

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO



TESIS

**APLICACIÓN DE LA CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD DE LOS
CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN EN PERJUICIO DE LOS DERECHOS DEL
CONSUMIDOR**

PRESENTADO POR:

Br. MELISSA USCA MOREANO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE ABOGADO**

ASESOR:

Mg. MARCO ANTONIO MARROQUÍN
MUÑIZ

CUSCO – PERÚ

2025



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor MARCO ANTONIO MARROQUIN MUÑOZ
 quien aplica el software de detección de similitud al
 trabajo de investigación/tesistitulada:
APLICACIÓN DE LA CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD DE LOS
CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN EN PERJUICIO DE LOS
DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Presentado por: MELISSA USCA MOREANO DNI N° 77082615;
 presentado por: DNI N°:
 Para optar el título Profesional/Grado Académico de ABOGADO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 08 de SEPTIEMBRE de 2025

Firma

Post firma MARCO ANTONIO MARROQUIN MUÑOZ

Nro. de DNI 23858849

ORCID del Asesor 0000-0002-4994-3128

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:491695557

TESIS.FINAL.MELISA.USCA.LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES.docx

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::27259:491695557

163 páginas

Fecha de entrega

4 sep 2025, 1:02 p.m. GMT-5

35.487 palabras

Fecha de descarga

7 sep 2025, 12:11 p.m. GMT-5

196.657 caracteres

Nombre del archivo

TESIS.FINAL.MELISA.USCA.LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES.docx

Tamaño del archivo

1.4 MB

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis señores padres, quienes con esfuerzo, sacrificio y perseverancia me acompañaron a lo largo de mi formación académica y profesional, mi agradecimiento por todo su apoyo incondicional en todo este proceso.

A mi hermano por el apoyo y la confianza que siempre me brindo y a mi familia en general por ser esa fuente constante de motivación.

Melissa Usca.

AGRADECIMIENTO

A nuestro todo poderoso, por siempre estar en los momentos buenos y malos momentos brindándome la fortaleza necesaria para poder lograr todo propósito que me he planteado.

A mis amados padres y a toda mi familia por su apoyo constante e incondicional, brindándome consejos necesarios y acertados.

Melissa Usca.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO	II
ÍNDICE.....	III
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación Problemática.....	1
1.2. Formulación Del Problema.....	3
1.2.1. Problema General	3
1.2.2. Problemas Específicos.....	3
1.3. Objetivos de la Investigación.	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Justificación.....	5
1.4.1. Conveniencia.....	5

1.4.2. Relevancia social	5
1.4.3. Implicancias prácticas	5
1.4.4. Valor teórico	6
1.4.5. Utilidad metodológica	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	7
2.1. Antecedentes De La Investigación	7
2.1.1. Internacionales.....	7
2.1.2. Nacionales	10
2.2. Bases Teóricas	12
2.2.1 Contrato	12
2.2.2. Contrato de distribución	16
2.2.3. Venta De Productos Exclusivos	23
2.2.4. Intervencionismo Estatal	24
2.2.5. Competencia	26
2.2.6. Libre Competencia	27
2.2.7. Vulneración a la competencia	31
2.2.8. Competencia Desleal	41
2.2.9. Consumidor	42
2.2.10. Derechos del consumidor	44

2.2.11. Acerca de la contravención de los derechos del consumidor	52
2.2.12. Contravención de los derechos del consumidor	54
2.3. Fundamentos Teóricos (teorías de la exclusividad)	55
a) La cláusula de exclusividad como conductas de abuso de posición de dominio	55
b) Cláusulas de exclusividad como práctica restrictiva de la competencia	57
c) Cláusulas de exclusividad como competencia desleal	58
CAPÍTULO III	60
HIPÓTESIS Y CATEGORÍAS (CATEGORÍAS DE ESTUDIO)	60
3.1. Hipótesis	60
3.1.1. Hipótesis General	60
3.1.2. Hipótesis Específicas	60
3.2. Identificación De Categorías y Subcategorías de estudio.	61
3.2.1. Categoría I: Derechos del consumidor	61
3.2.2. Categoría II: Contrato de distribución	61
3.3. Operacionalización De Variables.	62
CAPÍTULO IV	63
METODOLOGÍA.....	63
4.1. Tipo y Nivel De Investigación.....	63
4.2. Unidad de Análisis	63
4.3. Población de estudio.....	66

4.4. Tamaño de la muestra.....	66
4.5. Técnicas de selección de muestra.....	66
4.6. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos.....	66
4.6.1. Técnicas de recolección de datos: Se usarán:.....	66
4.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	67
CAPÍTULO V	68
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	68
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados	68
5.1.1. Procesamiento.....	68
5.1.2. Análisis e interpretación	129
5.1.3. Discusión de Resultados.....	135
CONCLUSIONES.....	140
RECOMENDACIONES	142
BIBLIOGRAFÍA	143

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Resoluciones analizadas</i>	64
<i>Tabla 2: Entrevistados</i>	65
<i>Tabla 3: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a funcionarios de Indecopi</i>	71
<i>Tabla 4: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a especialistas en Derecho del Consumidor</i>	81
<i>Tabla 5: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a especialistas en el área de Libre Competencia</i>	87
<i>Tabla 6: Matriz de triangulación de funcionarios de Indecopi</i>	91
<i>Tabla 7: Matriz de triangulación de especialistas en derecho de consumidor</i>	100
<i>Tabla 8: Matriz de triangulación de especialistas en libre competencia</i>	105
<i>Tabla 9: Matriz de participantes</i>	108
<i>Tabla 10: Matriz de triangulación de resultados</i>	114
<i>Tabla 11: Resolución 0256-2005/TDC-INDECOPI</i>	117
<i>Tabla 12: Resolución 045-2009/CLC-INDECOPI</i>	120
<i>Tabla 13:Resolución 0068-2009/SC1 INDECOPI</i>	123
<i>Tabla 14: Resolución 042-2021-CLC-INDECOPI</i>	126
<i>Tabla 15:Resolución 094-2022/SDC-INDECOPI</i>	127

RESUMEN

El estudio titulado “Aplicación de la cláusula de exclusividad de los contratos de distribución en perjuicio de los derechos del consumidor”, cuyo objeto de estudio fue demostrar si la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la vulneración del derecho a la libre competencia. Se hizo uso de los enfoques cualitativos documentales, de niveles jurídico-explicativos. Se tuvo como participantes a 9 profesionales en derechos entre funcionarios de Indecopi, especialistas en Derecho del consumidor y Derecho a la libre competencia. La conclusión más importante es que la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor, pues la exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Cuando se configura la existencia del abuso de la posición de dominio establecido en el artículo 10 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en el que los agentes económicos que ostentan posiciones dominantes en el mercado relevante, utilizan dichas posiciones para la restricción de la competencia.

Palabras clave: Contratos de distribución, cláusulas de exclusividad, posición de dominio, consumidor

ABSTRACT

The study entitled “Application of the exclusivity clause in distribution contracts to the detriment of consumer rights”, whose object of study was to demonstrate whether the application of the exclusivity clause in distribution contracts generates a violation of consumer rights as a result of the infringement of the right to free competition. At the methodological level, use was made of documentary qualitative approaches, at legal-explanatory levels. Nine legal professionals, including Indecopi officials, specialists in consumer law and free competition law, participated in the study. The most important conclusion is that the application of the exclusivity clause in distribution contracts generates a violation of consumer rights, since exclusivity generates limiting benefits to goods and services that are the object of contracting, one of these limits is to be able to freely access a good or service. When the existence of the abuse of the dominant position established in article 10 of the Law for Repression of Anticompetitive Conduct is configured, in which the economic agents that hold dominant positions in the relevant market, use such positions to restrict competition.

Key words: Distribution contracts, exclusivity clauses, dominance, consumer.

INTRODUCCIÓN

El estudio planteó como objeto de estudio, demostrar si cuando se aplica la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la vulneración del derecho a la libre competencia. El estudio consta de cinco capítulos conforme se describe.

El primer capítulo desarrolla todo el aspecto relacionado al planteamiento del problema, dentro de los cuales se describen la situación problemática, la formulación de la problemática general y específicas, se desarrolla el objetivo general y específicos y se describe la justificación que da sustento a la investigación.

El segundo capítulo está conformado por dos apartados. El primero referido a los antecedentes de la pesquisa, para cuyo efecto se presentan antecedentes a nivel internacional y nacional que se encuentran relacionados con el problema de estudio. El segundo apartado está referido a las bases teóricas que guardan vinculación con las categorías que se vienen trabajando. Dentro de este apartado se desarrollan los enfoques teóricos de un contrato, contratos de distribución, el tema de la competencia, la libre competencia, el derecho de un consumidor, las cláusulas de exclusividad.

El tercer capítulo presenta el planteamiento de las hipótesis y de las categorías como enfoque cualitativo. Se presenta la hipótesis general y las específicas, se identifican las categorías estudiadas y se muestra la subcategorización.

En el cuarto capítulo se redactó la metodología utilizada. Se hace referencia al enfoque, al tipo y al nivel de investigación utilizada. Se trató de un enfoque cualitativo, de un nivel Jurídico-Explicativo. Se señala la unidad de análisis que en este caso son los participantes integrados por

profesionales en derecho con la especialidad en Derecho al Consumidor y Derecho de la libre Competencia. Se hace referencia a las técnicas de estudio, como es el análisis de documentos y las entrevistas con sus respectivos instrumentos utilizados.

El quinto capítulo está referido a los resultados y discusión. Dentro de este aspecto se desarrolla el procesamiento, el análisis e interpretación y la discusión de cada resultado. En este último capítulo se describe la forma en que se analizaron los datos, el mismo que hizo uso de la triangulación de datos para efectos de las entrevistas y en análisis de documentos para efectos de analizar las resoluciones expedidas por Indecopi. Se describe la discusión de cada resultado en base a las conclusiones arribadas para la totalidad de los objetivos contrastadas con los antecedentes de la investigación. Finalmente, en la última parte se describen las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

En el marco del comercio globalizado y la participación de todos los estados y mercados, cada día nos encontramos con desafíos respecto a la competencia entre empresas, acto que, como toda lid, siempre va a buscar vencedores y vencidos en un Estado de economía liberal, los vencedores se llevan todo el mérito y los vencidos sencillamente desaparecen. Dado que nuestro marco constitucional no tolera ni mucho menos acepta este hecho pues esgrime y sustenta su base en la economía mixta la misma que con el rol subsidiario que propone nuestra carta magna, trata de hacer algo por los vencidos en esta lid, y en un afán de evitar que las empresas vencidas desaparezcan, marca puntos de inflexión para frenar cualquier acto de abuso en la competencia.

Es así que el artículo 65° de la Carta Magna peruana (1993), señala que los Estados están en la obligación de facilitar y de vigilar la libertad de competencia. Rechaza todas las practicas que restrinjan la competencia y sanciona el abuso de poder de mercado o de posiciones dominantes. Ninguna norma ni acuerdo puede permitir ni instaurar monopolio. El Estado peruano combate las prácticas que limitan la libre competencia. Mediante el Decreto Legislativo N° 1034 “Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas”, se busca la prohibición y la imposición de sanciones de una conducta anticompetitiva con el objeto de que se promueva la eficacia de la economía en un mercado para el bien común de cada consumidor (Congreso de la República, 2008).

Consecuentemente la normativa plantea y dispone actos previos a una desigual en la participación de la libre empresa, estableciéndose reglas como las antimonopólicas (Decreto legislativo N°1034) contra actividades colusorias, controlando de este modo algunos aspectos del

mercado, para que el mismo tenga un comportamiento lo más justo posible en nuestro país. Sin embargo, nuestro Estado con el avance de la tecnología, los mecanismos empresariales y el dinamismo de la economía ha generado formas de participación que no tienen regulación precisa y por ello está exento de que se le aplique cualquier normativa, propiciando con ello la formación de fenómenos jurídico-económicos que tanto ha limitado nuestra constitución en base a la economía social de mercado (Congreso de la República, 2008).

Es por ello que, si bien existen criterios como el “pacta sunt servanda” o el “rebus sic stantibus”, no bastan para delimitar los eventuales abusos en los que se podría estar incurriendo de manera inadvertida en la economía y en las relaciones contractuales en nuestro país.

Por tales consideraciones, es importante plantear la problemática específica respecto a un contrato empresarial de distribución con cláusula de exclusividad, los mismos que de continuar con su existencia pueden provocar un perjuicio a los consumidores, en cuanto a la aplicación de criterios como la asimetría contractual. En ese orden de ideas, a continuación, se describen los problemas planteados para la investigación.

1.2. Formulación Del Problema

1.2.1. Problema General

1. ¿De qué manera la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la afectación del derecho a la libre competencia?

1.2.2. Problemas Específicos

1. ¿Cómo se genera perjuicio a los derechos del consumidor al establecer limitaciones en el libre desarrollo empresarial tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad?
2. ¿De qué manera las cláusulas de exclusividad en los contratos de distribución constituyen una contravención a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, afectando el acceso al mercado, la posición de dominio y la libre competencia?
3. ¿Cómo la suscripción de contratos de distribución con cláusula de exclusividad limita a los agentes de competencia en la cadena de suministro y abastecimiento del mercado, destacando las restricciones que afectan su capacidad de participación, innovación y acceso a recursos clave?
4. ¿Cuáles son las estrategias efectivas para garantizar una mejor protección de los derechos del consumidor en el contexto de contratos de distribución con cláusula de exclusividad?

1.3. Objetivos de la Investigación.

1.3.1. Objetivo General

1. Demostrar si la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la vulneración del derecho a la libre competencia.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Analizar de qué manera se genera perjuicio a los derechos del consumidor al establecer limitaciones en el libre desarrollo empresarial tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad.
2. Establecer de qué manera las cláusulas de exclusividad incluidas en los contratos de distribución constituyen una contravención a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, evaluando su impacto en el acceso al mercado, la posición de dominio y la restricción de la libre competencia
3. Analizar cómo la suscripción de contratos de distribución con cláusula de exclusividad limita a los agentes de competencia en la cadena de suministro y abastecimiento del mercado, destacando las restricciones que afectan su capacidad de participación, innovación y acceso a recursos clave.
4. Diseñar las estrategias efectivas para garantizar una mejor protección de los derechos del consumidor en el contexto de contratos de distribución con cláusula de exclusividad.

1.4. Justificación

1.4.1. Conveniencia

La utilidad de analizar la investigación radica en la importancia en la solemnidad de un contrato de distribución con cláusula de exclusividad que generalmente se suele establecer dicha cláusula a favor del distribuidor dentro de un espacio geográfico determinado, es por tal razón que el fabricante o proveedor no puede por sí o mediante otro distribuidor expender sus productos que son objeto de contratación y es en ese sentido es que se realizará el análisis de esta cláusula y su afectación o no a los derechos del consumidor

1.4.2. Relevancia social

Los beneficiarios con elaboración de la investigación vienen a ser la sociedad en su conjunto, al tratarse de consumidores directos de un servicio diferente. Una cláusula de exclusividad suscritas en un contrato de distribución vulnera los distintos derechos de un consumidor, debido a la limitación que se impone a los proveedores para ofrecer sus servicios.

1.4.3. Implicancias prácticas

La implicancia práctica de la investigación reside en la importancia de proponer una alternativa de solución desde el enfoque jurídico. Los resultados obtenidos en la investigación permitieron diseñar las estrategias efectivas para proteger cada derecho de los consumidores en general en el contexto de un contrato de distribución con cláusula de exclusividad, lo que es la creación de un registro con cláusulas de exclusividad.

1.4.4. Valor teórico

El desarrollo y análisis de los enfoques teóricos es conceptual sobre las cláusulas de exclusividad, los derechos de los consumidores y la libertad de la competencia desde la legislación, doctrina y jurisprudencia nacional y en el derecho comparado, permitió tomar conocimiento de las fortalezas existentes en nuestro sistema jurídico y las deficiencias al realizar una comparación con otras legislaciones. El desarrollo teórico de las categorías de estudio, permitieron a reforzar las teorías existentes sobre el tema.

1.4.5. Utilidad metodológica

El estudio hace uso de los enfoques cualitativos propuestos en investigación científica. El uso de este tipo de enfoque permitió hacer uso de las técnicas, como son las entrevistas y análisis documental. La aplicación de las técnicas de estudio, permitieron arribar a las conclusiones propuestas en estudio, información relevante vinculado a las categorías de estudio. El material recabado ante la aplicación de las técnicas, servirá de antecedente para futuras investigaciones que hagan uso de las mismas categorías con enfoques distintos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes De La Investigación

2.1.1. Internacionales

Dentro de los antecedentes internacionales encontramos a: El estudio desarrollado por Meza (2023) en el estudio sobre “El pacto de cláusulas en exclusividad: ¿una práctica desleal, una práctica anticompetitiva, o abuso de posición dominante contractual en contratos de suministro de servicios? Una visión específica de los contratos de suministros de un servicio de desarrollo”, el mismo que tuvo como objeto de estudio desarrollar las consecuencias, los vicios y la problemática de una cláusula de exclusividad, analizar cada razón que fundamenta su inclusión dentro de las contrataciones. Las conclusiones son las siguientes: 1. Con la finalidad de dar atención a las dinámicas de mercados de la tecnología propia de realidades económicas y sociales, y frente a la falencia que se presenta en el sistema jurídico colombiano, donde se evidencia la desprotección de los componentes de Audio y video, cada parte contratante ha recurrido a los contratos de suministro de servicios como una de las figuras jurídicas para la contratación de un servicio de desarrollo de Software. En el marco de dichos contratos, las partes más débiles pueden estar sometidas a la imposición de una cláusula de exclusividad como única posibilidad para la ejecución de negocios jurídicos, los cuales de modo eventual podría conllevar al sobreprecio de los servicios o suministros. 2. Las mencionadas cláusulas traen consigo la obligación de no hacer que tiene como resultado: que sólo se puede tener acceso a mercados mediante los mismos contratantes, y no pueden tener acceso a todos los mercados, evidenciándose que existe cierto poder. 3. La cláusula de exclusividad no constituyen componentes de la esencia ni de la naturaleza de los contratos de suministros del servicio de desarrollo de Software, contrariamente, en la mayoría de los casos se

obedece a los inadecuados equilibrios contractuales entre cada parte, y esto se comprende como la exteriorización del abuso del derecho o la posición dominante en los contratos.⁴ Los acuerdos con cláusulas de exclusividad no deberían de sustraer a los contratistas o a los proveedores de los mercados si luego de haberse celebrado el contrato, la obligación de no hacer se convierte en onerosa y perjudica a un bien jurídico por el derecho de competencia. En dicho marco, en estas situaciones, esta cláusula debería comprenderse como una cláusula abusiva y por ende debería ser nula por la alteración en las estructuras de los mercados y la reducción del beneficio que trae consigo el consumidor.

Burneo (2020) en su investigación titulada “Los pactos de exclusividad en el contrato de distribución y el derecho de la competencia”, el autor de la tesis llega a cinco conclusiones de las cuales una está relacionada con el presente tema de investigación; conclusión 1.- El Derecho de Competencia es la rama que se ocupa de estudiar a los operadores económicos y su comportamiento con respecto al mercado, a los consumidores y entre ellos mismos. Su objeto de estudio esta relaciona a quienes estará direccionado, las que podrían estar organizadas en defender la libertad de competencia y el ejercicio desleal del mismo. El primer aspecto, en relación a defender esta libertad tiene que ver con los niveles macroeconómicos para evitar una concentración económica y posible monopolio que restrinja su ejercicio, pues también es conocido como antimonopólicos. En tanto que, el ejercicio desleal está relacionado con las practicas consideradas como ilegítimas. Los acuerdos de exclusividad están relacionados con defensa la competencia, por la dependencia económica y jurídica que produce con el uso de contrataciones de distribución.

También encontramos a: Mejía (2020) en su investigación titulada ¿Prácticas desleales, prácticas anticompetitivas, o arbitrariedad de las posiciones dominantes del contrato de suministro de servicios? Visión específica de los contratos de suministro de servicios de desarrollo de

software”, el autor del artículo llega a once conclusiones de los cuales se relacionan con el presente tema de investigación, Conclusión 3: Dichas cláusulas por lo general conllevan una obligación de no hacer que tiene dos consecuencias, la primera, solo pueden acceder al mercado a través del mismo contratante, y/o, la segunda, no se puede acceder del todo al mercado, empezando a erigir sobre el contratante una posición de dominio. Conclusión 4: Por esta razón mal se haría si solo se da prevalencia al postulado de la manifestación de la voluntad en el análisis de cada negocio jurídico en el que se pacta una cláusula de exclusividad, pues estos principios no se pueden constituir como un escudo para encubrir el poder de injerencia que pudieren tener el contratante que tiene más poder este tipo de contratos. Conclusión 5: Así, resulta importante denotar que las cláusulas de exclusividad no son un elemento de esencia ni de la naturaleza de los contratos de suministro de servicios de desarrollo de Software, por el contrario, en su mayoría obedecen al inadecuado equilibrio contractual entre las partes, entendido este como una manifestación del abuso del derecho y/o abuso de la posición dominante contractual. Conclusión 8: Así las cosas, una cláusula de exclusividad podrá al mismo tiempo ser la respuesta de posiciones dominantes contractuales, pueden tratarse de prácticas desleales y prácticas restrictivas, ello implica que esta categorización no es excluyente y se pueden clasificar como una u otra, ello depende del efecto que se causen los mercados

Se tiene el estudio desarrollado por Lamas (2018) en el estudio sobre “Acuerdos de exclusividad y libre competencia análisis de la competitividad de una conducta”. El mismo que tuvo como objeto, analizar cada acuerdo de exclusividad, a través del cual establece la prohibición de adquirir un bien o servicio de parte de los compradores del competidor de los vendedores exclusivos, fenómenos comunes, pero poco estudiados que son observados primordialmente en las cadenas de distribución de un bien y de un servicio. 1. Las conclusiones son las siguientes: un

acuerdo de exclusividad restringe la libertad de los compradores para la adquisición, o de los distribuidores para la comercialización de un bien o de un servicio. 2. La cobertura de una relación exclusiva constituye sólo componentes y la evaluación de la eventual exclusión anticompetitiva, que debe ser tomado en cuenta juntamente con otros elementos causantes. Entre dichos componentes existen algunos que requieren de verificación para efectos de que exista una explosión de competitiva, como es el caso del mercado aguas arriba, la cobertura sustancial de un acuerdo de exclusividad e inexistencia de una barrera a la entrada de los mercados aguas abajo por la ausencia de un mecanismo alternativo de distribución.

2.1.2. Nacionales

Ventura (2023) elaboró el estudio titulado “Las cláusulas de exclusividad en los contratos con el Estado desencadenan barreras burocráticas ilegales”, el mismo que tuvo como objeto de estudio, analizar de qué manera una cláusula de exclusividad en la contratación de concesiones con el Estado desencadene una barrera burocrática y dificultad que amenaza la libre competencia. Las conclusiones arribadas son las siguientes: 1. Las cláusulas de exclusividad impiden que otro tipo de personas jurídicas ingresen a ciertos sectores de los mercados y, en razón de ello se establece en ventajas injustas en favor de Lidercon Perú SAC. Este hecho está evidenciado en que el ministerio de transportes deniega autorizar que la empresa opere, limitando la libertad competencia. 2. La limitación existente a la libre competencia perjudica de modo negativo al desarrollo económico y a la ciudadanía, porque se limita a un actor en los mercados, se suele disminuir la calidad del producto y un servicio, se genera menos puestos de trabajo formal, se reduce la productividad y el ingreso que tiene un ciudadano.

Dentro de los antecedentes nacionales encontramos a: Urbina (2022) en su investigación titulada “Acuerdo de exclusividad y su influencia en el derecho de libre competencia. Lima 2021”, el autor nos menciona las siguientes conclusiones: 1.-Una relación exclusiva constituye uno de los fenómenos comunes en una economía moderna y de modo particular en un vehículo conformado entre un vendedor y con proveedor, entre un comprador y un distribuidor con la finalidad de que su producto llegue al usuario final. 2.- La conducta que es materia de sanción dentro de estos tratos responde a una concertación como puede ser la determinación de una presión o la condición comercial, la fiscalización de la etapa productiva, repartir la clientela o algún tipo de obstaculización sin que exista motivación alguna. 4.- Un acuerdo de distribución celebrado entre un agente económico independiente en una etapa de las cadenas productivas y en las cuales cada parte y disfruta del poder tiene la consecuencia de la restricción de la competencia.

También encontramos a: Panduro (2011) en su investigación sobre “El Contrato de exclusividad y libre competencia: procedimiento legal y jurisprudencial en búsqueda de estándares para analizar las conductas”, el autor de la tesis llega a nueve conclusiones de las cuales 3 está relacionada con el presente tema de investigación; conclusión 2, tras la celebración de un contrato puede utilizarse como uno de los mecanismos para relacionar cada interés de la gente que tiene participación en las cadenas productivas. Una motivación es la deficiencia económica que constituye un sustento para celebrar este tipo de contrataciones, verbigracia para reducir un costo productivo que podría causar menores precios de los productos que se debe comercializar. Conclusión 3, la celebración de este tipo de contratación constituye uno de los mecanismos utilizados por una empresa para perjudicar los procesos competitivos en las diferentes etapas de una cadena productiva. Conclusión 8, analizar la consecuencia causada en los mercados como resultado de la celebración de este tipo de contratación debe prestar atención al tipo de beneficios

obtenidos como resultado de la ejecución de una conducta, de forma que solamente se sanción en aquellos comportamientos que causan modificaciones a los procesos competitivos, traducidos en el aumento de cuotas de participación, conocida como beneficios anticompetitivos, como resultado de retirar a un competidor de la infracción, el que se denomina efectos exclusorios.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Contrato

2.2.1.1. Definición de contrato.

El Código civil peruano, cuya rúbrica es "Fuentes de las Obligaciones", trata sobre el contrato en su conjunto. El artículo 1351 al 1528 están incluidos en esta sección.

