

# Guía para el Análisis de casos de Restricciones Verticales



Jaime Barahona Urzúa  
Subfiscal Nacional  
Noviembre 2013

## Introducción y Objetivos

El presente documento tiene como objetivo principal servir de guía para el análisis de casos de Restricciones Verticales, considerando los aspectos más relevantes de la legislación aplicable y los criterios de análisis de riesgos y efectos que se deben tener en cuenta.

## Marco Analítico

- 1. Restricción de mercado por parte de un agente económico.
- 2. El FNE es un organismo autónomo que depende del Poder Ejecutivo y del Poder Judicial.
- 3. Responde a las demandas de los consumidores.
- 4. Responde a las demandas de los productores.

## Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos

Los criterios de análisis de riesgos anticompetitivos se refieren a los aspectos que deben considerarse al evaluar el impacto de una restricción vertical en el mercado.

## Marco de análisis de eficiencias

El marco de análisis de eficiencias se refiere a los aspectos que deben considerarse al evaluar el impacto de una restricción vertical en el mercado.

- 1. El FNE es un organismo autónomo que depende del Poder Ejecutivo y del Poder Judicial.
- 2. Responde a las demandas de los consumidores.
- 3. Responde a las demandas de los productores.

## Potenciales efectos Pro-competitivos

Los potenciales efectos pro-competitivos se refieren a los aspectos que deben considerarse al evaluar el impacto de una restricción vertical en el mercado.

## Potenciales efectos anticompetitivos

Los potenciales efectos anticompetitivos se refieren a los aspectos que deben considerarse al evaluar el impacto de una restricción vertical en el mercado.

## Restricciones Verticales

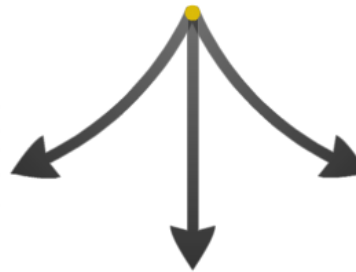
Las restricciones verticales son disposiciones contractuales, normativas o administrativas que limitan la libertad de los agentes económicos para competir en el mercado.

El FNE es un organismo autónomo que depende del Poder Ejecutivo y del Poder Judicial. Responde a las demandas de los consumidores y de los productores.



# Introducción y Objetivos

La FNE en conocimiento de la importancia de las restricciones verticales y su impacto en el bienestar económico, intenta transparentar y dar mayor certidumbre respecto del tratamiento de ellas.



Sin perjuicio de lo anterior, esta Guía no puede asegurar a los agentes económicos que una determinada restricción resulte, en última instancia, compatible con la normativa de libre competencia.

La elaboración de la presente Guía constituye un esfuerzo por dar a conocer a los agentes económicos y a la comunidad en general los criterios utilizados por la FNE para evaluar si una restricción vertical suscrita entre agentes económicos independientes, infringe o puede infringir las disposiciones del DL 211.

La FNE en conocimiento de la importancia de las restricciones verticales y su impacto en el bienestar económico, intenta transparentar y dar mayor certidumbre respecto del tratamiento de ellas.

La elaboración de la presente Guía constituye un esfuerzo por dar a conocer a los agentes económicos y a la comunidad en general los criterios utilizados por la FNE para evaluar si una restricción vertical suscrita entre agentes económicos independientes, infringe o puede infringir las disposiciones del DL 211.

Sin perjuicio de lo anterior, esta Guía no puede asegurar a los agentes económicos que una determinada restricción resulte, en última instancia, compatible con la normativa de libre competencia.

# Restricciones Verticales

Las restricciones verticales son disposiciones establecidas mediante imposición o a través de un acuerdo, destinadas a regular la interacción entre agentes económicos independientes situados en diferentes niveles de una cadena de producción. Se pueden clasificar en restricciones:

(a) **Intra-marca:** se refieren a la forma en que los productos de un fabricante son distribuidos.

(b) **Inter-marca:** gobiernan la relación de los productos de un fabricante con los de su competencia.

Restricciones Intra-marca	Descripción
<b>Fijación de Precios de Reserva</b>	El precio de venta máximo es determinado por el productor. Existen variaciones, como la fijación de precios mínimos o máximos, o las que generan de uno u otros.
<b>Territorios Exclusivos</b>	Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.
<b>Distribución Selectiva o Exclusiva</b>	El productor sólo comercializa sus productos a través de distribuidores que cumplen ciertas características.
<b>Requisitos de Servicios</b>	Se exige el nivel de servicios pre y post venta o de asistencia de venta que debe proveer el minorista.
<b>Cláusula de Nación más Favorecida</b>	Vendedor garantiza al comprador que está obteniendo los términos más convenientes en la compra del producto, y que cualquier beneficio que se le conceda a algún competidor le será replicado.

