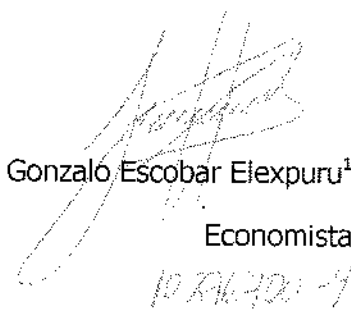


EL TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS
DESDE EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE SANTIAGO
COMODORO ARTURO MERINO BENÍTEZ



Gonzalo Escobar Elxpuru¹

Economista

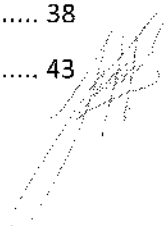
¹ Gonzalo Escobar, Economista, mail: gescobare@gmail.com. Los errores y expresiones vertidas en el informe son exclusiva responsabilidad del autor.

ASAS

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. ANTECEDENTES.....	4
2.1. Relación de Concesionaria SCL con el Transporte de Pasajeros desde el Aeropuerto.	9
3. CONSIDERACIONES PRELIMINARES SOBRE EL MERCADO RELEVANTE DEL CASO Y LAS EVENTUALES CONDUCTAS PRESENTES EN EL MISMO.....	11
3.1. Acerca de la definición del Mercado Relevante.....	11
3.2. Acerca de las eventuales conductas presentes en el presente caso.....	13
3.3. Tipos de Restricciones Verticales.....	15
3.3.1. Acuerdos de Franquicia.....	15
3.3.2. Mantenimiento del precio de reventa	15
3.3.3. Fijación de cantidad.....	16
3.3.4. Comercialización gama completa de producto (ventas vinculadas).....	16
3.3.5. Exclusividad territorial	16
3.3.6. Acuerdos exclusivos (marca única).....	16
3.3.7. Distribución selectiva.....	16
3.4. Fundamentos Teóricos de los Acuerdos Verticales.....	16
3.4.1. Efectos sobre la eficiencia de las restricciones verticales.....	17
3.4.2. Externalidades verticales.....	18
3.4.3. Externalidades horizontales entre distribuidores	18
3.4.4. Externalidades horizontales entre productores.....	18
3.4.5. Reducción de costos de transacción	19
3.4.6. Inversiones específicas.....	20
3.5. Efectos Anticompetitivos de las Restricciones Verticales.....	20
3.5.1. Exclusión de competidores	21
3.5.2. Reducción de la competencia intermarca.....	22
3.5.3. Facilita los acuerdos colusivos.....	22
4. ANALISIS PARTICULAR DEL CASO.....	22
4.1. Distribución Exclusiva y Barreras a la Entrada.....	23
4.2. Un modelo simple para demostrar cómo la Distribución Exclusiva podría llevar a monopolizar un mercado.....	25

4.3. Efectos de las conductas analizadas.....	27
5. CONCLUSIONES.....	38
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	43



1. INTRODUCCIÓN

Se me ha encomendado, en el marco del proceso judicial seguido ante el Honorable Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), caratulado "Demanda de Transportes Delfos Limitada contra S.C.L. Terminal Aéreo de Santiago S.A. y otra", Rol C Nº 283-2014, elaborar un informe a fin de que, conforme a la información disponible, pueda constatar la efectividad o no de haber existido en dicho caso una conducta atentatoria a la libre competencia por parte de los requeridos en dicho mercado relevante.

Para el desarrollo de esta tarea, el presente informe se ha estructurado en cuatro grandes apartados, en un primer capítulo se lleva a cabo una breve descripción de los acontecimientos que han generado la presente denuncia ante este Tribunal. Un segundo apartado hace una revisión de la literatura relevante en materia de restricciones verticales, centrando su análisis en el impacto que este tipo de conductas genera sobre la libre competencia. Un tercer capítulo permite realizar asumiendo los antecedentes y la literatura revisada un análisis detallado de los efectos anticompetitivos que se vendrían generando desde un tiempo a la fecha en el mercado de transporte de pasajeros desde el Aeropuerto Comodoro Arturo Merino Benítez a la ciudad de Santiago. A partir del trabajo realizado, se desprende claramente que las conductas de las empresas denunciadas tiene como objetivo principal el reducir e impedir la competencia del transporte de pasajeros en el mercado relevante definido por medio de minibuses.

2. ANTECEDENTES

Aproximadamente, desde el año 2000 al presente, el Aeropuerto de Santiago (o "SCL") ha venido desarrollando y obteniendo un beneficio directo del transporte terrestre de pasajeros; para lo cual ha incitado y amparado conductas que intentan desplazar a Transportes Delfos (en adelante "Delfos") de su actividad del transporte público terrestre de pasajeros en el Aeropuerto.

Durante el año 2012, SCL llamó a Licitación de la Vía Controlada o Vía Exclusiva, siendo adjudicada la subconcesión a la empresa Maxximiza S.A., un hecho a destacar es que se ignora los criterios bajo los cuales se efectuó tal adjudicación, lo que se estima es que Maxximiza y SCL se coordinaron para aprovechar la posición dominante de la Concesionaria en lo relativo al transporte de pasajeros terrestre desde y hacia el Aeropuerto, en atención a que, en virtud del contrato de subconcesión, siendo conferido la facultad de poder disponer de los denominados "facilitadores", que no son otra cosa que voceadores, los que pueden operar en toda la terminal, incluso dentro de la zona restringida de correa de maletas e inmigraciones del Aeropuerto; de manera tal que la captura del pasajero se podría hacer en un sector en donde no tiene acceso la competencia, en este caso Delfos. Para el caso de los "facilitadores" se presentan como personas cuyo objeto es asistir a los pasajeros para que puedan hacer simplemente efectivas sus reservas; la verdad es que el objeto preciso de los voceadores es derivar la demanda de transporte terrestre, hacia tal o cual prestador del servicio, obviamente con los incentivos claros de llevar a los potenciales clientes a servicios de transporte que generen un mayor beneficio al administrador de la vía, como sería el transporte de pasajeros mediante automóviles de turismo o taxis, vulnerando las reglas mínimas básicas de la libre competencia.

Efectivamente, y de acuerdo a las bases de licitación, el negocio de SCL se construye sobre "un 100% de los ingresos netos por concepto de Estacionamiento de Taxis en el área definida", y, a mayor abundamiento, "con el 10% de los ingresos netos percibidos por concepto de tarifa por servicio", conforme fluye del art. 2.4.1 de las Bases de Vía Controlada. Dicho de otra manera, si los "facilitadores" o "voceadores" capturan una mayor cantidad de pasajeros dentro del área restringida de recepción de maletas y los dirigen a los taxis (sean de techo amarillo o cualquier otro), que por necesidad de operación, deben necesariamente utilizar los estacionamientos que la sub concesionaria administra; mayor es el ingreso que percibirá la concesionaria.

Por su parte, la subconcesionaria percibe el 90% de los ingresos netos recaudados por concepto de servicios, más la cantidad única y total de 300 Unidades de Fomento por concepto de administración y operación del estacionamiento, lo que corresponde a una

tarifa en dos partes, uno de los mecanismos utilizado para ejercer el poder de mercado en un mercado con la presencia de restricciones verticales. Además percibe un ingreso irregular (no establecido en las Bases) proveniente de la gestión de venta y cobro a los pasajeros de los servicios que prestan los taxistas. Esto último conforme información que fuera proporcionada al suscrito por los propios taxistas.

Una breve revisión de las Bases y de la forma en que se está llevando a cabo el proceso de la Vía Controlada, no hace difícil concluir que en un futuro inmediato el medio de transporte entre el Aeropuerto y la ciudad de Santiago estará conformado sólo por los buses (como un medio de transporte más económico) y los taxis, desapareciendo los minibuses, como tarifa intermedia, pues no podrá captar clientes que ya están dirigidos por los "facilitadores" que las demandadas han dispuesto en zona restringida, en donde carece de acceso Transportes Delfos. Un simple análisis, además, nos conduce a constatar la perfecta relación que se genera entre SCL y Maxximiza S.A., en donde la única manera racional de incrementar sus ingresos surte sobre la base de una eliminación "por razones de mercado" de Delfos.

Las Bases que regulan la licitación del Aeropuerto por parte de SCL, señalan expresamente que SCL no puede impedir el acceso igualitario de los usuarios a los servicios ni que los prestadores de servicio pueden ser discriminados. En el caso que nos ocupa, con el beneplácito de SCL se configuran estructuras y sistemas que impiden el acceso igualitario de las empresas prestadoras de los servicios a los usuarios. En primer lugar, y como se dijo, se establece que los captadores o promotores de Maxximiza, o sea los encargados de contactar a los pasajeros que desean tomar taxis, pueden captar estos pasajeros en zonas públicas restringidas como son el sector de correa portaequipajes, donde no tienen acceso los vendedores o promotores de Delfos, las cuales disponen de mesones de atención al público, en donde los empleados no pueden salir de detrás del mostrador. De esta manera, Maxximiza S.A. tiene un acceso preferente a los usuarios, los cuales son conducidos en forma discriminatoria al counter de los taxis, sin que las empresas de minibuses puedan competir.

Un segundo aspecto donde se produce discriminación, considerando que en la actualidad existen estacionamientos concesionados tanto para empresas de minibuses como taxis, consistiría de acuerdo a las Bases de la Vía Controlada en que se ha dejado en manos de Maxximiza la decisión de la ubicación de los estacionamientos de las empresas de minibuses, privilegiando los lugares de estacionamiento para los taxis. De este modo, el usuario no tiene acceso igualitario a subirse a un minibus o un taxi, lo cual no sólo es contrario a los contratos de subconcesión vigentes -que son previos al de la Vía Exclusiva-, sino a la libre competencia, porque se le entregan nuevas herramientas a un competidor para discriminar a los minibuses. La posición dominante de la demandada SCL deriva de tener el monopolio legal de la administración del Aeropuerto y actuando -en su carácter de concesionaria- como delegataria en la administración de un bien público fiscal. Sin embargo, dicha empresa, en los hechos, proporciona exclusivamente a Maxximiza S.A. todos los medios de que dispone la concesionaria, para que los facilitadores cumplan la función de dirigir la demanda a los servicios de transporte público terrestre de pasajeros, que en definitiva administra directa y efectivamente Maxximiza. A mayor abundamiento, Maxximiza queda facultada de acuerdo a las Bases, para organizar y administrar la Vía Exclusiva en relación con los taxis con quienes conviene directamente, sin ninguna forma de licitación, la prestación de sus servicios dentro de los estacionamientos que Maxximiza habilita, organiza, administra y explota económicamente; de manera tal que es acá en donde se produce la mayor distorsión del mercado, puesto que:

- i.) Por una parte, dispone de los voceadores;
- ii.) Por otra parte, dispone de la explotación de los estacionamientos, estableciendo o decidiendo quiénes los ocupan por trato directo, sin ningún tipo de licitación, de manera tal que Maxximiza conviene directamente con los taxistas la forma en que estos prestan el servicio y los cobros que éstos efectuarán a los clientes.