El artículo 140 del Código civil (1984) establece que se tratan de declaraciones de voluntad direccionadas a crear, regular, modificar o extinguir relaciones jurídicas, Asimismo, el artículo 1351 del mismo cuerpo normativos señala que "Los acuerdos para la creación, regulación, modificación o extinción de una relación jurídica patrimonial"

Según Britz (1992) un contrato es un acto jurídico que nos suena tan formal y serio, pero, en realidad, es algo muy común en nuestras vidas. Un contrato es el acuerdo entre dos o más personas con la finalidad de poder crear, modificar o extinguir un derecho y obligación. Es decir, es una manera de formalizar algo que hemos acordado con otra persona. El contrato nos da bases legales para reclamar nuestros derechos. Sin embargo, aunque los contratos suenen muy serios, en realidad pueden ser muy flexibles y se pueden adaptar a las necesidades de las partes involucradas.

Para Gargollo (2018) el concepto de contrato puede variar en cada país, y esta variación se debe a la realidad sociocultural y jurídica de cada país. Por ejemplo, en algunos países, el matrimonio se considera un contrato, pero en otros, no solo se limita a los derechos patrimoniales.

2.2.1.2. Elementos del contrato.

Los elementos de un contrato son todos aquellos componentes esenciales que deben estar presentes para que el contrato sea válido y tenga efectos jurídicos. En general, los elementos de un contrato se dividen en esenciales, naturales y accidentales.

1. Elementos esenciales

Son los imprescindibles para que el contrato exista legalmente.

- a) **Consentimiento:** Acuerdo entre las partes sobre el objeto y las condiciones del contrato. Debe ser libre, consciente y sin vicios (como error, dolo o coacción).
- b) **Objeto:** Lo que se va a dar, hacer o no hacer, debe ser lícito, posible y determinado o determinable.
- c) **Causa** (en algunos sistemas jurídicos, como el civil): El motivo o finalidad del contrato, por ejemplo; en una compraventa, la causa es el intercambio de cosa por precio.

2. Elementos naturales

Son aquellos que la ley presume que forman parte del contrato, aunque no se mencionen expresamente, salvo que las partes decidan excluirlos.

Por ejemplo: En un contrato de compraventa, se presume que el vendedor debe garantizar que la cosa no tiene defectos ocultos (garantía por vicios ocultos), aunque no se indique expresamente.

3. Elementos accidentales

Son cláusulas añadidas por la voluntad de las partes, y no son necesarias para la existencia del contrato, pero modifican sus efectos.

Por ejemplo:

- **Condición:** El contrato depende de que ocurra un evento futuro.
- **Plazo:** El contrato empieza o termina en una fecha específica.
- **Modo o carga:** Una obligación adicional que se impone a una de las partes.

2.2.1.3. Contratos típicos o nominados.

Los contratos típicos o nominados son aquellos previstos, regulados y definidos expresamente en la ley. Es decir, tienen una regulación legal específica que establece sus elementos esenciales, derechos, obligaciones, y consecuencias jurídicas.

Características de los contratos típicos o nominados

- a) **Están regulados por la ley:** El Código Civil o Código de Comercio (según el país) contiene normas detalladas sobre estos contratos.
- b) **Tienen nombre legal:** Se les llama “nominados” porque tienen un nombre específico que los identifica como la compraventa, arrendamiento, etc.
- c) **Están estructurados:** Sus elementos esenciales (consentimiento, objeto, causa, etc.) están claramente establecidos por la legislación.
- d) **Seguridad jurídica:** Al estar regulados, ofrecen mayor seguridad jurídica a las partes porque sus efectos y consecuencias son previsibles.
- e) **Pueden complementarse con normas supletorias:** Si no se pacta algo, se aplica lo que diga la ley.

2.2.1.4. Contratos Atípicos o Innominados.

Los contratos atípicos son acuerdos legales que no están expresamente regulados en la ley, es decir, no tienen una figura jurídica específica en el código civil o comercial, pero son plenamente válidos siempre que no contravengan el orden público, la ley o la moral.

Aunque no estén regulados directamente, los contratos atípicos se basan en:

- a) **El principio de autonomía de la voluntad:** Las partes pueden pactar lo que deseen, mientras no infrinjan la ley, la moral ni el orden público.
- b) **Normas generales del contrato:** Consentimiento, objeto, causa lícita, capacidad.
- c) **Analogía legal:** En caso de conflicto o vacío, se puede aplicar por analogía las normas de un contrato típico similar.

Características de los contratos atípicos

- 1. No están regulados específicamente por la ley.
- 2. Responden a necesidades nuevas del tráfico jurídico o comercial.
- 3. Se crean a partir de la autonomía de la voluntad privada.
- 4. Deben cumplir con los requisitos generales de todo contrato válido.
- 5. Su contenido puede combinar elementos de varios contratos típicos (contratos mixtos o complejos).

2.2.1.5. Contrato Comercial.

Como refiere Pérez (2008), este tipo de contrato es un acuerdo legal entre un proveedor de bienes o servicios y un consumidor, en el cual se establecen las condiciones para la adquisición o utilización de dichos bienes o servicios. Este tipo de contrato se caracteriza por ser asimétrico, ya

que el proveedor suele tener una posición más fuerte en términos de conocimiento, experiencia o recursos en comparación con el consumidor, quien actúa como la parte más vulnerable.

Pérez (2008) señala dentro de las características de este tipo de contratos a la existencia de los proveedores y consumidores. Asimismo, tiene como finalidad la satisfacción de una necesidad personal o familiar de los consumidores. La naturaleza jurídica de este tipo de contrato, es que se tratan de contratos por adhesión donde las cláusulas están redactadas por parte de los proveedores. En tanto que, la protección de este tipo de contratos está regulado en las leyes que protege a los consumidores que buscan equilibrar la relación contractual y proteger a los consumidores de un posible abuso o cláusula abusiva.

2.2.2. Contrato de distribución

2.2.2.1. Concepto del contrato de distribución.

Para Gargollo (2018) el contrato de distribución es aquel por el que el distribuidor (concesionario) se obliga a adquirir, comercializar y revender, a nombre y por cuenta propia, los productos del fabricante, productor o principal (concedente) en los términos y condiciones de reventa que éste señale. El empresario tendrá la facultad de imponer al distribuidor determinadas obligaciones sobre la organización del negocio para la comercialización y reventa de los productos. Eventualmente, y siempre que las partes lo acuerden, el contrato de distribución podrá contener el pacto de exclusividad limitado a cierto territorio y plazo.

Melgar (2010) señala que, los contratos de distribución son contratos atípicos, pues no disponen de normas legales que la regule; este contrato catalogado doctrinariamente como consensual, permite al fabricante de diversos productos venderlos a una persona denominada distribuidor el cual se encargará de las ventas al menudeo, vale decir, los distribuidores cumplen

funciones de intermediarios entre los fabricantes y los consumidores. El distribuidor obtiene beneficios por la disimilitud existente entre los precios de la adquisición de algo y desprenderse, ello es el muy conocido como el precio de reventa.

Finalmente, Betancourt (2006) señala que, dentro de la figura de la distribución, encontramos varios tipos como son la distribución intensiva, exclusiva y selectiva. La primera consiste en que se coloque el producto en todos los establecimientos que le sea posible al intermediario. La segunda señala que los productores se deben limitar expresamente al número de intermediarios que manejan sus productos. Y la tercera implica utilizar a más de un intermediario, pero no a todos los que están dispuestos a manejar el producto, dándole al fabricante mayor control y menor costo que la distribución intensiva.

En síntesis, podemos señalar que el contrato de distribución tiene como principal objetivo el suministro de bienes para que posteriormente estos sean revendidos, si bien es cierto el contrato de distribución puede tener características similares a otras figuras contractuales y ello puede conllevar a que se distorsione con otras figuras jurídicas cabe señalar que la “reventa” es lo que marca la diferencia frente a otras figuras contractuales.

2.2.2.2. Naturaleza jurídica del contrato de distribución.

Betancourt (2006) señala que, son contratos atípicos, los cuales no se encuentra normado por una ley en específico, presentándose frecuentemente en el ámbito comercial y financiero, debido a la dinámica de dichos actos, que tienen una evolución constante, pero en la medida de que sean lícitos serán aceptados. Adicionalmente, se puede decir que no tiene una naturaleza jurídica definida.

Los contratos de distribución tienen una naturaleza jurídica eminentemente comercial del derecho privado debido a que estos surgen de acuerdos de una o dos personas que participan en el desarrollo del mercado (proveedor y distribuidor).

2.2.2.3. Partes que intervienen en los contratos de distribución.

Al tratarse de un acuerdo bilateral, necesariamente tienen que intervenir las siguientes partes:

- a) **El Productor:** Son personas naturales o jurídicas responsables de la producción o elaboración del bien que será objeto de contratación, este tiene el derecho de poder de determinar precios para vender el producto.
- b) **El distribuidor:** Es aquel que se encarga de la distribución y venta de aquellos bienes o productos del fabricante en un lugar determinado, así mismo cabe mencionar que la función principal que tiene el distribuidor es la de revender los bienes que fueron objeto de contratación.

2.2.2.4. Características del contrato de distribución.

Tenemos como principales características de este tipo de contratos las siguientes:

- a) **Atípico.** -El contrato de distribución no se encuentra regulado en nuestra legislación vigente, motivo por el cual las partes contratantes tienen que recurrir a normas supletorias (Tech Law y Finance, 2023).
- b) **Oneroso.** - Las prestaciones existentes en este contrato son susceptibles de ser valuados monetariamente (Tech Law y Finance, 2023).
- c) **Bilateral.** - Para su celebración se requiere la participación de dos o más partes contratantes (Tech Law y Finance, 2023).

- d) **Conmutativo.** - Las partes contratantes luego de haber realizado la celebración del contrato de distribución se generan derechos y obligaciones mutuamente (Tech Law y Finance, 2023).
- e) **Consensual.** - El contrato se perfecciona a través del consentimiento de ambas partes (Tech Law y Finance, 2023).
- f) **Exclusivo.** - En la mayoría de los contratos de distribución se establecen cláusulas de exclusividad que favorece a una de las partes contratantes, esta exclusividad se aplica en el ámbito geográfico, así como en el ámbito de determinados bienes objeto de contratación (Tech Law y Finance, 2023).

2.2.2.5. Cláusula de exclusividad en los contratos de distribución.

Son contratos personalísimos a través de las cuales los empresarios se comprometen a una adquisición para posteriormente revender, en ciertos términos, un producto de marca, a otro que a cambio le concede la exclusiva en la distribución de una zona geográfica. En otras palabras, este contrato establece las normas por las que se regirán las operaciones de compraventa entre el empresario (vendedor) y el distribuidor (comprador) (Tech Law y Finance, 2023).

Burneo (2020) señala que la exclusividad en contratos de distribución impone dos obligaciones esenciales, por un lado, el de abstenerse de contratar con terceros, es decir una obligación negativa y de resultado cuyo incumplimiento habrá de imputarse en el momento mismo en que el obligado celebre el contrato que sí mismo se ha prohibido. Por su parte, el deber de que se garantice a el otro contratante la exclusividad respecto de ciertos territorios, las cuales son positivas y de medios debido a que se trata de formas diligentes, pero su algún tipo de seguridad. Respecto de este deber que tiene una de las partes, es importante referir que no es muy usual que

en un contrato de distribución no especializado, porque lo que es relevante para las partes es obtener ganancias y no evitar competencia.

Estos acuerdos de exclusividad pueden ser de dos tipos: la unilateral y la recíproca; la exclusividad unilateral consiste en que el distribuidor no se le permite comprar productos similares o con las mismas características a otras empresas, pero el suministrador su puede venderle o suministrarle los mismos productos a otros establecimientos dentro del mismo territorio, por lo tanto este tipo de contrato solo afecta a el distribuidor; el contrato de exclusividad recíproca obliga a ambas partes a comprar o vender únicamente al suministrador y al distribuidor y al suministrador, en este tipo de contrato no se permite involucrar a la competencia del otro (Tech Law y Finance, 2023).

Panduro (2011) refiere que la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución tiene como fin principal generar lucro económico, así mismo cabe señalar que afecta el derecho de la libre competencia. Es muy habitual que al establecer esta cláusula genere la combinación de obligaciones negativas y positivas la cual podríamos llamarla como un dinamismo del comercio. La exclusividad puede darse en torno a la temporalidad producto y territorio, así como también puede generar efectos jurídicos binarios, es decir, que se generen derechos y obligaciones para las partes contratantes.

2.2.2.5.1. Beneficiario de la cláusula de exclusividad.

Vienen a ser las personas que son consideradas como beneficiarias dentro de los contratos. Por lo general en la contratación en estudio en el que es de aplicación la exclusividad lo que se busca es otorga al contratante privilegios o limitaciones y en paralelo, que la parte principal se beneficiada al minimizar algún riesgo competitivo. De forma que un pacto de exclusividad se da

en base a una concesión recíproca de una a la contraparte. Entonces se concluye que ambas partes son a la vez acreedores y deudores de la obligación de no hacer, tanto en cuanto lo hayan pactado en el contrato y según el grado y las condiciones que este disponga (Véase Hocsman, 2007 como se citó en Burneo, 2020).

2.2.2.5.2. Delimitación territorial de la cláusula de Exclusividad.

Se trata de las delimitaciones espaciales específicas para desempeñar una prestación específica entre los celebrantes de los contratos. Busca que los concedentes o proveedores se limiten al ejercicio de un derecho dado en una exclusiva en los territorios acordados en los acuerdos, las cuales fueron concedidos a los distribuidores. Asimismo, este último tiene el compromiso de no ejercer un derecho otorgado con exclusividad, lejos de territorios asignados a los proveedores. Los regímenes territoriales son relevantes en una red de comercialización. Este último a su vez se compromete a no ejercer los derechos que se le han entregado en exclusiva, fuera del territorio asignado por el proveedor. El régimen de territorialidad tiene mucho sentido en las redes de comercialización. En la medida de que un proveedor tiene como intención final llegar a los consumidores, para lo cual la exclusividad posee un carácter usual y común dentro de las prácticas asociativas empresariales; sin importar jamás un elemento esencial de aquellos (Burneo, 2020 p.36).

El fabricante también podría otorgar a un detallista el derecho de distribuir su marca de forma exclusiva en un área geográfica o segmento de mercado, lo cual afectaría la competencia entre distribuidores de una misma marca (competencia intramarca) (González, 2014).

2.2.2.6. Extinción del contrato de distribución.

Al igual que la mayoría de los contratos en general la extinción del contrato de distribución puede darse de las siguientes maneras:

- a) **Vencimiento del plazo.** - Es una causa natural, se da cuando en el contrato se estableció un tiempo determinado de duración, es decir que se estableció un plazo fijado de terminación (Corte Suprema, 2022).
- b) **Por cumplimiento del objeto del contrato.** - Se da cuando el principal propósito del contrato ya fue ejecutado, es decir que las prestaciones del contrato se efectuaron satisfactoriamente (Corte Suprema, 2022).
- c) **Por resolución del contrato.** – Regulado artículo 1371 de código civil que señala que una resolución se deja sin efecto los contratos válidos por causales sobrevinientes a su suscripción. Puede ser solicitada judicial o extrajudicialmente, los efectos del contrato se retrotraen (Corte Suprema, 2022).
- d) **Por rescisión del contrato.** - Establecido en el artículo 1372 del código civil en el cual establece que la rescisión se declara judicialmente, pero los efectos de la sentencia se retrotraen al momento de la celebración del contrato (Corte Suprema, 2022).
- e) **Mutuo Acuerdo.** - Es una forma de extinción convencional, ambas partes de forma consensual determinan la extinción del contrato (Corte Suprema, 2022).
- f) **Caso fortuito o fuerza mayor.** - A causa de un acontecimiento impredecible, imprevisible o extraordinario el cual impide la ejecución del contrato, puede causar la terminación parcial o total (Corte Suprema, 2022).

2.2.2.7. Registro para el Control de Contratos Comerciales con Cláusula de Exclusividad

Es un mecanismo administrativo implementado con el objetivo de supervisar, regular y garantizar la transparencia en la formalización y ejecución de contratos comerciales que incluyan cláusulas de exclusividad. Este registro busca prevenir prácticas comerciales restrictivas que puedan afectar la competencia en los mercados y otorga protección al derecho de cada consumidor, promoviendo un equilibrio entre las relaciones contractuales de las partes involucradas.

A través de este sistema, las autoridades competentes pueden:

1. Monitorear la legalidad de la cláusula de exclusividad: Verificando que no impliquen abuso de posición dominante ni contravengan las normativas sobre competencia y derechos del consumidor.

2. Proveer transparencia: Ofreciendo a las partes interesadas acceso a información clara y pública sobre la existencia y condiciones de los contratos con cláusulas de exclusividad.

3. Fomentar la competencia leal: Evitando acuerdos que puedan limitar el acceso al mercado de nuevos actores o restringir la capacidad de elección de los consumidores.

4. Controlar prácticas anticompetitivas: Detectando y sancionando cláusulas o prácticas que perjudiquen el funcionamiento eficiente del mercado.

2.2.3. Venta De Productos Exclusivos

Según Fuentes (2016) la venta de productos exclusivos es una estrategia la cual es utilizada en el comercio ya que a través de esta exclusividad una empresa solo puede ofrecer sus productos a uno o a pocos establecimientos, así mismo dentro de esta figura se involucran derechos que serán de carácter exclusivo. Por la venta de productos exclusivos podemos decir que son aquellos que existen escasamente en un determinado mercado ya sea por la calidad, precio o aspecto. Un

producto podrá ser exclusivo siempre que no exista otro producto que sea parecido a otro, como un ejemplo podríamos mencionar a los cosméticos y perfumes ya que estos tienen una creación y carácter exclusivo puesto que cada empresa crea su propia composición o fórmula las cuales no son publicadas o compartidas a nadie y es ahí donde se encuentra el carácter de exclusivo de cada producto que saldrá a la venta.

2.2.4. Intervencionismo Estatal

El intervencionismo estatal es la participación activa del Estado en la economía y la sociedad, más allá de sus funciones básicas (seguridad, justicia, defensa). Incluye medidas como: Regulación de mercados, prestación de servicios públicos, creación de empresas estatales, políticas sociales y subsidios y control de precios o comercio.

El objetivo suele ser corregir fallos de mercado, garantizar el bienestar general, o proteger sectores estratégicos. La Constitución Política del Perú de 1993 establece un modelo económico de economía social de mercado, que combina libertad económica con el rol activo del Estado, siendo así tenemos:

- a) Art. 58: La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado.
- b) Art. 59: El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y empresa.
- c) Art. 60: El Estado puede realizar actividad empresarial solo subsidiariamente, cuando el interés público lo exige.
- d) Art. 61: El Estado vela por la libre competencia y combate prácticas monopólicas.

El modelo peruano reconoce la libre empresa, pero permite la intervención del Estado cuando sea necesario para proteger el interés general.

Formas de intervención estatal

1. Regulación: El Estado regula actividades económicas mediante organismos especializados:

- a) **Osinergmin:** Energía y minería.
- b) **Osiptel:** Telecomunicaciones.
- c) **Sunass:** Agua.
- d) **Indecopi:** Competencia y propiedad intelectual.
- e) **SBS y BCRP:** Sistema financiero.

2. Empresas Estatales: El Estado mantiene empresas en sectores clave:

- a) **Petroperú:** Hidrocarburos.
- b) **Sedapal:** Agua.
- c) **Electroperú:** Electricidad.
- d) **Enapu:** Puertos.
- e) **TV Perú / IRTP:** Comunicaciones.

3. Gasto Público y Subsidios

- a) Programas sociales como Juntos, Qali Warma, Pensión 65.
- b) Subsidios a combustibles, electricidad y transporte (en ciertas zonas).
- c) Reactivación económica (ejemplo: Reactiva Perú, durante la pandemia).

4. Política Monetaria y Fiscal

El Estado interviene mediante:

- a) Política monetaria del BCRP para controlar la inflación.
- b) Política fiscal: gasto, inversión pública, impuestos.

5. Proteccionismo comercial (selectivo)

Aranceles, salvaguardias o barreras no arancelarias para proteger industria nacional.

Ventajas del intervencionismo estatal

- a) Corrige fallas del mercado
- b) Reduce desigualdad y pobreza
- c) Protege sectores estratégicos
- d) Estimula la inversión pública y privada
- e) Garantiza servicios básicos

2.2.5. Competencia

2.2.5.1. Definición de competencia.

En palabras de la Real Academia Española (2020) en el diccionario de lengua española se trata de peleas o riñas entre dos o más por un motivo en particular que buscar alcanzar algo. Se tratan de las condiciones a través de las cuales las personas jurídicas que están en competencia en los mercados ofertan o demandan un producto o un servicio similar (p.14).

Asimismo, como se refiere en la Comisión Nacional de los Mercados y la Comisión (2013), “La competencia es la afluencia en una misma actividad comercial de múltiples empresas que originan un bien o servicio similar y de un gran número de consumidores que compran libremente con suficiente información” (p. 2).

2.2.5.2. Derecho de la Competencia.

Según Napurí (2020) regula el comercio, prohibiendo las restricciones ilegales tales como: la fijación de precios y los monopolios. Tiene como principal objetivo el promocionar la competencia con una empresa existente en los mercados y promover la calidad de un bien y servicio, garantizando de este modo el normal funcionamiento del mercado. Con su existencia lo que se pretende es promover la competencia leal entre agentes del mercado para que de este modo se beneficie tanto a los consumidores y a la economía en general.

2.2.6. Libre Competencia

2.2.6.1. Antecedentes de la libre competencia.

Podemos decir que a partir del nuevo marco constitucional se da la vigencia del Derecho de la Competencia en el país, a partir de la creación del INDECOPI y la instalación de la Comisión Multisectorial de Libre Competencia.

El Decreto Legislativo N°701, norma que estuvo en vigor y fue aplicada por aproximadamente 15 años, desde que se iniciaron las labores del Indecopi en 1993 hasta julio del 2008, la vigencia del Decreto Legislativo N°701 fue condicionada al establecimiento de la Comisión Nacional de la Libre Competencia que, fue creada como un organismo independiente, con autonomía técnica y administrativa, y cuyo objeto era velar por el cumplimiento de la referida

ley, para lo cual se le facultaba a elaborar su propio reglamento y el de su Secretaría Técnica, los cuales serían luego aprobados mediante Decreto Supremo (Indecopi, 2013).

En 1996 se crea el D.L. N° 807 que modificó al D.L. N° 701 a través del cual se precisó las infracciones prohibidas añadiendo a estas sanciones económicas, así como el fortalecimiento de las facultades que tenía la comisión y la secretaría técnica. La ley en estudio realizó las siguientes modificaciones que serán descritas:

1. Se eliminó la regulación de los comportamientos tipificados como prácticas abusivas de poder.
2. La modificación de dichas conductas consideradas como abuso de posición.
3. La modificación de tales comportamientos considerados como una práctica restrictiva competitiva.
4. Se llegaron a añadir III comportamientos restrictivos competitivos.
5. Se modificaron las normas vinculadas a la facultad de iniciar acciones penales en el caso de la vulneración al D.L. n° 701, estableciendo que dicha acción penal podía ser iniciada solamente por la fiscalía a través de las denuncias remitidas por las comisiones respectivas.
6. Se añadió la opción de que un infractor pueda requerir que sus responsabilidades sean exoneradas, en aquellos casos en los que aporten medios probatorios que permitan la identificación y acreditación de las prácticas ilegales, las mismas que se ampara imponer sanciones al responsable.
7. Se añade la opción de imposición de una multa coercitiva para asegurar que lo dispuesto por una medida cautelar sea cumplida, en aquellos casos en que los obligados se nieguen a su cumplimiento.
8. Se llegó a incrementar las escalas de multas a ser aplicadas a su infractor

El 24 de junio de 2008 se promulgó el D.L. el cual constituyó una evolución en nuestro marco normativo ya que esta norma precisó aspectos que aún no se encontraban definidos expresamente.

Este decreto se caracteriza porque otorga una definición precisa aspecto del sujeto que debe ser investigado y sancionado, estableciendo que es de aplicación a una persona natural y a una persona jurídica, a una sociedad irregular, a un patrimonio autónomo u otras entidades de derecho del ámbito de sector público o privados, del Estado o no, que tenga o no un fin de lucro, que en el mercado oferte o demande bienes o servicios cuyo asociado, afiliados, agremiados o integrantes desarrollen dichas actividades. Asimismo, también son sujetos de la norma las personas que ejerzan la dirección, gestión o representación de los sujetos de derecho antes mencionados, en la medida que hayan tenido participación en el planeamiento, realización o ejecución de la infracción (Indecopi, 2013).

En el caso del D.L N° 1034, se contemplan tres categorías de comportamientos prohibidos: (a) actos de abuso de posición de dominio; (b) prácticas colusorias horizontales (acuerdos, concertaciones y recomendaciones entre competidores); y (c) prácticas colusorias verticales entre distintos agentes de la cadena productiva o de comercialización (Indecopi, 2013).

