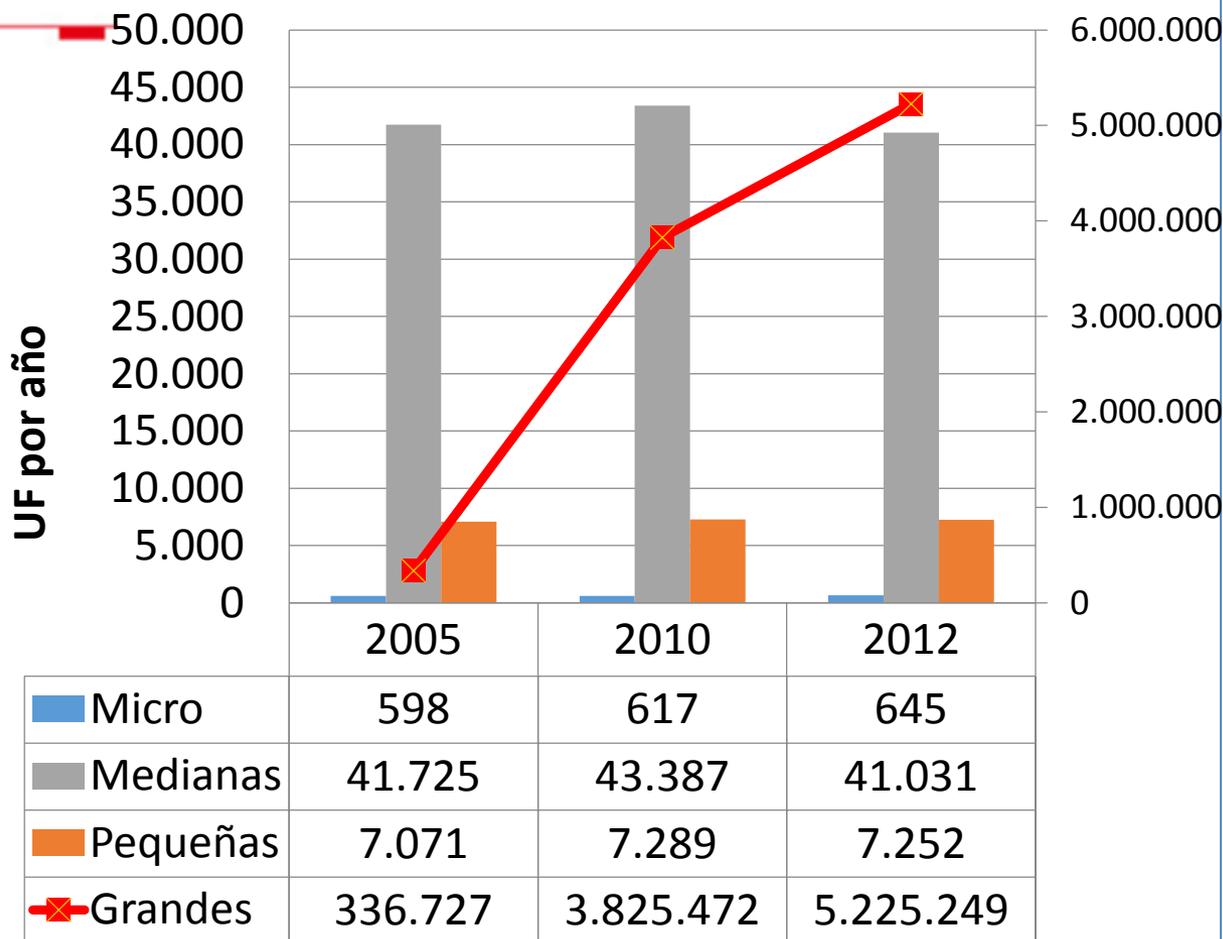


➤ Las empresas grandes son las que más crecieron entre 2005 y 2012.

➤ Las ventas de la industria del pan-pastelería se empinaron hasta los 3.734 millones de dólares, en 2013.