Por otro lado, en las Bases de la Vía Exclusiva se dice que Maxximiza les cobra a los taxistas por el estacionamiento y por entregarles un pasajero. En este documento no se expresa claramente que Maxximiza no cobra por los servicios de taxi. Lo que se argumenta es que es el taxista quien cobra el traslado a bordo del taxi y que estos fijan

libremente su tarifa porque en los estacionamientos de Maxximiza se permiten todo tipo de taxistas como taxis ejecutivos, taxis de turismo y taxis techo amarillo. Se pretende demostrar que los taxis competirán libremente al ofrecer distintos valores por la misma carrera. Sin embargo, ello no es así, porque Maxximiza concentrará toda la oferta de taxis bajo el esquema trato directo y en consecuencia queda en posición dominante para no impedir el aumento de las tarifas en forma general. Dicho lo anterior, la cuestión es por qué los taxistas tendrían interés en aceptar estas condiciones. La respuesta es porque Maxximiza creará una central de reservas que se promocionará en los counters que dispone la Vía o de un asociado (por ejemplo Transvip que ya dispone de una central de reservas en funcionamiento) a los taxis y a bordo de los vehículos. Los servicios del Aeropuerto a la ciudad, serán vendidos, comisionados y traspasados a los taxistas, quienes no disponen de estos servicios, porque no están organizados. Como se ve, este es el principal efecto de las conductas desarrolladas por las demandadas, porque esta central de reservas podrá efectivamente ofrecer servicios de taxis y minibuses y concentrar todo el mercado, al generarse y promoverse como la única "Central Oficial" de servicios hacia el Aeropuerto.

Cabe hacer presente que el más interesado en desarrollar esta central telefónica puede ser Transvip, porque dicha empresa a diferencia de Delfos también posee el servicio de taxis, e históricamente ha contado con la cooperación irrestricta de SCL, y hoy con la cooperación de Maxximiza, quien entre otros beneficios le ha conferido a la empresa Transvip trece estacionamientos exclusivos más en la calle segregada de acceso al Aeropuerto, que a su competidora Transportes Delfos que cuenta solamente con 5 estacionamientos. Delfos, en cambio, sólo opera minibuses. En este caso, la operación de Transvip consistiría primeramente en distribuir entre sus taxis estos servicios y pasajeros; y luego el resto iría a los taxistas. Para ello sólo requiere -y lo tiene- el apoyo de SCL, Maxximiza, y potencialmente del nuevo concesionario del Aeropuerto, quienes en virtud de la posición dominante que naturalmente detentan, están en condiciones de otorgar todas las facilidades para que se logren los fines perseguidos, entre otros, hacer desaparecer a Transportes Delfos.

K22

Por otra parte, a los taxistas igual les convendría este esquema, porque dejarían de entrar vacíos al Aeropuerto y pasarían a entrar con pasajeros, con lo cual la carrera o vuelta sería redonda, pues entregado el pasajero en el domicilio que éste designe; queda inmediatamente ocupado el taxi gracias a la gestión de la central de reserva, para volver con pasajeros hacia el Aeropuerto. Como se aprecia, las conductas cometidas por las demandadas y los efectos reales y potenciales de las mismas, dan cuenta de graves atentados a la libre competencia que en nada dicen relación con la eficiencia que debe existir en los mercados, la que Delfos ha procurado permanentemente desarrollar.

2.1. Relación de Concesionaria SCL con el Transporte de Pasajeros desde el Aeropuerto.

Desde el año 2000 a la fecha, SCL ha presentado una estrategia de alcanzar una explotación directa del servicio de transporte terrestre de pasajeros desde el aeropuerto de Santiago; para lo cual ha llevado a cabo conductas que intentan desplazar a actores como Delfos del ámbito del transporte público terrestre de pasajeros desde el Aeropuerto a la ciudad de Santiago. Es así, como a partir de la licitación pública del transporte de pasajeros del año 2000 mediante buses y minibuses, en dichas bases y tal como lo indican dictámenes de la Honorable Comisión Preventiva (en adelante "HCP") y Honorable Comisión Resolutiva Central (o "HCRC") no se incorporan los cobros de una tarifa única y razonable a las empresas interesadas en prestar el servicio y usar como criterio de adjudicación la menor tarifa a los usuarios del servicio, sino que indican claramente que el servicio será adjudicado a quien ofrezca el mayor valor mensual a SCL por la subconcesión, dando de esta forma libertad tarifaria al servicio de transporte de pasajeros.

Durante el año 2003 y mediante el Dictamen N°684 de la HCP y luego ratificado por la HCRC, se resuelve que las empresas que se adjudicaron la subconcesión, es decir, Empresa de Transportes Rurales (Tur Bus) y Transportes Centro Puerto Limitada, empresas que operan en forma conjunta el servicio a través de Operadora de Servicios Aeroportuarios Limitada (cuyo nombre de fantasía OSA Limitada), deben realizar operaciones de forma independiente, como también permitir el ingreso de un nuevo actor que preste el servicio de minibuses. Toda la situación anterior, posiblemente bajo el

amparo de SCL. Pero también, durante el año 2003 no se realiza el llamado a licitación por el segundo cupo del servicio de minibuses sino que OSA al separarse en los servicios de Buses Turbus, Buses Centropuerto y Minibuses Transvip, agrega con la autorización de SCL a Turtransfer como prestador del servicio en minibuses, contraviniendo las Bases al no licitar. En atención a que a pesar de estar "separadas" las empresas antes mencionadas y sancionadas por la Comisión Resolutiva; Concesionaria SCL Terminal de Santiago S.A. les ofrece participar en el servicio de transporte en taxis de turismo, formando así, una concentración de los proveedores del servicio aún mayor, lo que determina la intervención del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

De la anterior situación descrita, y, mediante Sentencia N° 61 del año 2007 del TDLC, se condena a SCL a dar termino de los contratos de subconcesión del servicio de taxis de turismo, siendo obligada a asignar esta subconcesión mediante un proceso de licitación pública abierta, ya que el concesionario del aeropuerto permitía el funcionamiento de servicios mediante el sistema de prórrogas sucesivas, por lo que no iniciaba el proceso de licitación a fin de garantizar un cobro de tarifa irregular y determinar la entrada de prestadores dentro del mercado de transporte terrestre al Aeropuerto, ejerciendo de esta forma su poder de mercado, tal como queda establecido en el considerando decimonoveno de la Sentencia N°61. A pesar de que esta Sentencia no dice mención a los servicios de minibuses que realiza Delfos, es interesante observar como SCL mantiene su conducta de ejercer su poder de mercado, no solo en lo referente al transporte público, sino que también en los servicios de Courier, que mantienen operaciones en el Aeropuerto hecho que se da a conocer en la Sentencia N° 75 del año 2008, donde se indica que SCL incurrió en discriminaciones injustificadas al establecer tarifas diferentes a empresas Courier que se encuentran en una misma situación contractual, y además al establecer un esquema distinto y más favorable a un actor determinado, abusando así SCL de su posición dominante, lo que constituye una infracción sancionable de acuerdo a la normativa vigente en materia de libre competencia. Lo interesante de la Sentencia N° 75 es que claramente el TDLC reconoce la reincidencia de SCL en materias de libre competencia, siendo confirmadas estas dos sentencias en la Excelentísima Corte Suprema en los años 2008 y 2009 respectivamente.

Luego de que la Corte Suprema confirmara las Sentencias del TDLC se observa un evidente bajo interés en llamar a licitación para los servicios de buses, minibuses y taxis, hecho que ocurre a finales del año 2011, fecha en que se licitan finalmente estos servicios, no antes permitiendo SCL en 2010 el término de las operaciones de Turtransfer dejando nuevamente una sola empresa como Transvip en el servicio de transporte en minibuses por dos años sin llamar a licitación, sin cumplir lo indicado en la sentencia N°61; permitiendo SCL que la única subconcesionaria de transporte público de pasajeros en el Aeropuerto, la empresa Transvip, opere sola en este mercado, utilizando incluso la flota de Turtransfer para operar, la cual es pintada con el logo de Transvip, todo ello siempre con el consentimiento de la Concesionaria.

3. CONSIDERACIONES PRELIMINARES SOBRE EL MERCADO RELEVANTE DEL CASO Y LAS EVENTUALES CONDUCTAS PRESENTES EN EL MISMO

3.1. Acerca de la definición del Mercado Relevante

La definición del mercado es un aspecto de relevancia en temas de competencia ya que el poder de mercado se encuentra asociado a la participación en un determinado mercado, lo que si bien es discutible, tiene sentido, dado la participación de mercado como condición necesaria, pero no suficiente, para confirmar la existencia de poder de mercado. La definición apropiada de mercado ha estado presente en los más famosos casos de competencia y en especial en Chile ha sido parte en los casos de competencia. A partir de una noción técnica que define un mercado como la instancia en la que se transan bienes sin sustitutos, se puede avanzar hacia una definición práctica que tenga cierto contenido empírico. Es así que en Estados Unidos, se ha hecho un esfuerzo que apunta en esa dirección y que ha seguido, al menos en lo conceptual al entorno nacional. Así, en las guías de procedimiento para autorizar fusiones de empresas dentro de sectores similares emitidas por la Federal Trade Commission y el Departamento de Justicia de los Estados Unidos, se realiza un ejercicio para definir el mercado geográfico relevante para un productor y cuya base conceptual es perfectamente aplicable a monopolio de productos. Este ejercicio, conocido como el SNIPP Test, responde qué pasaría si un monopolista hipotético de un producto establece un "pequeño pero significativo y no transitorio" aumento en el precio del producto en una ubicación geográfica específica, dejando los

1525

demás términos de la venta (plazo, etc.) y precios en las otras ubicaciones geográficas constantes. Si en respuesta al aumento en el precio, la disminución en las ventas es tal que no resulta conveniente aumentarlo, entonces quiere decir que muchos compradores acudieron a comprar a las otras ubicaciones geográficas, y que por lo tanto se debe incluir en la definición de mercado a la siguiente ubicación más cercana. Este proceso sigue, hasta que se encuentra que para un hipotético monopolista que ocupa un mercado geográfico determinado le es conveniente realizar el aumento en el precio en ese mercado, caso en el cual la definición de mercado no se expande adicionalmente.

En relación al caso en análisis, cabe considerar que todo pasajero que viaja desde el Aeropuerto a Santiago debe decidir entre un servicio exclusivo o un servicio colectivo (el colectivo en bus no compite con el colectivo en minibús). Los servicios colectivos sólo los pueden prestar los minibuses y los buses. En cambio, los servicios exclusivos los pueden prestar los taxis y los minibuses. Si los captadores -facilitadores o voceadores- de que dispone Maxximiza tienen o cuentan con un acceso preferente a los pasajeros por la cooperación que brinda SCL, tal actividad y operación va a incidir necesariamente en la decisión de estos; ya sea porque los voceadores sólo les presentan una mínima variedad de transporte público terrestre como es el caso de buses o taxis, ya sea porque los voceadores los dirigen y animan a utilizar el medio de transporte que les reporta mayores utilidades a la Concesionaria y a Maxximiza, como por ejemplo informando al pasajero que la mayor seguridad personal la obtienen en los taxis; o que los precios de estos son en mejores condiciones que cualquier otro medio de transporte, o cualquiera otra situación relevante para un pasajero que llega a Santiago y desconoce el mercado del transporte público de pasajeros dentro del Aeropuerto, de cualquier manera llevándolos a tomar mayoritariamente servicios de taxis. Por lo tanto, las empresas de minibuses no sólo perderán los servicios exclusivos, sino que una parte importante de los servicios colectivos. Para que Maxximiza controlase todo el mercado, bastaría que se modifique levemente su subconcesión, permitiendo el acceso de minibuses de transporte privado a los estacionamientos de Maxximiza, los que por su capacidad competirían con los minibuses colectivos. Este hecho se materializará en día 1 de octubre de 2015 con el término de la subconcesión que actualmente detenta Delfos y Transvip, y la entrada en pleno vigor del trato directo que ampara el nuevo sistema de concesión respecto de los servicios de

transporte público. Teniendo en consideración lo anterior, es posible determinar que, en el presente caso, el Mercado Relevante corresponde al transporte de pasajeros desde el Aeropuerto a cualquier punto de Santiago, transporte realizado por medio de minibuses y taxis.

