

Extractos sobre mercado relevante en sentencias y resoluciones del TDLC

- 1. Sentencia N°9/2004 del TDLC.** “Cuarto. Que, con el objeto de definir el mercado relevante en cuestión, tanto de producto como geográfico, es preciso en primer término establecer la estructura general de la industria de la producción, distribución y venta a público de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente, pues dentro de dicha industria se enmarca la consulta de autos”.

“Octavo (...) Para estos efectos, se considerará el mercado relevante en el que operaría un proveedor promedio, esto es, un proveedor con uno o varios productos, de marcas con algún grado de reconocimiento por el público, con capacidad de aprovisionamiento limitada pero suficiente en relación a su curva natural de crecimiento, y que busca obtener la distribución de sus productos en gran parte del territorio nacional. Cabe hacer notar que la referencia a esta figura del 'proveedor promedio' se hace necesaria debido al carácter genérico de las conductas sometidas a consideración de este Tribunal. Si en el futuro se presentasen demandas o requerimientos que aludan a productos o proveedores específicos, la definición del mercado relevante podría ser diferente”.

“Undécimo (...) “[E]l aprovisionamiento a supermercados constituye un canal de distribución que, desde la perspectiva del proveedor, no es plenamente sustituible por las otras alternativas de distribución descritas”.

“Duodécimo. Que, en consecuencia, este Tribunal analizará y ponderará los hechos consultados en autos teniendo presente que el mercado relevante de producto se limita exclusivamente al aprovisionamiento, por parte de proveedores y distribuidores mayoristas, de productos alimenticios y de artículos del hogar no alimenticios de consumo corriente, a supermercados, para su distribución minorista a consumidores finales”. [Consulta sobre conductas supermercados respecto de proveedores]

- 2. Sentencia N°29/2005 del TDLC.** “Décimo Séptimo. Que, en este orden de cosas, la requerida ha sostenido a fs. 28 que el mercado relevante estaría constituido por todos los medios de pago (efectivo, cheques, tarjetas de crédito y débito bancarias y tarjetas de crédito de casas comerciales), y que, en la situación más restrictiva, se debería incluir al menos a las tarjetas de las casas comerciales entre los sustitutos de las bancarias”.

“Décimo Octavo. Que, en opinión de estos sentenciadores, la sustituibilidad debe analizarse tanto desde el punto de vista del tarjetahabiente como del comercio.

“Vigésimo Segundo. Este Tribunal estima, por las razones anteriores, que si bien todos los medios de pago son sustitutos entre sí, esta sustitución dista de ser perfecta, tanto desde el punto de vista de los tarjetahabientes como del comercio. Ello queda corroborado por el hecho que el comercio está dispuesto a incurrir en un eventual mayor costo de venta al aceptar tarjetas de crédito (comisión, pago por transacción, arriendo de terminales). La disposición a pagar por parte del comercio por dicho uso de tarjetas de crédito estaría a su vez fundada tanto en los beneficios que reporta al comercio como en el hecho que, para los tarjetahabientes, éstas no tienen sustitutos perfectos en otros medios disponibles de pago. Por lo tanto, el mercado relevante considerado en el caso sub lite será, sólo en cuanto los demás sustitutos son imperfectos y para los efectos de enmarcar el raciocinio de esta sentencia, el de las transacciones efectuadas utilizando como medio de pago las tarjetas bancarias de crédito y/o débito”. [Requerimiento FNE contra Transbank]

- 3. Sentencia N°65/2008 del TDLC.** “Quincuagésimo Primero. Que de los argumentos precedentes este Tribunal concluye que las grandes cadenas de supermercados poseen un conjunto peculiar de

características como canal de distribución minorista, que implican que otros formatos de locales de distribución minorista, tales como las cadenas de farmacias, las ferias libres y los mercados centrales de abasto, los almacenes de barrio, las cadenas de ferreterías, y el comercio detallista en pequeñas superficies disten de ser sustitutos cercanos para los proveedores de productos alimenticios y no alimenticios de consumo periódico”.