# Evolución de la facturación

## Facturación media según tamaño de empresas panadero - pastelera



➤ Las ventas de la industria panificadora se expandieron a una tasa media anual de 30,3% entre 2005 y 2012.

➤ Mientras la facturación de las grandes empresas crecía al 48% anual, las ventas de las Pymes aumentaban menos de 2% al año.

# Facturación por tipo de pan

## Crecimiento de las ventas por tipo de pan (en )

	2008		2013		var.%
	MMUS\$	Participacion %	MMUS\$	Participacion %	
Pan artesanal, sin empaquetar	2.499	93,5%	3.421	91,6%	36,9
Pan industrial envasado	172	6,4%	310	8,3%	80,6
Sustitutos del pan	1	0,0%	2	0,1%	72,7
Total pan	2.672	100,0%	3.734	100,0%	39,7

Fuente: Fechipan con datos de Euromonitor international: Baked Goods in Chile, Jan 2014.

- La participación del pan granel en las ventas es superior al **90%**.
- Se ha producido un incremento en la participación del pan industrial envasado versus el pan artesanal o a granel.



# MERCADO DEL TRABAJO

- Cantidad de panaderías, cantidad de trabajadores y remuneraciones pagadas
- Distribución de panaderías por rango de Nº de trabajadores

# Empleo - Remuneraciones

## Evolución del empleo y las remuneraciones en el sector elaborador de productos de panadería y pastelería

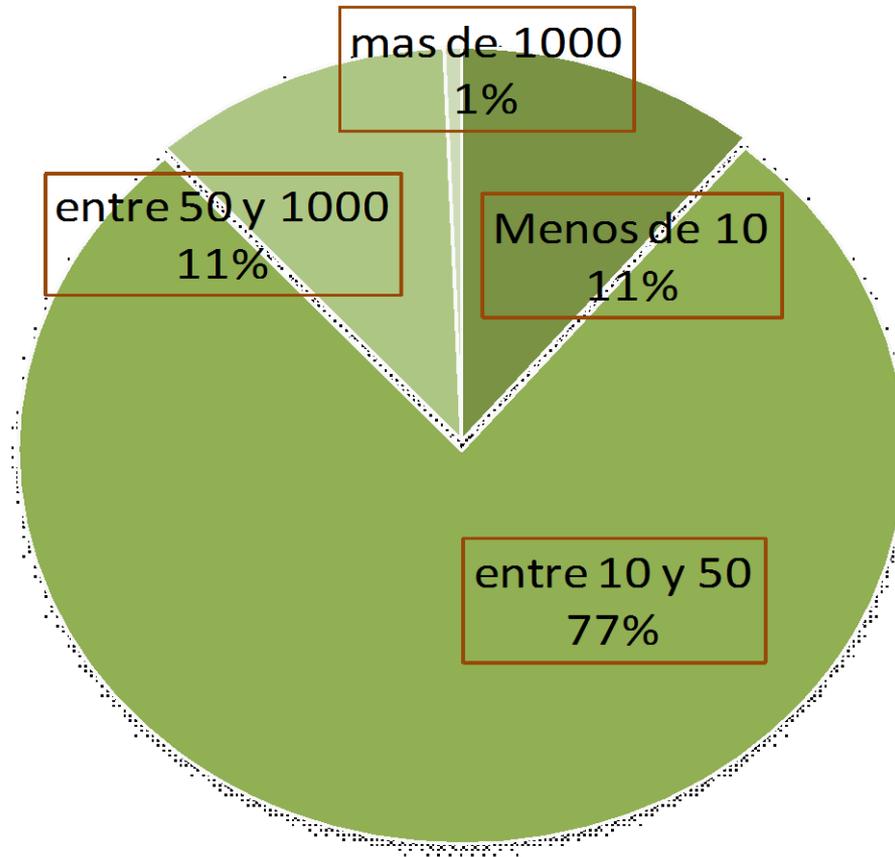
	Nº de trabajadores(as) (1)	Remuneraciones (miles UF)	Promedio remuneraciones (UF)	Ventas por trabajador (UF per cápita)
2005	46.832	3.586	77	10
2006	50.271	3.911	78	10
2007	53.998	4.221	78	11
2008	58.119	4.508	78	11
2009	59.188	5.110	86	21
2010	69.152	5.847	85	31
2011	72.076	5.960	83	12
2012	131.884	11.356	86	25

Fuente: elaborado por Fechipan con información del SII, año 2012

Nota (1) Considera solo trabajadores (as) dependientes.