Restricciones Inter-marca	Descripción	
<b>Control de Fidelidad</b>	Se prohíbe al minorista comercializar los marcas de la competencia, o alguna marca en particular.	
<b>Precio No Cheques</b>	<b>Tarifa en Dos Partes</b>	Dispone en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.
	<b>Descuentos por Metas</b>	El precio disminuye en la medida que se incrementa el volumen de ventas o se alcanzan determinados metas. Pueden aplicarse de manera incremental, cubriendo solo los compras que exceden el umbral, o retroactivos, cubriendo en este caso a la totalidad de las compras.
<b>Venta Empaquetada o Venta Atada</b>	Se requiere que el minorista adquiere conjuntamente dos o más productos del proveedor. 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.	
<b>"Slotting Allowances" o Pago Por Acceso o Ubicación</b>	Pago que efectúa el vendedor al comprador a cambio de que este último decida comercializar sus productos.	
<b>"Quantity forcing" o Requisito Mínimo de Compras</b>	Requisito mínimo de compras que debe realizar el minorista.	

## Intra-Marca

<u>Restricciones Intra-marca</u>	<u>Descripción</u>
<b>Fijación de Precios de Reventa</b>	<i>El precio de venta minorista es determinado por el productor. Existen variaciones, como la fijación de precios máximos o mínimos, o las sugerencias de unos u otros.</i>
<b>Territorios Exclusivos</b>	<i>Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.</i>
<b>Distribución Selectiva o Exclusiva</b>	<i>El productor solo comercializa sus productos a través de distribuidores que cumplen ciertas características.</i>
<b>Requerimientos de Servicios</b>	<i>Se regula el nivel de servicios pre y post venta o de esfuerzo de venta que debe proveer el minorista.</i>
<b>Cláusula de Nación más Favorecida</b>	<i>Vendedor garantiza al comprador que está obteniendo los términos más convenientes en la compra del producto, y que cualquier beneficio que se le conceda a algún competidor le será replicado.</i>

Inter – Marca

<b><u>Restricciones Inter-marca</u></b>		<b><u>Descripción</u></b>
<b><i>Contratos de Exclusividad</i></b>		<i>Se prohíbe al minorista comercializar las marcas de la competencia, o alguna marca en particular.</i>
<b><i>Precios No Lineales</i></b>	<b><i>Tarifas en Dos Partes</i></b>	<i>Esquema en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.</i>
	<b><i>Descuentos por Metas</i></b>	<i>El precio disminuye en la medida que se incrementa el volumen de ventas o se alcanzan determinadas metas. Pueden aplicarse de manera incremental, cubriendo solo las compras que exceden el umbral, o retroactiva, cubriendo en este caso a la totalidad de las compras.</i>
<b><i>Venta Empaquetada o Venta Atada</i></b>		<i>Se requiere que el minorista adquiera conjuntamente dos o más productos del proveedor. 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.</i>
<b><i>“Slotting Allowances” o Pago Por Acceso a Góndola.</i></b>		<i>Pago que efectúa el vendedor al comprador a cambio de que este último decida comercializar sus productos.</i>
<b><i>“Quantity Forcing” o Requerimiento Mínimo de Compra.</i></b>		<i>Requerimiento mínimo de compras que debe realizar el minorista.</i>