Mediante Decreto Supremo N° 030-2019-PCM se aprobó el Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas del 19 de febrero de 2019.

2.2.6.2. Concepto de libre competencia.

La libre competencia es el proceso mediante el cual las empresas buscan obtener las preferencias de los consumidores, a través del ofrecimiento de un mejor producto o servicio en noción de precios, de condiciones y de tipos. La libre competencia es un incentivo para que las

empresas se desarrollen eficientemente en sus procesos productivos, para que opte por la innovación, el ofrecimiento de un precio y otra condición comercial que sea atractiva a comparación de su competidor. De esta forma, los consumidores compran los bienes o contratan los servicios de aquellas empresas que, desde su punto de vista, son mejores que sus rivales (Indecopi, 2021, p. 1).

Se tratan de instrumentos óptimos para la promoción de una retribución de eficiencia de un recurso en los mercados. Ello se da porque un proveedor mejora las condiciones de su producto al reducir el precio para obtener una preferencia del consumidor. Se obtiene como respuesta que los consumidores tienen mejores opciones, por lo que proteger la libre competencia es uno de los principios más importantes del desarrollo económico nacional (Oyarce, 2013, p.7).

La libre competencia es aquella que ocurre sin restricciones, ya sean del Estado o de los proveedores. Si no hay competencia libre, el mercado se vería distorsionado, lo que dificultaría el equilibrio entre la oferta y la demanda, lo que resultaría en una serie de consecuencias negativas (Napurí, 2020, párr. 6).

“Es la afluencia en los mismos mercados de múltiples empresas que produce un bien o un servicio similar y de una cantidad de usuarios que optan por adquirir de manera libre con datos enecesarios” (Comisión Nacional de los Mercados y la Comisión, 2013, párr. 3)

2.2.6.3. Regulación de la libre competencia.

La regulación a la libre competencia se enmarca en lo que la propia Constitución Política del Perú (1993) que ha denominado “economía social de mercado”(Artículo 58°, Título III, Del Régimen Económico); se garantiza la libre iniciativa privada y se reconoce al Estado un rol subsidiario; asimismo, las libertades de trabajo, empresa, comercio e industria (Artículo 59°); se

reconoce el pluralismo económico, la coexistencia de diversas formas de propiedad y empresa y la actividad empresarial subsidiaria del Estado (Artículo 60°); se protege la libre competencia (Artículo 61°); la libertad de contratar (Artículo 62°). Es de esta forma como en el párrafo uno de la Carta Magna se señala de manera expresa que el Estado tiene el deber de facilitar y de vigilar la libertad de competencia, combatiendo todas las practicas que constituyan limitantes y actos abusivos de una posición dominante o monopólica (Cairo, 2021)

La libre competencia ha recibido un tratamiento, que fue plasmada a través de un pronunciamiento por parte del TC, dentro de ese contexto es que podemos mencionar al Expediente N° 1311-2020-AA/TC en el cual nos menciona lo siguiente: El artículo 61 de la Carta Magna otorgar las facilidades y controlar la libre competencia, establece acciones para combatir prácticas que establezcan limitaciones; existirá una competencia imperfecta en los mercados cuando la libre competencia refleje concentraciones de un número considerable de personas jurídicas que configura una situación de monopolios con altos niveles de competitividad, porque a pesar de que las posiciones de dominio en los mercados no están prohibidas, pues implicaría prohibir que las empresas prosperen, ello se da cuando dichas posiciones competitivas hayan sido adquirida legítimamente y no sobre una norma jurídica que sin motivación alguna sea privilegiada con la vulneración de la idea rectora de igualdad ante la norma, en tanto no sería de aceptación que el D.S.N° 158-99-EF establece una codificación injusta, que concede una consideración preponderante a un tipo de cigarro y favorece a un productor o comercializador en relación al resto (Tribunal Constitucional, 2000)

2.2.7. Vulneración a la competencia

2.2.7.1. Concepto de la vulneración a la competencia.

La vulneración al derecho a la competencia es un tema que afecta a diversos sectores y que, lamentablemente, se ha convertido en una práctica común en nuestra sociedad. Esta vulneración se refiere a acciones que limitan o distorsionan la libre competencia en el mercado, perjudicando a los consumidores y fomentando la concentración de poder en manos de unos pocos (Indecopi, 2013).

Es necesario para garantizar un entorno económico justo y equitativo, en el cual toda empresa pueda ejercer su competencia en un ambiente de igualdad. Sin embargo, existe una serie de prácticas que atentan contra este derecho, como los acuerdos de precios, el abuso de una posición dominante y las fusiones o adquisiciones que generan monopolios. Los acuerdos de precios son una forma común de vulneración al derecho a la competencia. En este tipo de práctica, la empresa se pone de acuerdo para fijar un precio artificialmente alto, eliminando así la competencia y perjudicando a los consumidores. Estos acuerdos pueden ser tanto explícitos como implícitos, y están prohibidos por la legislación vigente (Indecopi, 2013).

Otra forma de vulneración es el abuso de posiciones dominantes. En este caso, ciertas empresas aprovechan su posición en los mercados para determinar una condición desfavorable a sus competidores o a los consumidores. Al ejercer un control excesivo sobre el mercado, estas empresas limitan la libre competencia y pueden llegar a generar monopolios. Esto impide que otros actores puedan ingresar al mercado y ofrecer alternativas a los consumidores. Las fusiones y adquisiciones también pueden ser una forma de vulneración al derecho a la competencia (Indecopi, 2013).

2.2.7.2. Prácticas Anticompetitivas de la Competencia.

La Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas señala que se trata de un acuerdo, decisión, recomendación o practica que tiene como finalidad la restricción, limitación o falsea la libre competencia (Congreso de la República, 2008).

Las prácticas anticompetitivas son aquellos comportamientos de las empresas o agentes económicos del mercado que restringen la libre competencia, perjudicando a los consumidores y al mercado en sí mismo (Indecopi, 2021).

Las prácticas anticompetitivas son aquellas acciones llevadas a cabo por empresas o individuos con el fin de restringir la competencia en los mercados y obtener una posición dominante o ventajas injustas sobre sus competidores. Estas prácticas van en contra de las leyes y regulaciones diseñadas para promover la libre competencia y proteger los intereses de los consumidores (Indecopi, 2021); tenemos como prácticas anticompetitivas lo siguiente:

- a) **Colusión:** Cuando varias empresas acuerdan fijar precios, repartirse el mercado o limitar la producción conjuntamente, en lugar de competir entre sí (Centro de Competencia, 2020).
- b) **Abuso de posición dominante:** Cuando una empresa utiliza su posición dominante en el mercado para impedir el ingreso de nuevos competidores, establecer barreras de entrada artificiales o imponer condiciones desfavorables a sus clientes o proveedores (Quintana E., 2005).
- c) **Discriminación de precios:** Cuando una empresa aplica diferentes precios a distintos compradores sin justificación objetiva, con el objetivo de dificultar la entrada de nuevos competidores o eliminar a aquellos existentes (Centro de Competencia, 2022).
- d) **Prácticas predatorias:** Cuando una empresa reduce temporalmente sus precios por debajo del costo con el fin de eliminar a sus competidores más débiles y luego aumenta los

precios nuevamente cuando ha obtenido una posición dominante en el mercado (Pozo, 2016).

- e) **Acaparamiento u obstrucción del acceso a insumos clave:** Cuando una empresa adquiere grandes cantidades de insumos esenciales para dificultar la disponibilidad para sus competidores o impide el acceso a infraestructuras clave necesarias para operar (Fernández J., 2020).

Estas prácticas anticompetitivas pueden ser perjudiciales tanto para otros participantes del mercado como para los consumidores, ya que pueden limitar la oferta de un bien y un servicio, elevar los precios y reducir la calidad. Por lo tanto, las autoridades de competencia suelen tomar medidas para prevenir y sancionar estas prácticas con el fin de proteger la libre competencia y promover un mercado justo y eficiente.

2.2.7.2.1. Monopolio.

Se debe entender por esta figura que solo hay un único vendedor de un bien o servicio y no tiene sustituto cercano, por lo que, facilita que el producto aumente, eleve el precio y la producción.

El artículo 61 de la Carta Magna peruana señala que el Estado deberá facilitar y controlar la existencia de la libre competencia. De la misma forma será quien deberá combatir todas aquellas prácticas que limiten su ejercicio o abusen de su posición dominante o de monopolio. No existen leyes de concertaciones que puedan otorgar una autorización y pueda determinar la existencia de un monopolio. Esta regulación evidencia la ausencia de prohibiciones respecto de monopolios, pero destaca que el gobierno está en la obligación de adoptar una acción necesaria para otorgar las facilidades necesarias y la vigilancia.

El monopolio en el fondo puede ser resultado de un proceso natural de interacción en el mercado que termina con una participación importante del mercado (Bullard, 2007, p.190).

Formas de Monopolio:

1.- **Monopolio Puro.** – Es particular, ya que se presenta únicamente en empresas cuya función principal es promover un producto específico en el mercado. El monopolio puro representa un caso excepcional dentro de las distintas formas de monopolio, dado que se da exclusivamente en un sector industrial determinado. Este tipo de monopolio también se denomina precio lineal o monopolio legal cuando se comercializa en una concesión pública y por consiguiente recibe ese adjetivo adicional, donde se puede señalar la clase de monopolio de una economía real en caso de darse y es completamente inimputable, por cuanto se proyecta por aprobación de la ley (Petitbo, 2006).

2.- **Monopolio Artificial.** - El monopolio artificial también se caracteriza por una carga arancelaria de soporte que resultan artificiosos, implantadas por el gobierno, así como también mediante el régimen de licencias o de defensa de patentes y derechos de autor (Meiners, 1986).

3.- **Monopolio Natural.** –

Kahn describe el concepto de monopolio natural como aquella situación donde “la tecnología de la industria o el carácter del servicio es tal que los usuarios pueden ser atendidos con el menor costo, o con el mayor beneficio neto, solamente por una empresa (en el caso extremo) o por un número limitado de ‘instrumentos elegidos’ (Fernández Baca Llamozas, Microeconomía: Teoría y aplicaciones, 2005).

2.2.7.2.2. Oligopolio.

El oligopolio se desarrolla prácticamente porque esos pocos competidores o productores se requieren entre sí para que así funcione y cada uno de estos influya en el precio y en la cantidad de producción y, en consecuencia, limitan el acceso al mercado para que así solo impere los ya constituidos en la producción de ese determinado bien.

Orbe (2001) señala que, en esta práctica comercial, una compañía detenta el poder de los mercados, pero en niveles inferiores a comparación de lo que ocurre con los monopolios. Pues con la existencia de un solo oferente, existen pequeños grupos de compañías. A pesar de que las empresas ejercen dominio respecto de sus precios y de cantidades en los mercados, la voluntariedad para elegir el nivel de cada variante según la existencia de otra empresa competidora. Uno de los casos especiales son los denominados duopolios que existe solo dos oferentes.

El **oligopolio** es el mercado donde hay pocos ofertantes y muchos demandantes sobre un bien o servicio, por tanto, se fijan precios y condiciones de venta para reducir la competencia.

2.2.7.2.3. Abuso de posición de Dominio.

Velandia (2011) refiere a una práctica anticompetitiva en la que una empresa o entidad con una posición dominante en el mercado utiliza su poder y control para obtener ventajas injustas sobre sus competidores, clientes o proveedores. Esto puede incluir acciones como un fijar precio excesivo, restringir la producción o distribución de un bien o servicio, imponer condiciones comerciales desfavorables o discriminar a determinados competidores. Es considerado ilegal en muchas legislaciones antimonopolio y puede ser objeto de sanciones y medidas correctivas por parte de las autoridades regulatorias.

Debemos de señalar que dentro del decreto legislativo 1034 en el artículo N° 10 no dice que: se da cuando los agentes económicos, quienes ostentan de posiciones dominantes en mercados relevantes, hacen uso de este poder de forma indebida, para beneficio suyo en perjuicio de otro competidor real o potencial, directo o indirecto que no ostenta dicho poder (Congreso de la República, 2008).

Respecto a las conductas prohibidas, la legislación establece de forma explícita un listado más extenso de acciones que constituyen abuso de posición de dominio, según lo dispuesto en el numeral 10.2 del artículo 10 del Decreto Legislativo N.º 1034 (Congreso de la República, 2008):

- a) La negativa injustificada a atender solicitudes de compra o adquisición, o a aceptar propuestas de venta o prestación de un bien o un servicio.
- b) Aplicar en una relación comercial de una condición desigual para una prestación equivalente, que coloquen a un competidor en una condición de desventaja ante el otro. No viene a ser un acto en que se abuse de las posiciones del dominio, otorgar un descuento y una bonificación que corresponda a una práctica comercial que suele ser aceptada, que son concedidas por ciertas circunstancias compensatorias, como los pagos anticipados, montos, volúmenes otra que son aprobados genéricamente en cada caso en el que existe una condición igual.
- c) La subordinación en la suscripción de este tipo de contratación ante la aceptación de una prestación adicional que por el tipo en base a su utilización comercial no tiene vinculación con el objetivo de esta contratación.
- d) La obstaculización entre competidores de entrada o permanentes en asociaciones, en organizaciones intermedias.

- e) El establecimiento, la imposición o proponer contrataciones de distribución o venta exclusiva, una cláusula de no competencia o similar que sean injustificadas.
- f) El uso abusivo y reiterado de un proceso judicial o de un procedimiento administrativo cuya finalidad sea la restricción de competencia-
- g) El incentivo a terceros a no proveer un bien o la prestación de un servicio o a rechazarlo.

El D.L. N°1034, establece que se producirá cuando los agentes económicos que ostentan de posiciones dominantes en los mercados relevantes hacen uso de dichas posiciones para efectos de optar por la restricción indebida de la competencia, a través del cual buscan obtener un beneficio y perjudican a un competidor real y potencial, directo o indirecto, que no hubiera sido posible contar con dichas posiciones. Adicionalmente, la norma precisa que sea el ejercicio de la posición de dominio no afecta a competidores reales no es abuso de posición de dominio (Quintana E., 2013).

Se considera que existe abuso cuando un agente económico, que ostenta una posición dominante en el mercado relevante, utiliza esta situación para restringir de manera indebida la competencia, obteniendo beneficios y perjudicando a competidores reales o potenciales, directos o indirectos (Indecopi, 2021).

2.2.7.2.4. Práctica Colusoria Horizontal.

Son los acuerdos, decisiones, recomendaciones o prácticas concertadas, realizadas por agentes económicos competidores entre sí, que tienen como finalidad o efecto, restringir, impedir o falsear la libre competencia (Indecopi, 2021).

Las prácticas colusorias horizontales son aquellas que se dan entre agentes que se encuentran en la misma posición de la cadena de producción, provocando la falsa sensación de libre competencia en el consumidor (Deza, 2017).

2.2.7.2.5. Práctica Colusoria Vertical.

Se trata de un acuerdo, decisión, recomendación o práctica concertada realizada por un agente económico que opera en un plano diferente de las cadenas productivas o de comercialización y que tenga como objeto la restricción, prohibir o falsificar la libre competencia. La configuración de una práctica colusoria vertical requiere que al menos una de las partes involucradas tenga, de manera previa al ejercicio de la práctica, posición de dominio en el mercado relevante (Indecopi, 2021).

Una práctica colusoria vertical es un acuerdo o conducta anticompetitiva que se produce entre una empresa y un nivel de cadena de producción obstrucción que se producen entre una empresa de un nivel diferente de las cadenas productivas o distributivas. Estas prácticas involucran a una empresa de un nivel superior (el fabricante) y otra empresa de un nivel inferior (el minorista) (Indecopi, 2021).

Estas prácticas pueden incluir acuerdos de fijación de precios mínimos o máximos, exclusividad de distribución, restricciones territoriales, limitaciones en la venta online, entre otras. El objetivo principal es restringir la competencia y aumentar los beneficios para las partes involucradas. Sin embargo, este tipo de prácticas colusorias verticales suelen ser consideradas ilegales debido a que distorsionan el mercado y perjudican al consumidor al limitar la libre competencia y elevar los precios. En muchos países existen leyes antimonopolio o de defensa de

la competencia que prohíben este tipo de prácticas y establecen sanciones para quienes las lleven a cabo (Indecopi, 2021).

2.2.7.3. Represión de Conductas Anticompetitivas.

Se refiere a la acción tomada por las autoridades de competencia para la prevención y sanción de cada practica que distorsiona los mercados y limitan la competencia entre empresas. Estas prácticas pueden incluir acuerdos ilegales entre competidores, arbitrariedad de posiciones dominantes en los mercados y fusiones o adquisiciones que reduzcan la competencia. (Congreso de la República, 2008). Las autoridades de competencia, como comisiones o agencias especializadas, tienen el poder de investigar y sancionar estas conductas anticompetitivas. Algunas medidas utilizadas para reprimir estas prácticas incluyen:

1. **Investigaciones:** Las autoridades están facultados de investigar para recopilar pruebas respecto a supuestas conductas anticompetitivas. Esto implicaría la solicitud de información a las empresas involucradas, así como inspecciones en sus instalaciones.
2. **Sanciones:** En caso de encontrar evidencia de una conducta anticompetitiva, las autoridades pueden imponer multas a las empresas infractoras. Estas multas suelen ser proporcionales al daño causado y pueden llegar a ser muy elevadas.
3. **Medidas correctivas:** Además de las multas, las autoridades también pueden exigir a las empresas que adopten medidas para corregir su comportamiento anticompetitivo. Esto puede incluir la eliminación de acuerdos ilegales o la desinversión en ciertos activos.
4. **Prohibición de fusiones o adquisiciones:** Si las fusiones o adquisiciones propuestas amenaza o la reducción de la competencia en un mercado determinado, las autoridades pueden prohibirla o condicionarla a ciertas condiciones para preservar la competencia.

La represión de conductas anticompetitivas en nuestro país se encuentra regulado a través del Decreto Legislativo 1034 cuyo fin es la promoción de la eficiencia económica para el bienestar de un consumidor (Congreso de la República, 2008).

En el caso del Decreto Legislativo N°1034, se contemplan tres categorías de comportamientos prohibidos: (a) actos de abuso de posición de dominio; (b) prácticas colusorias horizontales (acuerdos, concertaciones y recomendaciones entre competidores); y (c) prácticas colusorias verticales entre distintos agentes de la cadena productiva o de comercialización (Quintana E., 2013).

Es fundamental para garantizar un mercado justo y competitivos, lo que beneficia tanto al consumidor como a la empresa más pequeña. La existencia de una competencia efectiva promueve la innovación, reduce el precio y mejora las condiciones de un producto y servicio ofrecido.

2.2.8. Competencia Desleal

2.2.8.1. Concepto de competencia desleal.

En el art 6 párr. 2 son actos que vulneran la buena fe que debe estar vigente en toda economía social de los mercados (Congreso de la República, 2008).

Por otro lado, parafraseando a lo señalado por Casajuana (2020) define como “el comportamiento ilícito mediante el cual una empresa, profesional o persona física desfigura o puede alterar la conducta de la persona que consume de un mercado concreto.”

Asimismo, en palabras de Velandia (2011) son actos que buscan ventajas competitivas a través de conductas irregulares que no se acogen a un criterio general de la buena fe

2.2.9. Consumidor

2.2.9.1. Definición de consumidor.

Como refieren Aldana y Gagliuffi (2016) el antecedente normativo inmediato es principalmente, el Decreto Supremo N.º 036-83-JUS (derogado actualmente), se expide una medida extraordinaria en relación a la defensa del interés de un consumidor del 28 de julio de 1983. Ambos dispositivos legales no establecían definiciones respecto de un consumidor final. Sin embargo, el artículo 4 del citado cuerpo normativo considero el alcance de los consumidores y era definido como los contratos verbales o escritos para adquirir un bien, fungible o no, o para prestar un servicio.

En el artículo IV, sobre las definiciones en el Código de protección y defensa del consumidor aprobado mediante Ley N° 29571 (2010) define a un consumidor o usuario como:

- a) A las personas naturales o jurídicas que adquieren o utilizan o disfrutan como destinatarios finales de un producto de un servicio material inmaterial, para beneficio suyo o de grupos familiares o sociales, teniendo actuaciones en ámbitos ajenos actividades empresariales o actividades profesionales. No se considera consumidor a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor (Indecopi, 2010).
- b) Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio (Indecopi, 2010).

- c) En caso de duda sobre el destino final de determinado producto o servicio, se califica como consumidor a quien lo adquiere, usa o disfruta (Indecopi, 2010).

El modelo jurídico circulante para proteger a los consumidores está basado en la nivelación de las condiciones de asimetría de la información. Por ello, otras experiencias jurídicas, no obstante, el texto literal de su legislación define como consumidores solo la persona natural, a nivel jurisprudencial prudencial han ensanchado este concepto, incluyendo a la persona jurídica no lucrativas y a las pequeñas empresas. El fundamento es simple no se trata de defender el último eslabón de la cadena sino el eslabón más débil de la misma la situación de asimetría informativa y las personas jurídicas no lucrativas o de las pequeñas empresas es la misma que la del consumidor persona natural (Espinoza, 2021).

Las Naciones Unidas hace referencia al término consumidor de manera general, a la persona física con independencia de su nacionalidad que actúa principalmente con fines personales, familiares o domésticos (UNCTAD, 2017, pág. 18)

2.2.9.2. Relación de consumo.

El artículo IV numeral 5 del código de defensa y nos dice que la relación de consumo es: “La relación por la cual un consumidor adquiere un producto o contrata un servicio con un proveedor a cambio de una contraprestación económica. Esto sin perjuicio de los supuestos contemplados en el artículo III” (Indecopi, 2010, p. 5). La relación está compuesta por tres componentes importantes y son los siguientes:

- a) Los consumidores como destinatarios finales no ejercer actividades empresariales o profesionales, las microempresas en condiciones de asimetría de la información.
- b) Los proveedores contratan a título de la empresa.

- c) Un producto o un servicio suministrado debe estar destinado a la utilización privada.

Cada componente se encuentra relacionado, pues la falta de uno acarrea la ausencia de relaciones de consumo.

2.2.10. Derechos del consumidor

2.2.10.1. Antecedentes de los derechos del Consumidor.

Este tema fue iniciado en Perú con la Carta Magna del 79, siendo que en el artículo 110 establece que los regímenes económicos están fundamentados en ideas rectoras vinculadas a la justicia social orientada a dignificar el trabajo como una de las fuentes principales de riqueza y como una forma de realización del ser humano. El Estado es el responsable de promover el crecimiento de la economía y el ámbito social a través del crecimiento de la productividad, el uso racional de recursos, en trabajo pleno y distribuir equitativamente los ingresos. Para tal efecto, fomentará en cada sector la producción, defendiendo los intereses del consumidor.

Como segundo antecedente normativo tenemos el DS 036-1983-JUS (derogada a la actualidad) del 22 de julio de 1983 en alineación con lo señalado por el artículo 110 de la Constitución de 1979 en cuyo artículo 4 no menciona: “Para los efectos de este Decreto Supremo se denominan: 1. Consumidores, a quienes a través de contratos verbales o escritos adquieren un bien, fungible o no, o a la prestación de servicios.”

Tenemos también el Decreto Legislativo 716 (1991) – “Ley de Protección al consumidor” del 07 de noviembre de 1991, cuyo TUO fue aprobado mediante D.S. N° 039-2000, publicado en el 11 de diciembre de 2000. En el cual se incluyó derechos considerados esenciales en otros

Estados y por organismos internacionales. Fue una de las normas que demostró la importancia del crecimiento de los mercados con el otorgamiento de dinamicidad a los consumidores, así como con el establecimiento de marcos normativos encuadrados en los sistemas del libre mercado.

El artículo 3 del D.L 716: Literal no habla acerca de: a) Consumidores o usuarios: Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales un producto o servicio. Esta noción fue complementada posteriormente mediante la Resolución 101-96-TDC expedida por la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal del Indecopi, el 18 de diciembre de 1996: “Son considerados como consumidores o usuarios, en atención a lo señalado por el literal a) del artículo 3 del D.L 716, a la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio para un fin personal, familiar o de entornos sociales inmediatos.

La Carta Magna peruana (1993) vigente estableció la importancia de proteger a los consumidores en la regulación establecida en el artículo 65 que señala que el Estado está en la obligación de defender los intereses de un consumidor y usuario. Brindará las garantías necesarias para certificar se ejerza su derecho a la información respecto de un bien y un servicio que está disponible en los mercados. De la misma manera, otorga protección a la salud de los pobladores y de su seguridad.

En la sentencia del TC EXP. N.º 3315-2004-AA/TC AGUA PURA ROVIC S.A.C. Sobre el Artículo 65 de la Carta Magna peruana ¿Cómo regula defender a un consumidor y a un usuario? Regula la idea rectora para actuaciones estatales consignando una facultad personal y subjetiva HORIZONTES TUITIVOS: Orientan y fundamentan las actuaciones estatales en relación a actividades económicas: defender el interés de un consumidor y de un usuario ACCIÓN

DEFENSIVA: Reconoce el derecho de un consumidor y de un usuario de requerir al Estado actuaciones frente a la vulneración o cuando se desconozca de su legítimo interés.