3.2. Acerca de las eventuales conductas presentes en el presente caso

Las restricciones verticales existen en todo ámbito de cosas. Las universidades en Chile, como la mayoría de las universidades en el mundo, limitan el rol de sus profesores en otras, teniendo progresivamente contratos de exclusividad. Un conjunto de estudios de abogados han ido tendiendo a separarse debido a que se auto imponen restricciones de atender a diferentes clientes de una misma industria y que pudieran ser rivales. Aparte de estos contratos, que pueden considerarse unilaterales, existen otros entre empresas, de similar naturaleza que también son comunes, por ejemplo, que un distribuidor de combustibles mayorista impida a sus distribuidores vender gasolina de los rivales, parece natural e incluso ha sido explícitamente autorizado y permitido por las instituciones antimonopolios, estos acuerdos limitan el acceso a competidores a inputs que pueden ser útiles para incrementar la rivalidad en un mercado. Sin embargo, es probable suponer que en un conjunto de situaciones, no hay riesgo de acciones anticompetitivas. A partir de esto, se ve la imposibilidad que en muchos casos no haya una búsqueda de un objetivo de monopolizar un determinado mercado, el que hace que la distribución exclusiva sea considerada hoy en la mayoría de las legislaciones modernas bajo el criterio de la regla de la razón. De hecho, la distribución exclusiva, como la mayoría de las conductas de restricciones verticales entre diferentes agentes económicos, es una forma menos fuerte de integración vertical, lo que en general no es una forma organizacional cuestionada por se por las autoridades de la libre competencia. Una posible excepción a esta regla es el caso en que existe regulación de precios en una etapa y la integración vertical se usa para eludir tal regulación. Ella, no obstante, requiere que la integración involucre la posesión de un "insumo esencial", es decir, un activo fundamental para la producción del bien, activo que por lo demás debe tener una disponibilidad fuertemente limitada para otros competidores, lo que claramente se ve reflejado en este caso a través de la vía exclusiva.

Así, las primeras dos preguntas relevantes relacionadas con restricciones verticales a que deben y se suelen abocar las instituciones de libre competencia en el mundo son: i) si la proporción de las ventas totales que se lleva a cabo bajo dicha restricción en el mercado relevante es sustancial, de modo de ver si la conducta limita el ingreso de una empresa a un insumo esencial, y ii) si existen problemas a la entrada de ese mercado.

Los bienes de consumo habitualmente se producen en diferentes etapas, desde la producción de materias primas o *inputs* intermedios hasta la fabricación del producto final. En esta última etapa se encuentran empresas que sólo ocasionalmente venden sus productos directamente a los consumidores, siendo lo más habitual la venta a través de un determinado canal de distribución. Las relaciones de compra-venta entre productores y distribuidores, o en general, entre dos empresas relacionadas verticalmente, incluyen, en ocasiones, algún tipo de acuerdos que tiene por objeto restringir o modificar las decisiones de una de las partes del acuerdo.

Los acuerdos verticales, son aquellos que tienen lugar entre empresas situadas en distintos eslabones de la cadena productiva y tienen un carácter claramente diferenciado de los acuerdos horizontales, que son los que tienen lugar entre competidores directos. Las empresas que compiten entre sí en el mercado venden productos sustitutos mientras que las empresas relacionadas verticalmente producen bienes complementarios en su consumo. Esta diferencia es importante a la hora de valorar los efectos sobre la competencia de los distintos tipos de acuerdos. En el caso de empresas competidoras, los beneficios mejoran en la medida que los costos y precios de sus competidores aumentan, sin embargo, cuando dos empresas están verticalmente relacionadas un aumento en los precios o costos de una de ellas perjudicará a la otra. Desde el punto de vista del análisis económico, los acuerdos que tienen lugar entre competidores en la mayoría de los casos tienen efectos negativos sobre la eficiencia y conllevan por tanto pérdidas de bienestar. Mientras que aquellos que se producen entre empresas con bienes complementarios contribuyen en buena parte de los casos a mejorar la eficiencia de la estructura vertical. Esta diferencia se recoge en la mayor parte de las regulaciones de competencia en la medida en que los acuerdos horizontales están prohibidos *per se*, es decir, sin necesidad de demostrar su carácter anticompetitivo, mientras que los acuerdos verticales están

regulados bajo la regla de la razón y por tanto, la mayoría de ellos han de ser evaluados ponderando los efectos pro y anticompetitivos para determinar su prohibición. Para realizar esta evaluación es importante tomar en consideración los principales resultados del análisis económico sobre los efectos de acuerdos verticales.

3.3. Tipos de Restricciones Verticales

Los acuerdos (o restricciones) verticales tienen lugar entre empresas situadas en distintos eslabones de la cadena productiva y por tanto producen bienes complementarios. Aunque los acuerdos más frecuentes son aquellos que tienen lugar entre el productor de un bien (o servicio) final y los distribuidores de tal bien (o servicio), en muchas ocasiones estos acuerdos se pueden establecer entre productores de un bien intermedio y productores de bienes finales. A continuación se describen los principales tipos de acuerdos verticales regulados por las autoridades de competencia.

3.3.1. Acuerdos de Franquicia

Los acuerdos de franquicia incluyen una licencia de derechos de propiedad intelectual relativos a marcas o a determinados conocimientos técnicos para la utilización y la distribución de bienes o servicios. Contienen en general una combinación de restricciones verticales referentes a los productos distribuidos, en particular la distribución selectiva y/o la exclusividad de marca y/o la distribución exclusiva, o alguna forma suavizada de estas restricciones.

3.3.2. Mantenimiento del precio de reventa

Este tipo de restricción implica que el productor establece el precio al cual el distribuidor tiene que vender sus productos. En este caso, la decisión del precio de reventa no la toma el distribuidor, sino el productor del bien, ya sea a través de un único precio, o un límite máximo o mínimo. La recomendación de precios también se incluiría en este grupo, aunque en este caso no existe una imposición por parte del productor.

3.3.3. Fijación de cantidad

Los productores pueden fijar una cantidad máxima o mínima que el comprador tiene que adquirir en un período determinado de tiempo. Este acuerdo vertical de fijación de la cantidad intercambiada pueden tener, bajo ciertas condiciones, los mismos efectos que la fijación del precio.

3.3.4. Comercialización gama completa de producto (ventas vinculadas)

Existe una venta vinculada cuando un proveedor une la venta de un producto a la compra de otro producto distinto. En ocasiones el contrato supone la compra de la gama completa de bienes que produce el productor.

3.3.5. Exclusividad territorial

En este tipo de acuerdos el proveedor acepta no vender su producción más que a un único distribuidor para su reventa en un territorio determinado. Al mismo tiempo, el distribuidor ve a menudo limitadas sus ventas activas hacia otros territorios exclusivos.

3.3.6. Acuerdos exclusivos (marca única)

Los acuerdos exclusivos o de marca única implican que el distribuidor solamente adquirirá productos de la marca con la que ha realizado el acuerdo comprometiéndose a no distribuir productos de la competencia.

3.3.7. Distribución selectiva

Los acuerdos de distribución selectiva limitan, por una parte, el número de distribuidores autorizados y, por otra, sus posibilidades de reventa. La limitación del número de minoristas autorizados no depende del número de territorios, sino de criterios de selección vinculados en primer lugar a la naturaleza del producto. Un ejemplo típico son los bienes de lujo, que se distribuyen a través de establecimientos que cumplan ciertos estándares.

3.4. Fundamentos Teóricos de los Acuerdos Verticales

El análisis de los determinantes y efectos de los acuerdos verticales ha sido objeto de numerosos trabajos teóricos y en menor medida empíricos. Los trabajos teóricos se han

centrado en el efecto de las restricciones verticales básicamente en dos contextos: competencia intramarca y competencia intermarca. En el primero de ellos se analiza el efecto de las restricciones verticales dentro de la propia estructura vertical, sin considerar la competencia del productor con otras empresas o la competencia entre distintas estructuras verticales. Los resultados de estos trabajos ponen de manifiesto la existencia de numerosos efectos positivos de los acuerdos verticales sobre la eficiencia, los cuales darán lugar a ganancias de bienestar tanto para las empresas implicadas como para los consumidores. El segundo tipo de trabajos se centra en el análisis de los efectos de las restricciones verticales sobre el grado de competencia existente entre los distintos productores, es decir, competencia intermarca. En este contexto los trabajos teóricos identifican diferentes efectos anticompetitivos relacionados con la exclusión o el perjuicio hacia los rivales o bien la reducción del nivel de competencia en el mercado. Por lo tanto, los acuerdos verticales pueden ser utilizados como un medio de coordinación de las acciones entre empresas relacionadas verticalmente lo cual contribuiría a mejorar la eficiencia económica o pueden también emplearse como un mecanismo para reducir la competencia entre las empresas que producen el mismo bien. El balance entre ambos determinará el carácter pro o anti-competitivo de un acuerdo. A continuación se repasan con mayor detalle los principales resultados teóricos.

3.4.1. Efectos sobre la eficiencia de las restricciones verticales

Las restricciones verticales permiten en múltiples ocasiones coordinar las decisiones entre empresas ligadas verticalmente. Habitualmente las empresas toman decisiones en distintas variables (precios, nivel de servicios, publicidad, etc.) sin tener en cuenta los efectos (positivos o negativos) que estas decisiones causan sobre las empresas situadas por encima o por debajo de la estructura vertical. Estos efectos o externalidades puede afectar verticalmente (al productor o distribuidor) o bien horizontalmente a otros distribuidores o productores. Las restricciones verticales permiten en muchos casos internalizar estos efectos externos, mejorando la eficiencia.

3.4.2. Externalidades verticales

Las externalidades verticales son aquellas que tienen lugar dentro de la cadena vertical, típicamente entre productor y distribuidor. Cada uno de ellos fija un margen de beneficios dando lugar a lo que se conoce como doble marginalización. Este problema aparece en situaciones donde las empresas fijan sus precios por encima de sus costos marginales sin tener en cuenta el efecto que su decisión de precios causa sobre la demanda y por tanto sobre los beneficios de la otra empresa. El precio final que soportan los consumidores es excesivo debido a los márgenes sucesivos que imponen las empresas. La coordinación vertical en este caso, por ejemplo a través de la fijación del precio de reventa, resolvería el problema ya que el productor elegiría un precio que sería el óptimo para la cadena vertical en el que el margen del distribuidor sería mínimo. Esto daría lugar a precios finales inferiores y beneficios mayores incrementando el excedente de consumidores y empresas.

Una integración vertical en el que una de las empresas tomase las decisiones de precio y esfuerzo teniendo en cuenta los beneficios de ambas empresas nos daría el nivel óptimo de esfuerzo. También una restricción vertical en las que el productor le imponga el precio y el nivel de servicios (en caso que estos pudiesen ser observables y verificables) podría recuperar la eficiencia de la de la estructura vertical.

3.4.3. Externalidades horizontales entre distribuidores

Además de las externalidades que tienen lugar entre el productor y sus distribuidores, éstas pueden aparecer con frecuencia entre los distintos distribuidores de un mismo productor. Ello ocurrirá cuando el beneficio que genera el nivel (y calidad) de los servicios ofrecidos por un distribuidor beneficie a otros distribuidores, estas externalidades darán lugar a una provisión de servicios inferior a la que resultaría óptima desde el punto de vista de la estructura vertical.