“Quincuagésimo Cuarto. Que, atendido el hecho de que el canal de distribución supermercadista tiene presencia a nivel nacional y que una proporción significativa de los proveedores mayoristas busca colocar sus productos a nivel nacional, este Tribunal estima que el mercado geográfico relevante del aprovisionamiento mayorista es el territorio de la República de Chile. Lo anterior, sin perjuicio de considerar que el mercado geográfico relevante puede ser regional o local en relación con determinados productos que, por sus características, se comercialicen sólo en dichos ámbitos”.
[Requerimiento FNE contra Cencosud]

- 4. Sentencia N°80/2009 del TDLC.** “Trigésimo Cuarto. Que para definir el mercado relevante, es necesario determinar si los productos Reebok y Adidas tienen sustitutos próximos, para lo cual es preciso tener en consideración que unos y otros comprenden zapatillas, vestuario deportivo y accesorios deportivos; productos que forman parte de mercados distintos, porque son productos que cumplen finalidades distintas y se venden por separado”.

“Trigésimo Sexto: Que, tal como se desprende de los cuadros incluidos en el informe IPSOS, las zapatillas pueden cumplir distintas finalidades. En este sentido, una misma zapatilla sirve para practicar deportes o como calzado de uso diario informal, a excepción de algunos modelos que sólo sirven para practicar deporte, como son las zapatillas de fútbol. La distinción entre usos es relevante porque las zapatillas que se usan para practicar deportes no son sustituibles por calzado de uso diario informal distinto de las zapatillas. En cambio, sí existe sustitución entre las zapatillas que se usan como calzado de uso diario informal y otros tipos de calzado deportivo”.

“Trigésimo Octavo. Que, en opinión de este Tribunal, el mercado de las zapatillas que se usan para practicar deportes presenta una gran diferenciación o heterogeneidad entre marcas y productos, debido a que las diferentes preferencias de los clientes influyen muy decisivamente en la compra (...)”.

“Trigésimo noveno. Que, en este mercado, operan las marcas denominadas “grandes” o “intensivas en inversión”, las cuales se diferencian de sus competidores invirtiendo en tecnología y marketing (...) Por lo tanto, a juicio de este Tribunal, el mercado relevante debe considerar únicamente a los productos de grandes marcas, atendidas sus especiales características y precios”.

- 5. Sentencia N°89/2009 del TDLC.** “Decimoquinto. Que así, a juicio de este Tribunal, el mercado relevante para efectos de esta causa, es el de la prensa escrita, sin perjuicio de que las conductas denunciadas se relacionan directamente con el avisaje en la prensa escrita y, específicamente, con la inversión en publicidad realizada por el Estado en dichos medios de comunicación”.

“Decimosexto. Que el mercado relevante ya definido, es un mercado de aquellos a los que la literatura económica aplica el esquema analítico de mercado con demanda bilateral ('two-sided markets' [mercados de dos lados]) –en los que un mismo producto o servicio basa su existencia en la condición de ser demandado por dos grupos distintos- pues se trata de diarios con venta de ejemplares y publicidad. Esta característica es la que lleva a que en algunos casos el equilibrio de mercado se logre incluso regalando un periódico que obviamente tiene un costo. Esa es la misma conclusión a que arriba el informe del jefe de la división jurídica de la Fiscalía Nacional Económica (...) Dicho informe señala que, en el caso de la prensa escrita, uno de los grupos de demandantes son los lectores, que demandan información, y el otro son los avisadores, que demandan espacios para avisaje y publicidad en las materias de su interés. Entre ambos grupos existen claras economías de red, en el sentido que la demanda de un grupo de usuarios incrementa la demanda del otro grupo de demandantes. El

efecto positivo que tiene la demanda de cada grupo en la demanda del grupo complementario es una externalidad positiva de demanda, que se produciría en este caso”. [Demanda de Revista Punto Final en contra del Estado]

- 6. Sentencia N°90/2009 del TDLC.** “Decimotavo: Que uno de los argumentos que justificaría considerar como relevante el mercado del encendido es que, según el estudio acompañado por CCF a fojas 1417, los fósforos de seguridad y los encendedores serían sustitutos, lo que se inferiría de la revelación de hábitos de consumo de una muestra aleatoria de individuos. Según dicho estudio, la conclusión anterior se justificaría porque aproximadamente un 25% de la población utiliza sólo fósforos para encender los artefactos domésticos, mientras que aproximadamente un 60% de la población usaría un encendedor cuando no tiene fósforos disponibles para encender “algo” (no necesariamente artefactos domésticos)”.

