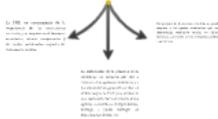


Guía para el Análisis de casos de Restricciones Verticales



Jaime Barahona Urzúa
Subfiscal Nacional
Noviembre 2013

Introducción y Objetivos



Restricciones Verticales

Las restricciones verticales son disposiciones multilaterales que se refieren a la forma de ser acordadas, decididas o impuestas la producción entre agentes económicos independientes que se sitúan a lo largo de una cadena de producción. Se pueden distinguir en restricciones:

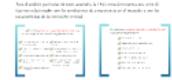
- 1. Restricciones de distribución: Se refieren a la forma de ser distribuidas las producciones de los fabricantes con los de su competencia.
- 2. Restricciones de precios: Se refieren a la forma de ser fijados los precios de los productos de los fabricantes con los de su competencia.
- 3. Restricciones de calidad: Se refieren a la forma de ser fijados los estándares de calidad de los productos de los fabricantes con los de su competencia.
- 4. Restricciones de acceso a la información: Se refieren a la forma de ser fijados los estándares de acceso a la información de los fabricantes con los de su competencia.

Marco Analítico

El FNE realiza sus labores, como norma general de análisis, dentro del ámbito de análisis y particular de las restricciones verticales, entre sus materias en materia puntual de casos de estas restricciones. Entre ellas, cabe destacar lo siguiente:

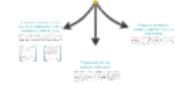
1. Participación de eventos que tienen las agencias involucradas en la restricción.
2. La FNE es consciente de que el conflicto con estos casos puede ser de gran relevancia para el comercio en Chile.
3. Fomentar el debate y la participación.
4. Fomentar la eficiencia y el acceso a la información.

Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos.



Potenciales efectos anticompetitivos

Los efectos anticompetitivos se refieren a los efectos que pueden tener las restricciones verticales en:



Potenciales efectos Pro-competitivos



Marco de análisis de eficiencias alegadas por las partes.

Señalar que la restricción vertical genera riesgos a la competencia, significa afirmar que probablemente con las eficiencias alegadas por las partes existe un nivel de probabilidad considerable de que se produzcan.

- 1. Probar que la restricción vertical genera riesgos a la competencia, significa afirmar que probablemente con las eficiencias alegadas por las partes existe un nivel de probabilidad considerable de que se produzcan.
- 2. Probar que la restricción vertical genera riesgos a la competencia, significa afirmar que probablemente con las eficiencias alegadas por las partes existe un nivel de probabilidad considerable de que se produzcan.
- 3. Probar que la restricción vertical genera riesgos a la competencia, significa afirmar que probablemente con las eficiencias alegadas por las partes existe un nivel de probabilidad considerable de que se produzcan.