3.4.4. Externalidades horizontales entre productores

En el caso analizado previamente las externalidades horizontales surgen entre distribuidores en un contexto en el que existe un solo productor y varios distribuidores, por tanto no se consideran los posibles efectos entre distintos productores. Sin embargo,

otra fuente de externalidades surge cuando varios productores comparten un único distribuidor. En este caso, el esfuerzo que hace uno de los productores para mejorar el canal de distribución lo que podría ser, invirtiendo en formación comercial o técnica, asistencia, promoción, entre otros, podría beneficiar al resto de productores que comparten el mismo distribuidor. Si el resto de productores no realizan este tipo de inversión actuando, como *free-riders*, podrían beneficiarse de las mejoras obtenidas y al no haber incurrido en la inversión puede ofrecer precios más competitivos, perjudicando al productor que sí ha realizado el esfuerzo. Este problema del *free-rider* da lugar a que los productores realicen un esfuerzo inferior al que sería óptimo desde el punto de vista de la estructura vertical.

Una forma de eliminar esta externalidad sería que el productor firme un acuerdo exclusivo con su distribuidor de manera que no pudiese comercializar productos de sus rivales. Aunque en tal caso, parte del esfuerzo beneficiará al distribuidor, al menos no revertirá directamente en beneficio de los competidores. Otra fuente de eficiencia ligada a los contratos de exclusividad es debida a que estos contratos aseguran que los distribuidores concentrarán todo su esfuerzo en promover la venta del producto que distribuyen. Si el distribuidor comercializa varios productos su esfuerzo se repartirá entre todos ellos.

3.4.5. Reducción de costos de transacción

La integración vertical ha sido tradicionalmente considerada un mecanismo que permite minimizar costos de transacción o al menos reducirlos por debajo de los que tendrían lugar si las transacciones tuviesen lugar en el mercado. Los costos de transacción se asocian, por ejemplo, a los costos de búsqueda de contrapartes en el negocio o bien, de las ineficiencias que resultan de los contratos incompletos, etc. de acuerdo a Besanko y Perry (1993), los autores formalizan esta idea y demuestran que un acuerdo exclusivo que obligue al distribuidor a comercializar una sola marca, incrementa el incentivo a invertir en este tipo de servicios y en general, da lugar a incrementos en el bienestar.

Las restricciones verticales permiten, en algunos casos, reducir los costos de búsqueda en la medida que se firmen contratos de largo plazo entre comprador y vendedor. Al limitar el

número de distribuidores o productores también permite reducir los costos de negociar con un mayor número de compradores.

3.4.6. Inversiones específicas

Las restricciones verticales pueden tener también un efecto positivo en promover cierto tipo de inversiones, realizadas por el productor o distribuidor que tiene un carácter específico y por tanto sólo son rentables en la medida en la que la relación entre ambos se mantenga. En este caso, el riesgo de realizar estas inversiones viene por la probabilidad de la ruptura en la relación y suele dar lugar a una sub realización de la inversión. Las restricciones verticales basadas en algún tipo de exclusividad, contribuyen a fomentar este tipo de inversiones. Por ejemplo, la exclusividad territorial garantiza al distribuidor un volumen de ventas sin posibilidad de competencia en una determinada zona geográfica, incentiva las inversiones específicas por parte del distribuidor. Si este tipo de inversión ha de ser realizada por el distribuidor, un acuerdo exclusivo, que prohíba al distribuidor comercializar productos rivales, también generará incentivos positivos.

3.5. Efectos Anticompetitivos de las Restricciones Verticales

El apartado anterior se ha centrado en los aspectos positivos de las restricciones verticales y las múltiples formas en las que se consigue mejorar la eficiencia de la estructura vertical. Sin embargo no se ha mencionado qué efecto pueden tener las restricciones verticales en la competencia entre diferentes estructuras verticales. En este apartado se repasan los principales resultados de los trabajos teóricos que han considerado la competencia entre productores. Es precisamente en este contexto en el que surgen la mayor parte de los efectos anticompetitivos de las restricciones verticales. Los dos principales efectos negativos sobre la competencia que se han estudiado con mayor profundidad han sido los relacionados con los posibles perjuicios ocasionados a los competidores actuales o potenciales y aquellos que conducen a una reducción de la competencia en el mercado. Entre los primeros destacan la expulsión de competidores actuales o potenciales de un mercado (*foreclosure*) o dificultar la supervivencia en el mercado de los competidores (por ejemplo ocasionándole incrementos en los costos). Los acuerdos exclusivos entre productor y distribuidor han sido los más analizados como causantes de este tipo de

efectos anticompetitivos en contra de los rivales. El segundo tipo de efecto anticompetitivo es de naturaleza diferente ya que no se trata de expulsar o perjudicar al rival sino reducir o suavizar la competencia inter-marca. Los acuerdos colusorios entre las empresas será el máximo exponente de esta reducción de la competencia. En este contexto las restricciones verticales que han centrado la atención de los trabajos teóricos han sido la exclusividad territorial y la fijación del precio de reventa como las más proclives a este tipo de efectos anticompetitivos.

3.5.1. Exclusión de competidores

Los contratos exclusivos han sido considerados en la literatura teórica como los principales causantes de las prácticas de exclusión de competidores. Estos contratos surgen cuando una empresa dominante (vendedor) contrata el uso exclusivo de un distribuidor restringiendo su uso a una empresa rival, o haciendo este uso más difícil o caro (barrera a la entrada). Si existiese un único distribuidor disponible en el mercado y firmase un contrato exclusivo con un productor, este contrato estaría excluyendo del mercado a competidores, eliminando la competencia intermarca. Aunque el posible efecto anticompetitivo de esta restricción vertical parece claro, la Escuela de Chicago critica la racionalidad de tal estrategia y por contratos exclusivos. Por ejemplo, empresas petroleras que contratan en exclusiva la comercialización de sus productos con las estaciones de servicio. Un distribuidor no aceptará un contrato que le obligue a comprar a una sola empresa y perder así la oportunidad de negocio con otros proveedores, que pudiesen ser incluso más eficientes. Sólo estaría dispuesto a aceptar el contrato si el proveedor estuviese dispuesto a compensarle. Tal compensación podría no hacer rentable la exclusividad. Los acuerdos verticales de este tipo tendrán cabida cuando existan ganancias de eficiencia. En cualquier caso, la existencia de un grado suficiente de competencia en ambos niveles de la estructura vertical dificulta este tipo de comportamientos anticompetitivos. Por ejemplo, un contrato exclusivo (marca única) entre un productor y un distribuidor no tiene por qué excluir del mercado a otros productores si existe un número suficiente de distribuidores que puedan ser utilizados por las marcas rivales.

3.5.2. Reducción de la competencia intermarca

Las restricciones verticales afectan a la competencia entre distribuidores, lo cual también puede afectar a la competencia de los productores que les venden sus productos, es así como Rey y Stiglitz (1993) analizan el papel que juegan los acuerdos de exclusividad territorial como un mecanismo de suavizar la competencia intermarca. Cuando un distribuidor tiene una exclusividad territorial está actuando como monopolista en el territorio asignado ya que no tiene que competir con otros distribuidores de la misma marca. Esto está reduciendo una parte de la competencia, lo cual da lugar a que las marcas rivales tengan también menos incentivos a actuar de forma agresiva.

3.5.3. Facilita los acuerdos colusivos

La restricción vertical que se ha demostrado facilita la colusión entre productores es la fijación del precio de reventa. Esta es considerada una restricción especialmente grave (es su versión de precios fijos o máximos) y, por tanto, no se le aplica la exención por categorías. Este argumento se recoge formalmente en el trabajo de Jullien y Rey (2007), en el que se demuestra que el mantenimiento del precio de reventa da lugar a una uniformidad de precios que facilitan la colusión entre productores dado que las desviaciones de precios son más fácilmente observables.

4. ANALISIS PARTICULAR DEL CASO

Habida consideración que la empresa SCL habría venido desde el año 2000 al presente, han venido desarrollando una estrategia que les ha permitido obtener un beneficio directo del transporte terrestre de pasajeros; para lo cual han incitado y amparado conductas que intentan y buscan desplazar a Delfos de su actividad del transporte público terrestre de pasajeros en el Aeropuerto.

En este ámbito y bajo la preocupación previa, la literatura de contratos de exclusividad sugiere que éstos pueden motivar a las partes a realizar inversiones que mejoran el valor de la relación entre las partes y que de otra manera no se realizarían. El más conocido de estos argumentos es el de Marvel (1982), que sostiene que los contratos de distribución

1536

exclusiva pueden promover la eficiencia cuando las inversiones están sujetas a expropiación a través de acciones de "free riders". Un ejemplo de ello se da cuando un proveedor invierte en publicidad para atraer consumidores a una tienda de *retail*, y donde el *retailer* puede incentivar a que los clientes que llegan por esta publicidad terminen consumiendo productos de proveedores distintos al que hizo la inversión. La existencia de acuerdos de exclusividad prevendría aquello, pues sin la limitación de estas conductas el proveedor vería reducidos los incentivos a realizar publicidad u otras inversiones que puedan incrementar la eficiencia del intercambio. Siguiendo esta línea de argumentación, Besanko y Perry (1994) predicen que el uso de la distribución exclusiva estará positivamente correlacionado con la realización de inversiones específicas que realice el proveedor.

Por su parte, como señalamos, la literatura también plantea que los contratos de exclusividad, bajo ciertos ambientes, pueden ser utilizados como una herramienta anticompetitiva, ya sea cerrando el mercado a la entrada de nuevas empresas o aumentando el costo de los rivales (Bernheim, D. y D. Whinston, "Exclusive Dealings" *Journal of Political Economy*, 1998). Otros estudios que incluyen argumentos o modelos en los cuales también se pueden producir reducciones del bienestar a través de la distribución exclusiva son Comanor y French, 1985; Matthewson y Winter, 1987 y Besanko y Perry, 1994).

4.1. Distribución Exclusiva y Barreras a la Entrada

Las distintas teorías sobre los efectos de las ventas exclusivas, y que se diferencian según el efecto esperado de la exclusividad sobre la competencia, pasan sin duda por consideraciones relativas a la existencia previa de barreras a la entrada o a si la exclusividad es en sí misma una barrera a la entrada. Esto se puede ilustrar con un caso simple. Supongamos que hay ciertos grados de competencia en la producción o manufactura de un bien "X", y en donde su distribución debe ser realizada por terceros. Suponemos también que existe un productor establecido que cuenta con una participación importante de mercado y distribuidores independientes a los que vende su producto. Suponemos que la distribución por esos medios independientes es esencial para que un entrante potencial pueda llegar al consumidor. Si el productor pre establecido condiciona

la venta de su producto a los distribuidores imponiendo la condición que no vendan el producto de su competencia, ello puede aumentar la distribución del incumbente a costa de los entrantes o de los pequeños, puesto que para los distribuidores, la pérdida del proveedor grande, es significativamente más costosa que aquella de los pequeños (ello por las participaciones relativas, y por una supuestamente baja sustitución entre los productos de los proveedores).