La expansión de la industria de la panadería y pastelería ha ido acompañada de un crecimiento en la contratación de trabajadores y trabajadoras dependientes y de un incremento en las remuneraciones promedio.

## Distribución de panaderías por rango de N° de trabajadores



Fuente: elaborado por Fechipan con información de INE: ENIA 2011.

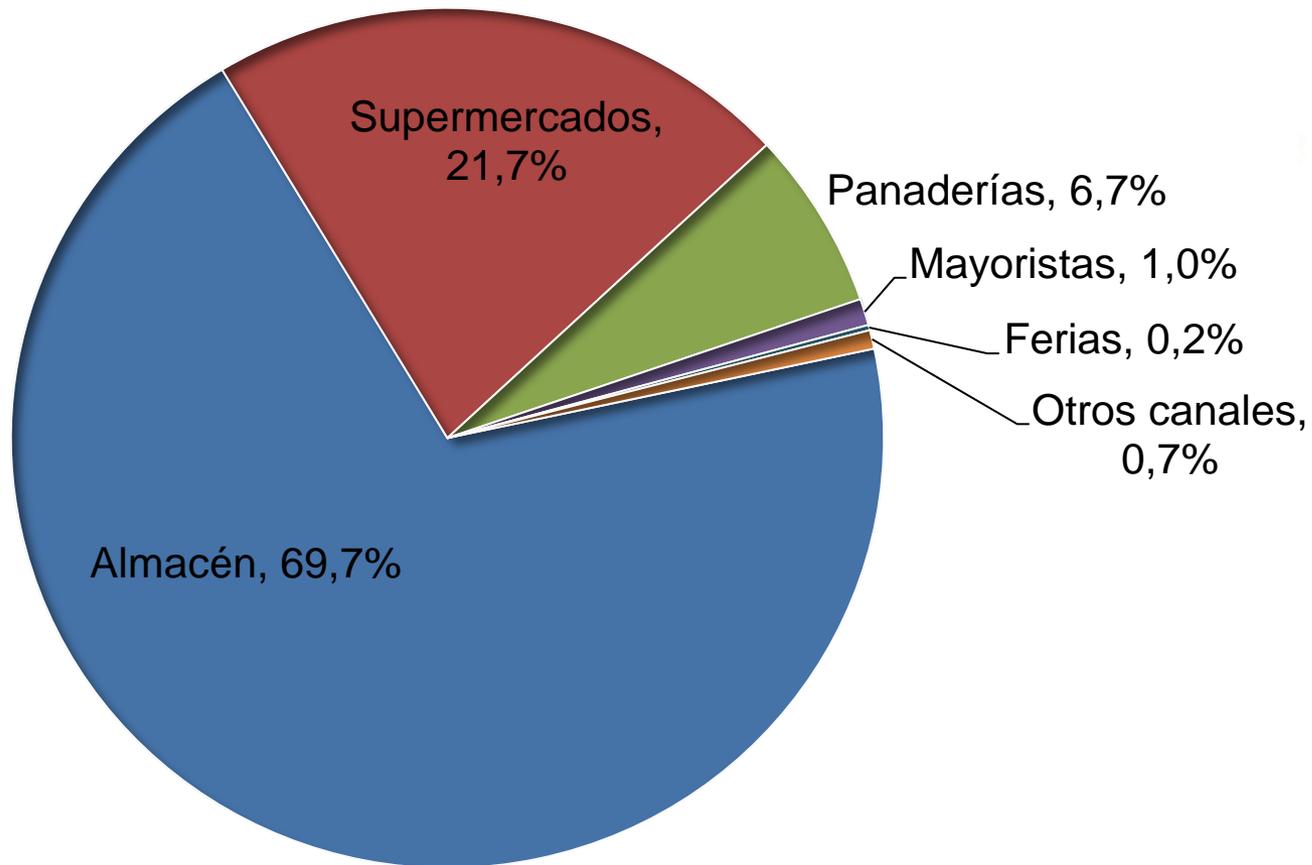


## CONSUMO DE PAN

- N° personas por hogar
- Gasto en pan de los hogares
- Porcentaje del gasto en pan