FISCALIA
NACIONAL
ECONOMICA

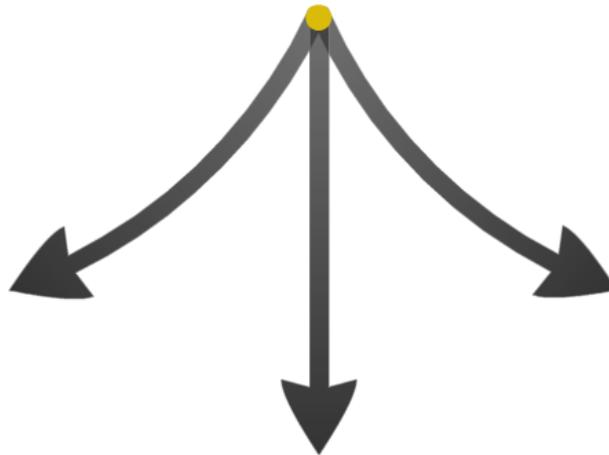
Jaime Barahona Urzúa

Subfiscal Nacional

Noviembre 2013

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
con

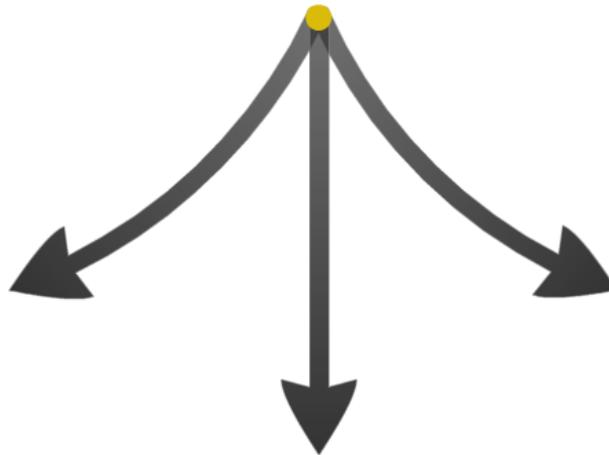
La elaboración de la presente Guía constituye un esfuerzo por dar a conocer a los agentes económicos y a la comunidad en general los criterios utilizados por la FNE para evaluar si una restricción vertical suscrita entre agentes económicos independientes, infringe o puede infringir las disposiciones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

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.

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.

<i>Restricciones Intra-marca</i>	<i>Descripción</i>
Fijación de Precios de Venta	<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>
Territorios Exclusivos	<i>Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.</i>
Distribución Selectiva o Exclusiva	<i>El productor solo comercializa sus productos a través de distribuidores que cumplen ciertas características.</i>
Requerimientos de Servicios	<i>Se regula el nivel de servicios pre y post venta o de esfuerzo de venta que debe proveer el minorista.</i>
Cláusula de Nación más Favorecida	<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>

<i>Restricciones Inter-marca</i>	<i>Descripción</i>
Contratos de Exclusividad	<i>Se prohíbe al minorista comercializar las marcas de la competencia, o alguna marca en particular.</i>
Precios No Lineales	Tarifas en Dos Partes <i>Esquema en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.</i>
	Descuentos por Metas <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>
Venta Empaquetada o Venta Atada	<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>
"Slotting Allowances" o Pago Por Acceso a Góndola.	<i>Pago que efectúa el vendedor al comprador a cambio de que este último decida comercializar sus productos.</i>
"Quantity Forcing" o Requerimiento Mínimo de Compra.	<i>Requerimiento mínimo de compras que debe realizar el minorista.</i>

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.

<i>Restricciones Intra-marca</i>	<i>Descripción</i>
Fijación de Precios de Reventa	<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>
Territorios Exclusivos	<i>Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.</i>

<i>Restricciones Inter-marca</i>	<i>Descripción</i>
Contratos de Exclusividad	<i>Se prohíbe al minorista comercializar las marcas de la competencia, o alguna marca en particular.</i>
Precios No Lineales	Tarifas en Dos Partes <i>Esquema en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.</i>
	Descuentos por Metas <i>El precio disminuye en la medida que se incrementa el volumen de ventas o se alcanzan determinadas metas. Pueden aplicarse de</i>

Restricciones Intra-marca

Descripción

Fijación de Precios de Reventa

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.

Territorios Exclusivos

Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.

Distribución Selectiva o Exclusiva

El productor solo comercializa sus productos a través de distribuidores que cumplen ciertas características.

Requerimientos de Servicios

Se regula el nivel de servicios pre y post venta o de esfuerzo de venta que debe proveer el minorista.

Cláusula de Nación más Favorecida

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.

<u>Restricciones Inter-marca</u>		<u>Descripción</u>
Contratos de Exclusividad		<i>Se prohíbe al minorista comercializar las marcas de la competencia, o alguna marca en particular.</i>
Precios No Lineales	Tarifas en Dos Partes	<i>Esquema en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.</i>
	Descuentos por Metas	<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>
Venta Empaquetada o Venta Atada		<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>
“Slotting Allowances” o Pago Por Acceso a Góndola.		<i>Pago que efectúa el vendedor al comprador a cambio de que este último decida comercializar sus productos.</i>
“Quantity Forcing” o Requerimiento Mínimo de Compra.		<i>Requerimiento mínimo de compras que debe realizar el minorista.</i>

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.