“Decimonoveno: Que, en opinión de este Tribunal, estos datos no permiten concluir que existe una importante sustitución entre los fósforos de seguridad y los encendedores pues, en primer lugar, si un 25% de la población sólo utiliza fósforos para encender artefactos domésticos, el nivel de sustitución entre estos productos sería igual a cero para estos individuos. Adicionalmente, que el restante 75% de la población reconozca que podría usar otros elementos que cumplan la función del encendido, tampoco permite inferir que, para este segmento de la población, la sustitución sea significativa. En efecto, existe la posibilidad de que estos consumidores tengan una alta preferencia por la utilización de fósforos, y que sólo excepcionalmente quieran usar otros medios”.

“Vigésimo quinto: Que, por todo lo anterior, los encendedores y los fósforos de seguridad serán considerados como sustitutos por este Tribunal únicamente cuando el uso que se les quiera dar no sea el encendido de artefactos domésticos, como ocurre en el caso de los cigarrillos”.

“Vigésimo noveno: Que así, y considerando todo lo expresado precedentemente, en opinión de este Tribunal, el mercado relevante del producto, corresponde únicamente a los fósforos de seguridad (o simplemente ‘fósforos’), para su uso en el encendido fundamentalmente de artefactos domésticos”.

“Trigésimo: Que, por otra parte, ahora en cuanto al mercado geográfico relevante, los fósforos que se producen en Chile y los que se importan a nuestro territorio son comercializados en todo el país, por lo que este Tribunal considerará que dicho mercado está constituido por todo el territorio nacional”. [Requerimiento de la FNE en contra de la Compañía Chilena de Fósforos].

- 7. Sentencia N°103/2010 del TDLC.** “Duodécimo: Que, a juicio de este Tribunal, dada la existencia de oferta supermercadista al menos en las ciudades más importantes de las regiones X y XIV, entre ellas las ciudades de Valdivia y Osorno, a 111 kilómetros de distancia entre sí, no es razonable considerar como el ámbito de competencia local a la región XIV como un todo, ni menos a la suma de las regiones X y XIV. Por otra parte, el hecho que Líder Valdivia provea de buses de acercamiento a pobladores de ciertas localidades sólo demuestra que, de no existir tales buses, es muy probable que esos consumidores no estarían dispuestos a trasladarse por sus propios medios a Valdivia para realizar sus compras. A mayor abundamiento, la sola existencia, como caso de excepción, de consumidores particulares que deban trasladarse grandes distancias para llegar a un centro de consumo, sólo establece la existencia de consumidores marginales que en ningún caso influirían para definir el mercado relevante, por ejemplo si se aplicara el test del monopolista hipotético, también conocido como SSNIP”.
- 8. Resolución N°37/2011 del TDLC.** “48. Este Tribunal, si bien concuerda con que, en general, el mercado relevante del producto se debe analizar en cada par de origen y destino, puesto que la mayoría de los consumidores no puede sustituir un destino por otro, estima asimismo que la decisión del consumidor para usar una determinada aerolínea en un viaje en particular está influida, en algún

grado, por la amplitud de la red de esa aerolínea. Este efecto de red es aún más relevante al analizar el mercado desde el punto de vista de la oferta, en que la decisión de servir una ruta, la capacidad destinada a ella y los precios por ofrecer, dependen de cómo esa ruta alimenta o interactúa con el resto de la red”.

“49. En efecto, estrategias utilizadas ampliamente por las aerolíneas, como por ejemplo los programas de pasajero frecuente, tienen como objetivo fidelizar a los consumidores (...). Así, los programas de pasajero frecuente son más atractivos para el consumidor si la aerolínea posee una mayor variedad de destinos, pues así proporcionan más opciones al cobrar los premios. De igual manera, es dable esperar que los clientes corporativos tiendan a preferir aerolíneas con redes más extensas puesto que, en caso de ser necesario cambiar un pasaje para otro destino u otra fecha, es más probable conseguir el cambio necesario en una aerolínea con una red más extensa o densa”.

“50. Es por estas razones que, en opinión de este Tribunal, el mercado relevante de producto en la consulta de autos no sólo se define por un determinado par Origen-Destino, sino que también está condicionado por efectos de red, los que adquieren distintos grados de importancia según cuál sea el tipo de consumidor, esto es, consumidores más sensibles al tiempo, por un lado, y consumidores más sensibles al precio, por otro. Los efectos de red en las decisiones del consumidor son, como ya se explicó, más importantes para el segmento de consumidores que son más sensibles al tiempo, en el que predominan viajeros de negocios que suelen requerir muchas veces coordinar varios destinos, incluso en un mismo viaje, y contar con flexibilidad para cambiar sus horarios de viaje”. [Consulta de Lan y Tam sobre operación de concentración]

- 9. Sentencia N°154/2016 del TDLC.** “Vigésimo quinto. Que, en lo que respecta al mercado relevante, si bien las partes concuerdan, en general, en que el conflicto de autos se desarrolla en el mercado de telefonía e internet móviles, no coinciden en la definición precisa del mismo. (...)”.