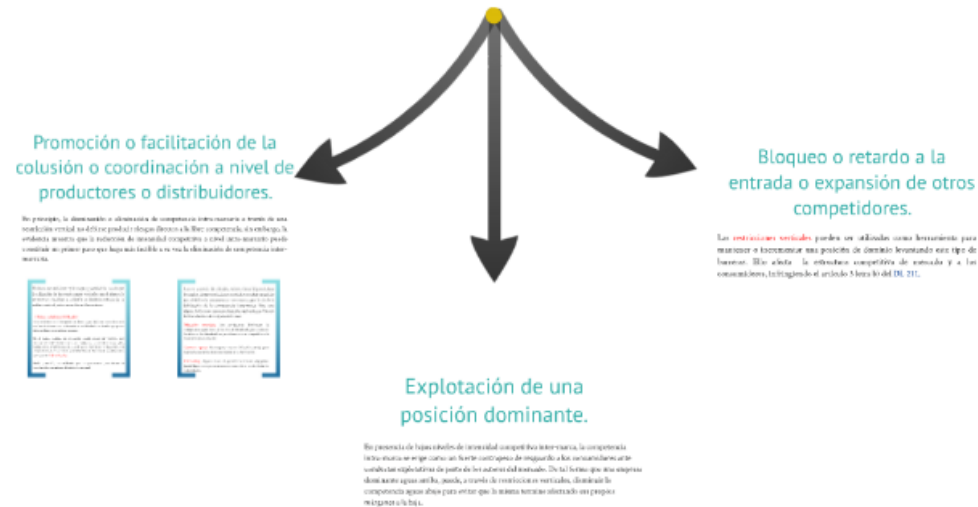
# Marco Analítico

La FNE estima más adecuado, como marco general de análisis, evaluar los efectos actuales o potenciales de las restricciones verticales, antes que realizar un examen puramente formal de estas conductas. Dicho análisis indagará respecto de los siguientes elementos:

- 1 Participación de mercado que tienen los agentes económicos sujetos a la restricción:
  - ▶ La FNE no continuará investigando aquellas restricciones donde ninguna de las partes posea una participación de mercado sobre el 35%, sin perjuicio del efecto acumulativo señalado en la Guía.
- 2 Potenciales efectos anticompetitivos.
- 3 Potenciales eficiencias o efectos pro competitivos.

# Potenciales efectos anticompetitivos

Los efectos anticompetitivos más importantes que pueden emanar de una restricción vertical son:



## Promoción o facilitación de la colusión o coordinación a nivel de productores o distribuidores.



En principio, la disminución o eliminación de competencia intra-marcaria a través de una restricción vertical no debiese producir riesgos directos a la libre competencia, sin embargo, la evidencia muestra que la reducción de intensidad competitiva a nivel intra-marcario puede constituir un primer paso que haga más factible a su vez la eliminación de competencia inter-marcaria.



El efecto más evidente -y de mayor gravedad- lo constituye la utilización de las restricciones verticales con el objeto de promover o facilitar la colusión en distintos niveles de la cadena vertical, estos acuerdos se denominan:

- **Falsos contratos verticales:**

Las restricciones verticales pueden utilizarse aguas abajo como mecanismos de sustitución de acuerdos horizontales entre distribuidores rivales, que para el efecto utilizan a proveedores comunes.

En el mismo sentido, un proveedor común puede ser utilizado para intercambiar información entre distribuidores que compiten aguas abajo, facilitando la implementación, coordinación, monitoreo y mecanismos de castigo dentro de un cartel a nivel de distribución. Este tipo de coordinación se conoce como **hub and spoke**.

Pueden, también, ser utilizadas por los productores para efectos de coordinación y monitoreo al interior de un cartel.

Aun en ausencia de colusión, existen ciertas hipótesis bajo las cuales ciertas restricciones verticales resultan propicias para debilitar la competencia inter-marca, por la vía de la debilitación de la competencia intra-marca. Para este objeto, la Guía en atención al estudio realizado por Patrick Rey las clasifica de la siguiente forma:

**Delegación estratégica:** Los productores disminuyen la competencia aguas abajo, y una vez debilitada delegan la toma de decisión en los distribuidores, señalizando a sus competidores la intención de no competir.

**Common Agency:** No requiere una modificación previa, pues supone la existencia de un monopolio en la distribución.

**Interlocking:** Supone el caso en que aún un mercado oligopólico puede llegar a comportarse como monopolista a través de ciertas restricciones.

# Explotación de una posición dominante.

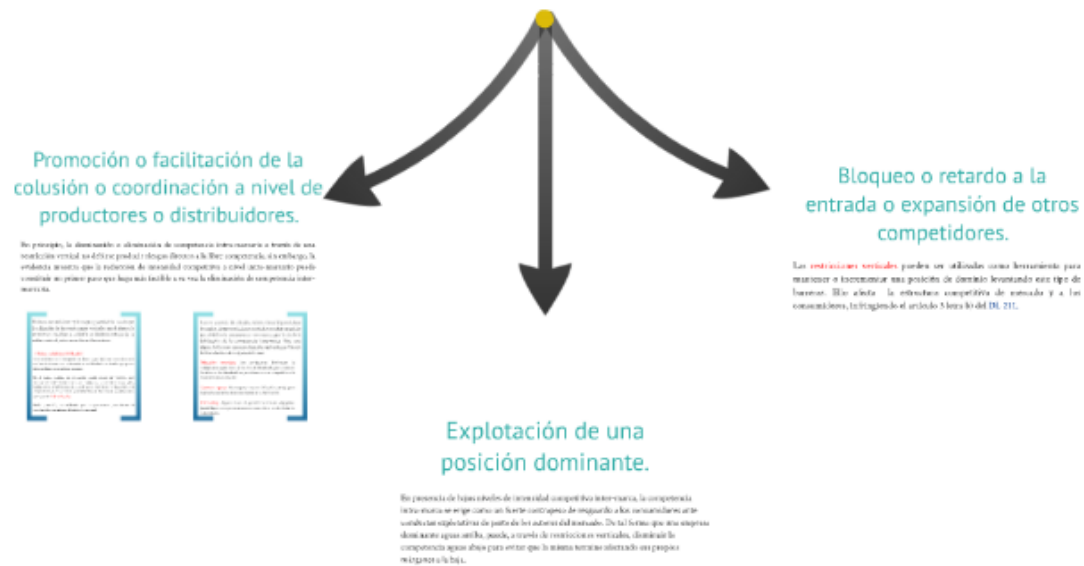
En presencia de bajos niveles de intensidad competitiva inter-marca, la competencia intra-marca se erige como un fuerte contrapeso de resguardo a los consumidores ante conductas explotativas de parte de los actores del mercado. De tal forma que una empresa dominante aguas arriba, puede, a través de restricciones verticales, disminuir la competencia aguas abajo para evitar que la misma termine afectando sus propios márgenes a la baja.