Tenemos también que en la sentencia del TC EXP. N.º 3315-2004-AA/TC Agua Pura Rovic S.A.C. Sobre el Artículo 65 de la Carta Magna Obligaciones contenidas en el Artículo 65 Garantizar el derecho a la información Velar por la salud y la seguridad de la persona cuando son consumidores o usuarios está referido al establecimiento de una información verídica, suficiente, apropiada y de fácil acceso. Asegurando que un producto y un servicio ofertado en los mercados deberán ser tales que, al utilizarlos en una condición normal y previsible, no ponga en riesgo la salud y la seguridad de un consumidor y de un usuario.

En el 2008 se expidió el D.L N° 1045 (2008), la misma que introdujo modificatorias a la definición de los consumidores incluida el TUO de la Ley N° 29571 señalando lo siguiente: “a) Consumidores o usuarios: Las personas naturales que, al adquirir, utilizar o disfrutar de bienes o de contratar servicios, actúa en ámbito ajenos a las actividades empresariales o profesionales y, de manera excepcional, a un microempresario que evidencia una condición de asimetría informativa con los proveedores en relación de un producto y de un servicio no vinculado con el giro de los negocios. La norma otorga protección a los consumidores que actúan diligentemente.

Finalmente, el 02 de septiembre del año 2010 se publicó la Ley 29571 el “Código de Protección y Defensa del Consumidor” (2010), se trata al consumidor como una fuerza que impulsa el mercado, el cual tiene prevalente prioridad señalando en el cuarto Artículo, lo siguiente:

1. Consumidor o usuario 1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o un servicio material e inmaterial, en favor propio o de su unidad familiar, teniendo estas conductas en espacios diferentes al de las actividades empresariales

o profesionales. No son considerados como consumidores a aquellos a aquellos que adquieren hacen uso o a quien disfruta de un producto o un servicio de modo normal direccionados para el fin de sus actividades como proveedores. 1.2. Un microempresario que evidencia situaciones de asimetría informática con los proveedores en relación de un producto o servicio que no es parte del giro propio de los negocios. 1.3. En aquellos casos sobre duda respecto de las decisiones finales de ciertos productos o servicios, son calificados como consumidores a quienes adquieren usan o disfrutan

2.2.10.2. Definición de derechos del consumidor.

Baltazar (2007) refiere que en atención a lo regulado en el artículo 110 de la Carta Magna de 1979, el Estado fomenta el crecimiento de la economía y del ámbito social a través del fomento de las actividades productivas y de la productividad, racionalizando la utilización de un recurso, el fomento de los distintos elementos productivos y la protección de los intereses del consumidor. Así también, la Carta Magna de 1993 establece en el art. 65 que “Es deber estatal la protección de cada interés del consumidor y usuario”. Esta afirmación de visión actual otorga protección desde la Constitución a cada derecho individual se alinea con una legislación más avanzada en esta materia en países como España y Argentina, cuyas constituciones contienen disposiciones similares. Proteger a los consumidores implica una agrupación de medios legislativos que son implementados por el Estado para mantener vigente los poderes de adquisición de la ciudadanía, así como la salud y la seguridad a nivel físico, ante cierta prestación de un producto y servicio y se pueda asegurar la importancia del uso de cosas que adquiera o de un servicio que este contratando para la satisfacción de sus demandas.

Además, Como afirma el profesor Britz (1992) el enfoque constitucional de los derechos de los consumidores exige asignarle un alcance que excede la definición tradicional, frente al

criterio que considera que los derechos fundamentales consagrados en las constituciones están imbuidos de un carácter político excluyente que regula la relación entre los Estado y sus ciudadanos, también controlan las relaciones jurídicas entre los sujetos de derecho.

El derecho del consumidor puede ser definido de distintas formas y ámbitos, citando entre ellos a Tambussi (2014) que detalla que el derecho del consumidor es, sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos derechos humanos.

Por otro lado, Echaiz (2012) detalla que el derecho del consumidor se trata de reconocer que en la relación de consumo las partes intervinientes difieren una de la otra, entonces el Estado debe asumir un rol tuitivo y para ello establece el sistema de protección al consumidor, que, por cierto, no protege al consumidor en sí, sino al consumidor final.

2.2.10.3. Regulación de los derechos del consumidor.

2.2.10.3.1. Constitución Política.

En la Constitución política del Perú (1993) específicamente en el artículo 65 se habla acerca de los derechos del consumidor en el cual refiere que:

El estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. En ese sentido, está en la obligación de otorgar las garantías necesarias para ejercer el derecho de la información respecto de un bien o de un servicio que está a su disposición en los mercados. De la misma forma, protege la salud y la seguridad de los pobladores (p.10).

El dispositivo bajo análisis otorga las garantías necesarias de tres derechos fundamentales a un consumidor: primero, el derecho a ser informado; segundo, el derecho a mantener una buena

salud; y tercero, el derecho a la seguridad. Estos derechos deben defenderse porque el consumidor está en una posición de desventaja y desigualdad en comparación con quienes proporcionan bienes y servicios. Esta desigualdad es más evidente en la distribución desigual de la información disponible tanto para los consumidores como para los proveedores, lo que también se conoce como asimetría de información (Constitución Política del Perú, 1993).

2.2.10.3.2. Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Trata al consumidor como una fuerza que impulsa el mercado, el cual tiene prevalente prioridad. Según el Código en el Título I, del derecho del consumidor y el vínculo de los consumidores con los proveedores dentro de capítulo I, Derecho del consumidor y en su artículo 1, se desarrollan una serie de derechos a favor del consumidor dentro de los cuales podemos destacar:

1. Protección Eficaz:

El literal a) del Artículo 1 de la Ley N° 29571 establece:

“Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física” (Congreso de la República, 2010)

Al respecto, Echaiz (2012) refiere que el Estado tiene la obligación de asumir un rol tuitivo para con el consumidor, motivo por el cual organiza y sistematiza un sistema de protección al consumidor, dicha protección se fundamentara en que las relaciones de consumo guardan asimetría informativa.

2. Acceso a la información:

Se encuentra regulado en el inciso b) del Artículo 1 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, el mismo que establece que se trata de la facultad que tienen los consumidores para tener acceso de aquellos datos oportunos, suficientes, veraces y accesibles con facilidad y que son relevantes para adoptar una decisión o elegir algún servicio de consumo que este alineado al interés del cliente. Asimismo, para utilizar o consumir de manera adecuada un producto o servicio (Congreso de la República, 2010)

Teniendo en cuenta ello, Muñoz (2012) señala que, para salvaguardar la libertad de elección de los consumidores, se crea la necesidad por parte del Estado para proteger al consumidor e imponer a los proveedores el deber de proporcionar cierta información de su producto o servicio

3. Derecho a elegir:

Está establecido en el inciso f) del Artículo 1 de la Ley N° 29571. Se trata de la facultad de elección libre de un producto y servicio idóneo o de calidad, en atención a las normas existentes en los mercados. Asimismo, se trata de la facultad de recibir información de los proveedores respecto los datos necesarios para la contratación o compra de un producto o servicio (Congreso de la República, 2010, pág. 4).

Durand (2007) señala que se trata de la elección de prerrogativas que tienen las personas para tener acceso a ciertos productos o servicios ofrecidos por los proveedores

Los consumidores tienen derecho a la libre elección de aquellos bienes que adquirirán o del servicio que va a contratar. Esta es facultad a contar con una varios de un bien o un servicio en los mercados a un precio competitivo, ya que, si no existiese tal variedad, se tendría un solo bien o servicio que adquirir y el consumidor no tendría opciones para elegir lo que más le conviene. La competencia es la que debe determinar finalmente que productos y servicios y a que precios se

comercializarán y contratarán en el mercado. Sin embargo, en aquellos sectores en los cuales no existe competencia efectiva, la regulación estatal es indispensable para asegurar al consumidor la calidad y cantidad del producto o servicio a precios justos (Secretaría de defensa del consumidor y usuario Paraguay, s.f.)

Como ningún derecho es absoluto, entre los límites de la facultad a poder seleccionar de modo libre respecto de un producto y de un servicio tenemos la disponibilidad de estos. Si bien, en el mercado se debe garantizar el acceso al consumidor a una gama de productos y servicios, ello no conlleva más que la diligencia del proveedor en ofrecer diversas opciones de estos a los consumidores; sin que implique realizar numerosos y complejos trámites ante el distribuidor y/o la administración pública, a fin de poder ofrecer tales productos y servicios, ni que constituya un perjuicio en la rentabilidad de la economía del proveedor. Asimismo, también puede darse el caso que, con relación a determinado producto y/o servicio no existan otras opciones disponibles en el mercado, por lo que no sería posible exigir por parte del consumidor que se le ofrezca variedad o gama para elegir (Fuentes, 2017)

4. Derecho A la protección de sus derechos:

A través de un procedimiento eficaz, se le digo a Gil una formalidad mínima, gratuita con costos de acuerdo a cada caso particular para recibir una atención sobre un reclamo denuncia ante una autoridad competente (Congreso de la República, 2010)

5. Protección al interés económico del consumidor

Se trata de una facultad que se encuentra establecida en el inciso c) del Artículo 1 de la Ley N° 29571 (2010). Esta facultad busca proteger un interés económico y de manera específica

aquellas que surjan de un contrato que tenga una cláusula abusiva, de algún método comercial coercitivo, de prácticas análogas o datos equivocados sobre un producto o servicio

Asimismo, el literal c, del numeral 1.1 del artículo 1 del Código de Protección y defensa de consumidor (2010) establece la obligación estatal de proteger un interés económico de cada consumidor. Por tal efecto, el servicio o producto ofrecido por los proveedores un son adquiridos por los consumidores a través de contratos con cláusulas en igualdad de condiciones y auténticos. Ello implica que el estado deberá requerir a un proveedor que aprovechen la situación en perjuicio del consumidor, sea a través de un engaño o de otras actitudes que se genere algún tipo de error.

2.2.11. Acerca de la contravención de los derechos del consumidor

La ley de represión de conductas anticompetitivas el Decreto legislativo 1034 (2008) nos menciona que: Está prohibido y se sancionará aquella conducta anticompetitiva con el fin de que se promueva la eficiencia en la economía en un mercado para el bien de cada consumidor. De los casos analizados y tomando en cuenta que se demostró la vulneración del derecho de la libre competencia, es que tenemos que tomar en cuenta que las conductas abusivas de posición de dominio vienen a ser una práctica anticompetitiva que vulnera el normal desarrollo del derecho a la libre competencia generando de este modo la afectación del bienestar de los consumidores y generando vulneraciones a los derechos de este.

Demostrada la vulneración del derecho a la libre competencia luego de celebrado los contratos de distribución con cláusula de exclusividad tenemos que estos vulneran derechos de los consumidores ya que tal como lo señalamos existen prácticas anticompetitivas que afectan directamente al consumidor, desde esta perspectiva es que podemos mencionar dos derechos directamente afectados, los cuales son:

1) **Derecho a elegir libremente entre producto y servicio:** Derecho que se encuentra regulado en el artículo 1 del Código. Este derecho se ve afectado ya que tal como lo evidenciamos en los casos analizados, los contratos de distribución con cláusula de exclusividad generan una práctica anticompetitiva como abusar de su condición de dominio generando de este modo que consumidores no puedan elegir entre qué bienes o servicios de su preferencia.

Con la existencia de dicha cláusula se genera que solo un distribuidor pueda ostentar el poder respecto a dónde y de qué forma o a qué precio puede realizar la venta de productos, generalmente en los contratos de distribución se establecen cláusulas de exclusividad respecto al ámbito geográfico y es allí donde se genera mayor vulneración los derechos del consumidor en razón de que si un consumidor no se encuentra dentro del ámbito donde se expende dicho bien no podrá acceder a dicho producto (lo mismo sucede con un servicio), es por tal motivo que esta cláusula en los contratos de distribución genera una contravención a los consumidores negándoles el acceso a determinados bienes o servicios que son objeto de contratación.

2) **Derecho a la protección de sus intereses económicos:** Se considera que este derecho surge a raíz de la afectación del derecho de elección libre de un producto y un servicio, ello a razón de que al establecer una cláusula de exclusividad en un contrato de distribución se generan incrementos en el costo de los productos o servicios, todo ello a consecuencia de que existe exclusividad respecto al ámbito geográfico (evidenciado en los casos analizados), así mismo este derecho se ve afectado porque en ciertas ocasiones se puede establecer la exclusividad respecto al precio de los bienes o servicios objeto de contratación.

2.2.12. Contravención de los derechos del consumidor

El artículo 58 del Texto Constitucional establece el reconocimiento del ejercicio de la libre iniciativa privada en una economía social de mercado, mientras que el artículo 59 compromete al Estado a fomentar la creación de fortuna y garantizar la libre empresa. Estas disposiciones reconocen indirectamente la importancia de la competencia económica, que es un elemento esencial de la libertad empresarial y la piedra angular de una economía de mercado que funcione. El artículo 60, que reconoce diversas formas de actividad empresarial, también depende de la existencia de competencia económica. Además, el artículo 62 garantiza la libertad de contratar, y el artículo 63 declara la libertad de producción y comercio exterior. Sin embargo, todas estas libertades y garantías serían imposibles sin la vital libertad de competir.

Galán (1987) respecto al desarrollo empresarial nos menciona que:

La concurrencia es el sustrato económico material de la competencia entre empresarios y también el presupuesto fáctico natural de la competencia, entendida como elemento institucional básico y esencial del sistema de economía de mercado. Sin una previa situación de concurrencia no es posible hablar de competencia entre empresarios, ni tampoco del funcionamiento efectivo del sistema de economía de mercado. En cambio, la competencia es una modalidad de concurrir en el mercado, esto es, una particular forma de ejercitar las actividades empresariales, en situación de concurrencia (competencia entre empresarios); y sustanciada la competencia en una cualidad dinámica del ejercicio de la actividad empresarial, se comprende fácilmente el distinto plano en el que se sitúan ambos conceptos (p.14).

La idea de libertad de empresa debe entenderse como una herramienta para que los individuos se dediquen a actividades económicas y al mismo tiempo retengan o aumenten sus activos de una manera que no impida la función social de su empresa o el interés general, como se describe en la Constitución. Aunque el derecho a la libertad empresarial es un derecho fundamental, no es absoluto. Existen restricciones tanto internas como externas para regir su regulación. La libertad empresarial es un requisito previo para la libertad económica, la cual es reconocida por el ordenamiento jurídico peruano como el derecho de cualquier individuo a realizar negocios y actividades económicas. La decisión de iniciar actividades económicas es un ejercicio de este derecho.

2.3. Fundamentos Teóricos (teorías de la exclusividad)

a) La cláusula de exclusividad como conductas de abuso de posición de dominio

Según el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (1938, como se citó en Díez, 2014) es:

Una posición de fuerza económica de la que goza una empresa que le permite impedir el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado relevante, posibilitando comportarse en una medida apreciable, independientemente de sus competidores y clientes y en definitiva de los consumidores (p. 269).

Para poder determinar la posición de dominio podemos mencionar que deben recaer tres elementos los cuales son existencia de un sujeto económico que pueda ejercer posición de dominio sobre los demás, afectación real y constante al agente sobre el mercado y un Mercado relevante susceptible de ser dominado (Díez, 2014).

En nuestro sistema constitucional está prohibido el abuso de dominio ya que ninguna práctica abusiva está amparada y este es el caso de utilización de la cláusula de exclusividad para fines de una posición de dominio, la constitución en el artículo 61 nos dice que el Estado otorga las facilidades y vigilará la libre competencia. Deberá combatir todas las prácticas que imponga límites y cuando exista excesos de una posición dominante o monopólica. Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios", así mismo se encuentra contemplada en la Ley que dispone la eliminación de las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia (Constitución Política del Perú, 1993).

Cifuentes y González (2013) señalan que autor defensor de la teoría manifiesta que el pacto de exclusividad son instrumentos que podrían conllevar a conductas abusivas de las posiciones dominantes, y de esta manera las empresas quienes ejercen dicha condición podrán ejercer de su posición arbitrariamente perjudicando considerablemente cada condición objetiva de los mercados. En ese sentido, a través del análisis de este tipo de cláusulas aquella parte que tiene el dominio procura controlar económicamente a cada agente comercial y vulnera el derecho de la libre competencia.

Respecto a lo señalado, sobre la posición de dominio y con respecto a la cláusula de exclusividad podemos señalar que cuando se genera la suscripción de contratos con dicha cláusula se generan vulneraciones dentro del mercado ya que tras la utilización de esta cláusula generalmente y como es característico de esta cláusula se busca un espacio geográfico en donde distribuir los productos, todo ello dentro del marco de exclusividad en la relación productor y distribuidor.

Por otra parte, existe vulneración cuando se genera un aumento en el precio de los productos, ya que al existir posiciones de dominio de uno de la competencia en el mercado se vulnera la competencia y la restricción de acceso al mercado y junto a ello al mismo tiempo genera una vulneración a los derechos del consumidor. En otras palabras, solo una persona tiene el control de distribución de una marca o un producto restringiendo a otras personas o empresas de poder competir o realizar ofertas de una marca o producto ya que al existir una cláusula de exclusividad solo uno es quien posee el beneficio de generarse ventajas y del mismo modo generar alteraciones dentro del mercado (Obando, 2022).

b) Cláusulas de exclusividad como práctica restrictiva de la competencia

Parafraseando lo señalado por Meza, los procesos productivos experimentaron un gran desarrollo y es esta situación la que ha llevado a los productores a no ser quienes comercialicen directamente sus productos todo ello por cuestiones de reducción de costos, esto no solo se da en un contrato de distribución, sino que abarca a un conglomerado de contratos modernos dentro de los cuales podemos mencionar a: Agencia, Franquicia, Suministro

Cifuentes y González (2013) señalan que, así las cosas, existen posiciones las cuales consideran que la cláusula de exclusividad es una práctica restrictiva de la competencia, esta corriente se encuentra vinculada con los acuerdos verticales los cuales son considerados como el que se ejerce por más de un individuo unilateralmente o de forma concertada y está dirigido hacia una empresa o persona que está en un status variado al de los procesos productivos. Constituye una práctica o acuerdo entre los productores y distribuidores, o entre vendedores mayoristas y otros minoristas, hoy en general entre dos personas que actúan en la cadena productiva y distributiva de bienes”.

En nuestra legislación esta corriente podemos encontrarla en el Decreto Legislativo N°701 en el cual se dispone la eliminación de las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia en cuyo artículo 6 nos menciona lo siguiente: Se entiende por prácticas restrictivas de la libre competencia los acuerdos, decisiones, recomendaciones, actuaciones paralelas o prácticas concertadas entre empresas que produzcan o puedan producir el efecto de restringir, impedir o falsear la competencia (D.L N°701 , 1992).

La mencionada facultad prohibitiva tiene gran importancia en la medida que al determinar cláusulas de exclusividad en los contratos nos puede llevar o dirigir a una restricción de la competencia ya que implica una obstaculización para los competidores de poder ingresar al mercado. Si bien en nuestra legislación no está contemplada de manera expresa la cláusula de exclusividad, la aplicación de esta será sancionada siempre que resulte contrario a la libre competencia.

Dentro de este contexto es que podemos concluir en mencionar que los acuerdos, pactos ya sean verticales u horizontales que posean consecuencias que resulten anticompetitivas serán contrarios a la libre competencia.

c) Cláusulas de exclusividad como competencia desleal

Decimos que la competencia desleal son aquellas prácticas mediante las cuales se busca alterar ilícitamente el debido y correcto funcionamiento del mercado o el comportamiento y voluntad de los consumidores y usuarios, todo ello dentro del marco de las buenas costumbres y la buena fe.

Cifuentes y González (2013) señalan que la cláusula de exclusividad, ha sido censurada como una conducta de competencias desleales por los legisladores, como se ha manifestado

reiteradamente, cumplan con ciertos requisitos en su celebración. No obstante, la regulación de una cláusula de exclusividad por parte de los operadores jurídicos en la ley de competencia desleal viene a ser uno de los errores que nace de la técnica jurídica, debido a que este tipo de acuerdo con cláusula es considerado como prácticas restrictivas de competencia, debido a que sus consecuencias se caracterizan por la falta de competitividad, afectando el ingreso de otro tipo de agente comercial a los mercados, por incrementando su participación de otros agente que los coloca en condiciones de un monopolio

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y CATEGORÍAS (CATEGORÍAS DE ESTUDIO)

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis General*

1. La aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución constituye una contravención a los derechos del consumidor ya que mediante esta cláusula se posibilita la exclusividad para una de las partes y a consecuencia de ello se produce la existencia de una afectación al derecho a la libre competencia y por ende una afectación directa al consumidor.

3.1.2. *Hipótesis Específicas*

1. La inclusión de cláusulas de exclusividad en los contratos de distribución genera un perjuicio a los derechos del consumidor, al establecer restricciones en el libre desarrollo empresarial. Estas limitaciones impiden que otros agentes de competencia accedan al bien objeto del contrato, dificultando la diversificación de opciones en el mercado y restringiendo la capacidad de los consumidores para elegir entre alternativas competitivas.
2. Las cláusulas de exclusividad en los contratos de distribución constituyen una contravención a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, al limitar el acceso al mercado, consolidar posiciones de dominio y restringir la libre competencia, lo que genera perjuicios tanto para los agentes económicos como para los consumidores.
3. La suscripción de contratos de distribución con cláusula de exclusividad limita a los agentes de competencia puesto que quien goza de esta cláusula será quien tendrá

el dominio de un espacio geográfico para suministrar o abastecer determinado producto.

4. Una estrategia efectiva para garantizar derechos del consumidor en el contexto de contratos de distribución con cláusula de exclusividad es la creación de un registro respecto a los contratos de distribución con cláusula de exclusividad.

3.2. Identificación De Categorías y Subcategorías de estudio.

3.2.1. Categoría I: Derechos del consumidor

La manera como se da la contravención a los derechos del consumidor tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad.

Subcategorías:

1. Perjuicio a los derechos del consumidor
2. Objeto de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, que es la eficiencia económica y bienestar de los consumidores.
3. Afectación a la libre competencia

3.2.2. Categoría II: Contrato de distribución

La manera en cómo se aplica la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución.

Subcategoría:

1. Cláusula de exclusividad.
2. Derecho a comercializar los productos por un tiempo determinado.
3. Limitación geográfica.

3.3. Operacionalización De Variables.

Dado el enfoque de investigación no corresponde.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y Nivel De Investigación.

- a) **Enfoque de Investigación:** Es cualitativo documental, debido a que nos concentramos en una situación, hecho, evento o fenómeno jurídico en particular que describimos a partir de la revisión de documentos y estrategias para la sistematización de la información como el fichaje y resúmenes.
- b) **Nivel de Investigación:** Es Jurídico- Explicativo, ya que tomaremos como punto de partida una problemática de relevancia jurídica y para ello realizaremos un análisis que busca establecer los motivos por las cuales se presenta una afectación a los derechos del consumidor en los contratos de distribución con cláusula de exclusividad.

Asimismo, es importante referir que se trata de un estudio **propositivo** que más allá de describirlo analizar ciertos fenómenos, busca proponer una alternativa de solución a los problemas identificados. De acuerdo a lo referido por Hernández et al. (2018) este tipo de investigación busca la orientación de fórmulas para proponer estrategias, planes, modelos para ser implementados en la realidad.

4.2. Unidad de Análisis

De acuerdo con lo referido por Sánchez et al. (2018) las unidades de análisis son términos utilizados en investigaciones cualitativas, sean de campo o de gabinetes; hace inclusión a diferentes aspectos: un territorio, especie animal, gases, un desecho, un bien o un servicio, entre otros. Por una unidad está caracterizada por el atributo o el componente que diferencia una de la otra, de modo total o parcial; las que pueden estar sometidas a una sistematización.

La pesquisa tiene como unidad de análisis las resoluciones de Indecopi y como participantes a 4 funcionarios de la misma institución y 3 operadores del derecho especialistas en Derecho del Consumidor y 2 especialistas en Derecho de la libre Competencia, conforme se detalla a continuación:

Tabla 1: Resoluciones analizadas

Nº	Expediente	Resolución	Materia	Partes
1	001-2001/CLC 002-2001/CLC (Acumulados)	0256- 2005/TDC- INDECOPI	Libre competencia Abuso de posición de dominio	a. Depósitos Santa Beatriz S.R.L y otros. b. Distribuidora Norte Pacasmayo S.R. L
2	001-2004/CLC	045- 2009/CLC- INDECOPI	Abuso de posición de dominio	a. Compañía Cervecera Ambey Perú S.A.C. b. Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y otros.
3	003-2003/CLC (Precedente Vinculante)	0068-2009 /SC1 INDECOPI	Libre competencia. Prácticas colusorias verticales. Contrato de distribución exclusiva.	a. Group Multipurpose S.R.L. y Dispra E.I.R.L. b. Quimpac S.A. y Clorox Perú S. A
4	003-2019/CLC	042-2021- CLC- INDECOPI	Abuso de posición de dominio.	a. Atria Energía S.A. C. b. Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad del Norte S.A.
5	002-2020/CLC	094- 2022/SDC- INDECOPI	Libre competencia. Abuso de posición de dominio. Mercado de suministro y distribución de energía eléctrica.	a. Atria energía S.A.C. b. Sociedad eléctrica del sur oeste S.A.