<i>Restricciones Intra-marca</i>	<i>Descripción</i>
Fijación de Precios de Venta	<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>
Territorios Exclusivos	<i>Se asigna al distribuidor un territorio en el cual no enfrenta competencia intra-marca.</i>
Distribución Selectiva o Exclusiva	<i>El productor solo comercializa sus productos a través de distribuidores que cumplen ciertas características.</i>
Requerimientos de Servicios	<i>Se regula el nivel de servicios pre y post venta o de esfuerzo de venta que debe proveer el minorista.</i>
Cláusula de Nación más Favorecida	<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>

<i>Restricciones Inter-marca</i>	<i>Descripción</i>
Contratos de Exclusividad	<i>Se prohíbe al minorista comercializar las marcas de la competencia, o alguna marca en particular.</i>
Precios No Lineales	Tarifas en Dos Partes <i>Esquema en el cual el comprador debe realizar un pago fijo (tarifa de franquicia) más un pago variable por unidad transada.</i>
	Descuentos por Metas <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>
Venta Empaquetada o Venta Atada	<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>
"Slotting Allowances" o Pago Por Acceso a Góndola.	<i>Pago que efectúa el vendedor al comprador a cambio de que este último decida comercializar sus productos.</i>
"Quantity Forcing" o Requerimiento Mínimo de Compra.	<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.

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.

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.

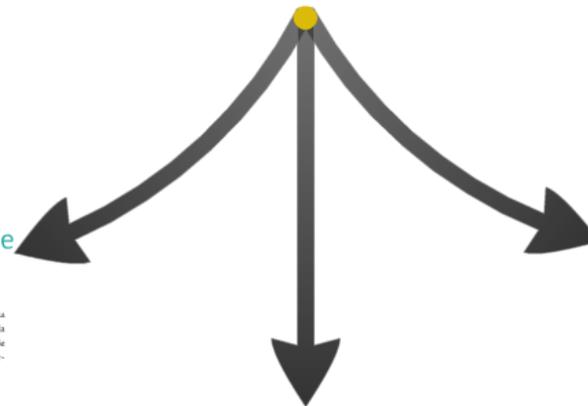
En principio, la disminución o eliminación de competencia intra-marcaria a través de una restricción vertical no debiese producir riesgos directos a la libre competencia, sin embargo, la evidencia muestra que la reducción de intensidad competitiva a nivel intra-marcario puede constituir un primer paso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

El efecto más evidente es la mayor posibilidad de colusión. La eliminación de las restricciones verticales crea el riesgo de permitir o facilitar la colusión en distintos niveles de la cadena comercial, en particular, a nivel de productores y distribuidores.

Facilitación de colusión. Aunque no es posible afirmar que una restricción vertical en sí misma facilite la colusión entre productores o distribuidores, la evidencia muestra que la eliminación de las restricciones verticales puede facilitar la colusión entre productores o distribuidores.

Facilitación de colusión. Aunque no es posible afirmar que una restricción vertical en sí misma facilite la colusión entre productores o distribuidores, la evidencia muestra que la eliminación de las restricciones verticales puede facilitar la colusión entre productores o distribuidores.

Facilitación de colusión. Aunque no es posible afirmar que una restricción vertical en sí misma facilite la colusión entre productores o distribuidores, la evidencia muestra que la eliminación de las restricciones verticales puede facilitar la colusión entre productores o distribuidores.



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.

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.

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

Aun en ausencia de colusión, existen ciertas hipótesis bajo las cuales algunas 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:

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.

- **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 algunas 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.

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.