Consecuentemente, lo central en este tipo de argumentos es entonces la capacidad del productor establecido de limitar el acceso al canal de distribución del rival, canal que debe cumplir con la condición de tener características de insumo esencial. Así, como se puede inferir inmediatamente de este argumento, ello requiere la existencia de barreras a la entrada significativas a ese canal, y que el canal represente una proporción importante de la distribución de ese producto. No es extraño entonces que la jurisprudencia norteamericana exija como condición de ilegalidad a la distribución exclusiva, que ésta dé cuenta de una porción significativa del mercado (en el orden de 40% según doctrina reciente). En esta línea, la existencia de barreras a la entrada a los canales de distribución y a la creación de medios de distribución es un requisito importante, lo que ha focalizado el análisis de los tribunales norteamericanos. En este ámbito, es fácil demostrar que la existencia de barreras a la entrada a un canal de distribución puede facilitarse cuando el productor tiene una alta participación en el mercado y existen barreras a la entrada al nivel de producción. Con tal participación, el productor establecido puede inducir, por ejemplo mediante la amenaza de no vender más por ese canal, a que los distribuidores vendan exclusivamente el producto y excluyan competidores. En esta línea se enmarcan críticas a contratos del tipo "*full line forcing*" donde el distribuidor es obligado a comprar toda la línea del productor, lo que puede dejar sin acceso al canal de distribución a productos provistos por la competencia que pudieran ser interesantes para cualquier distribuidor. Este también es el caso de condicionamientos de venta, en donde la condición es a que no se compre a otro competidor. Con algún matiz, pero de igual naturaleza, está el caso en que el productor con un alto porcentaje del mercado o la posibilidad de sostener por un período de tiempo relativamente extenso guerras de precio importante (argumento tipo "*deep pocket*") entrega regalías y descuentos en función de excluir al rival.

Por otra parte, existen también modelos en que la distribución exclusiva facilita la coordinación colusiva. Este grupo de teorías requiere acuerdos entre competidores y una generalización de la práctica en todas las instancias de distribución y, por ende, de la existencia de barreras para mantener los incentivos a la disciplina en los acuerdos. Si bien esta es una línea posible, no es relevante para el caso que nos ocupa y no profundizamos aquí en ella.

Es así, que la situación actual y que es motivo de disputa, la Vía Exclusiva se transforma en un insumo esencial, luego la barrera a la entrada se establece mediante el acceso a dicha vía, la cual presenta la característica de ser un insumo relevante para el servicio de transporte de pasajeros. Esto es provocado por que en la actualidad la Vía ha favorecido con mayor cantidad de estacionamientos a los taxis, discriminando una mayor cantidad de estacionamientos para Transvip en relación a 13 estacionamientos en contra de los cinco que Delfos dispone en la calle segregada de acceso al Aeropuerto, la cual presenta una restricción de capacidad, no disponiéndose de más estacionamientos para los minibuses. El impacto de esta barrera, se traduce en el hecho de que los proveedores del servicio de transporte de pasajeros definidos en el mercado relevante, no tendrán un acceso igualitario a los potenciales clientes, ya que el administrador de la Vía Exclusiva decide la distribución y ubicación de los estacionamientos, decidiendo de manera arbitraria donde se ubican los taxis y donde las empresas de transfer, afectándose el servicio y los tipos de cobros que realizarán a sus respectivos clientes.

4.2. Un modelo simple para demostrar cómo la Distribución Exclusiva podría llevar a monopolizar un mercado

Una pregunta relevante es si puede la distribución exclusiva inducir o generar la exclusión y monopolización. La respuesta puede obtenerse a partir de un modelo muy simple que, como veremos, requiere de un conjunto de condiciones.

Supongamos que en el mercado hay N distribuidores. El proveedor entrante necesita un tamaño mínimo de $N^* < N$ distribuidores para que le compense invertir en el costo fijo de entrada de F (o en inversiones irreversibles requeridas para entrar equivalentes a ese

monto). En este caso, la entrada se bloquea si el incumbente puede celebrar contratos de exclusividad con un número de distribuidores X tal que:

$$N - X < N^*$$

Donde X puede estar expresado en número de distribuidores o en un porcentaje de las ventas totales. En términos más estrictos, X debiese ser la participación de los contratos de exclusividad de las distintas empresas establecidas en el total del mercado. De lo anterior se desprende que un bloqueo a la entrada, o la búsqueda de exclusión, a través de contratos de exclusividad es más probable a medida que (*ceteris paribus*):

- i) Mayor sea el número de contratos de exclusividad firmados por el establecido (X). En caso de que X corresponda al porcentaje de las ventas totales, esta restricción correspondería al porcentaje de las ventas totales realizadas a través de contratos de exclusividad. N^* puede estar expresado en ventas o en número de distribuidores (*retailers*). Lógicamente, la unidad de medida de X tiene que ser la misma que la unidad de medida de N y N^* . Un mayor X deja un menor mercado disponible para el entrante. Como la entrada es una preocupación constante, un establecido que desee excluir competidores del mercado se debe asegurar que exista un bajo porcentaje de compradores libres continuamente.
- ii) Menor sea N . La existencia de un menor número de distribuidores facilita la exclusión de proveedores a través de la firma de contratos de exclusividad al requerirse un menor número de contratos para cerrar el mercado.
- iii) Menores sean las barreras a la entrada para ingresar al mercado de la distribución (al mercado de los " N "). A modo de ejemplo, y en el extremo, si no hay barreras a la entrada para ingresar al mercado de la venta al consumidor, un bloqueo a la entrada a través de la firma de contratos de exclusividad que perjudique a los consumidores no sería posible. Lo anterior, debido a que la amenaza de entrada debiese desincentivar un alza anticompetitiva en los

precios o una disminución en la variedad de productos por parte de los distribuidores establecidos.

- iv) Mayor sea el costo en que hay que invertir para ingresar al mercado de la provisión del producto. Un mayor costo (F) incrementa N^* , lo que baja el X necesario para bloquear la entrada. Por lo tanto, mientras mayor sea el costo de entrada al mercado bajo análisis, menor será el número de contratos de exclusividad que redundará en una barrera efectiva a la entrada. Lo anterior está relacionado, fundamentalmente, con las economías de escala. Mientras mayores sean estas economías, la entrada de una empresa dependerá en mayor medida del número de compradores que espere tener. Las economías de escala pueden surgir tanto producto de la indivisibilidad de algunos factores de producción y/o de factores de demanda como de la existencia de economías de red.

De los puntos i) a iv) anteriores y de la misma preocupación reflejada en la literatura y la jurisprudencia, se infiere que un aspecto central de la discusión que busca determinar los posibles efectos de los contratos de exclusividad sobre la libre competencia es el porcentaje del mercado que debe estar cubierto por estos contratos para impedir el acceso de terceros a éste. Sin embargo, debe destacarse que lo anterior está también relacionado al tamaño del mercado en cuestión y a la tecnología para producir y distribuir.

Es así, que para el presente caso, mientras menor sea el número de distribuidores (N) que en este caso corresponde a Maxximiza como administrador de la vía exclusiva, lleva a que la existencia de un solo distribuidor facilita la exclusión de proveedores a través de la firma de contratos de exclusividad al requerirse un menor número de contratos para cerrar el mercado.

4.3. Efectos de las conductas analizadas

1. Los comportamientos anticompetitivos descritos anteriormente, al ser implementados desde septiembre del 2014 por SCL y Maxximiza, buscan proteger o reforzar el poder de mercado de SCL en su mercado, buscando hacerlo extensivo al transporte de pasajeros

desde el Aeropuerto hacia la ciudad de Santiago. Es así por ejemplo, que la firma de un trato exclusivo podría permitir a Maxximiza impedir el ingresos de potenciales rivales o incluso inducir la salida del mercado por parte de competidores existentes, mediante la restricción del acceso a un recurso productivo fundamental (cómo son los pasajeros) o haciendo más difícil o caro para sus competidores actuales o futuros conseguir dicho recurso. Un caso de este tipo se da en la situación donde el controlador de la Vía (Maxximiza), por vía de acuerdo tácito con uno de los agentes que usa la vía exclusiva (Transvip), facilita un mayor número de estacionamientos o posiciones de privilegio (Transvip en la puerta 3), no dando así un trato no discriminatorio a todos los actores que participan de la vía, como facilidad esencial.

2. La literatura económica ha presentado bastante interés en el estudio de la utilización de contratos de exclusividad por parte de una empresa dominante con el objetivo de dañar a sus competidores actuales o potenciales. La firma de un contrato de exclusividad como es el caso entre SCL y Maxximiza deriva en que es esta última la que organiza, coordina y ahora administra la Vía Exclusiva, debiendo los compradores actuales (Delfos) o los potenciales solo servir a la Vía. El argumento para la subscripción del contrato de licitación entre SCL (vendedor) y Maxximiza (comprador), deriva que ambas partes consideren rentable el acuerdo frente a otras alternativas.

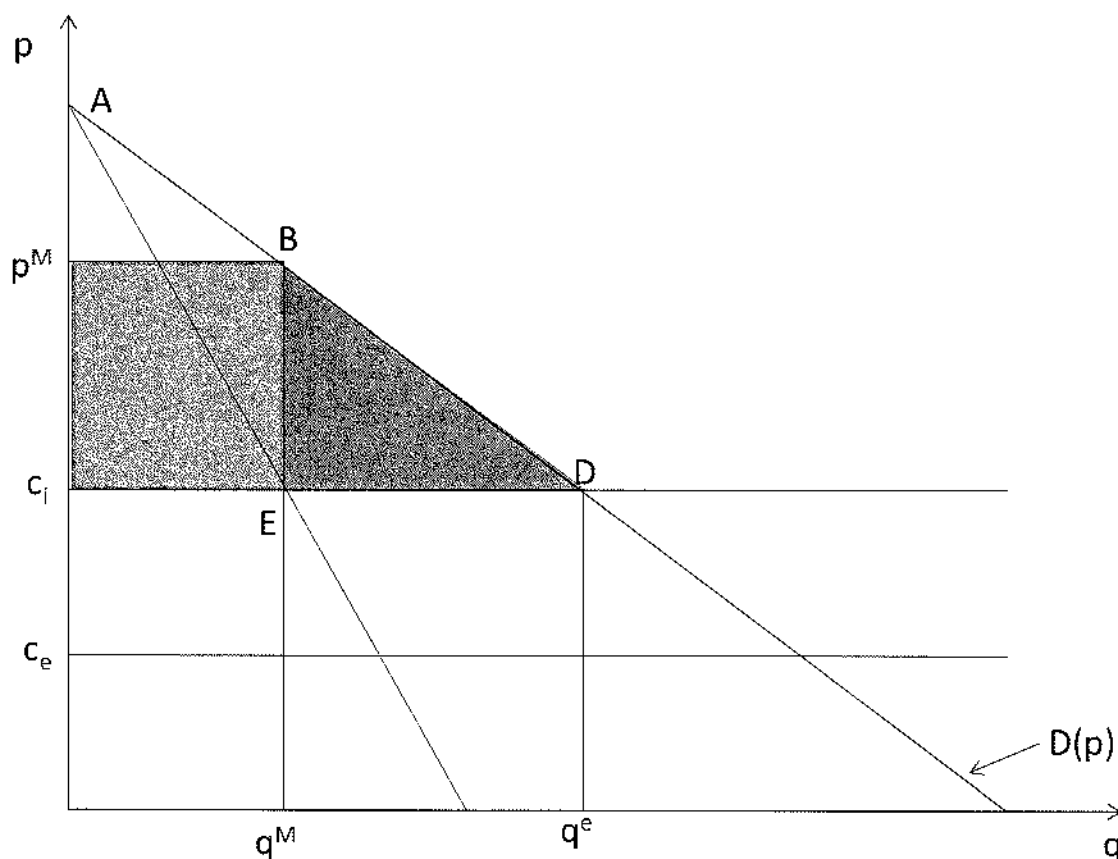
3. Para explicar con mayor detención el argumento anterior, se planteará el siguiente ejemplo. Se debe asumir que inicialmente hay una sola empresa establecida con costos medios constantes a iguales a c_i . Esta empresa abastece un mercado compuesto por un solo comprador cuya función de demanda es $D(p)$, tal como lo ilustra la Figura N°1, y conseguiría unos beneficios π^M , representados por el área $p^M BE c_i$, si disfruta de una situación de monopolio. Se asume además, un rival potencial más eficiente que podría entrar en el mercado de la empresa ya establecida si incurre en un costo fijo denotado por $f > 0$. Así, si esta empresa finalmente decide entrar operaría a un costo medio constante inferior, c_e , tal que $c_e < c_i$. Una vez producida la entrada, el resultado de la competencia

1542

entre el entrante y la empresa establecida implica que, en equilibrio, el entrante fijará un precio ligeramente por debajo de c_i y obtendrá todo el mercado².