Tabla 2: Entrevistados

N°	Nombre	Cargo	Grado académico
1	Humberto Ruiz	Ortiz Secretario Técnico (e) ORI Huanuco, Asesor Económico Senior de la Dirección Nacional de la Libre Competencia.	Economista enfocado en el análisis de competencia y regulación.
2	Evelyn Chumacero Asención	Edith Especialista legal y ejecutivo de la Comisión de Protección al Consumidor del Indecopi (2006-2014).	Abogada, graduada de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Especialista en Protección al Consumidor.
3	Genaro Álvarez López	Julio Ex abogado resolutor para la OR Indecopi Cusco	Magister en derecho de la empresa y docente universitario,
4	Karina Montes Tapia	Rocío Actual presidenta de la Comisión de Protección al Consumidor 2 del Indecopi	Economista de la Universidad Nacional Agraria La Molina.
5	Pedro Llerena	Brinda asesoría legal en diversos asuntos relacionados con Libre Competencia, Propiedad Intelectual y Protección al Consumidor.	Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú.
6	Gena Rodríguez	Chávez Jefa de la Oficina Regional del INDECOPI de San Martín y secretaria técnica de la Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de San Martín	Abogada por la Universidad Nacional de Cajamarca.
7	Hugo Figari Kahn	Asesor - Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia	Licenciado en Economía.
8	Karina Villaverde	Alvarado Jefa y secretaria técnica de Oficina Regional del Indecopi de Junín-Sede Huancayo	Abogada colegiada por la Universidad Peruana Los Andes, con estudios culminados de Doctorado en derecho y maestría con mención en Derecho Civil y Comercial.
9	Anónimo	Comisión de Protección al Consumidor	Abogada, graduada de la Pontificia Universidad

4.3. Población de estudio

El estudio no hizo uso de una población debido al uso de los enfoques cualitativos.

4.4. Tamaño de la muestra

El estudio al tratarse de un enfoque de tipo cualitativo el tamaño de la muestra, no es un proceso relevante; ya que, lo que se busca en el estudio es indagar a nivel cualitativo sobre el fenómeno estudiado y, nos concierne el estudio de casos a participantes.

4.5. Técnicas de selección de muestra

Al tratarse de un enfoque cualitativo, no se hizo uso de este tipo de técnica.

4.6. Técnicas e Instrumentos De Recolección De Datos.

4.6.1. Técnicas de recolección de datos: Se usarán:

- a) **Análisis de documentos y material virtual especializado en el tema:** Investigar textos especializados, artículos científicos, investigaciones, materiales educativos físicos y virtuales para profundizar la investigación y alcanzar los objetivos de investigación.
- b) **Análisis documental:** Resoluciones de Indecopi
- c) **Entrevistas:** 9 funcionarios de Indecopi y operadores del derecho especialistas en Derecho del Consumidor y Derecho de la libre Competencia.

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos.

En el presente trabajo se utilizó:

- a) Ficha de análisis documental.
- b) Guía de entrevista semiestructurada.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados

5.1.1. Procesamiento

A continuación, se describe el procesamiento de los resultados. Al tratarse de un enfoque cualitativo, se hizo uso de la triangulación de datos que, en palabras de Hernández et al. (2018) los estudios que hacen uso de los enfoques cualitativos están direccionadas a comprender los fenómenos sociales en base a la postura de cada uno de los participantes en un ambiente natural. El autor hace referencia a la triangulación de datos como un método para efectos de analizar los datos cualitativos que, hace uso de variadas fuentes y métodos de recolección.

Para las entrevistas

Antes de ahondar en el procesamiento de la información, es importan señalar que las entrevistas desempeñan un rol crucial al ser una de las principales herramientas metodológicas utilizadas para recolectar información cualitativa. Permiten acceder directamente a las perspectivas de expertos y actores clave en el ámbito de los derechos del consumidor, la libre competencia y la posición de dominio, proporcionando datos que no podrían ser obtenidos únicamente mediante la revisión documental.

Las entrevistas permitieron contrastar y enriquecer los fundamentos teóricos con la experiencia práctica de los participantes, quienes aportan observaciones directas sobre cómo las cláusulas de exclusividad afectan a los consumidores en mercados reales. Esta información ayuda a contextualizar y validar los hallazgos teóricos dentro de un marco empírico. Las entrevistas permitieron contrastar y enriquecer los fundamentos teóricos con la experiencia práctica de los

participantes, quienes aportan observaciones directas sobre cómo las cláusulas de exclusividad afectan a los consumidores en mercados reales. Esta información ayuda a contextualizar y validar los hallazgos teóricos dentro de un marco empírico.

El enfoque cualitativo de las entrevistas contribuyó a sustentar la hipótesis principal de la tesis, que plantea que las cláusulas de exclusividad afectan negativamente a los derechos del consumidor. Aunque la evidencia documental aborda más directamente la libre competencia, los comentarios de los entrevistados ayudan a establecer un vínculo claro entre la limitación de la competencia y las consecuencias adversas para los consumidores.

De la aplicación de las técnicas de estudio, correspondiente a las entrevistas y el análisis de documentos, la triangulación corresponde al análisis de las entrevistas aplicadas a los profesionales (4 funcionarios de INDECOPI, 3 especialistas en derechos de consumidor y 2 especialistas en derecho de la libre competencia). Para procesar los datos, se tomó en consideración el siguiente procedimiento:

1. En la primera tabla titulada “Reducción de datos y generación de subcategorías”, se llevan a cabo tres tablas, una para cada tipo de participante. En cada tabla se consigna el entrevistado (funcionario 1,2,3 y 4; especialista 1,2 y 3; especialista 1y 2) el número de interrogantes, la respuesta textual, la subcategoría y los códigos. La importancia de esta tabla radica en la obtención de las sub categorías que permite la reducción de las respuestas textuales de cada uno de los intervinientes en las entrevistas. Permite la organización de datos en categorías y sub categorías.
2. La segunda tabla denominada “Matriz de triangulación” fue elaborada para cada grupo de participantes; es decir, se tiene una tabla para cada grupo de participantes

entrevistados. Cada tabla consta de las interrogantes formulada en las entrevistas, el detalle de cada participante de acuerdo con los grupos y, permite arribar a una interpretación por grupo de participantes. Esta segunda tabla es relevante porque permite concluir a una interpretación por cada grupo de participantes.

3. La tercera tabla denominada “Matriz de participantes” permite concluir a un resultado específico de acuerdo con las interrogantes formuladas a cada grupo de participantes. La matriz consigna todas las interrogantes formuladas en la entrevista, se tienen los tres tipos de interpretaciones, para cada grupo de participantes entrevistados y finalmente el resultado específico por cada interrogante.
4. La cuarta y última tabla denominada “Matriz de triangulación de resultados” constituye la consolidación de todas las matrices elaboradas. Se consignan los objetivos específicos y el objetivo general, seguidamente se detallan los resultados específicos de cada una de las interrogantes y los resultados específicos finales en base a cada objetivo específico.

A continuación se presentarán las matrices de triangulación de datos para un mayor alcance:

Tabla 3: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a funcionarios de Indecopi

Entrevista do	Pregunt a	Respuesta textual	Subcategorías	Códigos
Funcionario 1	1	Si tenemos un gran número de proveedores y comerciantes en la cadena de producción de productos o servicios comunes, estos no afectan al consumidor pero cuando existe la intervención de este tipo de cláusulas si podría existir una afectación.	- cuando existe la intervención de este tipo de cláusulas si podría existir una afectación.	-CELID
	2	Directamente en el acceso entre bienes y servicios.	- Directamente en el acceso entre bienes y servicios.	-DABS
	3	Dicha ley se encarga de la regulación de este tipo de conductas y para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley	- para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley	- PDSECVTQD
	4	Para que haya la existencia de un abuso de posición de dominio primero se debe determinar si existe un mercado relevante y la existencia de una posición de dominio. Cuando hablamos de un abuso de posición de dominio primero deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación de la cláusula de exclusividad cumpla con los requisitos de ley entonces si se da la existencia de un abuso de posición de dominio	- Para que haya la existencia de un abuso de posición de dominio primero se debe determinar si existe un mercado relevante y la existencia de una posición de dominio. -Cuando hablamos de un abuso de posición de	- PQHLEDUAP D

			dominio primero deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación de la cláusula de exclusividad cumpla con los requisitos de ley entonces si se da la existencia de un abuso de posición de dominio	
	5	Si existe un abuso de posicionamiento de dominio evidentemente existen limitaciones para un agente de competencia. Un agente económico no puede ingresar al proceso competitivo si otro en quien posee la exclusividad de un determinado bien o servicio, es esa la razón por la que el suministro en el mercado se ve afectado.	- Un agente económico no puede ingresar al proceso competitivo si otro en quien posee la exclusividad de un determinado bien o servicio, es esa la razón por la que el suministro en el mercado se ve afectado.	- UAENPIAP
	6	El suministro está vinculado con el abastecimiento de bienes y servicios. Evidentemente existen limitaciones para los agentes de competencia.	- El suministro está vinculado con el abastecimiento de bienes y servicios. Evidentemente existen limitaciones para los agentes de competencia.	- ESVCABS
	7	Mejoras en los procedimientos de sanción.	- Mejoras en los procedimientos de sanción.	-MPS

<p>Funcionario 2</p>	<p>1</p>	<p>Una política empresarial consistente en la celebración de contratos de exclusividad podría constituirse en una infracción al Texto Único Ordenado de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas (en adelante, el TUO de la LRCA) siempre y cuando se cumplan los requisitos para la determinación de la existencia de las distintas prácticas prohibidas, ya sea una práctica colusoria horizontal, una práctica colusoria vertical o un abuso de posición de dominio.</p> <p>De acuerdo con lo anterior, en materia de derecho de la competencia, no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Sin perjuicio de ello, de acuerdo con el objetivo de la Ley establecido en su artículo 1, la sanción de prácticas anticompetitivas tiene la finalidad de promover la eficiencia económica para el bienestar de los consumidores.</p>	<p>- En esta materia no se hace referencia de esta vulneración sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Sin perjuicio de ello, de acuerdo con el objetivo de la Ley establecido en su artículo 1, la sanción de prácticas anticompetitivas tiene por objeto la promoción de la eficiencia de la economía en beneficio del consumidor, siempre y cuando se del cumplimiento a cada presupuesto en para determinar que existen las prácticas prohibidas señaladas en la LRCA, sea práctica colusoria horizontal, prácticas colusorias verticales un cuando se abusa de una posición.</p>	<p>- EMDDCHCAL D</p>
-----------------------------	----------	---	--	--------------------------

	2	<p>Una política empresarial que consiste en celebrar un acuerdo contractual de exclusividad no está prohibida por sí misma. Podrá constituirse en una infracción al TUO de la LRCA si cumple con los requisitos que establece la Ley. Por ejemplo, en un caso de Abuso de Posición de Dominio se requerirá identificar a una empresa dominante, verificar que ella tiene una política de contratos de exclusividad; y verificar que su práctica no tiene justificaciones comerciales y, por el contrario, afecta a la competencia excluyendo del mercado a competidores actuales o potenciales, directos o indirectos.</p>	<p>- Una política empresarial que consiste en la celebración de un acuerdo de exclusividad no está prohibida por sí misma.</p>	
	3	<p>El TUO de la LRCA prevé como un supuesto de infracción la celebración de contratos de exclusividad.</p> <p>Así el literal e) del artículo 10.2 del TUO de la LRCA señalan que está promovido determinar, como de la celebración de un contrato de distribución o ventas exclusivas, de una cláusula de no competencia o similar que resulte injustificado.</p> <p>Por su parte, el literal i) del artículo 11.1 del TUO de la LRCA establece la prohibición de “Concertar injustificadamente una distribución o venta exclusiva” como una modalidad de prácticas colusorias horizontales.</p>	<p>- El TUO de la LRCA prevé como un supuesto de infracción la celebración de contratos de exclusividad.</p>	<p>- ETLRCA PCSICCE</p>

		Asimismo, de acuerdo con el artículo 12.2 del TUO de la LRCA también las mencionadas modalidades podrías constituir una práctica colusoria vertical.		
	4	Como se indicó en las respuestas a las preguntas 2 y 3, sí, una modalidad de abuso de posición de dominio podría ser la celebración de contratos de exclusividad. Adjuntamos la resolución del Caso Backus (2009) que a partir de la página 91 de su Anexo tiene un marco teórico sobre contratos de exclusividad.	-Sí, es una modalidad de abuso de posición de dominio	- SEMAPPD
	5	Pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley. En tal caso, pueden generar perjuicios a nivel del suministro de bienes, debido a que afectan la competencia.	- Los contratos de exclusividad pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley	-LCDE
	6	Los contratos de exclusividad pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley. En tal caso, pueden generar perjuicios a nivel del suministro de bienes, debido a que afectan la competencia.	- Los contratos de exclusividad pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley	-LCDE
	7	En materia de libre competencia, es una norma que sigue las mejores prácticas internacionales para investigar y sancionar una práctica anticompetitiva. Sobre posibilidades de acciones de mejora no me es	- no me es posible comentar puesto que corresponde a una	-NMEPC

		posible comentar puesto que corresponde a una evaluación interna de la institución.	evaluación interna de la institución	
Funcionario 3	1	La firma de contratos exclusivos puede ser un mecanismo mediante las cual las empresas suelen influir en los procesos competitivos en un nivel de la cadena productiva y al existir alteraciones en el proceso competitivo esto afecta directamente a lo normado en directo al derecho de un consumidor.	- Al existir alteraciones en el proceso competitivo esto afecta directamente a lo normado en directo al derecho de un consumidor	-AEAEPADI
	2	Fundamentalmente se puede generar perjuicio en el derecho a la libre elección de bienes y servicios, así como en su interés económico; ello en relación a que la exclusividad puede generar afectaciones en el derecho a la libre competencia.	- Perjuicio en el derecho a la libre elección de bienes y servicios, así como en su interés económico. -Ello en relación a que la exclusividad puede generar afectaciones en el derecho a la libre competencia	-SPJPD
	3	Una vulneración directa no, pero si podemos evidenciar que algunas conductas que derivan del acuerdo de estas cláusulas de exclusividad no se adecuan a lo establecido en dicha norma.	- Una vulneración directa no. - Podemos evidenciar que algunas conductas que derivan del acuerdo de estas cláusulas de	-UVDN -PEQACQD

			exclusividad no se adecuan a lo establecido en dicha norma	
	4	La existencia de un acuerdo exclusivo no siempre constituye un abuso de posición dominante ni un daño al proceso competitivo, sino que es necesario evaluar si tiene un efecto y, en caso contrario, examinar si hay un efecto en el proceso competitivo. que pueda verse afectado.	- no siempre constituye un abuso de posición dominante ni un daño al proceso competitivo	-NSC
	5	Si hablamos de exclusividad en un mercado geográfico, incluye el área en la que opera una empresa con intereses exclusivos en el suministro de productos y servicios. El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad de dicho producto o servicio la condición competitiva y el suministro está afectado.	- El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad de dicho producto o servicio las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.	-ESSVA
	6	Si, cuando se ve afectado el suministro de bienes y servicios también se habla de afectaciones en el abastecimiento de bienes y servicios.	- Si, cuando se ve afectado el suministro de bienes y servicios también se habla de afectaciones en el abastecimiento de bienes y servicios.	- SCSVASBTSV A.

	7	Ante estas conductas y clausulas se podría realizar una mejoría en la regulación de este tipo de contrataciones, una suerte de publicidad o registro de contratos donde la autoridad correspondiente pueda realizar un análisis en el cual se pueda verificar que estas contrataciones no generen afectaciones al derecho del consumidor	se podría realizar una mejoría en la regulación de este tipo de contrataciones, una suerte de publicidad o registro de contratos donde la autoridad correspondiente pueda realizar un análisis en el cual se pueda verificar que estas contrataciones no generen afectaciones a los derechos de los consumidores.	- SPRUMELRDE
Funcionario 4	1	Depende del mercado al cual nos referimos. Si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor. El hecho que un empresario pueda beneficiarse de un contrato de exclusividad no debe entenderse que siempre es en perjuicio de los consumidores, muchas veces son métodos que se utilizan para mantener la calidad de determinados productos y servicios.	-Depende del mercado al cual nos referimos. Si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor	-DDM
	2	Desde mi punto de vista la afectación es en la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de	-mayoritariamente de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y	-ELMDCMC

		proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia.	monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia	
	3	Es una conducta que debe ser analizada en base al mercado relevante y determinar si es la causante del perjuicio a los consumidores, porque puede ser que no exista perjuicio alguno o que de existir éste dependa de otros factores.	- Es una conducta que debe ser analizada en base al mercado relevante y determinar si es la causante del perjuicio a los consumidores,	-EUCQDSA
	4	Existen situaciones donde la posición de dominio existe pero debemos de tomar en cuenta lo regulado en la norma que señala que los contratos de este tipo son abusos de posición a dominio cuando que resulten injustificados y a ello debemos sumarle que debe verificarse la afectación al mercado relevante.	Existen situaciones en las que sí se presenta esta posición, pero debemos de tomar en cuenta lo señalado en el literal e) del artículo 10 de la Ley específica sobre el tema.	-ECEQSHRDD

	5	No siempre, al igual que en la primera pregunta, depende si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas y suministro de productos.	depende si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas y suministro de productos.	-DSEFAUM
	6	Sí, porque es un medio de competencia empresarial. Aunque debe ser importante remarcar que no siempre es un método ilegal de competencia.	- Sí, porque es un medio de competencia empresarial.	-SPEUME
	7	Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir las conductas anticompetitivas.	- Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir	-MMDFPE

Tabla 4: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a especialistas en Derecho del Consumidor

Entrevistado	Pregunta	Respuesta textual	Subcategorías	Códigos
Especialista 1	1	Considero que cualquier espacio de prestación de bienes y servicios engloba por un lado la posibilidad de satisfacer las exigencias y expectativas de los consumidores; y por otro lado, existe el riesgo de una vulneración al derecho del consumidor	- Cualquier espacio de prestación de bienes y servicios engloba por un lado la posibilidad de satisfacer las exigencias y expectativas de los consumidores; y por otro lado, existe el riesgo de una vulneración al derecho del consumidor.	-CEPBS
	2	Debemos de entender que la cláusula de exclusividad permite que un agente económico puede tener beneficios ya sea en un espacio geográfico o respecto a los precios de un bien o servicio, es así; que dicho agente puede desenvolverse en el mercado obteniendo beneficios económicos frente a otros agentes y ello nos conduce a una vulneración en el derecho a la protección del interés económico del consumidor.	- dicho agente puede desenvolverse en el mercado obteniendo beneficios económicos frente a otros agentes y ello nos conduce a una vulneración en el derecho a la protección del interés económico del consumidor.	- DAPDMOB
	3	Debemos de tomar en consideración que estas conductas están reguladas en el TUO de la LRCA en el cual se prevé como un supuesto de infracción la celebración de contratos de exclusividad.	- Estas conductas están reguladas en el TUO de la LRCA en el cual se prevé como un supuesto de infracción la	-ECER

			celebración de contratos de exclusividad.	
4	La regla general para afirmar que los agentes económicos están realizando un ejercicio abusivo de la posición que ejercen y es que obtienen ventajas ante un competidor, por un comportamiento que va en afectación de los derechos del empresario de los procesos competitivos por tanto si existe abusos de posicionamiento de dominio aplicando la cláusula de exclusividad	- Si existe abusos de posicionamiento de dominio con aplicación de la cláusula de exclusividad. - La regla general para afirmar que los agentes económicos están realizando un ejercicio abusivo de la posición que ejercen y es que obtienen ventajas ante un competidor, por un comportamiento que va en afectación de los derechos del empresario de los procesos competitivos por tanto si existe abusos de posicionamiento de dominio aplicando la cláusula de exclusividad	-SEADPD -LRGPAA	
5	Tal como lo señale en la pregunta anterior la exclusividad genera beneficios para un agente económico uno de ellos se puede presentar en el suministro ya que si existe una exclusividad en el ámbito geográfico entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos.	- Existe una exclusividad en el ámbito geográfico entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos.	-EUEAGEEL	

	6	Si, al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia así como también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios.	- Si, al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios.	-SASET
	7	Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, de tal suerte que pueda hacer frente a estas formas de provisión de bienes y servicios.	- Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor	SNFEMLM C
Especialista 2	1	La cláusula de exclusividad puede beneficiar, así como también generar perjuicios al derecho de los consumidores. En situaciones de los los contratos de distribución esta cláusula si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando de este modo que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.	- Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.	
	2	La exclusividad puede ser tomada de dos puntos de vista: La primera en la que la exclusividad beneficie al productor y la segunda en la que el beneficiado sea el distribuidor, es en el segundo caso es donde se vería afectado el derecho al libre desarrollo empresarial ya que cuando el beneficiado es el distribuidor será este quien	La exclusividad beneficia al productor y al distribuidor, es en el segundo caso es donde se vería afectado el derecho al libre desarrollo empresarial ya que cuando el beneficiado es el distribuidor será este quien	-LEBAPYB

		obtenga los beneficios en términos empresariales y como lo señale la exclusividad genera que un agente de competencia posea el dominio de un bien o servicio objeto de contratación.	obtenga los beneficios en términos empresariales y como lo señale la exclusividad genera que un agente de competencia posea el dominio de un bien o servicio objeto de contratación.	
	3	Considero que si existiría vulneración siempre que la aplicación de estas cláusulas en este tipo de contratos genere abuso	- Si existiría si de su aplicación se genere casos de abusos.	-SEDA
	4	Si, la exclusividad como lo señale anteriormente cuando es celebrado a favor del distribuidor genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio.	- Cuando es celebrado a favor del distribuidor genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio.	-CECAFB
	5	Debemos de tomar en cuenta que el suministro de bienes implica la producción y manejo de bienes, en el caso de la exclusividad lo que se genera es que este suministro se vea afectado ya que no todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad.	- Lo que se genera es que este suministro se vea afectado ya que no todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad.	- LQGEQESSV A
	6	El abastecimiento en este tipo de contratos implicaría el hecho de proveer estos bienes a los consumidores y si de por medio existe la cláusula	- Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este	-LQPGDB

		de exclusividad lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico	dirigida o aplicada en el ámbito geográfico	
	7	Los derechos del consumidor considero que si tienen una adecuada regulación y frente a este tipo de contrataciones y clausulas como la exclusividad lo que podría realizarse seria la regulación de esta, es decir, la creación de un registro de estos contratos para de este modo poder controlar excesos que podrían establecer los agentes económicos en sus contrataciones y de este modo evitar cualquier tipo de vulneración hacia el consumidor.	- Los derechos del consumidor considero que si tienen una adecuada regulación.	-LDCS
Especialista 3	1	Cuando se trata de derecho de competencia no siempre afecta al consumidor, en todo caso se tendría que realizar el análisis correspondiente para poder determinar si estas conductas generan vulneración a los consumidores.	- No siempre afecta -Se tendría que realizar el análisis correspondiente para poder determinar al consumidor.	-NSAC -STQRUA
	2	En este tipo de casos, la exclusividad siempre afecta en la adecuada distribución de bienes y servicios, lo cual afecta directamente al consumidor en su derecho de la libre elección entre bienes y servicios.	- Afecta directamente al consumidor en su derecho de la libre elección entre bienes y servicios.	- ADACDLE

	3	Cuando se trata de derecho de competencia se adopta un comportamiento anticompetitivo contrario a la Ley de Prácticas Anticompetitivas.	- Cuando se trata de derecho de competencia se adopta un comportamiento anticompetitivo contrario a la Ley	-CSTDCCL
	4	Se debe tener en cuenta lo regulado literalmente en el artículo 10(e) de la Ley de Prácticas Anticompetitivas, que establece que un acuerdo exclusivo constituye abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.	- Un acuerdo exclusivo constituye abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.	-UAECAPD
	5	Los acuerdos exclusivos pueden considerarse restrictivos de la competencia si cumplen los requisitos de la ley por tanto existirán limitaciones en el suministro.	- Si cumplen los requisitos de la ley por tanto existirán limitaciones en el suministro	-SCLRL
	6	Al igual que el suministro se ve afectado, también se afecta el abastecimiento de bienes	- También se afecta el abastecimiento de bienes	-TSVA
	7	Mejores regulaciones respecto a este tipo de conductas, quizá una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.	- Una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.	-UPN

Tabla 5: Reducción de datos y generación de subcategorías de la entrevista a especialistas en el área de Libre Competencia

Entrevista do	Pregunt a	Respuesta textual	Subcategorías	Códigos
Especialista 1	1	En estos casos de habla de una práctica que perjudica la competencia, la finalidad de regular el derecho a la competencia es la de garantizar la eficiencia económica desde la visión de proteger a los consumidores	- Perjudica la competencia	-PLC
	2	Para determinar una vulneración se tiene que verificar si una conducta cumple con los requisitos de ley, en caso de la exclusividad se al vulnerar la competencia no se garantiza la protección al consumidor.	- Al vulnerar la competencia no se garantiza la protección al consumidor.	-AVCNGDC
	3	Dicha norma se vería vulnerada en caso las conductas no se encuentren adecuadas conforme lo señala la ley.	- En caso las conductas no se encuentren adecuadas conforme lo señala la ley	-ECDLCEACL
	4	La norma claramente nos menciona que para efectos de establecer la existencia de conductas abusivas de aquella persona que tiene el dominio se tiene que demostrar que existe en mercados relevantes y la propia posición, en caso se demuestre la presencia de estas dos figuras si hablamos de posición de dominio. La cláusula de exclusividad si puede generar un abuso de posición de dominio.	- Para establecer la existencia de este tipo de acto abusivo es necesario se pueda demostrar los mercados relevantes y la posición.	- PDADPDSTDEUMR PD