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 algunas 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:

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 es la mayor posibilidad de colusión. La eliminación de las restricciones verticales crea el riesgo de permitir o facilitar la colusión en distintos niveles de la cadena comercial, en particular, a nivel de productores y distribuidores.

Facilitación de colusión. La eliminación de las restricciones verticales puede facilitar la colusión entre productores y distribuidores. Esto puede ocurrir a través de la eliminación de las restricciones verticales, lo que puede facilitar la colusión entre productores y distribuidores.

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.

Explotación de una posición dominante. 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.

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.

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 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.

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 aquélla 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 sub ejecución de inversiones específicas.
- Asimismo, se reconoce la existencia de otras eficiencias que se detallan en la Guía.

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 aquélla y sus estructuras rivales.

De esta f
que afec
comunes

➤ La do
de co
que p

➤ El efe
la pro

➤ La ex
 ejecu

➤ Asim
eficie

utilizarse
competitiva
vertical
ando los
vertical e
cia entre

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.

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 aquélla 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 sub ejecución 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.

serán 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.

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

FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

Jaime Barahona Urzúa
Subfiscal Nacional
Noviembre 2013

Introducción y Objetivos



El FNE, en cumplimiento de la Ley N° 20.049, tiene la misión de promover la competencia económica, velar por el bienestar de los consumidores y garantizar el acceso a bienes y servicios de calidad.

Restricciones Verticales

Las restricciones verticales son disposiciones establecidas mediante legislación 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) Restricciones que refieren a la forma en que los productos de su fabricante son distribuidos.	(B) Restricciones gubernativas de fabricación que refieren a la forma en que los productos de su fabricante son distribuidos.
<ul style="list-style-type: none"> Restricción de distribución exclusiva Restricción de distribución territorial Restricción de distribución por canales Restricción de distribución por precios Restricción de distribución por condiciones de venta 	<ul style="list-style-type: none"> Restricción de fabricación Restricción de fabricación por calidad Restricción de fabricación por cantidad Restricción de fabricación por condiciones de venta

Marco Analítico

La FNE, en cumplimiento de la Ley N° 20.049, tiene la misión de promover la competencia económica, velar por el bienestar de los consumidores y garantizar el acceso a bienes y servicios de calidad.

1. Promoción de mercados que reúnan las condiciones idóneas para la competencia.
2. La FNE, en cumplimiento de la Ley N° 20.049, tiene la misión de promover la competencia económica, velar por el bienestar de los consumidores y garantizar el acceso a bienes y servicios de calidad.
3. Potencial de efectos anticompetitivos.
4. Potencial de efectos pro-competitivos.

Criterios de análisis de riesgos anticompetitivos.

Para el análisis de riesgos anticompetitivos, se debe considerar el contexto de la restricción vertical.



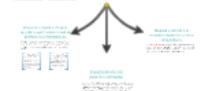
Marco de análisis de eficiencias alegadas por las partes.

Deberá de ser la restricción vertical, prima, respecto a una eficiencia, específica, alegada por las partes, con las características reguladas por las partes. Dicho costo de producción, con respecto a los costos de producción de las partes.

- 1. Analizar si la eficiencia alegada por las partes es específica, prima, respecto a la restricción vertical, con las características reguladas por las partes.
- 2. Deberá de ser la restricción vertical, prima, respecto a una eficiencia, específica, alegada por las partes, con las características reguladas por las partes.
- 3. Independencia de la restricción alegada. Deberá de poder ser obtenida por otros actores del mercado, con independencia de la restricción.

Potenciales efectos anticompetitivos

Los efectos anticompetitivos de las restricciones verticales pueden ser:



Potenciales efectos Pro-competitivos

Los efectos pro-competitivos de las restricciones verticales pueden ser:

- 1. Efectos pro-competitivos de las restricciones verticales.
- 2. Efectos pro-competitivos de las restricciones verticales.
- 3. Efectos pro-competitivos de las restricciones verticales.



FISCALIA NACIONAL ECONOMICA