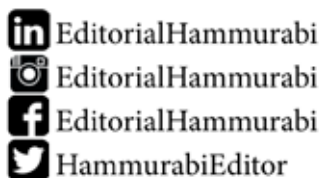


CRISTÓBAL LEMA ABARCA

LIBRE COMPETENCIA Y ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE UNA
CONDUCTA



Eh EDITORIAL HAMMURABI

LIBRE COMPETENCIA Y ACUERDOS DE EXCLUSIVIDAD

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE UNA CONDUCTA

© Es propiedad del autor: Cristóbal Lema Abarca

ISBN: 978-956-6072-71-3

Tiraje 500 ejemplares 1ª Edición, mayo de 2022

Coordinador De Publicaciones: Manuel Alvarez Cabello

Teléfono: +56955258948

Correo electrónico: manuel.alvarez@editorialhammurabi.com

Sitio web: www.editorialhammurabi.com

Portada y diagramación: Editorial Hammurabi

Impresión: Impreso en Grafica LOM

IMPRESO EN CHILE / PRINTED IN CHILE



ADVERTENCIA

La Ley N° 17.336 sobre Propiedad Intelectual prohíbe el uso no exceptuado de obras protegidas sin la autorización expresa de los titulares de los derechos de autor. El fotocopiado o reproducción por cualquier otro medio o procedimiento, de la presente publicación, queda expresamente prohibido.

Usos infractores pueden constituir delito.

(Las opiniones vertidas en este trabajo son responsabilidad exclusiva del autor)

*Una vez más,
a mis padres, Mónica y Fernando,
y a mi pareja, Javiera,
por su incondicional y continuo apoyo.
También a Luna, que con muchos ladridos
se incorporó a la familia*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	13
--------------------	----

CAPÍTULO I

EXCLUSIVIDADES EN MATERIA DE LIBRE COMPETENCIA

1. Introducción	17
2. Distribución de Bienes y Exclusividades	18
3. Exclusividades que Limitan al Vendedor (o Proveedor)	20
3.1 Distribución Exclusiva y Territorios Exclusivos	20
3.2 Asignación de Cliente Exclusivo	23
3.3 Distribución Selectiva	23
3.4 Suministro Exclusivo	26
4. Exclusividad(es) que Limita(n) al Comprador	26
4.1 ¿Qué es un Acuerdo de Exclusividad?	27
4.2 ¿Qué es una Marca Única?	29
4.3 El Concepto de Acuerdos de Exclusividad a Utilizar	30

CAPÍTULO II

MANIFESTACIONES DE LA CONDUCTA

1. Introducción	33
2. Exclusividad Convenida e Impuesta	34
3. Exclusividad Total y Parcial	37
4. Exclusividad <i>De Iure</i> , <i>De Facto</i> y a través de Otras Conductas Potencialmente Anticompetitivas	42
4.1 Mecanismos Innominados	46
4.2 Negativa a Pactar	48
4.3 Pago por Espacio en Estantería	50
4.4 Descuentos Condicionales	52

CAPÍTULO III

EFFECTOS ANTICOMPETITIVOS DE LA CONDUCTA

1. Introducción	59
2. Exclusión de Rivales Actuales y/o Potenciales	60
2.1 Clausura de Mercado	62
2.2 Aumento de los Costos de los Rivales	66
3. Elementos a Considerar para Evaluar una Exclusión Anticompetitiva	74
3.1 Posición de Mercado del Vendedor y sus Competidores	74
3.2 Barreras a la Entrada y Formas Alternativas de Distribución	77
3.3 Nivel de la Relación en la Estructura Vertical	80
3.4 Duración y Terminabilidad del Acuerdo	83
3.5 Consecuencias del Término y Costos del Cambio de Vendedor	86
3.6 Cobertura de Mercado	91
3.7 Quién Instigó la Exclusividad	99
3.8 Compromiso Ex Ante y la Potencial Diferencia entre Acuerdos y Descuentos	101
4. Relajación de la Competencia y Facilitación de la Colusión Aguas Arriba	102
5. Efectos en la Elección de los Consumidores	103

CAPÍTULO IV

EFICIENCIAS ASOCIADAS A LA CONDUCTA

1. Introducción	107
2. Dedicación y Lealtad del Distribuidor	109
3. Solución al Problema del Parasitismo (<i>Free Rider</i>)	112
4. Solución al Problema de la Cautividad (<i>Hold-Up</i>)	122
5. Protección de Propiedad Intelectual	127
6. Competencia por la Distribución	129
7. Reducción de Costos	134
8. Otras Posibles Eficiencias	136

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA CONDUCTA

1. Introducción	139
2. Regla de Ilegalidad <i>Quasi Per Se</i>	141
3. Test de la Ganancia-Sacrificio o del Sin Sentido Económico	145
4. Test del Competidor Igualmente Eficiente	149
5. Bienestar del Consumidor-Regla de la Razón	152
CONCLUSIONES	159

BIBLIOGRAFÍA	165
1. Libros y Artículos	165
2. Jurisprudencia	175
2.1 Chile	175
2.2 Estados Unidos	179
2.3 Unión Europea	180
3. Normativa, Regulación, Guías y Directrices	181
3.1 Chile	181
3.2 Estados Unidos	181
3.3 Unión Europea	182
4. Otros Documentos	182
4.1 Chile	182
4.2 Extranjeros	183