El consumo de pan representa alrededor del 2% de la canasta de consumo de las familias chilenas

# Canales de comercialización de pan



Fuente: Kantar World Panel, publicado en El Mercurio el 6/04/2013

Mientras los hogares más pobres destinan el 5,10% de su gasto al pan, en los hogares más ricos este porcentaje baja al 0,76%

Estructura del gasto promedio mensual por hogar, por grupo quintil de hogares ordenados de acuerdo al ingreso del hogar, según producto, gran Santiago (excluye arriendo imputado)

GLOSA	ESTRUCTURA DEL GASTO PROMEDIO POR HOGAR					
	TOTAL DE HOGARES	GRUPO QUINTIL				
		I	II	III	IV	V
pan de todos los tipos	2,02	5,10	4,19	3,17	2,25	0,76
pan corriente a granel	1,72	4,77	3,86	2,83	1,91	0,49
pan envasado	0,15	0,15	0,11	0,17	0,15	0,16
pan especial a granel	0,15	0,18	0,21	0,16	0,18	0,12
otros tipos de panes						
N.C.P.	0,01	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01

Fuente: Elaborado por Fechipan con información del INE.

# Consumo per cápita de pan

Consumo per cápita anual de pan (en kg) por país



En Chile el consumo de pan es relativamente alto. No obstante, estimamos que ha ido disminuyendo y se ubicaría en torno a los **86** kilos per cápita al año.

Numero	País	Per Cápita Anual (en Kg)
1	Turquia	155
2	Suecia	91
3	Chile	86
4	Argentina	82,5
5	Hungría	80
6	Irlanda	68
7	Alemania	60
8	Francia	58
9	Holanda	58
10	Uruguay	55
11	España	54
12	Noruega	52
13	Costa Rica	52
14	Suiza	48
15	Estados Unidos	43
16	Brasil	33,5
17	México	33
18	Australia	26
19	Venezuela	26
20	Colombia	24
21	Honduras	18
22	Perú	17
	Promedio	55,5