“Vigésimo séptimo. Que, por lo anterior, el mercado relevante no puede ser el de la licitación misma ni el de las comunicaciones en la banda de los 700 MHz, como tampoco el del espectro radioeléctrico, pues en ninguno de estos se producirían los efectos anticompetitivos denunciados. Por el contrario, de las imputaciones de la demanda se desprende que el mercado al que, de acuerdo a la demandante, las demandadas estarían restringiendo el acceso por medio del acaparamiento de espectro es el de los servicios analógicos y digitales de telefonía y datos móviles en Chile, lo que concuerda con lo fallado previamente por este Tribunal (Resoluciones Nos 2/2005 y 27/2008 y Sentencia N°104/2011)”.

“Vigésimo octavo. Que, como se ha señalado en jurisprudencia reciente (Sentencia N°153/2016), la industria de telecomunicaciones móviles ha experimentado importantes cambios durante el último tiempo, especialmente con la introducción de los Operadores Móviles Virtuales (“OMV”). Lo anterior ha creado un mercado de acceso a las facilidades de telecomunicaciones en el cual los OMV adquieren acceso a redes –de propiedad de los Operadores Móviles con Red (“OMR”)– para prestar servicios de telecomunicaciones móviles a los consumidores finales. Por lo tanto, la industria de servicios móviles ya no estaría conformada por un solo mercado de los servicios analógicos y digitales de telefonía móvil –como se señaló en la Sentencia N°104/2010 y anteriores–, sino por un mercado mayorista o aguas arriba, en el que se transa el acceso a las redes móviles; y un mercado aguas abajo, consistente en la comercialización a nivel minorista de servicios analógicos y digitales de telecomunicaciones móviles. Además, en aquellas instancias en que la Subtel licita parte del espectro radioeléctrico, este organismo hace las veces de oferente de dicho insumo y, tanto los OMR establecidos como potenciales nuevos entrantes, tienen el rol de demandantes”.

“Trigésimo. Que aguas abajo, en el mercado minorista, se comercializan servicios de telecomunicaciones móviles a clientes finales y a otros minoristas, quienes posteriormente pueden revender dichos servicios a clientes finales. Son oferentes en este mercado todas aquellas empresas

que ofrecen servicios de telecomunicaciones móviles a los clientes señalados, pudiendo diferenciarse entre: (i) los OMR o empresas concesionarias de bandas específicas del espectro radioeléctrico que cuentan con infraestructura e inversiones para establecer una red de telecomunicaciones móviles; y (ii) los OMV que, si bien no cuentan con toda la infraestructura y bandas del espectro que tienen los OMR, las contratan con éstos para realizar sus oferta”. [Demanda de Conadecus en contra de Telefónica Móviles Chile S.A. y otras]

10. Sentencia N°161/2018 del TDLC. “Decimoquinto: Que, en la época que se dictó la Resolución [N°1/2004, que aprobó la fusión entre VTR S.A. y Metropolis Intercom S.A.], la televisión pagada por cable no presentaba sustitutos cercanos. En efecto, dicho análisis descartó que la televisión abierta, el arriendo de videos y el cine fueran sustitutos de la televisión pagada por cable, porque ofrecían servicios distintos. En cuanto a la televisión transmitida a través de satélite y/o microondas, si bien se consignó que ofrecen un servicio similar y casi los mismos contenidos que la televisión por cable, los mayores costos para los usuarios hacían que no fueran sustitutos perfectos”.

“Decimosexto: Que, sin embargo, y tal como lo previó la citada resolución, los avances tecnológicos han disminuido de manera notable los costos de la televisión vía satelital y/o microondas constituyendo en la actualidad sustitutos de la televisión por cable”.