En lo que respecta al comprador, bajo monopolio, obtendría un excedente ECM que corresponde al área delimitada por $Ap^M B$ y, si ocurre la entrada, un excedente EC^e igual al área $Ac_i D$.

FIGURA N°1



Si el comprador aceptara un contrato de trato exclusivo, se estaría comprometiendo a comprar al monopolista incluso en caso de que ocurriera la entrada. En estas circunstancias, el potencial rival no tendría ninguna expectativa de ingresos futuros y renunciaría al ingreso, de manera que el comprador terminaría pagando el precio del monopolio por el bien. En el caso de rechazar el contrato, el comprador desencadenaría la

² Supondremos que, en ausencia de la firma del contrato de exclusividad, el potencial competidor considerará rentable la entrada puesto que sus ingresos esperados serán mayores que el costo de entrada, es decir, $(c_i - c_e)D(c_i) > f$ donde $D(c_i)$ es la demanda que recibe el entrante en equilibrio.

1543

entrada y se beneficiaría de un precio más bajo. Por consiguiente el comprador no firmará un contrato de exclusividad con la empresa establecida, a menos que se le compense por la merma de su excedente del consumidor como consecuencia de comprar al precio de monopolio en lugar de a precios más bajos, es decir, $EC^e - EC^M$. Esta diferencia se corresponde con el área $p^M c_i DB$ que equivale también al beneficio de la empresa establecida, $p^M BEc_i$, más la pérdida de eficiencia del monopolio, BDE. Esto supone que la empresa establecida nunca podría hacer dicha oferta porque su beneficio sería menor que lo que tendría que pagar el comprador $n^M < EC^e - EC^M$, e incurriría en pérdidas iguales a la pérdida de eficiencia (BDE).

4. Otra visión a este tipo de conductas surge a partir de la posibilidad de modelar las restricciones verticales, esto gracias al desarrollo de la *teoría de juegos*, lo que ha permitido que diferentes trabajos teóricos identifiquen condiciones bajo las cuáles los contratos de exclusividad constituirían una estrategia rentable para restringir el acceso al mercado a rivales actuales o potenciales, lo que podría terminar dañando la competencia. Lo central de este desarrollo es que se encuentra la presencia de externalidades a la firma del contrato de exclusividad que puede afectar el comportamiento bien de las partes contratantes o de aquellas que no toman parte en dicho contrato. Estas externalidades serían las responsables de que la contratación en exclusividad llegue a ser una estrategia óptima para los firmantes.

De acuerdo a esta visión, la aparición de externalidades en las partes ajenas al contrato, se plantea la posibilidad de que una empresa establecida y un comprador firmen un contrato de exclusividad que incorpore una cláusula que penaliza al comprador si adquiriera el producto de otro oferente, es decir, el comprador debería indemnizar a la empresa establecida por incumplir el contrato. Es así, que el objetivo de este tipo de contratos sería extraer parte de los beneficios de un entrante potencial. Si se retoman los supuestos de la explicación anterior, y se asume que Maxximiza deba pagar a la empresa establecida, en este caso SCL, una penalización que asciende a d por cada unidad que pudiera comprar el entrante, entonces este entrante se vería obligado a fijar un precio como mínimo en una cantidad de d más bajo que el fijado por la empresa establecida para poder realizar alguna venta, es decir, $p_e \leq p_i - d$ donde p_e es el precio del entrante y p_i el

precio fijado por la empresa establecida. El entrante estimará rentable realizar dicha venta siempre y cuando $c_e \leq p_i - d$, en cuyo caso fijará un precio $p_e = p_i - d$.

Si la empresa establecida y el comprador acordaran, por ejemplo, un precio efectivo $p_i - d = c_e + f$ o ligeramente inferior, dejarían al entrante, una vez producido su ingreso, con unos beneficios nulos. En otras palabras, la empresa establecida (SCL) y el comprador (Maxximiza) estarían extrayendo todo el excedente adicional generado por la entrada de esta empresa más eficiente. En particular, tras producirse la entrada, el comprador estaría pasando de pagar c_i , en caso de no existir contrato con penalización, a $c_e + f$, cuando se firma el contrato.

De lo anterior se desprende que la existencia de incertidumbre sobre los costos de los potenciales entrantes, lleva a que el contrato de exclusividad impida que ingresen empresas que sean levemente más eficientes que la empresa establecida; mientras que un escenario competitivo induciría la entrada de empresas mucho más eficientes, que terminarían ofreciendo precios más bajos que los que prevalecerían si no se hubiese firmado este tipo de contrato.

5. Por otra parte, la existencia de estos contratos de exclusividad como instrumento para excluir a la posible competencia, se encuentra basado en situaciones donde un potencial entrante necesita asegurarse una escala mínima operativa para que la entrada resulte una estrategia rentable. Dicho de otra forma, el entrante debe vender a un número suficiente de consumidores para que los correspondientes ingresos cubran sus costos. La competencia de un potencial entrante se puede interpretar como un bien público cuando existen muchos compradores y es la falta de coordinación entre ellos la que permite que los contratos de tratos exclusivos impidan la entrada. Más específicamente, a priori, para que el rival potencial se plantee la posibilidad de entrada en el mercado, debe ocurrir que al menos los consumidores necesarios para que la empresa sea operativa, se encuentren libres de contratos de exclusividad con la empresa establecida. Por lo tanto, la firma de un contrato por cualquiera de los compradores supone una externalidad negativa sobre el resto ya que disminuye la probabilidad de entrada. Así, la empresa establecida, mediante la realización de ofertas discriminatorias que favorezcan a un subconjunto de compradores

para que firmen un contrato de exclusividad, podrá evitar la entrada de probables competidores, y, una vez conseguido, ejercer su poder de mercado sobre los compradores, incluyendo aquellos que no firmaron un contrato de exclusividad.

El resultado anterior es posible de conseguir sin que la empresa establecida tenga que pagar ningún tipo de compensación a los compradores para que firmen el contrato. En concreto, la simple descoordinación entre consumidores puede implicar que ninguno de ellos piense individualmente que, firmando el contrato, sea decisivo para que el potencial rival decida no entrar. Cada uno estaría asumiendo que no es determinante para cambiar una circunstancia que se producirá, según su parecer, en cualquier caso. Como resultado, todos los compradores firmarán el contrato de exclusividad sin exigir demasiado a cambio.

Este argumento puede ser ilustrado también en la Figura N°1, señalada más arriba, considerando los mismos supuestos sobre los costos soportados por la firma entrante y la empresa incumbente, suponiendo, por el lado de la demanda, tres compradores idénticos en lugar de uno. Cada uno de estos compradores se describe por una función de demanda como $D(p)$. La secuencia de decisión sería la siguiente: en una primera etapa la empresa establecida realiza, de forma separada, una oferta a cada uno de los compradores a cambio de una relación de exclusividad, ellos pueden aceptar o rechazar la oferta. A continuación, el entrante más eficiente decide entre permanecer fuera del mercado o entrar, en este último caso, estará dispuesto siempre y cuando consiga, posteriormente, cubrir sus costos fijos. Supondremos que para que esto ocurra el potencial entrante debe vender al menor a dos de tres compradores, es decir, $2(c_i - c_e) > f > (c_i - c_e)D(c_i)$.

6. Los posibles equilibrios dependerán de las condiciones que caracterizan el proceso de negociación entre la empresa establecida y los compradores. Concretamente, la información y expectativas que poseen las partes a la firma del contrato, así como la capacidad de la empresa establecida para discriminar entre compradores, son algunas de las circunstancias que pueden ser determinantes para establecer la validez de este tipo de contrato como instrumento para evitar la entrada de un rival potencial.

1546

Así, cuando la empresa establecida no puede aplicar discriminación en las ofertas realizadas simultáneamente a cada comprador, hay dos posibles equilibrios que contienen expectativas y respuestas muy distintas por parte de los consumidores. En uno de los equilibrios, cada comprador espera que ninguno de ellos aceptará una oferta de la empresa establecida que no le compense por la pérdida de excedente, $EC^e - EC^M$, si la firma del contrato implica finalmente que la entrada de un competidor más eficiente no se produzca. Como consecuencia, nadie firma el contrato, la entrada tiene lugar y todos los consumidores compran al entrante que fija precios más bajos por el mismo producto.

7. En el otro equilibrio ocurre justamente lo contrario, las expectativas de cada comprador suponen que todos los demás compradores firmarán el contrato y la entrada no tendrá lugar. Por tanto, cada consumidor estima que su decisión no es relevante, en términos de incentivar que entre un probable competidor si no acepta el contrato ofrecido por la empresa establecida, por lo que pierde todo poder de negociación frente a esta última empresa y estará dispuesto a firmar el contrato de exclusividad a cambio de una cantidad insignificante, cercana a cero.

A partir de lo anterior, si bien no queda claro *a priori* que un acuerdo de exclusividad impida, en cualquier caso, la entrada de un posible rival más eficiente y, de impedirse, se basaría fundamentalmente en la imposibilidad de que se coordinen los compradores; cuando se permite que las ofertas simultáneas puedan ser distintas o discriminatorias entre compradores, la empresa establecida siempre podrá excluir del mercado al entrante potencial mediante el uso de un contrato de exclusividad con alguno de los compradores. En el caso analizado, si la empresa establecida ofrece a dos de los tres compradores un pago ligeramente mayor que su pérdida de excedente si no tiene lugar la competencia ($EC^e - EC^M + \epsilon$, donde $\epsilon \rightarrow 0$), cada uno de estos compradores aceptará el contrato independientemente de sus expectativas sobre lo que hará el resto. Al conseguir que firmen estos dos compradores, la empresa establecida hace inviable la entrada para el rival más eficiente, puesto que este sería incapaz de cubrir sus costos de entrada con un solo cliente ($(c_i - c_e)D(c_i) < f$), y monopoliza todo el mercado, incluyendo al comprador que no firma el contrato). Más específicamente, la empresa establecida considerará esta estrategia rentable si se cumple que los beneficios de monopolio extraído para los tres

1542

compradores superen el pago realizado a dos de ellos: $3n^M > 2(EC^e - EC^M)$, por lo que el uso o trato exclusivo es con fines anticompetitivo.