## Detalle de consumo

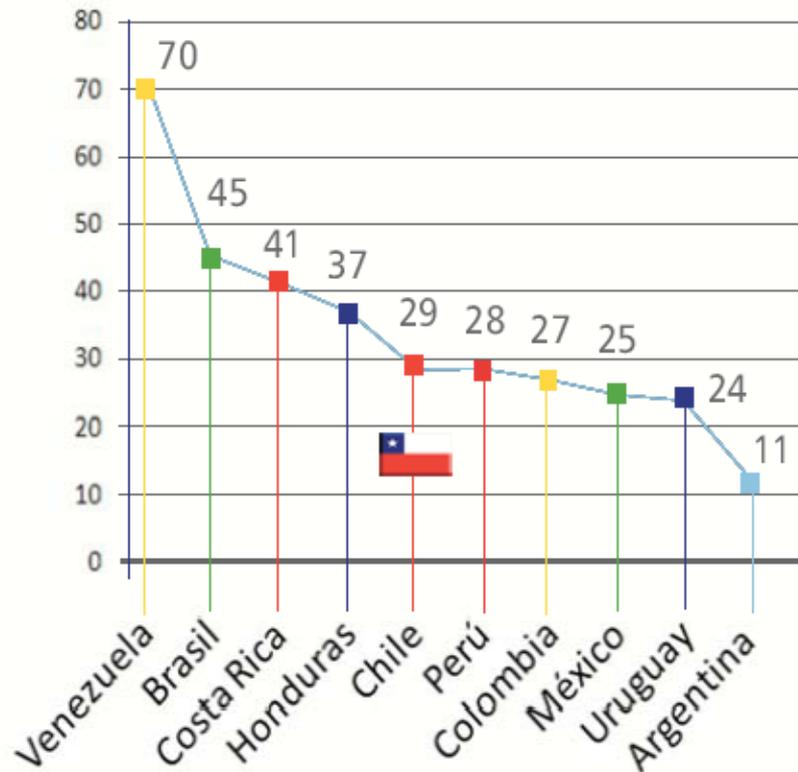
86-90 Kg percapita

### Segmento

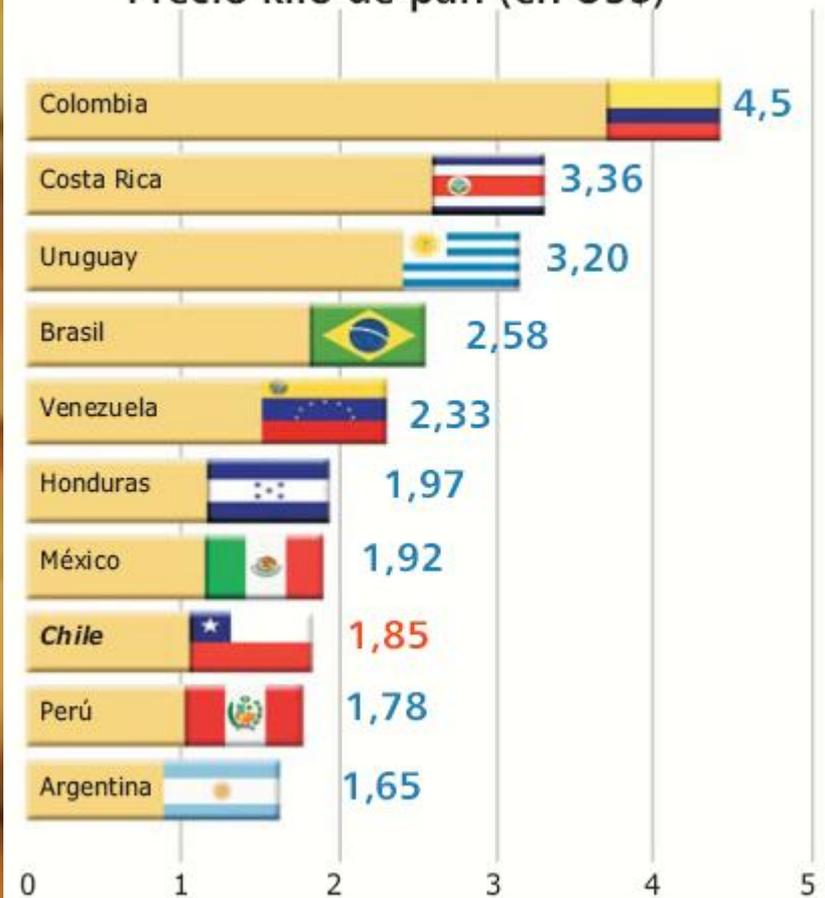
	ABC1	C2	C3	D-E
% Consumo	5%	15%	27%	53%

El pan está presente en el 100% de los hogares casi todo el año, siendo la marraqueta es el principal producto de consumo.

Precio saco 50 kilos harina de panificación  
(en US\$)



Precio kilo de pan (en US\$)





**POSICION DE FECHIPAN  
RESPECTO AL PROYECTO DE  
“LEY SERNAC”**

# CONTEXTO

- Fechipan ha recibido con mucha sorpresa la presentación del Proyecto que modifica la ley W 19.496 que entrega al SERNAC atribuciones de fiscalización y además lo faculta para cursar sanciones.
- Fechipan considera dicho documento como regresivo, ya que entre otras cosas los funcionarios de ese servicio no estudiaron para jueces, pese a lo cual pasarán a ser juez y parte; notificando, fiscalizando y sancionando a los empresarios Mipymes.