	5	En caso se demuestre la vulneración a la libre competencia existen limitaciones tanto para los agentes de competencia, así como en el correcto suministro de bienes.	- Existen limitaciones tanto para los agentes de competencia, así como en el correcto suministro de bienes.	-ELTACCSB
	6	Se presenta una correlación con el suministro de bienes, por tanto, los agentes y el adecuado abastecimiento también se ven afectados	- Se presenta una correlación con el suministro de bienes, por tanto, los agentes y el adecuado abastecimiento también se ven afectados	-SPCCSBPA
	7	Considero que la libre competencia está siendo fiscalizada y sancionada de forma adecuada, en todo caso se podría mejorar las sanciones efectuadas frente a estas conductas	- Se podría mejorar las sanciones efectuadas frente a estas conductas	-SPMSFAC
Especialista 2	1	Todo acuerdo colusorio que puedan ser realizados entre empresas competidoras tienen efectos negativos sobre los consumidores.	- Todo acuerdo colusorio tienen efectos negativos sobre los consumidores.	-TACTENSC
	2	La exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Lo que al mismo tiempo motiva que otros agentes de competencia no puedan ingresar al proceso competitivo ya que no posee el beneficio de	- La exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio.	-LEGBL -MQOADC

		acceder a un bien o servicio y como se señaló anteriormente todo acuerdo colusorio genera efectos en los consumidores.	- Motiva que otros agentes de competencia no puedan ingresar al proceso competitivo ya que no posee el beneficio de acceder	
	3	No podríamos hablar de una vulneración como tal, pero si se podría mencionar que existen conductas que no se ciñen a lo estipulado por esta norma.	- No vulneración - Existen conductas que no se ciñen a lo estipulado por esta norma.	- NV -ECQNSC
	4	En algunas industrias, las operaciones o las ventas están vinculadas a una ubicación geográfica, por lo que se pueden crear acuerdos de exclusividad para garantizar que solo haya una persona o empresa en una ubicación geográfica determinada. Esto sucede a menudo con empresas que expanden sus operaciones. Otras otorgan territorio y derechos exclusivos de distribución de sus productos, creando así un abuso de posición dominante.	- Creando así un abuso de posición dominante	-CAP

	5	La exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras. Por ejemplo, un periódico compra su materia prima principal, el papel, y celebra un contrato exclusivo con un proveedor que garantiza un suministro constante de ese material. Por tanto, si existe limitaciones en la cadena de suministro.	<p>- Si existe limitaciones.</p> <p>- La exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras.</p>	<p>-SEL</p> <p>-LEGQSRSA</p>
	6	Tal cual se señaló en la pregunta anterior el suministro y abastecimiento de bienes se ven afectados con este tipo de conductas.	-El suministro y abastecimiento de bienes se ven afectados con este tipo de conductas.	-ESADBACTC
	7	Mediante procedimientos más eficaces para sancionar y prevenir conductas anticompetitivas.	- Mediante procedimientos más eficaces para sancionar y prevenir conductas anticompetitivas.	-MPEMES

Tabla 6: Matriz de triangulación de funcionarios de Indecopi

PREGUNTA	PARTICIPANTES			
1. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera perjuicios a los derechos del consumidor?	FUNCIONARIO 1	FUNCIONARIO 2	FUNCIONARIO 3	INTERPRETACIÓN DE FUNCIONARIOS
Fundamente su respuesta	- cuando existe la intervención de este tipo de cláusulas si podría existir una afectación.	- En materia de derecho de la competencia, no hablamos de una “vulneración al derecho de los consumidores” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Sin perjuicio de ello, de acuerdo con el objetivo de la Ley establecido en su artículo 1, la sanción de prácticas anticompetitivas tiene el objeto la promoción de eficiencia	Al existir alteraciones en el proceso competitivo esto afecta directamente o de modo indirecto al derecho del consumidor	Existen opiniones divididas. Dos de los entrevistados refieren que existe la vulneración al derecho del consumidor. En materia de derecho de la competencia, no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de

		<p>económica para el bien de cada consumidor.</p> <p>-siempre y cuando se cumplan con los presupuestos relevantes para que exista una práctica prohibida señaladas en la LRCA, sea para prácticas colusorias verticales o actos abusivos de la posición que ejercen</p>		<p>una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Otro de los entrevistados refiere que depende del mercado, si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor</p>
	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>-Depende del mercado al cual nos referimos. Si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor</p>			

<p>2. Desde su punto de vista ¿De qué manera la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera el perjuicio a los derechos del consumidor? ¿Por qué?</p>	<p>FUNCIONARIO 1</p>	<p>FUNCIONARIO 2</p>	<p>FUNCIONARIO 3</p>	<p>Directamente en el acceso entre bienes y servicios, así como en su interés económico. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>
	<p>- Directamente en el acceso entre bienes y servicios</p>	<p>- Una política empresarial consistente en celebrar un contrato de exclusividad no tiene algún tipo de presión</p>	<p>- Se puede generar perjuicio en no la facultad de libre elección de un bien o de un servicio, así como en su interés económico.</p> <p>- ello en relación a que la exclusividad puede generar afectaciones en el derecho a la libre competencia</p>	
	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>-En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>			

				mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia
3. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución vulnera la Ley de represión de conductas anticompetitivas? ¿Por qué?	FUNCIONARIO 1 - Para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley	FUNCIONARIO 2 - Una política empresarial consistente en la celebración de contratos de exclusividad no está prohibida por sí misma.	FUNCIONARIO 3 - Ello en relación a que la exclusividad puede generar afectaciones en el derecho a la libre competencia	Para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al
	FUNCIONARIO 4 -En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece			

	el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia			condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia
	FUNCIONARIO 1	FUNCIONARIO 2	FUNCIONARIO 3	

<p>4. Desde su punto de vista ¿La cláusula de exclusividad en los contratos de distribución tiene como consecuencia el abuso de la posición de dominio de un agente económico? ¿Por qué?</p>	<p>- Para que haya la existencia de un abuso de posición de dominio primero se debe determinar si existe un mercado relevante y la existencia de una posición de dominio.</p> <p>-Cuando hablamos de un abuso de posición de dominio primero deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación de la cláusula de exclusividad cumpla con los requisitos de ley entonces si se da la existencia de un abuso de posición de dominio.</p>	<p>-Sí, es una modalidad de abuso de posición de dominio</p>	<p>- ello en relación a que la exclusividad puede generar afectaciones en el derecho a la libre competencia</p>	<p>- Para que haya la existencia de un abuso de posición de dominio primero se debe determinar si existe un mercado relevante y la existencia de una posición de dominio.</p> <p>-Cuando hablamos de un abuso de posición de dominio primero deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación de la cláusula de exclusividad cumpla con los requisitos de ley</p>
---	---	--	---	---

	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>- No en todos los casos se trata de actos abusivos</p>			entonces si se da la existencia de un abuso de posición de dominio.
<p>5. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución constituye una limitante para los agentes de competencia en la cadena de suministro? ¿Por qué?</p>	<p>FUNCIONARIO 1</p> <p>- Un agente económico no puede ingresar al proceso competitivo si otro en quien posee la exclusividad de un determinado bien o servicio, es esa la razón por la que el suministro en el mercado se ve afectado.</p>	<p>FUNCIONARIO 2</p> <p>- Los contratos de exclusividad pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley</p>	<p>FUNCIONARIO 3</p> <p>- El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad de dicho producto o servicio las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.</p>	<p>El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.</p>
	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>depende si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas y suministro de productos.</p>			

<p>6. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución constituye una limitante para los agentes de competencia en el abastecimiento en el mercado? ¿Por qué?</p>	<p>FUNCIONARIO 1</p> <p>- El suministro está vinculado con el abastecimiento de bienes y servicios. Evidentemente existen limitaciones para los agentes de competencia.</p>	<p>FUNCIONARIO 2</p> <p>- Los contratos de exclusividad pueden ser considerados prácticas anticompetitivas si cumplen los requisitos de la Ley</p>	<p>FUNCIONARIO 3</p> <p>- Si, cuando se ve afectado el suministro de bienes y servicios también se habla de afectaciones en el abastecimiento de bienes y servicios.</p>	<p>- El suministro está vinculado con el abastecimiento de bienes y servicios. Evidentemente existen limitaciones para los agentes de competencia. Porque es un medio de competencia empresarial.</p>		
	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>- Sí, porque es un medio de competencia empresarial.</p>					
<p>7. Según su criterio, ¿Qué acciones se pueden tomar para lograr una mejor de protección del derecho de los consumidores tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad?</p>	<p>FUNCIONARIO 1</p> <p>- Mejoras en los procedimientos de sanción.</p>	<p>FUNCIONARIO 2</p> <p>- no me es posible comentar puesto que corresponde a una evaluación interna de la institución</p>	<p>FUNCIONARIO 3</p> <p>- se podría realizar una mejoría en la regulación de este tipo de contrataciones, una suerte de publicidad o registro de contratos donde la autoridad correspondiente pueda realizar un análisis en el cual se pueda verificar que estas contrataciones no generen afectaciones a cada derecho del consumidor.</p>	<p>- Mejoras en los procedimientos de sanción. -- Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir - Mejoría en la regulación de este tipo de</p>		
	<p>FUNCIONARIO 4</p> <p>- Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir</p>					

				contrataciones, una suerte de publicidad o registro de contratos donde la autoridad correspondiente pueda realizar un análisis en el cual se pueda verificar que estas contrataciones no generen una vulneración al derecho del consumidor
--	--	--	--	--

Tabla 7: Matriz de triangulación de especialistas en derecho de consumidor

PREGUNTA	PARTICIPANTES			
<p>1. ¿Considera usted que la cláusula en estudio en un contrato de distribución genera perjuicios a los derechos del consumidor? Fundamente su respuesta</p>	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	ESPECIALISTA 3	INTERPRETACIÓN ESPECIALISTA
	<p>- Cualquier espacio de prestación de bienes y servicios engloba por un lado la posibilidad de satisfacer las exigencias y expectativas de los consumidores; y por otro lado, existe el riesgo de una vulneración al derecho de cada consumidor.</p>	<p>- Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.</p>	<p>- No siempre afecta -se tendría que realizar el análisis correspondiente para poder determinar al consumidor.</p>	<p>Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.</p>
<p>2. Desde su punto de vista ¿De qué manera la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución genera el perjuicio a los</p>	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	ESPECIALISTA 3	<p>Afecta directamente al consumidor en su derecho de la libre elección entre bienes y servicios.</p>
	<p>- Dicho agente no puede desenvolverse en el mercado obteniendo beneficios</p>	<p>- La exclusividad beneficia al productor y al distribuidor, es en el segundo caso es</p>	<p>- Afecta directamente al consumidor en su derecho de</p>	

<p>derechos del consumidor? ¿Por qué?</p>	<p>económicos frente a otros agentes y ello nos conduce a una vulneración en el derecho a la protección del interés económico del consumidor.</p>	<p>donde se vería afectado el derecho al libre desarrollo empresarial ya que cuando el beneficiado es el distribuidor será este quien obtenga los beneficios en términos empresariales y como lo señale la exclusividad genera que un agente de competencia posea el dominio de un bien o servicio objeto de contratación.</p>	<p>la libre elección entre bienes y servicios.</p>	
<p>3. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en un contrato de distribución vulnera la Ley de represión de conductas anticompetitivas? ¿Por qué?</p>	<p>ESPECIALISTA 1</p> <p>- estas conductas están reguladas en el TUO de la LRCA en el cual se prevé como un supuesto de infracción la celebración de contratos de exclusividad.</p>	<p>ESPECIALISTA 2</p> <p>- si existiría si de su aplicación se genere conductas abusivas de aquella persona o empresario ejerce el dominio las actividades comerciales.</p>	<p>ESPECIALISTA 3</p> <p>- Cuando se trata de derecho de competencia se adopta un comportamiento anticompetitivo contrario a la Ley</p>	<p>Estas conductas están reguladas en el TUO de la LRCA en el cual se prevé como un supuesto de infracción la celebración de contratos de exclusividad. Cuando se trata de derecho de competencia se adopta un</p>

				comportamiento anticompetitivo contrario a la Ley
4. Desde su punto de vista ¿La cláusula de exclusividad en del contratante de distribución tiene como consecuencia el abuso de la posición de dominio de un agente económico? ¿Por qué?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	ESPECIALISTA 3	- Cuando es celebrado a favor del distribuidor genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio. Un acuerdo exclusivo constituye abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.
	- si existe abusos de posicionamiento de dominio con aplicación de la cláusula de exclusividad. - La regla general para afirmar que los agentes económicos están realizando el ejercicio abusivo de la posición es que obtengan ventajas ante la competencia, debido a un comportamiento que va en afectación de la buena fe de los negocios y la forma eficiente de procesos competitivos	- Cuando es celebrado a favor del distribuidor genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio.	- un acuerdo exclusivo constituye abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.	
	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	ESPECIALISTA 3	

<p>5. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en el contrato en estudio constituye una limitante para los agentes de competencia en la cadena de suministro? ¿Por qué?</p>	<p>- Existe una exclusividad en el ámbito geográfico entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos.</p>	<p>-Lo que se genera es que este suministro se vea afectado ya que no todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad.</p>	<p>- Si cumplen los requisitos de la ley por tanto existirán limitaciones en el suministro</p>	<p>Existe una exclusividad en el ámbito geográfico entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos. No todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad.</p>
<p>6. ¿Considera usted que la cláusula de exclusividad en el contrato en estudio constituye una limitante para los agentes de competencia en el abastecimiento en el mercado? ¿Por qué?</p>	<p>ESPECIALISTA 1</p> <p>- Si, al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios.</p>	<p>ESPECIALISTA 2</p> <p>- Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico</p>	<p>ESPECIALISTA 3</p> <p>- También se afecta el abastecimiento de bienes</p>	<p>Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la</p>

				exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico
7. Según su criterio, ¿Qué acciones se pueden tomar para lograr una mejor la protección del derecho de los consumidores tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	ESPECIALISTA 3	Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.
	- Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor	- Los derechos del consumidor considero que si tienen una adecuada regulación.	- Una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.	

Tabla 8: Matriz de triangulación de especialistas en libre competencia

PREGUNTA	PARTICIPANTES		
1. ¿Considera usted que el tipo de cláusulas en estudio genera perjuicios a los derechos del consumidor? Fundamente su respuesta	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	INTERPRETACIÓN DE LOS ESPECIALISYAS EN LIBRE COMPETENCIA
	- Perjudica la competencia	- Todo acuerdo colusorio tienen efectos negativos sobre los consumidores.	Si perjudica los derechos del consumidor
2. Desde su punto de vista ¿De qué manera este tipo de cláusulas genera el perjuicio a los derechos del consumidor? ¿Por qué?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	La exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio.
	- Al vulnerar la competencia no se garantiza la protección al consumidor.	- La exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. - Motiva que otros agentes de competencia no puedan ingresar al proceso competitivo ya que no posee el beneficio de acceder	
3. ¿Considera usted que las cláusulas en estudio vulneran la Ley de represión de conductas anticompetitivas? ¿Por qué?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	En caso las conductas no se encuentren adecuadas conforme lo señala la norma.
	- En caso las conductas no se encuentren adecuadas conforme lo señala la ley	- No vulneración	

		- Existen conductas que no se ciñen a lo estipulado por esta norma.	
4. Desde su punto de vista ¿Dichas cláusulas tienen como consecuencia el abuso de la posición de dominio de un agente económico? ¿Por qué?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	Para determinar las conductas abusivas es necesario la demostración de que existe un mercado relevante y de posición de dominio,
	- Para determinar las conductas abusivas es necesario la demostración de que existe un mercado relevante y de posición de dominio.	- Creando así actos abusivos	
5. ¿Considera usted que estas cláusulas son una limitante para los agentes de competencia en la cadena de suministro? ¿Por qué?	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	La exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras.
	- Existen limitaciones tanto para los agentes de competencia, así como en el correcto suministro de bienes.	- Si existe limitaciones. - La exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras.	
	ESPECIALISTA 1	ESPECIALISTA 2	

<p>6. ¿Considera usted que estas cláusulas constituyen una limitante para los agentes de competencia en el abastecimiento en el mercado? ¿Por qué?</p>	<p>- Se presenta una correlación con el suministro de bienes, por tanto, los agentes y el adecuado abastecimiento también se ven afectados</p>	<p>- el suministro y abastecimiento de bienes se ven afectados con este tipo de conductas.</p>	<p>Se presenta una correlación con el suministro de bienes, por tanto, los agentes y el adecuado abastecimiento también se ven afectados</p>
<p>7. Según su criterio, ¿Qué acciones se pueden tomar para optimizar la protección de los derechos de los consumidores tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad?</p>	<p>ESPECIALISTA 1</p> <p>- se podría mejorar las sanciones efectuadas frente a estas conductas</p>	<p>ESPECIALISTA 2</p> <p>- Mediante procedimientos más eficaces para sancionar y prevenir conductas anticompetitivas.</p>	<p>Se podría mejorar las sanciones efectuadas frente a estas conductas.</p> <p>Mediante procedimientos más eficaces para sancionar y prevenir conductas anticompetitivas.</p>

Tabla 9: Matriz de participantes

N° DE PREGUNTA	PARTICIPANTES			
	INTERPRETACIÓN DE FUNCIONARIOS	INTERPRETACIÓN ESPECIALISTAS EN DERECHOS DEL CONSUMIDOR	INTERPRETACIÓN ESPECIALISTAS EN LIBRE COMPETENCIA	RESULTADO ESPECIFICO
1.	<p>-Existen opiniones divididas. Dos de los entrevistados refieren que existe la vulneración al derecho del consumidor. En esta materia no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Otro de los entrevistados refiere que depende del mercado, si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor.</p>	<p>Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.</p>	<p>Si perjudica los derechos del consumidor</p>	<p>Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.</p> <p>En esta materia no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que</p>

				infringe el TUO de la LRCA.
2.	-Directamente en el acceso entre bienes y servicios, así como en su interés económico. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia	Afecta directamente al consumidor en su derecho de la libre elección entre bienes y servicios.	La exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio.	-Directamente en el acceso entre bienes y servicios, así como en su interés económico. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia
3.	Para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley. En la	Estas conductas están reguladas en el TUO de la LRCA en el cual se prevé como un supuesto de infracción celebrar un contrato de este tipo. Cuando se trata de	En caso las conductas no se encuentren adecuadas conforme lo señala la ley	Para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una

	<p>mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>	<p>derecho de competencia se adopta un comportamiento anticompetitivo contrario a la Ley</p>		<p>conducta se adecua o no a lo señalado por la ley. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>
4.	<p>-Se deberá de acreditar que existen mercados relevantes y que existe posición.</p> <p>-Primero, deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación, entonces si se da la existencia de la conducta abusiva y de la posición.</p>	<p>- Cuando es celebrado a favor del distribuidor genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio. Un acuerdo exclusivo constituye abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el</p>	<p>Se deberá de acreditar que existen mercados relevantes y que existe posición.</p>	<p>Se deberá de acreditar que existen mercados relevantes y que existe posición.</p> <p>Primero, deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso la aplicación de la cláusula de</p>

		efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.		exclusividad cumpla con los requisitos (el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado) de ley entonces si se da la existencia de la conducta abusiva y de la posición.
5.	El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.	Existe una exclusividad en el ámbito geográfico entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos. No todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad.	La exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras.	El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.

<p>6.</p>	<p>- El suministro está vinculado con el abastecimiento de bienes y servicios. Evidentemente existen limitaciones para los agentes de competencia. Porque es un medio de competencia empresarial.</p>	<p>Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico</p>	<p>Se presenta una correlación con el suministro de bienes, por tanto, los agentes y el adecuado abastecimiento también se ven afectados</p>	<p>Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico</p>
<p>7.</p>	<p>- Mejoras en los procedimientos de sanción. -- Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir - Mejoría en la regulación de este tipo de contrataciones, una suerte de publicidad o registro de contratos donde la autoridad correspondiente pueda realizar un análisis en el cual se pueda verificar que estas contrataciones no generen afectaciones a cada derecho del consumidor.</p>	<p>Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.</p>	<p>Se podría mejorar las sanciones efectuadas frente a estas conductas. Mediante procedimientos más eficaces para sancionar y prevenir conductas anticompetitivas.</p>	<p>Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor. -- Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más</p>

				eficientes para sancionar y prevenir. -Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir
--	--	--	--	--

Tabla 10

Matriz de triangulación de resultados

OBJETIVO ESPECIFICO	RESULTADO ESPECIFICO	RESULTADO ESPECIFICO FINAL
<p>OE1: Analizar de qué manera se genera perjuicio a los derechos del consumidor al establecer limitaciones en el libre desarrollo empresarial tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad.</p>	<p>- Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores.</p> <p>En el ámbito en estudio no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA.</p> <p>-Directamente en el acceso entre bienes y servicios, así como en su interés económico. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>	<p>Si genera perjuicios en el consumidor puesto que la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo al consumidor. Gran cantidad de situaciones en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia</p>
<p>OE2: Establecer si las cláusulas de exclusividad en los</p>	<p>-Para determinar si estas conductas vulneran o no la ley tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por la ley. En la mayoría de los casos en mercados</p>	<p>Los entrevistados coinciden en referir que para determinar si las conductas anticompetitivas vulneran o no la Ley de represión de conductas</p>

<p>contratos de distribución generan una contravención a la Ley de represión de conductas anticompetitivas</p>	<p>cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia.</p> <p>-Se deberá acreditar la existencia de mercados relevantes y la posición de dominio. Primero, deben de concurrir las conductas mencionadas y en caso se aplique se cumpla con los requisitos (el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado) de ley entonces si se da la existencia de la conducta abusiva</p>	<p>anticompetitivas, tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por el artículo 10 de la citada ley, es decir, si se está frente a conductas abusivas. Para ello, se debe acreditar que existen mercados relevantes que puede tratarse de un mercado de producto o un mercado geográfico y, si los agentes económicos poseen la opción de actuar restringiendo, afectando o distorsionando sustancialmente la condición de la oferta y demanda.</p>
<p>OE3: Describir la manera en que resulta limitante para los agentes de competencia la suscripción de contratos de distribución con cláusula de exclusividad en la cadena de suministro y abastecimiento en el mercado.</p>	<p>- El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.</p> <p>-Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico</p>	<p>- El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas.</p> <p>Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico</p>

<p>OE4: Analizar de qué manera se puede lograr una mejor tutela de los derechos del consumidor tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad</p>	<p>Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.</p> <p>-Mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir</p>	<p>Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor. Se requiere de mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir</p>
<p>OG: Demostrar si la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la vulneración del derecho a la libre competencia.</p>	<p>Aplicar este tipo de cláusulas genera contravención a los derechos del consumidor, pues la exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Cuando se configura la existencia de abusos de la posición de dominio establecido en el artículo 10 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en el que el agente económico que ostentan posiciones dominantes en el mercado relevante, utilizan dichas posiciones para la restricción de la competencia de modo indebido se genera el quebrantamiento al derecho de los consumidores</p>	

Análisis de Resoluciones de Indecopi

Para analizar las 5 resoluciones expedidas por Indecopi, se toma en consideración un resumen contenido en tablas, en el que se destacan los aspectos más relevantes. Se realiza un resumen del caso, la disposición, lo referido en cuando al mercado relevante y lo referido al abuso.

Desarrollaremos la exposición de resultados a través de las siguientes tablas que fueron objeto de análisis expuestos líneas arriba, es preciso señalar que dichas resoluciones manifiestan el detalle de las interpretaciones de la autoridad competente respecto al tema (la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución). Cabe señalar que se hará un resumen del caso, disposición, análisis sobre el mercado relevante y el análisis sobre el abuso de posición de dominio.

Tabla 11: Resolución 0256-2005/TDC-INDECOPI

Resolución 0256-2005/TDC-INDECOPI	
Resumen del caso	El 16 de abril de 2001, Santa Beatriz S.R.L. interpuso denuncia contra Distribuidora Norte Pacasmayo S.R.L. por el presunto abuso de posición de dominio en el mercado de distribución de cemento y otros materiales de construcción en el departamento de Piura. Santa Beatriz señaló que para comercializar cemento debía proveerse de Dino, quien estaría realizando actos de discriminación en virtud de los contratos de afiliación suscritos por ella y los subdistribuidoras de la zona que recibían menores precios. Asimismo, Santa Beatriz S.R.L. indicó que los contratos de afiliación incluyen la obligación para los afiliados de proveerse de otros materiales de construcción diferentes al cemento.
Disposición	La conducta de DINO, consistente en ofrecer a sus afiliados mejores condiciones que a los subdistribuidores no afiliados, sobre la base de obligaciones que refuerzan su posición de dominio, tales como, la obligación de compra exclusiva, el flujo de información que le permite reaccionar sobre cualquier estrategia de sus competidores o subdistribuidores y el cumplimiento de objetivos mínimos y de las directivas de DINO, constituye un abuso de posición de dominio en el mercado en la modalidad de discriminación.

Para definir el mercado relevante, se deberá evaluar el nivel de sustituibilidad que tiene el producto o servicio ofrecido por la empresa investigada, de tal manera que el mercado de producto relevante incluya aquellos bienes que por sus usos, precio y características puedan ser sustitutos del bien ofrecido por la investigada (Panduro, 2011).

En cuanto al mercado relevante el tribunal señalo lo siguiente:

Respecto Considerando los flujos comerciales internacionales, los flujos
Al comerciales nacionales, la evaluación de costos de transportes,
Mercado la asignación de territorios exclusivos y en general la
Relevante configuración de la red de distribución de Cementos Pacasmayo S.A.A., para el presente caso, el mercado geográfico relevante es el departamento de Piura.

