

Tabla:

Restricciones verticales más comunes

Restricciones intramarca		<u>Descripción</u>
Fijación de precios mínimos de reventa	El proveedor establece al distribuidor el precio mínimo de venta minorista del producto. <i>La FNE considera esta modalidad de restricción vertical como la potencialmente más perniciosa.</i>	
Fijación de precios máximos de reventa	El proveedor establece al distribuidor el precio máximo de venta minorista del producto.	
Sugerencia de precios de reventa	El proveedor insinúa un precio de venta minorista y el distribuidor es libre para determinar dicho precio.	
Territorios exclusivos	El proveedor asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intramarca.	
Distribución exclusiva o selectiva	El proveedor comercializa sus productos a través de un distribuidor determinado o de algunos distribuidores que cumplen ciertas características establecidas por el proveedor.	
Requerimientos de servicios	El proveedor determina el nivel de servicios pre y post venta o el esfuerzo de venta que debe proveer el distribuidor.	
Cláusula de cliente preferencial	El vendedor garantiza al comprador que está obteniendo los términos más convenientes en la compra o adquisición del producto, y que cualquier beneficio que se le conceda a algún otro comprador le será replicado.	

Restricciones intermarca		<u>Descripción</u>
Contratos de exclusividad		El vendedor prohíbe al comprador comercializar las marcas de la competencia o alguna marca en particular.
Precios no lineales	Tarifas en dos partes	El vendedor cobra al comprador un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.
	Descuentos por metas	El precio que cobra el vendedor al comprador disminuye en la medida que se incrementa el volumen de ventas o se alcanzan determinadas metas. Pueden aplicarse de manera incremental, cubriendo sólo las compras que exceden cierto umbral, o retroactiva, cubriendo en este caso la totalidad de las compras.
Venta empaquetada o venta atada		El vendedor requiere que el comprador adquiera conjuntamente dos o más productos. Si los productos no se venden por separado, la conducta toma nombre de "venta atada", y si dicha opción sigue existiendo, aunque a un precio mayor, la conducta tomará el nombre de "empaquetamiento".
"Slotting allowances" o pago por acceso a góndola		El proveedor paga al distribuidor por la comercialización de sus productos.
"Quantity forcing" o requerimiento mínimo de compra		Requerimiento mínimo de compras que debe realizar el comprador.