La posición del gremio con respecto a esta iniciativa, se enmarca dentro de los siguientes ámbitos:

1. NUEVAS FACULTADES DEL SERNAC
2. MINISTROS DE FE
3. JUZGADOS DE POLICIA LOCAL
4. INCREMENTO DE LAS MULTAS
5. CAPACITACIÓN EN VEZ DE MULTAS PARA LAS PYMES
6. SOLIDARIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL PROVEEDOR
7. NO SE REFUERZA EL SERNAC FINANCIERO
8. DIRECTORES DEL SERNAC
9. ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES
10. ACTIVIDADES INFORMALES
11. EL CONSEJO DEL SERNAC
12. UNA REFORMA CONFLICTIVA Y PENSADA EN LA GRAN EMPRESA

# 1.- NUEVAS FACULTADES DEL SERNAC

- El Proyecto de Ley contempla un nuevo rol como ente fiscalizador y sancionador para el Sernac, lo cual a ojos de Fechipan parece no recomendable por cuanto restaría objetividad a la figura que debe decidir acerca de la imposición de una sanción.
- Confundir ambas figuras va en sentido contrario a la tendencia general de la administración y de la justicia, de separar la figura del fiscalizador y el juzgador. En dicho sentido, han habido numerosos avances, como la creación de tribunales tributarios, e incluso, hace ya varios años, con la reforma procesal penal, en la cual se separó la figura del juez de la figura del fiscal.
- Estimamos que una entidad pública como el Sernac no puede actuar como juez y parte, perdiendo su rol de mediación de ser una instancia de advenimiento entre partes cuando se han presentado conflictos en esta relación.

## 2.- MINISTROS DE FE

- Nos preocupa la calidad de Ministros de Fe que tendrán los funcionarios del SERNAC, aumentando su dotación desde los 296 funcionarios actuales, a 618 funcionarios al cuarto año de aplicada la Reforma.
- Experiencias anteriores nos demuestran que dichos excesos contribuyen a generar un estado de odiosidad que afecta la sana convivencia entre proveedores y consumidores.

### 3.- JUZGADOS DE POLICIA LOCAL

- A juicio de Fechipan no existe justificación para que exista un cambio en la competencia de los juzgados encargados de ventilar los temas de derechos del Consumidor, es decir cambiar de los Jueces de Policía Local a los Juzgados Civiles.
- Este traslado de judicatura implica un gran encarecimiento en los procesos de reclamación de multas, por cuanto será necesario contar con la asesoría de un abogado para comparecer y además se deberá gastar muchísimo dinero en notificaciones. Para una empresa grande estos gastos no representan ningún problema, pero para un proveedor pequeño, implican la imposibilidad absoluta de poder recurrir a las multas.
- Además que los Juzgados Civiles hoy se encuentran colapsados y que no en todos los lugares existen Juzgados de Letras, como sí existen Juzgados de Policía Local.
- Se dice y se afirma que los Jueces de Policía Local no tienen experiencia para resolver los reclamos y por ello solo el 0,3% son sancionados. Lo concreto es que la mayoría de las denuncias son infundadas y temerarias, que es diferente.

## 4.- INCREMENTO DE LAS MULTAS

- El Proyecto de Ley contempla un incremento sustancial en las multas por infracciones a la Ley del consumidor y sólo establece brevemente ciertos parámetros para la graduación en la aplicación de las multas.
- En primer lugar, nos parece sumamente grave la magnitud en el incremento de las multas, ya que para pequeños empresarios una multa aumentada de 1.000 a 3.000 UTM implica la pérdida de su negocio.
- En segundo término, es necesario que las multas sean determinadas en relación al tamaño de la empresa, lo que debe estar expresado claramente en la ley. La graduación de multas debiera contribuir a sancionar a los proveedores, pero de forma equitativa, debiendo pagar más, aquellos cuyas empresas son de mayor tamaño.
- Finalmente, es preocupante lo breve de los plazos para reclamar respecto de las sanciones y multas cursadas por el Sernac. Es decir, además de dificultar el acceso a la interposición de recursos contra las sanciones, los plazos que se consideran son sumamente breves, y no se contempla la posibilidad de acudir directamente al Juez Civil.