“Decimoctavo: Que, en cuanto a si las plataformas OTT constituyen un sustituto, el informe presentado por las Demandantes a fojas 535 señala que los cambios tecnológicos en el mercado de las telecomunicaciones han generado un desafío en la determinación del mercado relevante con la irrupción de plataformas tecnológicas que permiten visualizar contenido (películas, series y programas) por internet, tales como Netflix, HBO GO, Fox+ y TNT. (...) Finalmente, menciona que “de acuerdo a la primera encuesta nacional sobre contenidos audiovisuales y televisión por internet (2016), de la CNTV, un 36% de los consumidores ven programación con Netflix, Amazon u otros servicios similares. Si bien estas plataformas no necesariamente transmiten los mismos contenidos que los canales televisivos, sí compiten en los segmentos de series, películas, documentales.” (fojas 1055). Aunque, acto seguido indica que la FNE “en su análisis de este caso, decidió considerar solamente al mercado de TV paga” (fojas 1059)”.

“Decimonoveno: Que, a fojas 899, la demandada acompañó un informe económico, el que, entre otras materias, realiza un análisis sobre sustitución entre la televisión pagada y las plataformas OTT. (...) plantea que en Chile, según el informe “Netflix en hogares con coberturas 3 Play”, si bien han aumentado los suscriptores de esta plataforma, el 97% de éstos no consideran desconectarse de la TV pagada. De esta manera, concluye que “no es posible considerar aún a los proveedores de contenido tipo OTT como competidores de la televisión de pago, sin perjuicio de que ello podría cambiar a futuro. Los OTT no presentan actualmente un nivel de penetración relevante ni ofrecen la misma variedad de contenidos que la televisión de pago” (fojas 867)”.

“Vigésimo: Que las conclusiones de ambos informes son correctas, en el sentido que las plataformas OTT no son, por ahora, un sustituto de la televisión pagada, ya que ofrecen solo una parte de los contenidos y requieren de conexiones a internet de alta velocidad”. [Demanda de TVI contra VTR Comunicaciones SpA]

11. Resolución N°54/2018 del TDLC. “44. Tal como exponen la Consultante, las Partes, la FNE y los intervinientes que aportaron antecedentes en este procedimiento, el principal mercado afectado por los JBA consultados es el transporte aéreo de pasajeros y, en menor medida, el de carga. Junto con lo anterior, Achet y la FNE señalan que también podría verse afectado el mercado de las agencias de viaje, como un mercado conexo en el que eventualmente las operaciones consultadas también podrían tener efectos”.

“45. Como se anticipó, los efectos de red que se presentan en esta industria afectan las definiciones de los mercados relevantes asociados a los servicios de transporte aéreo de pasajeros, los que tradicionalmente sólo consideraban los pares O&D [Origen/Destino]. Lo anterior, por cuanto los actores toman en cuenta distintas variables para la toma de decisiones. Por el lado de la oferta, las aerolíneas buscan construir una red de destinos a través de la conexión de distintos tramos. Por el lado de la demanda, los consumidores buscan la mejor forma de llegar al destino deseado, tomando en cuenta el precio cobrado y la calidad del viaje, lo que depende principalmente del tiempo y número de vuelos que lleve a terminar ese viaje”.

“61. Una vez expuestos los principales antecedentes allegados al proceso, es posible concluir que el transporte aéreo de carga difiere del de pasajeros en su definición de mercado relevante y no es apropiado el enfoque de pares O&D, dada la baja sensibilidad al tiempo de los consumidores, por la naturaleza intermodal de este transporte y por las diferencias de demanda en cada extremo de las rutas. Esto último, implica que los mercados deben ser diferenciados según la dirección del transporte, lo que se refieren las partes como naturaleza unidireccional de este mercado”. [Consulta de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo A.G. sobre operación de concentración LATAM Airlines Group, American Airlines Inc. y Otras]

12. Sentencia N°167/2019 del TDLC. “Quincuagésimo octavo: Que, en este contexto, aunque la FNE señala en su requerimiento que el mercado relevante del producto correspondería al de la “comercialización de carne de pollo fresca en supermercados a los consumidores finales” (fojas 26) y que, dado que las cadenas habrían observado y exigido la aplicación de la “regla” a nivel nacional, el mercado geográfico también tendría tal extensión (fojas 27), las requeridas han controvertido ciertos aspectos vinculados a estos puntos”.