8. Todo lo anterior se ha centrado en la capacidad que tendría la firma de contratos de exclusividad entre una empresa establecida y consumidores finales para impedir la entrada de posibles rivales. Más cercano al objeto de este capítulo sería admitir la posibilidad de que los compradores no sean consumidores finales sino empresas que compiten entre sí en un mercado aguas abajo. En este sentido, algunos autores han estudiado los problemas de coordinación entre detallistas para determinar la efectividad del contrato de trato exclusivo para excluir la competencia. Es posible establecer que, en presencia de una competencia suficientemente fuerte en el mercado detallista, el uso de contratos de exclusividad no resulta una estrategia rentable para evitar la entrada de un competidor más eficiente, esto ya que un potencial rival finalmente ingresará al mercado al poder cubrir sus costos de entrada simplemente sirviendo la demanda de un solo detallista. La explicación de esto es necesario tener en consideración que un detallista individual tendrá incentivos a no firmar el contrato de exclusividad para garantizarse el acceso a la provisión del bien en mejores condiciones que sus rivales. Además, el que ese detallista posea la capacidad para servir a la totalidad del mercado final, genera las expectativas sobre las economías de escala necesarias para que el rival decida entrar, por lo que se podría concluir que el solo hecho de ofrecer este tipo de contratos a los detallistas constituya una estrategia efectiva para evitar la entrada. De modo contrario, la restricción de exclusividad constituye en muchos casos una estrategia eficaz para impedir que acceda al mercado un entrante más eficiente; esto por el hecho de que los contratos de exclusividad facultarían a una empresa establecida para monopolizar el mercado de manera rentable, incluso en ausencia de economías de escala, y admitiendo la posibilidad de que los compradores puedan sus contratos, pagando la correspondiente indemnización a la empresa establecida.

9. La capacidad para impedir la entrada que posee la firma de contratos de exclusividad entre fabricantes y detallistas puede ser analizada también como el uso de una restricción vertical como una forma de aumentar los costos de los potenciales rivales. En este caso una empresa establecida disfrutará de una ventaja en términos de calidad que hace que

1548

exista una proporción de consumidores que prefiera su marca frente a las ofrecidas por el resto de los competidores. Por otro lado, los detallistas que venden el producto de este fabricante establecido soportan menores costos de distribución que cualquier otro detallista. Así, el fabricante que estuviese pensando en entrar se enfrenta a una doble desventaja: algunos consumidores considerarán su producto de peor calidad y, si el fabricante establecido firma un contrato de exclusividad con sus detallistas, tendrá que utilizar canales de distribución más ineficientes. Por lo tanto, imponiendo el trato exclusivo sobre sus detallistas, el fabricante establecido, basándose en la diferencia existente en los costos de distribución, puede fijar un precio que limitaría la entrada. En este sentido, la firma del contrato de exclusividad contribuye a hacer más creíble la amenaza de excluir a los potenciales competidores y, consecuentemente, ayuda a impedir la entrada. Para asegurar este cumplimiento, el fabricante establecido encontraría serias dificultades en lograr que los detallistas eficientes firmaran el contrato de exclusividad, y este debería incluir un esquema creíble de penalización en caso de incumplimiento con el objeto de evitar cualquier fuga de detallistas hacia el entrante. Además, sostienen que la amenaza de rebajar los precios que fijara el entrante a sus detallistas no resulta un compromiso creíble, puesto que este fabricante establecido, una vez producida la entrada, conseguirá mayores beneficios no llevando a cabo esta estrategia.

10. Otra de las consecuencias de las conductas realizadas por las requeridas, consiste en la inminente creación de una *central de despacho* de los móviles de transporte de pasajeros, medida que tendría como objeto principal centralizar las salidas de los vehículos de transporte de pasajeros, independiente de los destinos que estos tengan, y en definitiva controlar la oferta y la demanda en la Vía Exclusiva. Además de afectar profundamente el desenvolvimiento competitivo al interior del mercado relevante, la asignación de pasajero mediante la caja administrada por la Vía Controlada en los recorridos de los minibuses sin coordinación con las rutas programadas previamente a los destinos de los pasajeros, es un mecanismo ineficiente de asignación de pasajeros en el servicio de Minibuses Colectivos que producirá efectos tales como el hecho de no tener en consideración los destinos de los potenciales pasajeros, asignando a un móvil diferentes pasajeros con destinos diferentes, o simplemente asignar un único pasajero a un móvil con mayor capacidad, provocando una subutilización de los recursos y un incremento en

los costos de operación, lo que se podría traducir en un incremento en las tarifas de los servicios, provocando una pérdida de bienestar a los consumidores y, en el mediano plazo, también para aquellos oferentes que se vieran afectados por las decisiones adoptadas a través de la central de despacho. Un caso relacionado a este efecto dice relación con la existencia de dos tipos de taxis, uno de ellos cuentan con tarifa liberada, lo que no genera problemas, pero si es el caso de aquellos vehículos de alquiler que cuentan con tarifas reguladas, pues para estos, el uso de la vía exclusiva les obliga a incurrir en mayores costos (acceso y tag por ejemplo), lo que claramente los fuerza a transferir este incremento en los costos a los usuarios en su tarifa final, generando un efecto en el bienestar de los consumidores.

Pero lo anterior, no sería el único impacto que tendría esta conducta. Para el controlador de la Vía, existen incentivos a incrementar la base de potenciales móviles que ingresen a esta, independiente de si estos móviles se encuentre registrados o no, pues por el solo hecho de ingresar a la Vía, esta se asegura un ingreso de \$2.300 por cada pasada que realiza un móvil; siendo más gráfico aún, si en este mercado no existieran o simplemente dejaran de operar los servicios de tarifa media como son los transfer, que tienen una capacidad de 8 pasajeros, se traduciría en un incremento en el uso de móviles como son los taxis, aumentando de esta manera significativa los ingresos del administrador de la vía exclusiva.

11. Al hablar de transporte de pasajeros se debe tener en consideración una cuestión fundamental que se encuentra íntimamente relacionada con la demanda del servicio, sobre todo cuando se encuentra asociado a los Aeropuertos nacionales o internacionales. Dicho servicio no es solicitado por sí mismo, sino para desarrollar otras actividades, como trabajar, estudiar, hacer turismo, realizar compras, entre otro tipo de actividades. Su demanda es derivada, por lo que se relaciona profundamente con otros factores de gran importancia para la ciudad, que a su vez tienen gran impacto en la economía, la sociedad y el territorio. De este modo, un sistema de transporte de pasajeros de cualquier tipo planificado de forma no centralizada, que garantice eficientes medios de movilidad, permite no sólo lograr el objetivo inmediato de traslado de un lugar a otro, sino que

también promueve la estructuración del tejido urbano acorde a una planificación estratégica, desarrollando óptimamente sociedad, ambiente y economía.

Al realizar una optimización adecuada de las rutas, se pueden alcanzar beneficios en el área de transporte, reduciendo los costos totales de esta área. Adicionalmente a la reducción de costos, se pueden obtener diversos beneficios como la reducción de tiempos, reducción de distancias recorridas, aumento eficiente de la utilización de la flota, reducción del trabajo administrativo, mejora del servicio al cliente, mejor organización de los recursos: tiempo, vehículos disponibles, operadores. El objetivo principal del diseño de rutas es distribuir a mínimo costo una serie de objetos o personas entre una serie de instalaciones a través de vehículos con capacidad limitada. En el transporte de pasajeros se busca localizar las paradas de recogida de pasajeros y definir las rutas, cumpliendo una cierta calidad de servicio a mínimo costo. Las empresas de transporte a la hora de acometer esta tarea de planificar sus rutas de recogida o reparto con los vehículos de su flota, se presentan con serios problemas en muchas ocasiones.

12. Todas estas complejidades se ven exacerbadas con el hecho que comportamientos como los de SCL y Maxximiza tengan por objeto o efecto afectar la competencia en el mercado relevante a su conveniencia, lo que hace que empresas como Transportes Delfos vean peligrar artificialmente su viabilidad y competitividad. Es más, una de las alternativas que dan el transporte a través de minibuses a los usuarios es la flexibilidad, pues permite al consumidor opciones de viaje, es decir, tomar la decisión de compartir o no el medio de transporte de acuerdo a las necesidades que presente. Una de las opciones con las cuales cuenta el controlador de la Vía es suspender el servicio de minibuses con un solo pasajero o un número inferior a su máxima capacidad, hecho que claramente es una muestra de poder de mercado por parte del administrador de la Vía, generando un perjuicio a los usuarios, imponiendo o simplemente obligando a utilizar otro servicio, como son los automóviles de turismo o taxis, lo que notoriamente genera un perjuicio en el bienestar de los consumidores y un beneficio al administrador por un incremento en el flujo a través de la vía exclusiva.

Finalmente, como consecuencia de esta reducción de la competencia, los beneficios del mayorista pueden ser más elevados y, cuando no se aprovechan las economías de alcance a nivel detallista, el bienestar termina siendo menor en comparación con una situación en la que no se usara el contrato de exclusividad.

5. CONCLUSIONES

Los antecedentes indican que desde el año 2000 al presente, SCL viene desarrollando y generando un beneficio directo para sí producto de la actividad del transporte público terrestre de pasajeros en el Aeropuerto. Más concretamente, en el año 2012, SCL llamó a Licitación de la Vía Controlada o Vía Exclusiva, obteniendo esta subconcesión la empresa Maxximiza S.A. De los antecedentes se estimaría que Maxximiza y SCL se habrían coordinado para aprovechar la posición dominante de la Concesionaria del Aeropuerto en lo relativo al transporte de pasajeros terrestre desde y hacia el Aeropuerto, esta situación se genera a partir del contrato firmado por las partes, existiendo la facultad de disponer "facilitadores", que pueden operar dentro de la zona restringida de correa de maletas e inmigraciones del Aeropuerto o también en los pasillos públicos. Los facilitadores que operarían en la zona restringida de correa de maletas es un sector donde no tiene acceso la competencia con este tipo de agentes, derivando la demanda de transporte terrestre, hacia tal o cual prestador del servicio, vulnerando las reglas mínimas básicas de la libre competencia. En relación al caso en análisis, cabe considerar que todo pasajero que viaja desde o hacia el Aeropuerto debe decidir entre un servicio exclusivo o un servicio colectivo (el colectivo en bus no compite con el colectivo en minibús). Los servicios colectivos sólo los pueden prestar los minibuses y los buses; y los servicios exclusivos son ofrecidos por taxis y minibuses. Luego como se habla de una demanda inducida por los voceadores; estos sólo les presentaran una mínima variedad de transporte público terrestre como es el caso de buses o taxis, por lo que solamente se utilizará el medio de transporte que les reporta mayores utilidades a la Concesionaria y a Maxximiza.

Un aspecto central de las restricciones verticales son los contratos de exclusividad y cuya aplicación se observa en una amplia variedad de mercados, por lo general estos son contratos, que pueden considerarse unilaterales, existen otros entre empresas, de similar

1552

naturaleza que también son comunes, y que son permitidos por las instituciones antimonopolios. De hecho, la distribución exclusiva, como la mayoría de las conductas de restricciones verticales entre diferentes agentes económicos, es una forma menos fuerte de integración vertical, lo que en general no es una forma organizacional cuestionada por las autoridades de la libre competencia. Una posible excepción a esta regla es el caso en que existe regulación de precios en una etapa y la integración vertical se usa para eludir tal regulación. Ella, no obstante, requiere que la integración involucre la posesión de un "insumo esencial", es decir, un activo fundamental para la producción del bien, activo que por lo demás debe tener una disponibilidad fuertemente limitada para otros competidores, lo que claramente se ve reflejado en este caso a través de la vía exclusiva.