## 5.- CAPACITACIÓN EN VEZ DE MULTAS PARA LAS PYMES

- Es importante considerar, que la implementación de un esquema de sustitución de multas es factible, y permitiría fortalecer la aplicación de una regulación orientadora y menos punitiva, especialmente en empresas de menor tamaño.
- A modo de ejemplo, en el Estatuto Pyme (Ley W 20.416) se especifica el siguiente tratamiento especial para las Mipymes: Cuando se trata de infracciones al Código del Trabajo, una Mipyme puede pagar un máximo de 40 UTM, mientras que el máximo para una gran empresa es de 60 UTM. Además, si un inspector del trabajo detecta infracciones que no ponen en riesgo la seguridad de los trabajadores, puede dar un plazo de al menos cinco días a la Mipyme para que regularice su situación. En otros casos, el infractor puede solicitar que la multa se sustituya por asistencia a programas especiales o capacitación para el personal.

## 6.- SOLIDARIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL DEL PROVEEDOR

- El proyecto de ley plantea, mediante la introducción del artículo 50, que *"si el infractor fuere una persona jurídica, las personas naturales que la representen legalmente o que actúen en su nombre, serán solidariamente responsables del pago de la multa."*
- Nos parece que esta reforma va totalmente en contra del principio de separación de personalidades y separación de patrimonios entre la persona jurídica y sus miembros, que informan nuestra legislación en materia societaria.
- Con el importante incremento de las multas, una norma de este tipo implica un grave problema para el Mipyme, quien no tendrá ningún resguardo de su patrimonio personal, frente a una sanción que pueda cursar el SERNAC.
- Una norma de este tipo no existe en ningún otro ámbito de nuestra legislación, y constituye una total vulneración del principio de separación de patrimonios, que el comerciante ha tenido en cuenta al momento de emprender un negocio.

## 7.- NO SE REFUERZA EL SERNAC FINANCIERO

- No se aprecia en el proyecto una norma que vaya dirigida específicamente a proteger al consumidor frente a vulneraciones de derechos provocadas por el mercado financiero. Es decir, el Proyecto de Ley no refuerza en lo absoluto el denominado "Sernac Financiero", dejando a resguardo el mercado financiero, que es la principal y verdadera fuente de vulneraciones a los derechos de los consumidores.
- Proyecto de "Sello Sernac", es en la realidad letra muerta, y que el presente Proyecto de Ley no propone ninguna medida enfocada en hacer que esa letra muerta, tenga alguna aplicación real.
- No debemos olvidar que respecto del mercado financiero, los pequeños y medianos empresarios, son también consumidores, con nulo poder de negociación, que se ven obligados a aceptar las cláusulas y condiciones que la banca o las instituciones financieras les imponen.
- Es por esto último, que solicitamos se introduzca en el proyecto de ley, una modificación enfocada en aceptar como consumidor, al pequeño empresario en relación al mercado financiero.

## 8.- DIRECTORES DEL SERNAC

- Un funcionario de la categoría del Director del SERNAC debería dar plenas garantías de confianza a los diversos actores involucrados en la relación consumidor-proveedor.
  - Por lo tanto, debería ser nombrado por un organismo que acredite su independencia en la misma forma como son designadas otras autoridades de nuestro país.
  - De la misma forma, los Directores Regionales del SERNAC deberían ser prenda de garantía y no tener las facultades de sancionar como lo establece el citado Proyecto.
- A modo de referencia, las Superintendencias de Valores y Seguros, de Bancos, de AFP y Seguridad Social, sancionan las faltas en materias de su competencia a nivel central.
  - La experiencia de las Pymes con el Servicio de Impuestos Internos, la Dirección del Trabajo y las Seremis de Salud, es que a veces ocurre dispersión en la aplicación de la norma a las empresas.