“Sexagésimo tercero: Que, sobre el particular, es dable reiterar que aunque los posibles efectos de la conducta acusada recaen en los consumidores finales (es decir, en el mercado de la venta minorista de pollo fresco), la conducta acusada se construye a partir de restricciones verticales paralelas que comprenden tanto el mercado aguas abajo como el mercado aguas arriba de la producción y comercialización mayorista de pollo fresco. En tal sentido, era esperable que la FNE realizara un análisis al menos somero del mercado aguas arriba, ya que sus características tienen implicancias para el análisis de la conducta requerida. Sin embargo, su ausencia no invalida en modo alguno la acusación, pues no es esencial a ella (sin perjuicio de lo aclarado respecto del funcionamiento de la industria), ni justifica ampliar la definición del mercado relevante del producto (aun cuando el pollo congelado importado pueda efectivamente haber tenido algún grado de sustitución con el pollo fresco a la época del requerimiento)”.

“Sexagésimo cuarto: Que en cuanto al ámbito geográfico, es indudable que es nacional y no local, pues la acusación no dice relación directa con la competencia a través de canastas de productos (como fue lo relevante, por ejemplo, en el caso de la Sentencia N° 147/2015), sino con el acuerdo que se habría adoptado a nivel central por cada una de las requeridas para aplicar un precio mínimo de venta en uno de ellos de manera específica”.

13. Sentencia N° 172/2020 del TDLC: “Centésimo vigésimo cuarto: (...) En este contexto, a fin de dilucidar si el acuerdo confirió poder de mercado a las requeridas, se definirá el mercado relevante en que incidieron las conductas imputadas, desde el punto de vista del producto y en su dimensión geográfica. Este examen servirá también cuando se analice la Licitación Cenabast ya que, como se verá, tampoco puede calcularse el poder de mercado de manera directa respecto de dicha conducta;”

“Centésimo vigésimo octavo: Que, al igual que las partes, de los antecedentes analizados se puede concluir que el mercado relevante afectado por los acuerdos imputados se define por los objetos que se buscaban adjudicar en los procesos de licitación a que se refiere el requerimiento de autos, entendiéndose por ‘proceso de licitación’ la demanda por el abastecimiento de un producto específico,

con independencia de si en ese mismo proceso se estaban licitando otros productos. En otras palabras, se pueden identificar dos mercados relevantes, a saber:

(i) Licitación Hospital — Suero fisiológico 0,9% de 100 ml., envase flexible. 218-500; y (ii) Licitación Cenabast — S.P. Sodio Cloruro 0.9% AM 100 ml solución inyectable p/administración iv envase tipo viaflex (colapsable) resistente con sello que asegure inviolabilidad del contenido zgen(100001304);”

“Centésimo vigésimo noveno: Que, en lo concerniente al mercado geográfico, todas las partes están de acuerdo en que éste se delimita a Chile, conclusión a la que adhiere este Tribunal”. [Requerimiento de la FNE en contra de Laboratorios Baxter y Sanderson]

14. Sentencia N°173/2020 del TDLC. “Quincuagésimo sexto: Que, como se explicará en los siguientes considerandos, a nuestro juicio, la definición de mercado relevante en el caso de autos no coincide con ninguna de las dadas por las partes, por las siguientes razones”;

“Quincuagésimo séptimo: Que, en primer término, los partidos oficiales de los equipos de fútbol de la Primera B no están sólo circunscritos a partidos del campeonato o torneo nacional de esta categoría, sino que deben ser incluidos, además, los partidos que estos equipos juegan en la llamada ‘Copa Chile’, (...);”

“Quincuagésimo octavo: Que, enseguida, la principal fuente de ingresos de los clubes del fútbol profesional chileno, tanto de la categoría Primera División como de la Primera B, proviene de los pagos que le hace a la ANFP el CDF. (...) Todos los equipos de ambas categorías perciben esos ingresos, y sus partidos son transmitidos por este canal de televisión por pagos. Contrario a esto, los equipos de fútbol profesional de la Segunda División no perciben ingresos del CDF ni sus partidos son transmitidos por dicho canal, por lo que su principal fuente de ingresos es lo recaudado por las ventas de las entradas para asistir directamente a dichos partidos y eventual publicidad”;

“Quincuagésimo noveno: Que, finalmente, es de conocimiento público que las principales cadenas de radios a nivel nacional transmiten partidos de fútbol de Primera División y Primera B, estando circunscritos los partidos de Segunda División sólo a radios locales”;

“Sexagésimo: Que todo lo anterior permite concluir que, por una parte, el ámbito de las regulaciones de la ANFP incluye los partidos de todos los campeonatos en que participan los equipos de Primera División y Primera B del fútbol chileno. Este ámbito no puede ampliarse a los partidos de la Segunda División del fútbol chileno, porque el producto del torneo de esta categoría carece de uno de los principales servicios de las otras dos, esto es su transmisión por televisión y radio a nivel nacional. En otras palabras, los partidos de la Segunda División no son buenos sustitutos de aquellos disputados por los equipos de Primera División y Primera B del fútbol chileno”;