# Bloqueo o retardo a la entrada o expansión de otros competidores.

Las **restricciones verticales** pueden ser utilizadas como herramienta para mantener o incrementar una posición de dominio levantando este tipo de barreras. Ello afecta la estructura competitiva de mercado y a los consumidores, infringiendo el artículo 3 letra b) del [DL 211](#).

# Potenciales efectos anticompetitivos

Los efectos anticompetitivos más importantes que pueden emanar de una restricción vertical son:





# Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos.

Para el análisis particular de estos acuerdos, la FNE tomará en cuenta una serie de factores relacionados con las condiciones de competencia en el mercado y con las características de la restricción vertical:

En cuanto a las **condiciones de competencia en el mercado**, se pondrá especial atención en los siguientes factores:

- ✓ Concentración de los mercados en que participan las partes.
- ✓ Cuotas de mercado y posición competitiva.
- ✓ Condiciones de entrada a los mercados.
- ✓ Efecto "acumulativo" de las restricciones.
- ✓ Posición que ocupan los competidores de las partes.
- ✓ Posición de mercado de los clientes de las partes.
- ✓ Presencia de economías de escala, curvas de aprendizaje y economías de ámbito.
- ✓ Costos de búsqueda y comparación.
- ✓ Otras características de la industria facilitadoras o indicadoras de prácticas coordinadas o colusivas.

En cuanto a las **características de la restricción vertical** propiamente tal, se evaluará:

- ✓ Extensión de las restricciones.
- ✓ Clientes afectados por la restricción vertical.
- ✓ Duración de la restricción.
- ✓ Restricciones verticales implícitas.
- ✓ Utilización conjunta de restricciones.
- ✓ Efectos asociados a la restricción.
- ✓ Tipo de restricción vertical de que se trate.

En cuanto a las **condiciones de competencia en el mercado**, se pondrá especial atención en los siguientes factores:

- ✓ Concentración de los mercados en que participan las partes.
- ✓ Cuotas de mercado y posición competitiva.
- ✓ Condiciones de entrada a los mercados.
- ✓ Efecto “acumulativo” de las restricciones.
- ✓ Posición que ocupan los competidores de las partes.
- ✓ Posición de mercado de los clientes de las partes.
- ✓ Presencia de economías de escala, curvas de aprendizaje y economías de ámbito.
- ✓ Costos de búsqueda y comparación.
- ✓ Otras características de la industria facilitadoras o indicadoras de prácticas coordinadas o colusivas.

En cuanto a las **características de la restricción vertical** propiamente tal, se evaluará:

- ✓ Extensión de las restricciones.
- ✓ Clientes afectados por la restricción vertical.
- ✓ Duración de la restricción.
- ✓ Restricciones verticales implícitas.
- ✓ Utilización conjunta de restricciones.
- ✓ Efectos asociados a la restricción.
- ✓ Tipo de restricción vertical de que se trate.

# Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos.

Para el análisis particular de estos acuerdos, la FNE tomará en cuenta una serie de factores relacionados con las condiciones de competencia en el mercado y con las características de la restricción vertical:

En cuanto a las **condiciones de competencia en el mercado**, se pondrá especial atención en los siguientes factores:

- ✓ Concentración de los mercados en que participan las partes.
- ✓ Cuotas de mercado y posición competitiva.
- ✓ Condiciones de entrada a los mercados.
- ✓ Efecto "acumulativo" de las restricciones.
- ✓ Posición que ocupan los competidores de las partes.
- ✓ Posición de mercado de los clientes de las partes.
- ✓ Presencia de economías de escala, curvas de aprendizaje y economías de ámbito.
- ✓ Costos de búsqueda y comparación.
- ✓ Otras características de la industria facilitadoras o indicadoras de prácticas encoordinadas o colusivas.