En general, los trabajos teóricos se han centrado en el efecto de las restricciones verticales básicamente en dos contextos: competencia intramarca y competencia intermarca. Este caso se enmarca en el segundo contexto, estando centrado estos trabajos en el análisis de los efectos de las restricciones verticales sobre el grado de competencia existente entre los distintos productores, es decir, competencia intermarca. En este contexto los trabajos teóricos identifican diferentes efectos anticompetitivos relacionados con la exclusión o el perjuicio hacia los rivales o bien la reducción del nivel de competencia en el mercado. Por lo tanto, los acuerdos verticales pueden ser utilizados como un medio de coordinación de las acciones entre empresas relacionadas verticalmente lo cual contribuiría a mejorar la eficiencia económica o pueden también emplearse como un mecanismo para reducir la competencia entre las empresas que producen el mismo bien. El balance entre ambos determinará el carácter pro o anti-competitivo de un acuerdo. A continuación se repasan con mayor detalle los principales resultados teóricos.

Un hecho a destacar son los efectos atentatorios a la libre competencia que surgen de la aplicación de restricciones verticales. Los dos principales efectos negativos sobre la competencia que se han estudiado con mayor profundidad han sido los relacionados con los posibles perjuicios ocasionados a los competidores actuales o potenciales y aquellos que conducen a una reducción de la competencia en el mercado. Entre los primeros destacan la expulsión de competidores actuales o potenciales de un mercado (*foreclosure*) o dificultar la supervivencia en el mercado de los competidores (por ejemplo

ocasionándole incrementos en los costos). Los acuerdos exclusivos entre productor y distribuidor han sido los más analizados como causantes de este tipo de efectos anticompetitivos en contra de los rivales. El segundo tipo de efecto anticompetitivo es de naturaleza diferente ya que no se trata de expulsar o perjudicar al rival sino reducir o suavizar la competencia inter-marca. Es así que en este caso, claramente la estrategia es dificultar la supervivencia de un actor en el mercado, pues al existir el control de una vía exclusiva, genera un intento de expulsar o perjudicar a un competidor importante de la industria, reduciéndoles el acceso a potenciales clientes. Las distintas teorías sobre los efectos de las ventas exclusivas, y que se diferencian según el efecto esperado de la exclusividad sobre la competencia, pasan sin duda por consideraciones relativas a la existencia previa de barreras a la entrada o a si la exclusividad es en sí misma una barrera a la entrada. Consecuentemente, lo central en este tipo de argumentos es entonces la capacidad del productor establecido de limitar el acceso al canal de distribución del rival, canal que debe cumplir con la condición de tener características de insumo esencial. Así, como se puede inferir inmediatamente de este argumento, ello requiere la existencia de barreras a la entrada significativas a ese canal, y que el canal represente una proporción importante de la distribución de ese producto. En esta línea, la existencia de barreras a la entrada a los canales de distribución y a la creación de medios de distribución es un requisito importante.

En este ámbito, es fácil demostrar que la existencia de barreras a la entrada a un canal de distribución puede facilitarse cuando el productor tiene una alta participación en el mercado y existen barreras a la entrada al nivel de producción. Es así, que la situación actual y que es motivo de disputa, la Vía Exclusiva se transforma en un insumo esencial, luego la barrera a la entrada se establece mediante el acceso a dicha vía, la cual presenta la característica de ser un insumo relevante para el servicio de transporte de pasajeros. Esto es provocado por que en la actualidad la Vía a favorecido con mayor cantidad de estacionamientos a los taxis, discriminando una mayor cantidad de estacionamientos para Transvip en relación a 13 cupos en contra de los cinco que Delfos dispone en la calle segregada de acceso al Aeropuerto, la cual presenta una restricción de capacidad, no disponiéndose de más estacionamientos para los minibuses. El impacto de esta barrera, se traduce en el hecho de que los proveedores del servicio de transporte de pasajeros

1574

definidos en el mercado relevante, no tendrán un acceso igualitario a los potenciales clientes, ya que el administrador de la Vía Exclusiva decide la distribución y ubicación de los estacionamientos, decidiendo de manera arbitraria donde se ubican los taxis y donde las empresas de transfer, afectándose el servicio y los tipos de cobros que realizarán a sus respectivos clientes.

Además la existencia de contratos de exclusividad como instrumento para excluir a la posible competencia, se encuentran basados en situaciones donde un potencial entrante necesita asegurarse una escala mínima operativa para que la entrada resulte una estrategia rentable, es decir, el entrante debe captar a un número suficiente de consumidores para que los correspondientes ingresos cubran sus costos. La competencia de un potencial entrante se puede interpretar como un bien público cuando existen muchos compradores y es la falta de coordinación entre ellos la que permite que los contratos de tratos exclusivos impidan la entrada, situación que no se da por el hecho de ser la Vía un Monopolio Legal derivado de su contrato de subconcesión.

La capacidad para impedir la entrada que posee la firma de contratos de exclusividad entre un fabricante (en este caso, la concesionaria SCL) y un detallista específico (Maxximiza) puede ser analizada también como una forma de aumentar los costos de los rivales establecidos y de los potenciales rivales. En este caso, los detallistas que venden el producto de este fabricante establecido soportan menores costos de distribución que cualquier otro detallista. Por lo tanto, imponiendo el trato exclusivo sobre sus detallistas, el fabricante establecido, basándose en la diferencia existente en los costos de distribución, puede fijar un precio que limitaría la entrada. En el presente caso, la Vía dispone de la exclusividad de la calle, la coordinación de los medios de transporte, la administración de los ingresos que tales medios producen, restando solo de la entrada del asociado que disponga de los medios informáticos y de datos de pasajeros, que le permitan constituirse en una central de despacho de pasajeros, lo que se traduce completamente en un control ilícito de la oferta y la demanda en la Vía Exclusiva, y en una asignación ineficiente de los recursos, dando como un posible resultado un incremento en las tarifas, en desmedro del bienestar de los consumidores y de los competidores afectados.

1577

En consecuencia, a partir de los antecedentes revisados y de la forma en que se está llevando a cabo el proceso de la Vía Controlada, no hace difícil concluir que en un futuro inmediato el medio de transporte entre el Aeropuerto y la ciudad de Santiago estará conformado sólo por los buses (como un medio de transporte más económico) y los taxis, desapareciendo artificialmente los minibuses, como tarifa intermedia, pues durante su respectiva concesión éstos no podrán captar clientes que ya están dirigidos por los “facilitadores” que las demandadas han dispuesto en zonas restringidas, en donde carece de acceso por ejemplo Transportes Delfos. Un simple análisis, además, nos conduce a constatar la perfecta relación que se genera entre SCL y Maxximiza S.A., en donde la única manera racional de incrementar sus ingresos surte sobre la base de una eliminación por supuestas “razones de mercado” a los operadores actuales y futuros de minibuses, desde que los mismos pueden llegar a ser competencia de los taxis, desde que son elegidos por los pasajeros para servir viajes exclusivos, aduciendo del número que conforma una familia y/o la cantidad de equipaje que transporta y que hacen a este medio más cómodo que el automóvil taxi; generándose para la Vía un perjuicio económico en su gestión desde que el minibús por su estructura física equivale en número de pasajeros transportados, desde cuatro hasta ocho taxis.

[Handwritten signature]

156

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BERNHEIM, B. D. y WHINSTON, M. D. (1998): "Exclusive Dealing", *Journal of Political Economy*, vol. 106, pp. 64-103.
- BESANKO, D. y PERRY, M. K. (1993): "Equilibrium Incentives for Exclusive Dealing in a Differentiated Products Oligopoly", *Rand Journal of Economics*, vol. 24, pp. 646-667.
- BESANKO, D. y PERRY, M. K. (1994): "Exclusive dealing in a spatial model of *retail* competition", *International Journal of Industrial Organization*, vol. 12, pp. 297-329.
- BLAIR, R. D. y KASERMAN, D. L. (2008): *Antitrust Economics*, Oxford University Press, Oxford, second edition.
- BONNANNO, G y VICKERS, J. (1988): "Vertical Separation", *Journal of Industrial Economics*, vol. 36, pp. 257-265.
- CABRAL, L. (2000): *Introduction to Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge.
- FISCALIA NACIONAL ECONOMICA (2014). Guía para el Análisis de Restricciones Verticales. www.fne.gob.cl.
- FUMAGALLI, C. y MOTTA, M. (2006): "Exclusive Dealing and Entry, When Buyers Compete", *American Economic Review*, vol. 96, pp. 785-795.
- JULLIEN, B. y REY, P. (2000): "Resale Price Maintenance and Collusion", IDEI Working Paper, nº 102, *Rand Journal of Economics*, próxima publicación.
- KLEIN, B. (2001): "The Microsoft Case: What Can a Dominant Firm Do to Defend Its Market Position?", *Journal of Economic Perspectives*, vol. 15, pp. 45-62.
- MARVEL, H. P. (1982): "Exclusive Dealing", *Journal of Law and Economics*, vol. 25, pp. 1-25.
- MATHEWSON, F. y WINTER, R. (1984): "An Economic Theory of Vertical Restraints", *Rand Journal of Economics*, vol. 15, pp. 27-38.
- MATHEWSON, F. y WINTER, R. (1986): "The Economics of Vertical Restraints in Distribution", en *New Developments in the Analysis of Market Structure*, J. E. Stiglitz y F. Mathewson, (eds.), MIT Press, Cambridge, pp. 211-236.
- MATHEWSON, G. F. y WINTER, R. A. (1987): "The Competitive Effects of Vertical Agreements: Comment", *American Economic Review*, vol. 77, pp. 1.057-1.062.
- MOTTA, M. (2004): *Competition Policy. Theory and Practice*, Cambridge University Press.

1557

ORDOVER, J. A., SALONER, G. y SALOP, S. C. (1990): "Equilibrium Vertical Foreclosure", American Economic Review, vol. 80, pp. 127-142.

PERRY, M. K. (1989): "Vertical Integration: Determinants and Effects", en Handbook of Industrial Organization, vol. I, R. Schmalensee y R. D. Willig, (eds.), Elsevier Science Publishers.

REY, P. y STIGLITZ, J. (1988): "Vertical Restraints and Producers' Competition", European Economic Review, vol. 32, pp. 561-568.

REY, P. y STIGLITZ, J. (1995): "The Role of Exclusive Territories in Producers' Competition", Rand Journal of Economics, vol. 26, pp. 431-451.

REY, P. y TIROLE, J. (1986): "The Logic of Vertical Restraints", American Economic Review, vol. 76, pp. 921-939.

REY, P. y TIROLE, J. (2007): "A Primer on Foreclosure", en Handbook of Industrial Organization, vol. III, editado por Mark Armstrong y Robert Porter, Elsevier.

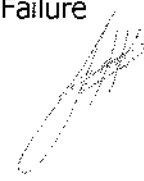
SALINGER, M. A. (1988): "Vertical Mergers and Market Foreclosure", Quarterly Journal of Economics, vol. 103, pp. 345-356.

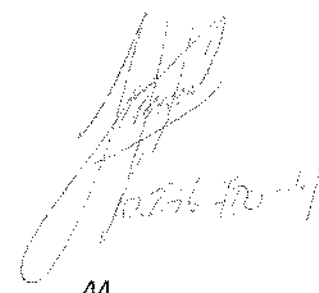
SALOP, S. C. y SCHEFFMAN, D. T. (1987): "Cost-Raising Strategies", Journal of Industrial Economics, vol. 36, pp. 19-34.

SECRIERU, O. (2006): "The Economic Theory of Vertical Restraints", Journal of Economic Surveys, vol. 20, pp. 797-822.

SPENGLER, J. J. (1950): "Vertical Integration and Anti-Trust Policy", Journal of Political Economy, vol. 58, pp. 347-352.

WILLIAMSON, O. E. (1971): "The Vertical Integration of Production: Market Failure Considerations", American Economic Review, vol. 61, pp. 112-123.




44