Por lo tanto, los mercados geográficos relevantes son definidos en base de la fuente, el cliente deberá obtener una alternativa a los bienes ofrecidos por el infractor. Teniendo en cuenta la demanda de los consumidores por el producto, y teniendo en cuenta la existencia de fuentes alternativas de suministro, por uso, características y precio, la Comisión señala que el mercado relevante será ocupado por cementos del departamento de Piura.

En base a ello, la Autoridad Competente indicó que, si existe una posición de dominio por parte de DINO, señalando lo siguiente:

Respecto En cuanto al argumento recogido en el punto (i) del párrafo precedente -
Al Abuso utilizado por la Comisión para descartar la existencia de un abuso de posición
De de dominio en el mercado en la modalidad de discriminación- las obligaciones
Posición impuestas a los sub-distribuidores afiliados, consistentes en realizar compras
De exclusivas y planificadas a la empresa dominante y en brindar un flujo de
Dominio información a la empresa dominante, no justifican la diferencia de precios de
venta ofrecidos a los afiliados y a los no-afiliados, sino, más bien, constituyen
manifestaciones del ejercicio abusivo de la posición de dominio en el mercado
en la modalidad de discriminación por parte de DINO.
La obligación impuesta a los afiliados, consistente en comprar exclusivamente
todo material de construcción ofrecido por la empresa dominante DINO, como
condición para obtener los descuentos ofrecidos por ésta, constituye una
"cláusula de compra exclusiva" de la empresa dominante. El ofrecimiento de
descuentos condicionados a la compra exclusiva de toda la línea de productos

de la empresa dominante implica una manera de ejercer presión sobre los compradores, quienes se ven impedidos de acudir a los proveedores competidores de la empresa dominante. Las cláusulas de compra exclusiva, al ser utilizadas por empresas claramente dominantes -con alta participación de mercado y que enfrentan escasa competencia en el mercado relevante- en contratos de distribución, tienen como efecto la exclusión de los competidores y, por tanto, al satisfacer los presupuestos referidos, constituyen un ejercicio abusivo de su posición de dominio en el mercado.

Hugo Eyzaguirre respecto al abuso de posición de dominio nos menciona tres supuestos específicos que son tipificados como abuso de posición de dominio: a) Negativo infundada de satisfacción la demanda u oferta de bienes o servicios. b) Trato desigual, es decir, instauración de una condición desigual en una relación comercial ante una circunstancia equivalente, lo que pone a algunos contendientes en desventaja en relación con otros. c) Cláusulas de atadura, es decir, la subordinación de la realización de un contrato a la aceptación de otros servicios suplementarios que, por su naturaleza o por la práctica comercial, no se relacionan con el objeto de tales contratos. (Del Sante, 2011).

Interpretación

De tabla descrita anteriormente se tiene que el Organismo competente logró determinar la existencia de un mercado relevante, en dicho marco, de actos abusivos de la posición de dominio. El organismo refiere que la obligación impuesta a cada sub distribuidor afiliado, consistente en llevar a cabo una compra exclusiva y organizada a la empresa que tiene el dominio y en otorgar flujos de datos a las empresas dominantes, no constituye una justificación de la variación de cada precio de venta ofrecido a un afiliado y no afiliado, más bien constituye una manifestación de ejercer de forma abusiva la posición que ostenta.

Tomando en cuenta lo señalado y estando de acuerdo con la resolución, debemos de señalar que la conducta de DINO consistente en ofrecer a sus clientes afiliados mejores condiciones de compra a comparación de aquellos no afiliados (obligación de compra exclusiva). Constituye un

abuso de posición de dominio ya que al existir una diferenciación de precios (trato desigual) entre afiliados y no afiliados se genera una grave afectación en el mercado ya que los subdistribuidores no afiliados al no tener ciertos beneficios como la disminución de precios de venta poseen barreras de entrada al mercado relevante de cementos de Piura, así mismo; al restringirse el acceso al mercado se estaría generando la ausencia de competencia entre distribuidores de cemento.

Cabe señalar que las demandas de los afiliados con DINO a la cual hace referencia la Comisión es un signo de la capacidad de la conducta de DINO para reforzar su posición mediante una conducta de exclusión de su competidor.

Tabla 12: Resolución 045-2009/CLC-INDECOPI

Resolución 045-2009/CLC-INDECOPI	
Resumen del caso	<p>El 8 de enero de 2004 Ambev Perú S.A.C. interpuso denuncia contra Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A. y otras, haciendo referencia a la existencia de una estrategia implementada por las denunciadas, con la finalidad de impedir el acceso de la denunciante al denominado “Sistema de Intercambiabilidad de Envases”.</p> <p>El 17 de febrero de 2004, Ambev amplió su denuncia por abuso de posición de dominio contra Backus y otras, señalando la existencia de estrategias relacionadas con la suscripción de un contrato de exclusividad con el objeto de que se impida acceder al canal principal de distribución minoristas de cerveza.</p> <p>El 25 de junio de 2009, mediante Resolución 045-2009/CLC-INDECOPI, la Comisión decidió dar por aceptado el desistimiento de la pretensión presentado por Ambev sobre abuso de posición de dominio en las modalidades de acuerdos verticales de venta exclusiva y negativa injustificada de acceso al sistema de intercambio de envases. Asimismo, se decidió declarar la conclusión del procedimiento puesto que no se verificó que las conductas denunciadas pudieran afectar intereses de terceros o el interés general.</p>

Disposición	<p>La comisión acepta el desistimiento de la pretension y del procedimiento formulado por Compañía Cervecera Ambey Perú S.A.C en relación a la denuncia interpuesta en contra de Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston S.A.A.; Compañía Cervecera del Sur S.A.A.; Cervecería San Juan S.A.A.; Maltería Lima S.A.; el Comité de Fabricantes de Cerveza de la Sociedad Nacional de Industrias; la Confederación de Titulares de Marcas Cerveceras Peruanas y San Ignacio S.A.</p>
Respecto Al Mercado Relevante	<p>Para el análisis del presente caso, sólo se hará referencia al extremo de la denuncia sobre la celebración contratos de venta exclusiva por parte de Backus con los Distribuidores con el fin de impedir a Ambey el acceso a los principales canales de distribución minorista, y no sobre el extremo de la negativa injustificada de acceso al Sistema de Intercambio de Envases.</p> <p>De acuerdo con los presupuestos considerados en el D.L. 1034, tenemos que en el proceso de definición del mercado geográfico relevante implica identificar las áreas donde están disponibles fuentes alternativas del producto relevante, esta determinación tiene en cuenta diversos componentes como el costo de movilidad y la existencia de una barrera comercial.</p>
Respecto Al Abuso De Posición De Dominio	<p>En este proceso se deben considerar la tasa de intervención, niveles de congregación de los mercados, cada barrera de entrada y la competencia.</p> <p>Luego de analizar la participación de mercado del Grupo Backus, que es casi del 100%, y tomando en cuenta su mecanismo para distribuir establecido, la integración vertical con un proveedor de insumos, la propiedad de las capacidades instaladas no utilizadas y el protagonismo de sus marcas es evidente que mantienen una posición dominante en el mercado. Además, existen costos hundidos en publicidad y maquinaria, barreras legales de entrada y pruebas de entrada al mercado de Ambev. La investigación de la Comisión confirma que el grupo Backus tenía una posición dominante en el mercado relevante durante el período considerado, como lo demuestra la evolución de los precios después de su entrada.</p>

Interpretación

A pesar de la existencia del desistimiento de la parte interesada en el proceso, es importante hacer referencia a temas relevantes vinculados al estudio. El organismo competente determinó que existe posición de dominio del grupo Backus, al haber determinado la existencia de un mercado geográfico pues, considero que la operación mayorista llevada a cabo por esta empresa cubre la totalidad del territorio nacional. De la misma forma, determina que las supuestas prácticas implican la celebración de un contrato de exclusividad en todo el territorio peruano, motivo por el cual se corrobora que existe un mercado relevante.

Entonces, la conducta en cuestión se refiere al mercado up stream donde se firmaron contratos de exclusividad entre Backus y los Distribuidores. Dado el alcance comercial de Backus, los mercados geográficos relevantes se limitaban al territorio nacional.

Siguiendo los criterios establecidos por el Decreto Legislativo 1034, se consideró como mercado relevante el mercado productivo y de distribución a nivel de todo el país puesto que existe un mayorista que se especializa en la distribución de cerveza.

Tabla 13: Resolución 0068-2009/SC1 INDECOPI

Resolución 0068-2009/SC1 INDECOPI	
Resumen Del Caso	<p>En 1995 en el Perú existían dos empresas fabricantes de hipoclorito de sodio: Quimpac y Paramonga. Quimpac compró a Paramonga (1997), convirtiéndose en la única empresa productora de hipoclorito de sodio a nivel nacional. Posteriormente, Quimpac suscribió un contrato de distribución exclusiva de hipoclorito de sodio con Clorox. Gromul es una empresa dedicada al envasado y comercialización de lejía y Dispra era quien comercializaba lejía elaborada por Gromul.</p> <p>El referido contrato de distribución exclusiva tenía como finalidad mantener e incrementar la posición de dominio poseída tanto por Quimpac como por Clorox, pues Quimpac se negaba a satisfacer el pedido de compra señalando que tenía el contrato con Clorox. Al mismo tiempo, este contrato permitía a Clorox abastecerse de hipoclorito de sodio a un precio menor que sus competidores, lo cual le permitía disminuir sus precios de venta de lejía al consumidor, todo ello en contra de Gromul y Dispra.</p>
Disposición	<p>El tribunal determinó que los acuerdos de distribución exclusiva celebrados entre agentes económicos independientes que operan en distintas etapas de la cadena productiva y en el cual uno de ellos goza de posición de dominio, podría tener el efecto de restringir la competencia en uno de los mercados relacionados (producción y distribución.) mediante la exclusión de competidores que eventualmente no podrían acceder a la provisión del insumo objeto de exclusividad.</p> <p>Se indican 3 aspectos como precedente vinculante para un análisis completo sobre los acuerdos exclusivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si el denunciado ostenta posición dominante en el mercado relevante. • Determinar la vigencia de un acuerdo restrictivo reconocido hacia los denunciados. • Ponderar los puntos restrictivos frente al desarrollo activo pro competitivo que resultan de las malas prácticas competitivas. • Determinar si existe un resultado dañoso o potencialmente negativo afectando el interés económico de los usuarios.
Respecto al mercado relevante	<p>El mercado geográfico relevante es considerado como el conjunto de áreas geográficas en las que se ubican fuentes alternativas de suministro del producto relevante. Para identificar alternativas de suministro, las autoridades de competencia evaluarán factores como los costos de transporte y las barreras comerciales existentes.</p>

Tomando en cuenta lo señalado en el presente caso tenemos que el hipoclorito de sodio como insumo para la elaboración de lejía podría ser sustituido por la soda cáustica, pero que tiene una cotización mayor al hipoclorito de sodio, lo que significaría que no existiría un sustituto para el hipoclorito de sodio en términos de economía (barrera comercial), por tanto, el mercado relevante se define como la venta de hipoclorito de sodio en el territorio nacional.

Respecto a este punto la comisión señalo lo siguiente:

**Respecto
al abuso
de
posición
de
dominio**

Por lo expuesto, Quimpac gozó de posición de dominio en el Mercado Relevante durante el periodo de investigación, pues el mencionado producto no presenta sustitutos para la elaboración de lejía (demanda derivada del hipoclorito de sodio); el mercado internacional no resulta una alternativa económicamente viable de abastecimiento, y Quimpac era el único productor nacional del citado producto⁵⁷.

Tomando en cuenta lo señalado por la ley de represión de conductas anticompetitivas en el artículo 10.1 acerca del abuso de posición de dominio nos señala que :” Se considera que existe abuso cuando un agente económico que ostenta posición dominante en el mercado relevante utiliza esta posición para restringir de manera indebida la competencia, obteniendo beneficios y perjudicando a competidores reales o potenciales, directos o indirectos, que no hubiera sido posible de no ostentar dicha posición”.

Interpretación

Del caso materia de análisis, la del organismo competente determinó la existencia de una posición de dominio en el mercado relevante, pues el producto no presento sustitutos para elaborar lejía; de la misma forma, se pudo determinar que el mercado internacional no constituye una opción económica viable para abastecer el mercado; en ese sentido, la empresa Quimpac fue un único productor a nivel nacional de este producto.

Del análisis de caso se tiene que Quimpac se negó a compensar pedidos de compra indicando que habían celebrado contratos con la empresa Clorox, lo cual constituye una negativa sin justificación para la satisfacción de una demanda de compras o adquisiciones de bienes o servicios (supuesto para considerar la existencia de abuso de posición de dominio). Siendo así,

podemos concluir que a través de la existencia del contrato de distribución con cláusula de exclusividad se restringió la entrada de otros competidores generando posicionamiento de dominio. De lo señalado podemos concluir que Clorox y no Quimpac, recibió un beneficio anticompetitivo ya que obtuvo beneficios y restringió de manera indebida la competencia porque el resultado de la firma del contrato de exclusividad fue reforzar aún más su posición en el mercado de la distribución.

Tabla 14: Resolución 042-2021-CLC-INDECOPI

Resolución 042-2021-CLC-INDECOPI	
Resumen Del Caso	<p>Se inició un procedimiento administrativo sancionador contra ENSA (Electronorte); por la presunta ejecución abuso de posición de dominio relacionado a la energía eléctrica de usuarios que optan por cambiar su condición a usuarios libres. Así mismo, existen dos mercados de suministro de distribución de energía eléctrica en el Perú, primero, el mercado de distribución de energía a un usuario regulado para concesión exclusiva para uso de un solo propietario (distribuidores), y segundo, que los suministros a mercados que proporcionan energía eléctrica a un usuario libre</p> <p>La distribución de energía en el mercado regulado lo realizan exclusivamente las empresas distribuidoras, mientras que en el mercado libre los usuarios pueden contratar directamente con las empresas generadoras. Dentro del mercado relevante el comportamiento analizado es el otorgamiento de beneficios exclusivos a los clientes de ENSA (cambiando su estatus de regulado a libre).</p>
Disposición	<p>Ensa aprovechando su posición de dominio en el mercado de distribución de energía a usuarios regulados, le permitió obtener beneficios en el mercado de suministro de energía a usuarios libres en su área de concesión, a costa de otros competidores en dicho mercado (efecto exclusorio).</p> <p>Declara la responsabilidad de Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad del Norte S.A. por la realización de un abuso de posición de dominio en la modalidad de aplicación injustificada de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes en el mercado de distribución de energía eléctrica a usuarios regulados con efectos en el mercado de suministro de energía eléctrica a usuarios regulados que optan por cambiar su condición a usuarios libres.</p>
Respecto Al Mercado Relevante	<p>El mercado de producto relevante está formado por los bienes o servicios del sujeto investigado y sus sustitutos. Determinar productos relevantes implica determinar la necesidad que el bien o servicio que se analiza intenta satisfacer para identificar qué productos podrían comprarse alternativamente en función de esa necesidad. El servicio involucrado en las conductas investigadas son el abastecimiento de electricidad a los consumidores regulado y ubicada en áreas de Ensa.</p> <p>Por tanto, la existencia de alternativas adecuadas se determinará en función de la necesidad que se pretende satisfacer con el servicio. Teniendo en cuenta el</p>

análisis de los mercados relevantes de producto y geográficos, se cree que el mercado relevante relacionado al abastecimiento de electricidad a un usuario regulado dentro de áreas de Ensa con una demanda entre 200 kilovatios y 2.500 kilovatios.

**En relación
al abuso de
posición de
dominio**

ENSA abusa de su dominio induciendo una condición injustamente desigual con respecto a un servicio similar en mercados de distribución de energía al consumidor regulado, al afectar la posibilidad de que éstos manifiesten sus decisiones de cambio de cláusulas de usuario libre, particularmente, se les exceptúa del plazo de notificación de un año, en el sentido de que pueden contratar el suministro de energía con el contrato con la empresa de su elección. Asimismo, influye en la competencia ofreciendo mejores tarifas de costos en los contratos de suministro de energía que cambian de estatus a usuarios libres. Efectos regulados (exclusivos) sobre otras empresas que trabajan en el mismo ámbito. El comportamiento estandarizado persigue un significado de facto porque se impone mediante el uso inadecuado de incentivos financieros.

Interpretación

Se declaró la responsabilidad de la Empresa al configurarse la existencia del abuso en una de sus modalidades como es haber aplicado sin justificación una condición desigual para una prestación equivalente en mercados que distribuyen electricidad al usuario establecido con efecto en los mercados de abastecimiento de electricidad a usuarios que varían su calidad a ser un usuario libre.

Tabla 15: Resolución 094-2022/SDC-INDECOPI

Resolución 094-2022/SDC-INDECOPI

<p>Resumen del caso</p>	<p>El 22 de junio de 2018, Atria Energía S.A.C. (en adelante Atria o la denunciante) denunció a Sociedad Eléctrica del Sur Oeste S.A. (en adelante Seal) ante la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia (en adelante la Secretaría Técnica de la Comisión) por la presunta comisión de prácticas de abuso de posición de dominio.</p> <p>En el Perú existen dos mercados de suministro de electricidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mercado de suministro de energía a usuarios regulados, otorgado de manera exclusiva a un solo titular (el distribuidor). • El mercado de suministro de energía a usuarios libres, en el que participan los generadores y distribuidores de energía eléctrica. <p>Seal habría utilizado la posición de dominio en el mercado relevante para afectar el mercado de distribución eléctrica a usuarios libres que previamente eran usuarios regulados. De esta forma, el mercado afectado corresponde al suministro a usuarios libres que previamente eran usuarios regulados en el área de concesión de Seal.</p>
<p>Disposición</p>	<p>Se determinó que si existe la realización de un abuso de posición de dominio en la modalidad de aplicación injustificada de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes en los mercados de suministro y distribución de energía eléctrica a usuarios regulados, con efectos en el mercado de suministro de energía eléctrica a usuarios libres que provienen del mercado regulado en el área de concesión de la empresa imputada.</p>
<p>Respecto al mercado relevante</p>	<p>La Cámara considera que el mercado relevante consiste en: (i) El suministro de energía eléctrica a consumidores reglamentados con requerimientos de electricidad entre 200 kW y 2 500 kW. Área de Concesión Seal; (ii) Distribuir energía eléctrica a usuarios regulados dentro del Área de Concesión Seal con necesidades entre 200 kW y 2,500 Kw.</p>
<p>Respecto al abuso de posición de dominio</p>	<p>Entre el 2016 al 2020, Seal mantuvo una posición dominante en el mercado relevante, incluyendo el suministro y distribución de electricidad a usuarios regulados dentro de su área de concesión con demanda superior a 200 kilovatios a 2.500 kilovatios. Durante este período, Seal ocupaba una posición dominante en el mercado relevante. Los usuarios que migran del estatus regulado al estatus libre incurrir en prácticas discriminatorias.</p> <p>Las acciones que tomó Seal no fueron el resultado de ninguna disposición legal, sino que fueron un reflejo de su propio comportamiento. Específicamente, impuso restricciones a las empresas que intentaron ingresar al mercado afectado. El área de concesión de Seal anteriormente regulaba un mercado de clientes que recibían</p>

servicios sin costo. La práctica de la discriminación creó un efecto de exclusión dentro de este mercado. Varias empresas competidoras que ofrecían precios inferiores a los de Seal tuvieron dificultades para mantener sus posiciones en el mercado y atraer nuevos clientes. Mientras tanto, la recurrente logró atraer nuevos clientes en este mercado a pesar de la práctica discriminatoria.

El análisis de la regla de la razón no puede considerarse exitoso debido a que las justificaciones de Seal carecen de criterios de eficiencia económica.

Interpretación

Se pudo determinar la existencia de un mercado relevante; por ende, la existencia del abuso. Seal ocupaba una posición dominante en el mercado relevante. Específicamente, impuso restricciones a las empresas que intentaron ingresar al mercado afectado. El área de concesión de Seal anteriormente regulaba un mercado de clientes que recibían servicios sin costo. La práctica de la discriminación creó un efecto de exclusión dentro de este mercado. Varias empresas competidoras que ofrecían precios inferiores a los de Seal tuvieron dificultades para mantener sus posiciones en el mercado y atraer nuevos clientes. Mientras tanto, la recurrente logró atraer nuevos clientes en este mercado a pesar de la práctica discriminatoria.

5.1.2. Análisis e interpretación

Para efectos de analizar los resultados, se tomará en cuenta en primer término los objetivos específicos y posteriormente el objetivo general. Para el primer caso, se hace el análisis de las entrevistas y para el objetivo general se analizan el resultado de las entrevistas y el análisis de cinco Resoluciones expedidas por Indecopi.

En cuanto al **Objetivo Específico 1** respecto a analizar de qué manera se genera perjuicio a los derechos del consumidor al establecer limitaciones en el libre desarrollo empresarial tras la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad.

Del procesamiento de datos llevado a cabo con la triangulación de la información, se tiene lo siguiente:

La mayoría de los entrevistados coinciden en señalar que la celebración de contratos de este tipo con dichas cláusulas que establecen limitaciones en el libre desarrollo empresarial, genera perjuicios en el consumidor. Este tipo de cláusulas limitan que otros agentes económicos accedan al mercado, impidiendo que se ofrezcan bienes o servicios alternativos. En consecuencia, los consumidores se ven forzados a adquirir productos o servicios de una fuente única o restringida, lo que compromete su capacidad de elección. Este fenómeno es especialmente preocupante en mercados cerrados, como los oligopolios o monopolios, donde la oferta es controlada por un número reducido de proveedores. La exclusividad puede conducir a precios artificialmente elevados, ya que el proveedor exclusivo no enfrenta competencia directa que le incentive a mejorar su eficiencia o reducir costos. Esto afecta directamente el bolsillo del consumidor y limita su poder adquisitivo. Además, la falta de competencia puede disminuir la característica de un producto o servicio ofrecido, pues el proveedor exclusivo no tiene incentivos para innovar o mantener estándares competitivos.

A partir de una noción legal y económica, la existencia de estas cláusulas contraviene el derecho a la libre competencia establecido en normativas como la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. El artículo 10 de esta norma regula que las prácticas que restrinjan el acceso al mercado o impongan condiciones desfavorables a otros agentes económicos son un abuso de

posición de dominio. Este abuso perjudica a los consumidores, quienes no solo enfrentan menos opciones, sino que también son forzados a aceptar condiciones menos favorables sin posibilidad de negociar.

En mercados donde los consumidores no tienen más opciones debido a estas limitaciones, se genera un círculo vicioso que perpetúa la desigualdad de condiciones. Por ejemplo, los proveedores exclusivos, al eliminar o reducir la competencia, consolidan su posición de dominio y aumentan las barreras de entrada para otros competidores. Esto refuerza la vulneración de derechos fundamentales, como el acceso a una oferta variada y el derecho a obtener bienes y servicios en condiciones justas.

A pesar de que las opiniones de los participantes entrevistados tienen coincidencia en cuanto a afirmar que las cláusulas en estudio generan perjuicios a los derechos de los consumidores, no se puede dejar de lado que una minoría señala que, en derecho de la competencia, no hablamos de una “contravención a los derechos del consumidor” sino de la realización de una práctica anticompetitiva que infringe el TUO de la LRCA. Otro de los entrevistados refiere que depende del mercado, si estamos frente a un mercado en el cual intervienen una gran cantidad de proveedores y comerciantes detrás de ellos, en la cadena productivas de los productos o servicios a distribuir no afectan al consumidor.

En relación con el **Objetivo Específico 2**, sobre establecer de qué manera las cláusulas de exclusividad incluidas en los contratos de distribución constituyen una contravención a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, evaluando su impacto en el acceso al mercado, la posición de dominio y la restricción de la libre competencia

Los entrevistados coinciden en referir que para determinar si las conductas anticompetitivas vulneran o no la Ley, tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por el artículo 10 de la citada ley, es decir, si se está frente al abuso de la posición de dominio. Para la existencia de un abuso, primero se deberá establecer si existe un mercado relevante que puede tratarse de un mercado de producto o mercados geográficos y, si los agentes económicos poseen la opción de actuar restringiendo, afectando o distorsionando sustancialmente la condición de la oferta y demanda.

Es importante añadir las percepciones de otros participantes en relación con el abuso de la posición de dominio. Surge esta posición cuando un contrato es celebrado a favor del distribuidor y, genera beneficios como son el abastecimiento único y exclusivo de bienes y servicios, generando así que otros agentes económicos no puedan acceder a dicho bien o servicio. Un acuerdo exclusivo constituye un abuso de posición dominante si es injustificado, y se debe agregar: el efecto sobre el mercado relevante debe haber sido verificado.

Para el **Objetivo Específico 3**, respecto a examinar cómo la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad limita a los agentes de competencia en la cadena de suministro y abastecimiento del mercado, destacando las restricciones que afectan su capacidad de participación, innovación y acceso a recursos clave. Del análisis de los datos se concluye lo siguiente:

En atención a la percepción que tienen los participantes, se tiene que el suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y, las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas. Al

someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es el desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico.