“Sexagésimo primero: Que, por otra parte, el ámbito no puede ser ampliado a partidos de torneos internacionales en que participan esporádicamente equipos de Primera División, y eventualmente Primera B, como serían las copas Libertadores y Sudamericana, por cuanto no existe evidencia en autos que respalde que el precio sea la variable que indique cuando un espectador de un partido de los torneos nacionales opte por cambiarse a presenciar de manera indirecta un campeonato internacional. Tampoco parece razonable que se incluyan en este mercado partidos ofrecidos por la televisión de otras ligas más competitivas, como la europea. Más bien, siguiendo la lógica del Test del Monopolista Hipotético, el razonamiento indica que si un espectador se ha decidido por un partido local por sobre uno internacional —suponiendo que la calidad del espectáculo de este último es superior a la de aquel—, es porque se trata de un adherente o fanático (indistintamente, un ‘hincha’) de algún equipo que compete en el torneo nacional y tiene interés en dicho partido, por lo que un cambio de un 5% a 10% en su precio no modificará su decisión de consumo. En este sentido el testigo presentado por la ANFP, el señor Ross declaró a propósito de la jurisprudencia comparada que “[l]os tribunales reconocen dentro del análisis competitivo que los fanáticos o los adherentes

Universidad de Chile – Curso de Derecho Económico
Prof. Nicole Nehme Z.

tienen una lealtad hacia un club y no es probable que ellos cambien su club por leves cambios en precio o calidad” (fojas 1489). Por tanto, la demanda de un hincha es bastante inelástica al precio del espectáculo”;

“Sexagésimo segundo: Que otros espectáculos de entretenimiento que transmite la televisión en el mismo horario que partidos de la Primera División y de la Primera B del fútbol chileno tampoco se deben considerar como parte del mercado relevante. Ello por cuanto la evidencia aportada tanto por la FNE como por la ANFP está fuertemente apoyada en la jurisprudencia europea, la que tiende a incluir sólo partidos de fútbol de torneos nacionales y de la Union of European Football Associations ('UEFA'), pero no de otros continentes, de otros deportes, ni menos aun de otros espectáculos. Como es sabido, una de las características de Europa es la integración que existe en este último continente entre sus Estados Miembros; integración que se extiende no sólo al plano económico, sino también al deportivo, cultural y de personas. Esto hace que sea altamente plausible que ciudadanos de un país conozcan mucho acerca de las ligas de los otros países de su región. Por el contrario, este no parece ser el caso de Sudamérica, donde la mayor parte de los ciudadanos promedio tiene un escaso conocimiento de otras ligas, o al menos carece de un conocimiento de ellas en una medida tal que permita que sus partidos pasen a ser eventuales sustitutos eficaces de los de torneos chilenos de Primera División y Primera B”;

“Sexagésimo tercero: Que, por último, respecto de posibles sustitutos cercanos en otros eventos que sostiene la ANFP, existe abundante evidencia en la literatura económica contraria a dicha hipótesis (...) De hecho, el propio informante de la ANFP, profesor Stephen Ross, posee publicaciones académicas en que da cuenta que cada liga en Estados Unidos (de fútbol americano, béisbol o básquetbol, por ejemplo) son más bien monopolios que no enfrentan competencia de otros deportes,”;

“Sexagésimo cuarto: Que, en consecuencia, el mercado relevante está constituido por todos aquellos partidos de fútbol organizados por la ANFP, ofrecidos directamente en estadios o indirectamente a través de la radio y la televisión, en que compiten los equipos de Primera División y Primera B del fútbol chileno”. [Requerimiento de la FNE en contra de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP)]

15. Sentencia N°174/2020 del TDLC. “Centésimo decimotercero: Que las consideraciones antes expuestas dan cuenta de que las cuentas bancarias -ya sea cuenta corriente o cuenta vista- pertenecen al mismo mercado relevante en cuanto instrumentos que permiten captar dinero y, a su vez, demuestran que éste no se puede circunscribir a las transferencias electrónicas de fondos entre bancos, ni menos al de recepción de transferencias electrónicas, como argumentan las demandantes, toda vez que dicho servicio está intrínsecamente unido a la existencia de las cuentas corrientes y cuentas a la vista que tiene cada banco. Por ello, el mercado relevante del producto corresponde a las cuentas bancarias, esto es, cuentas corrientes y cuentas vista, y las transferencias electrónicas constituyen uno de los servicios que se adscriben a dichas cuentas”;