En cuanto a las **características de la restricción vertical** propiamente tal, se evaluará:

- ✓ Extensión de las restricciones.
- ✓ Clientes afectados por la restricción vertical.
- ✓ Duración de la restricción.
- ✓ Restricciones verticales implícitas.
- ✓ Utilización conjunta de restricciones.
- ✓ Efectos asociados a la restricción.
- ✓ Tipo de restricción vertical de que se trate.

# Potenciales efectos Pro-competitivos

Las **restricciones verticales** pueden utilizarse como una herramienta pro competitiva destinada a mejorar la coordinación vertical entre los agentes económicos, aumentando los grados de eficiencia de la estructura vertical e incrementando el grado de competencia entre aquella y sus estructuras rivales.

De esta forma es posible remediar ciertas externalidades que afectan la libre competencia, siendo las más comunes:

- La **doble marginalización**, que se refiere al problema de coordinación vertical en la fijación de los precios que pagan los consumidores finales;
- El efecto **free rider**, relacionado principalmente con la provisión de servicios minoristas; y
- La existencia de **hold-up**, relacionada con la subejecución de inversiones específicas.
- Asimismo, se reconoce la existencia de otras eficiencias que se detallan en la Guía.

## Marco de análisis de eficiencias alegadas por las partes.

Establecido que la restricción vertical genera riesgos a la competencia, aquéllos deberán ser ponderados con las eficiencias esgrimidas por las partes. Dicho examen de ponderación comprenderá tres etapas sucesivas:

- Establecer si las eficiencias son veraces y justificadas: Ello se fundará en si son aptas para resolver un problema de coordinación y si ceden en beneficio de los consumidores, respectivamente (Ver cuadro n°2 de la Guía).
- Examen cualitativo para determinar si sirven de contrapeso efectivo a los riesgos generados por la restricción: En caso de no servir efectivamente, la FNE comprenderá que tal restricción es contraria a la libre competencia, pero si ellas compensan el riesgo, será necesario ejecutar la tercera etapa.
- Indispensabilidad de la restricción adoptada: Determinar si pueden o no sustituirse por alternativas igualmente eficientes pero menos restrictivas de la competencia.

# Guía para el Análisis de casos de Restricciones Verticales

### Introducción y Objetivos

El objetivo de esta guía es proporcionar a los analistas de casos un marco analítico claro y práctico para el análisis de casos de restricciones verticales, con el fin de evaluar su impacto en el mercado y determinar si existen efectos anticompetitivos o pro-competitivos.

### Marco Analítico

El objetivo de esta guía es proporcionar a los analistas de casos un marco analítico claro y práctico para el análisis de casos de restricciones verticales, con el fin de evaluar su impacto en el mercado y determinar si existen efectos anticompetitivos o pro-competitivos.

1. Definición de la restricción vertical.
2. Identificación de los actores involucrados.
3. Evaluación de los efectos anticompetitivos y pro-competitivos.

### Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos

Este criterio se aplica cuando se sospecha que la restricción vertical puede tener efectos anticompetitivos. Se debe evaluar si la restricción puede reducir la competencia, impedir la entrada de nuevos competidores o facilitar la coordinación entre competidores.

### Marco de análisis de eficiencias netas por los partes

Este marco se aplica cuando se sospecha que la restricción vertical puede tener efectos pro-competitivos. Se debe evaluar si la restricción puede generar eficiencias que superen los costos de restricción.

### Potenciales efectos Pro-competitivos

Los efectos pro-competitivos pueden ser generados por las restricciones verticales cuando estas mejoran la eficiencia del mercado, reducen los costos de transacción o facilitan la innovación.

### Potenciales efectos anticompetitivos

Los efectos anticompetitivos pueden ser generados por las restricciones verticales cuando estas reducen la competencia, impiden la entrada de nuevos competidores o facilitan la coordinación entre competidores.

### Restricciones Verticales

Las restricciones verticales son acuerdos entre empresas de diferentes niveles de la cadena de suministro que restringen ciertas actividades comerciales.

Se distinguen en dos tipos:

- Restricciones horizontales: acuerdos entre empresas que operan en el mismo nivel de la cadena de suministro.
- Restricciones verticales: acuerdos entre empresas que operan en diferentes niveles de la cadena de suministro.