Otra parte de los entrevistados refieren que cuando existe una exclusividad en el ámbito geográfico, entonces existirán límites para suministrar bienes o servicios en distintos ámbitos geográficos. No todos los agentes de competencia podrán acceder a un determinado bien todo ello precisamente por la existencia de un acuerdo de exclusividad. Se señala también que la exclusividad garantiza que se realicen suministros importantes a un agente competidor y garantiza que el proveedor no pueda vender los mismos insumos a otras empresas competidoras.

En lo relacionado al **Objetivo Especifico 4**, respecto a diseñar las estrategias efectivas para que se garantice una eficiente protección de los derechos de los consumidores en el contexto de un contrato de distribución con cláusula de exclusividad. De la triangulación de datos, se tiene lo siguiente:

Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor. Se requiere de mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir.

Para efectos del **objetivo general**, en relación con demostrar si la aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor a consecuencia de la vulneración del derecho a la libre competencia.

Del análisis de los objetivos específicos se tiene que la aplicación de la cláusula de exclusividad en la contratación de distribución genera contravención a los derechos del consumidor, pues la exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Cuando se configura la existencia del abuso de la posición de dominio establecido en el artículo 10 de la Ley de Represión, en el que el agente económico que ostenta posiciones dominantes en el mercado relevante utiliza dichas posiciones para la restricción de la competencia de modo indebido se genera la contravención a los derechos de los consumidores.

Del análisis de las resoluciones se tiene que se determinó cuáles son los mercados relevantes, ello con el fin de acreditar la existencia de abuso de posición y tal como lo señala Hugo Eyzaguirre para este abuso se debe analizar con la regla de la razón, pues (como ya se señaló) solo existe infracción si la conducta o práctica no es justificable con prácticas comerciales comúnmente aceptadas o razonables. Esto se aplica a las tres situaciones mencionadas antes: negativa de compra o venta, trato desigual y cláusula de atadura.

Debemos señalar también que el abuso de posición de dominio es una conducta de una o varias personas u empresas con posición de dominio en el mercado relevante el cual restringe indebidamente la competencia, así mismo tomando en cuenta lo señalado por la ley de represión de conductas anticompetitivas tenemos que: habrá abuso en caso de que los agentes económicos, quienes ostentan de una posición dominante en el mercado hacen uso de este poder para limitar de manera no debida la competencia, con la obtención de un beneficio y en perjuicio de un competidor real o potencial, directo o indirecto, que no está en condiciones de ejercer dicho dominio.

Así mismo tenemos que, al existir cláusulas de exclusividad en los casos analizados (exclusividad respecto al ámbito geográfico) genera que exista el posicionamiento de dominio de aquellos que gozan los beneficios que genera dicha exclusividad en los contratos de distribución, y tomando en cuenta lo antes desarrollado llegamos a la conclusión de que en cada caso analizado existe posición de dominio en el mercado relevante respectivo y a consecuencia de ello la existencia del abuso de posición de dominio. Aplicando lo mencionado por la ley es que se concluye que existe restricción al derecho a la competencia en cada caso y al generar dicha restricción se vulnera el derecho a la libre competencia negando la entrada de otros competidores al mercado.

5.1.3. Discusión de Resultados

La discusión de resultados se llevará a cabo en base a los objetivos específicos y al objetivo general.

Para el objetivo específico uno, en relación a analizar de qué manera se genera perjuicio a los derechos del consumidor al establecer limitaciones en el libre desarrollo empresarial luego de la suscripción de un contrato de distribución con cláusula de exclusividad. La mayoría de los entrevistados coinciden en señalar que la celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad que establecen limitaciones en el libre desarrollo empresarial, generan perjuicios en el consumidor puesto que, la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo al consumidor. Un número considerable de situaciones en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro

de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia.

Resultados que guarda relación con el estudio desarrollado por Meza (2023) quien refiere que con la finalidad de dar atención a las dinámicas de mercados de la tecnología propia de realidades económicas y sociales, y frente a la falencia que se presenta en el sistema jurídico colombiano, donde se evidencia la desprotección de los componentes de Audio y video, cada parte contratante ha recurrido a los contratos de suministro de servicios como una de las figuras jurídicas para la contratación de un servicio de desarrollo de Software. En el marco de dichos contratos, las partes más débiles pueden estar sometidas a la imposición de una cláusula de exclusividad como única posibilidad para la ejecución de negocios jurídicos, los cuales de modo eventual podría conllevar al sobreprecio de los servicios o suministros. Las mencionadas cláusulas traen consigo la obligación de no hacer que tiene como resultado: que sólo se puede tener acceso a mercados mediante los mismos contratantes, y no pueden tener acceso a todos los mercados, evidenciándose que existe la posición de dominio.

Para el objetivo específico dos, en relación a establecer de qué manera las cláusulas de exclusividad incluidas en los contratos de distribución constituyen una contravención a la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, evaluando su impacto en el acceso al mercado, la posición de dominio y la restricción de la libre competencia. Los entrevistados coinciden en referir que para determinar si las conductas anticompetitivas vulneran o no la Ley, tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo regulado por el artículo 10 de la citada ley, es decir, si se está frente al abuso de la posición de dominio. Para que exista un abuso de posición de dominio, primero se debe establecer si existe un mercado relevante que puede tratarse de un mercado de producto o un mercado geográfico y, si los agentes económicos poseen la opción de

actuar restringiendo, afectando o distorsionando sustancialmente la condición de la oferta y demanda.

Resultados que guarda relación con el estudio desarrollado por Urbina (2022) quien refiere que los acuerdos de distribución exclusiva celebrados entre agentes económicos independientes que operan en distintas etapas de la cadena productiva y en el cual uno de ellos goza de posición de dominio, podría tener el efecto de restringir la competencia.

Así como con el estudio elaborado por Meza (2023) quien señala que la cláusula de exclusividad no constituye componentes de la esencia ni de la naturaleza de los contratos de suministros del servicio de desarrollo de Software, contrariamente, en la mayoría de los casos se obedece a los inadecuados equilibrios contractuales entre cada parte, y esto se comprende como la exteriorización del abuso del derecho o la posición dominante en los contratos.

En relación al objetivo específico tres, en relación a analizar cómo la suscripción de contratos de distribución con cláusula de exclusividad limita a los agentes de competencia en la cadena de suministro y abastecimiento del mercado, destacando las restricciones que afectan su capacidad de participación, innovación y acceso a recursos clave. Se tiene que el suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y, las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas. Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es el desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad esté dirigida o aplicada en el ámbito geográfico.

Resultados que guarda relación con el estudio desarrollado por Ventura (2023) quien refiere que la limitación existente a la libre competencia perjudica de modo negativo al desarrollo económico y a la ciudadanía, porque se limita a un actor en los mercados, se suele disminuir la calidad del producto y un servicio, se genera menos puestos de trabajo formal, se reduce la productividad y el ingreso que tiene un ciudadano.

Para el objetivo específico cuatro, respecto a diseñar las estrategias efectivas para garantizar una mejor protección de los derechos del consumidor en el contexto de contratos de distribución con cláusula de exclusividad. Se tiene que los participantes señalan que se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor. Se requiere de mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir.

Resultados que guarda relación con el estudio desarrollado por Meza (2023) quien refiere que los acuerdos con cláusulas de exclusividad no deberían de sustraer a los contratistas o a los proveedores de los mercados si luego de haberse celebrado el contrato, la obligación de no hacer se convierte en onerosa y perjudica a los bienes jurídicos protegidos por el derecho de competencia. En ese sentido, en estas situaciones, esta cláusula debería comprenderse como una cláusula abusiva y por ende debería ser nula por la alteración en las estructuras de los mercados y la reducción del beneficio que trae consigo el consumidor.

Del **objetivo general** se concluye que la aplicación de la cláusula de exclusividad en la contratación de distribución genera contravención a los derechos del consumidor, pues la exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno

de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Cuando se configura la existencia del abuso establecido en el artículo 10 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en el que los agentes económicos que ostentan posiciones dominantes en el mercado relevante, utilizan dichas posiciones para la restricción de la competencia de modo indebido se genera la contravención a los derechos del consumidor.

Resultados que se condicen con el estudio desarrollado por Lamas (2018) al manifestar que un acuerdo de exclusividad restringe la libertad de los compradores para la adquisición, o de los distribuidores para la comercialización de un bien o de un servicio.

Asimismo, con el estudio elaborado por Meza (2023) quien refiere que los acuerdos con cláusulas de exclusividad no deberían de sustraer a los contratistas o a los proveedores de los mercados si luego de haberse celebrado el contrato, la obligación de no hacer se convierte en onerosa y perjudica a los bienes jurídicos protegidos por el derecho de competencia. En ese sentido, en estas situaciones, esta cláusula debería comprenderse como una cláusula abusiva y por ende debería ser nula por la alteración en las estructuras de los mercados y la reducción del beneficio que trae consigo el consumidor.

CONCLUSIONES

PRIMERA: La aplicación de la cláusula de exclusividad en los contratos de distribución genera contravención a los derechos del consumidor, pues la exclusividad genera beneficios limitativos a bienes y servicios que son objeto de contratación, uno de estos límites es el poder acceder libremente a un bien o servicio. Cuando se configura la existencia del abuso de la posición de dominio establecido en el artículo 10 de la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, en el que los agentes económicos que ostentan posiciones dominantes en el mercado relevante utilizan dichas posiciones para la restricción de la competencia de modo indebido se genera la contravención a los derechos del consumidor.

SEGUNDA: La celebración de contratos de distribución con cláusula de exclusividad que establecen limitaciones en el libre desarrollo empresarial, generan perjuicios en el consumidor puesto que, la exclusividad genera límites de acceso a bienes o servicios a otros agentes de competencia generando que quien tiene la exclusividad a su favor pueda maximizar sus beneficios económicos perjudicando de este modo a los consumidores. En la mayoría de los casos en mercados cerrados tipo oligopolios y monopolios donde la escasa oferta de proveedores de servicios y productos afectará a los consumidores al condicionarlos a elegir dentro de pocas alternativas que ofrece el mercado y con la respectiva reducción en la calidad de los mismos al no encontrar incentivos que genera la competencia.

TERCERA: Para determinar si las conductas anticompetitivas vulneran o no la Ley de represión de conductas anticompetitivas, tenemos que determinar si una conducta se adecua o no a lo señalado por el artículo 10 de la citada ley, es decir, si se está frente al abuso de la posición de dominio. Para la existencia de un abuso de posición de dominio, primero se debe determinar si

existe un mercado relevante que puede tratarse de un mercado de producto o un mercado geográfico y, si los agentes económicos poseen la opción de actuar restringiendo, afectando o distorsionando sustancialmente la condición de la oferta y demanda.

CUARTA: El suministro se ve afectado cuando una empresa quiere ingresar al mercado con el mismo producto y en el mismo ámbito geográfico, pero al no poseer la exclusividad no puede ingresar al proceso competitivo de un producto o servicio y, las condiciones de competencia y suministro se ven afectadas. Al someterse a este tipo de cláusulas nos sometemos a un tipo de preferencia también restricciones una de ellas es el abastecimiento de bienes y servicios. Lo que podría generarse es el desabastecimiento de bienes cuando la exclusividad este dirigida o aplicada en el ámbito geográfico.

QUINTA: Se necesita fortalecer el marco legal en materia de consumidor y de competencia, a través de una propuesta normativa en la que específicamente se realice una evaluación de estas conductas y sus posteriores afectaciones ya sea en el mercado o directamente en el consumidor. Se requiere de mejores métodos de fiscalización y procedimientos más eficientes para sancionar y prevenir.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Fortalecer el marco legal en materia de consumidor mediante la propuesta de normas que analicen específicamente estos comportamientos y sus consecuencias, ya sea en el mercado o directamente en el consumidor.

SEGUNDA: Mejoramiento en los métodos de fiscalización por parte de INDECOPI, así como el mejoramiento en los procedimientos para que estos puedan ser más efectivos de tal modo que se pueda sancionar y prevenir estas conductas.

TERCERA: Se recomienda a INDECOPI la creación del Registro para el Control de Contratos Comerciales con Cláusula de Exclusividad, con la finalidad controlar el adecuado uso de esta cláusula y evitar la afectación a la libre competencia y el funcionamiento normal del mercado, así mismo proteger el derecho de los consumidores que puedan verse afectados con la aplicación de dicha cláusula. Conforme se muestra del Proyecto de Ley adjunto al presente.

CUARTA: Fortalecer el sistema de estructura orgánica de INDECOPI, mediante la descentralización y desconcentración de la comisión de defensa de la libre competencia, así como del órgano resolutorio de defensa de la competencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldana, E., & Gagliuffi, I. (2016). La noción de Consumidor Final: El ámbito de aplicación subjetiva de la Ley de Protección al Consumidor según el nuevo precedente de observancia obligatoria del Indecopi. *Revista Pontificia Universidad Católica del Perú*.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/download/11722/12284>
- Baltazar, D. C. (junio de 2007). *Tratado de derecho del consumidor en el Perú: Doctrina, Legislación, Institucionales, Jurisprudencia internacional, Nuevas perspectivas de Desarrollo*. 1ra, 746. Lima: Fondo Editorial USMP.
- Betancourt, E. P. (2006). *El contrato de distribución desde la perspectiva del derecho de la competencia económica-México [Tesis de Maestría 2006]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/628531/CEM318202.pdf?sequence=1&isAllo>
- Britz, S. J. (1992). *Los contratos civiles, nuevas perspectivas*. Comares.
- Bullard Gonzales, A. (s.f.). *Límites a la Aplicación de las Políticas de Libre Competencia. Derecho y Sociedad*. doi:<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/view/17218>
- Burneo, J. A. (14 de agosto de 2020). *Los Pactos de Exclusividad en el contrato de distribución y el Derecho de la Competencia-Buenos Aires [Tesis de Maestría, Universidad de Palermo]*. Repositorio Institucional. <https://dspace.palermo.edu/dspace/handle/10226/2286?show=full>
- Cairo, V. R. (2021). *Principio Constitucional de la Libre Competencia*. Obtenido de *Cuestiones Constitucionales*: <https://www.redalyc.org/journal/885/88571718010/html/>

Casajuana, J. L. (2020). ¿Qué es la competencia desleal?: <https://jlcasajuanaabogados.com/que-es-la-competencia-desleal/>

CeCo. (14 de abril de 2020). Colusión. ¿Qué es la Colusión?: <https://centrocompetencia.com/colusion/>

CeCo. (12 de enero de 2022). Discriminación de precios. ¿Qué es la discriminación de precios?: <https://centrocompetencia.com/discriminacion-de-precios/>

Cfr. Fuentes, J.y Sanchez, D. (2017). Delimitación del Derecho a Elegir. Revista Derecho & Sociedad, 297-319. doi:<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/search>

Cifuentes, Á. F., & González, J. S. (2013). Análisis Jurídico de las Cláusulas de Exclusividad en el Derecho de la Competencia-Bogotá [Trabajo de grado para optar el Título de Abogado 2013]. Repositorio Institucional, Bogotá. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/10049/CalderonCifuentesAngelFelipe2013.pdf;sequence=1>

Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 (1 de septiembre de 2010).

Comisión Nacional de los Mercados y la Comisión. (2013). ¿Qué es la competencia? CNMC Blog: <https://blog.cnmc.es/2013/12/10/que-es-la-competencia/>

Constitución Política del Perú (1993). <https://pdba.georgetown.edu/Parties/Peru/Leyes/constitucion.pdf>

D.L N°701, Eliminan las prácticas monopólicas, controlistas y restrictivas de la libre competencia (22 de julio de 1992). <https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/196578/dl701.pdf/e179e02c-be5e-4bc4-acf6-a3d2f721e7bb>

- Del Sante, H. E. (2011). Políticas de Competencia y su Aplicación. Lima: Universidad peruana de Ciencias Aplicadas.
- Deza, T. (2017). Análisis de las prácticas colusorias horizontales contenidas en la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas a la luz de la jurisprudencia europea. Administrador. Obtenido de <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/download/63/61/161>
- Díez, F. (2014). El abuso de posición dominante en el derecho comunitario y español de defensa de la competencia. Tratado de derecho de la competencia y de la publicidad, 315.
- Durand, J. (2007). Tratado de Derecho del Consumidor en el Perú. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres.
- Echaiz, D. (2012). El derecho del consumidor a la seguridad. Ius et Praxis, Revista de la Facultad de Derecho, 105-124.
- El peruano. (22 de abril de 2022). Acuerdo de Sala Plena que establece criterios para la configuración de la infracción consistente en ocasionar que la entidad resuelva el contrato, siempre que dicha resolución haya quedado consentida o firme en vía conciliatoria o arbitral. Acuerdo de Sala Plena N° 002-2022/TCE Tribunal de Contrataciones del Estado, pág. 1. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2064610-1>
- Espinoza, J. E. (2021). Derecho de los Consumidores. Lima: Instituto Pacifico.
- Fernandez Baca Llamozas, J. (2005). Microeconomía: Teoría y aplicaciones. Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacifico.
- Fernandez Baca Llamozas, J. (2005). Microeconomía: Teoría y aplicaciones. Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacifico.

- Fernández, C., Baptista, P., & Hernández, R. (2018). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- Fernández, J. (2020). Experiencias de política antimonopólica en el Perú. CIES. Obtenido de <https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2014/03/Experiencia-de-politica-para-web.pdf>
- Fernandez, J. (2005). Microeconomía: Teoría y aplicaciones. Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacifico.
- Fuentes, J. (2016). Reflexiones en torno al derecho de elegir libremente entre productos y servicios: un breve análisis casuístico. *Derecho & Sociedad* 47, 283-292.
- Galan, J. I. (1987). Constitución económica y derecho de la competencia. Madrid: Tecnos.
- Gargollo, J. A. (2018). Los Contratos de Agencia y Distribución Mercantil. Obtenido de Revista Perspectiva Jurídica UP: <https://www.edkpublicaciones.com/up/index.php/ediciones/los-contratos-de-agencia-y-distribucion-mercantil#sdfootnote1sym>
- gob.pe. (26 de agosto de 2021). Nota sucinta (2010): Se inicia procedimiento por presuntas prácticas colusorias verticales en el mercado de comercialización de cementos en Lima, Ica, Ayacucho y Ancash. <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/informes-publicaciones/2123205-nota-sucinta-2010-se-inicia-procedimiento-por-presuntas-practicacolusorias-verticales-en-el-mercado-de-comercializacion-de-cementos-en-lima-ica-ayacucho-y-ancash>
- González, E. E. (06 de junio de 2014). Distribución Exclusiva y Competencia. Obtenido de Scielo: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-718X2015000200403
- Indecopi (25 de junio de 2008). D.Leg. Nro. 1034, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Lima, Perú: Diario Oficial El Peruano. Obtenido de

<https://www.indecopi.gob.pe/documents/51771/196578/dl1034.pdf/66c0472e-46de-4eb3-b872-7369c5279583>

Indecopi (2010). Código De Protección Y Defensa Del Consumidor LEY N° 29571. Obtenido de <https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/177451/CodigoDProteccionyDefensaDelConsumidor%5B1%5D.pdf/934ea9ef-fcc9-48b8-9679-3e8e2493354e>

Indecopi (2013). Análisis de las funciones del Indecopi Libre Competencia. Colección por el vigésimo aniversario del Indecopi Obtenido de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5564/libre_competencia.pdf

Indecopi (2015). Tus Derechos. Obtenido de INDECOPI: <https://www.consumidor.gob.pe/tus-derechos>

Indecopi (2021). Libre Competencia. INDECOPI: https://www.indecopi.gob.pe/libre-competencia_1

Justicia Perú. (2017). Constitución Política Del Perú De 1993. Obtenido de <https://peru.justia.com/federales/constitucion-politica-del-peru-de-1993/titulo-iii/capitulo-i/>

Lamas, C. (2018). Acuerdos de exclusividad y libre competencia análisis de la competitividad de una conducta. Universidad de Chile. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/151491>

Legal, G. (19 de diciembre de 2019). Contratos Comerciales. Obtenido de Legal Information Institute: https://www.law.cornell.edu/wex/es/contratos_comerciales

LetsLaw. (24 de Agosto de 2023). Contrato de Distribución exclusiva: todas las claves-LetsLaw. Obtenido de <https://letslaw.es/contrato-de-distribucion-exclusiva/>

Ley 29571 , Código de Protección y Defensa del Consumidor (01 de 09 de 2010).

- Meiners, R. M. (1986). Microeconomía. España: McGRAW-HILL.
- Mejia, M. C. (2020). El Pacto de Exclusividad: ¿Una práctica desleal, una práctica anticompetitiva, o abuso de la posición dominante contractual en contratos de suministro de servicios? Una mirada especial al contrato de suministro de servicios de desarrollo de software. Repositorio Institucional, Bogotá. <https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/48605>
- Melgar, S. A. (2010). Contratos Modernos Contratos Atípicos e Innominados (II Edición ed.). Editorial San Marcos E.I.R.L., editor.
- Meza, M. (2014). El pacto de cláusulas de exclusividad: ¿una práctica desleal, una práctica anticompetitiva, o abuso de la posición dominante contractual en contratos de suministro de servicios? una mirada especial al contrato de suministro de servicios de desarrollo. Repositorio.uniandes.
<https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/5f49f4e2-23a8-4dfc-8075-478bf90fe045/content>
- Meza, M. (2023). El pacto de cláusulas en exclusividad: ¿una práctica desleal, una práctica anticompetitiva, o abuso de posición dominante contractual en contratos de suministro de servicios? Una mirada especial al contrato de suministro de servicios de desarrollo. Universidad Javeriana de Bogotá. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/5f49f4e2-23a8-4dfc-8075-478bf90fe045/content>
- Miller, R. (1990). Microeconomía. México: McGraw-Hill Interamericana, S. A. de C. V.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Monopolio>.
- Muñoz, S. (2012). El derecho a la información en la esfera de protección al consumidor. Diálogos de Derecho y Política.

- Napurí, C. G. (23 de junio de 2020). Introducción al derecho de la competencia: Prácticas anticompetitivas. Obtenido de Universidad Continental: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/introduccion-al-derecho-de-la-competencia-practic-as-anticompetitivas>
- Obando, R. (24 de noviembre de 2022). Qué es un contrato de exclusividad, para qué sirve y qué tipos existen. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/contrato-exclusividad-empresas>
- Orbe, R. C. (2001). Diccionario Jurídico Moderno. Lima: Rao S.R.L.
- Oyarce, M. Á. (2013). Introducción. En E. Quintana, Análisis de las funciones del Indecopi a la luz de las decisiones de sus órganos resolutivos - Libre Competencia. Lima: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi). Obtenido de https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5564/libre_competencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Panduro, A. C. (2011). Contratos de exclusividad y libre competencia: tratamiento legal y jurisprudencial en búsqueda de un estándar para el análisis de la conducta- Lima [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/4798>
- Pasión por el derecho. (10 de enero de 2018). El contrato y el acto jurídico en el Código Civil peruano. Repaso sucinto de su interconexión jurídica. Obtenido de <https://lpderecho.pe/contrato-acto-juridico-codigo-civil-peruano-interconexion-juridica/>
- Petitbo, S. M. (2006). El abuso de la posición de dominio. Madrid:Marcial Pons: Edición Jurídica y Sociales.

- Pozo, P. (2016). El dilema de los precios predatorios: estrategias, teorías y problemas. Un análisis del Derecho de la competencia de la Unión Europea y Antitrust. *Revista de Derecho* (26). doi:ISSN 1390-2466
- Presidencia de la República. (2019). Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. DECRETO LEGISLATIVO N° 1034. doi:<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2076311/DL%201034.pdf.pdf?v=1628722871>
- Quintana, E. (2005). Abuso de posición de dominio conjunta y ¿infracciones sin contenido real? *Themis*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5110808.pdf>
- Quintana, E. (Mayo de 2013). Libre Competencia. Obtenido de Repositorio Indecopi: https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5564/libre_competencia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia Española. (2020). Competencia. Obtenido de Diccionario esencial de la lengua española: <https://www.rae.es/desen/competencia>
- Resolución 0094 (SPC/Indecopi 2019).
- Rodríguez, V. (2021). Principio constitucional de la libre competencia. *Artículos doctrinales*, 1(44), 257-289. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/885/88571718010/html/>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Secretaría de defensa del consumidor y usuario paraguay. (s.f.). Obtenido de Derechos básicos del consumidor en el Paraguay: <https://www.sedeco.gov.py/index.php/derechos-del-consumidor>

- Tambussi, C. (2014). Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, 12(13), 89-112. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157806>
- Tc.gob. (2000). EXP. N.º 1311-2000-AA/TC. Obtenido de Sentencia del Tribunal Constitucional: <https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2001/01311-2000-AA.html>
- UNCTAD. (2017). Manual sobre protección del consumidor: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. 174. Obtenido de https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplp2017d1_es.pdf
- Urbina, V. A. (2022). Acuerdos de exclusividad y su incidencia en el derecho de libre competencia. lima 2021- Lima [Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33058/De%20la%20Cruz%20Urbina,%20Victor%20Andre.pdf?sequence=1>
- Velandia, M. (2011). Derecho de la competencia y del consumo: Competencia desleal; abuso de la posición de dominio; carteles restrictivos; actos restrictivos; integraciones económicas y protección al consumidor. Universidad Externado de Colombia. 2da. Bogotá, Colombia: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.
- Ventura, L. (2023). Las cláusulas de exclusividad en los contratos con el Estado desencadenan barreras burocráticas ilegales. Universidad peruana de Ciencias aplicadas. Obtenido de https://upc.aws.openrepository.com/bitstream/handle/10757/670444/Ventura_PL.pdf?sequence=1&isAllowed=y