## 9.- ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES

- Nos preocupan también las facultades que la iniciativa concede a las Asociaciones de Consumidores, las cuales podrían constituirse en un elemento que podría incentivar los reclamos en contra de los proveedores, alimentando indebidamente una industria del reclamo.
  - Contribuye a pensar lo anterior, la rebaja en la multa por demandas temerarias, que propone el Proyecto.
- Como contrapartida, el proyecto en cuestión debiera considerar a las Asociaciones Gremiales y Cámaras de Comercio, como actores válidos para apoyar a sus asociados, víctimas de denuncias.

## 10.- ACTIVIDADES INFORMALES

- El Proyecto de Ley no se refiere en ninguno de sus artículos a la actividad informal, fuente de gran evasión tributaria. Estimamos que el Estado cuenta con los organismos y medios para hacer frente a esta situación y combatir estas actividades informales que tanto daño hacen al país.
- Tampoco se refiere a las actividades lucrativas que se llevan a efecto en lugares públicos, tales como ferias navideñas y otras por el estilo, que son autorizadas periódicamente por las municipalidades, por tiempos determinados.
  - Los derechos de los consumidores son vulnerados en estos lugares cuando dichas ferias cumplen su período, y no hay a quién reclamar por artículos y productos defectuosos, ya que los proveedores ya no están en los espacios en que funcionaron.
  - Hay que agregar, que en dichos espacios no se otorgan boletas de compraventa, por lo tanto, el consumidor no tiene comprobante del artículo adquirido para poder reclamar si es defectuoso.

## 11.- EL CONSEJO DEL SERNAC

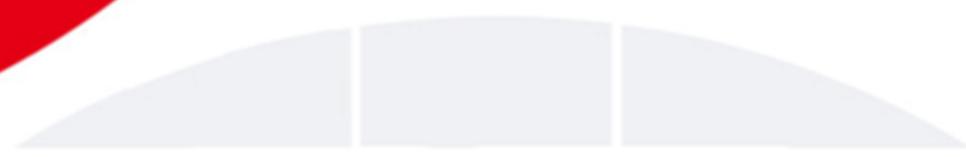
- Proponemos revisar el diseño institucional del SERNAC, a fin de fortalecer su autonomía técnica, independiente del ciclo político en que se encuentre.
- Aunque, el Director es elegido por Alta Dirección Pública, se requiere incorporar un Consejo Directivo que asegure la calidad técnica e independencia de la autoridad de turno y grupos de interés, donde este Consejo sea el responsable de revisar la legislación y las prácticas comerciales de los mercados.

## 12.- UNA REFORMA CONFLICTIVA Y PENSADA EN LA GRAN EMPRESA

- En un sistema de libre competencia, no se entiende que se modifique la misión de conciliación y apoyo a la resolución de conflictos entre proveedores y consumidores del Sernac, cambiándola por una acción que consideramos confrontacional, de juez y parte.
- Asimismo, vemos con preocupación que el Proyecto de Ley contempla una serie de reformas pensadas en la gran empresa, y que no considera al pequeño empresario o comerciante, cortando a todos con la misma tijera.
  - Lamentablemente, esto no corregirá el problema de concentración del mercado en nuestro país, sino que lo aumentará, ya que los grandes costos que generará la aplicación de la ley, terminarán afectando en mayor medida a las Mipymes.
- Es necesario que una reforma a la ley del consumidor, piense en todos los tipos de proveedores, y en especial aquellos que también requieren protección, como es el de las empresas de menor tamaño, que no poseen los recursos de una gran empresa, para hacer frente a una industria del reclamo, que se verá alimentada con la facilidad de los procesos.

# Conclusiones

- Es necesario que un sistema de protección al consumidor cuente con la objetividad necesaria, que sólo se verá asegurada, con la separación entre los roles de fiscalizador y sancionador.
- No debemos olvidar que respecto del mercado financiero, los pequeños y medianos empresarios, son también consumidores.
- Cuidado con el riesgo de alimentar indebidamente una industria del reclamo.



Fin