“Centésimo decimonoveno: Que, en definitiva, no existen antecedentes en autos que permitan concluir que las características que ofrece la Cuenta Rut no puedan ser replicadas por el resto de los bancos que operan en el país. En consecuencia, la Cuenta Rut será considerada como perteneciente al mercado relevante de las cuentas bancarias, desestimándose lo indicado por Scotiabank (fs. 328 y 4702) y BBVA (fs. 516 y 520)”;

“Centésimo vigésimo primero: Que es razonable delimitar el mercado geográfico al territorio nacional por cuanto las tarifas en cuestión no distinguen por zona geográfica y, además, no existen limitaciones físicas para la realización de transferencias electrónicas entre usuarios de cuentas bancarias ubicados en distintos lugares del país. A mayor abundamiento, la regulación sectorial aplicable a las cuentas bancarias es la misma en todo el territorio nacional, por lo que, no constandingo

en autos otros antecedentes que permitan definir de manera distinta el mercado relevante geográfico, esta será la definición para efectos de la dictación de la presente sentencia”. [Demanda de Banco Bice y otros contra Banco Estado]

16. Sentencia –Nº 177/2021 del TDLC. “Trigésimo: Que, tal como se señaló en la Sentencia Nº 138/2014, en casos como el presente, en los que la conducta anticompetitiva imputada deriva de un acto de autoridad y no de una posición de dominio de la cual supuestamente se ha abusado, no se requiere definir de manera precisa y concreta el mercado relevante a través de las metodologías tradicionales que se utilizan para efectuar inferencias acerca del poder de mercado de un determinado agente económico, por medio de la identificación, en términos de producto y área geográfica, del ámbito de actividad de las fuerzas competitivas centrales al caso concreto (véase, por ejemplo, Massimo Motta, Competition Policy, Cambridge University Press, 2004, p.101; Louis Kaplow, “Why (Ever) Define Markets?”, Harvard Law Review, vol. 124 (2), 2010, pp. 437 y siguientes; y, Gregory J. Werden, “The Relevant Market: Possible and Productive”, Antitrust Law Journal online, abril 2014)”.

Trigésimo séptimo: Que, en base a las consideraciones anteriores, se define el mercado relevante sobre el que inciden las conductas denunciadas como el de la extracción industrial y venta de los recursos pertenecientes a las pesquerías objeto de las licitaciones, existiendo, por tanto, un mercado relevante por cada una de las pesquerías licitadas (...)”;

“Trigésimo octavo: Que, asimismo, como no se tienen antecedentes suficientes para determinar si los recursos de las distintas pesquerías son sustitutos entre sí, esto es, si por ejemplo la sardina común es sustituta del jurel, o si el congrio dorado es sustituto de la merluza del sur, se optó por un escenario más restrictivo, delimitando un mercado relevante del producto por cada tipo de recurso pesquero licitado. Ello, en el entendido de que, una definición más amplia del mercado del producto, reduciría más la incidencia de las reservas de lotes en favor de las EMT, impugnadas por el libelo acusatorio, en el mercado;

Trigésimo noveno: Que, respecto del alcance geográfico de cada mercado, como tampoco se cuenta con información sobre los costos de transporte que permita determinar si los recursos que son extraídos en diferentes unidades de pesquería son sustituibles entre sí desde el punto de vista de la demanda (...) para efectos de esta sentencia, cada unidad de pesquería será considerada como un mercado relevante geográfico distinto. Con todo, las conclusiones a las que se arriba más adelante no se ven alteradas si se considera que los recursos de las distintas pesquerías o que las distintas unidades geográficas pesqueras de los recursos deben pertenecer a un mismo mercado relevante, porque en cualquier caso se estará licitando hasta el 15% del total del mercado.” [Demanda de SONAPESCA y otros en contra de Subsecretaría de Pesca y Acuicultura]

17. Sentencia Nº178/2021 del TDLC. “Quincuagésimo tercero: Que, tal como argumenta Envía, la capacidad de realizar seguimiento de la correspondencia no es una característica suficiente para afirmar que los servicios de distribución de correspondencia que cuentan con dicho atributo pertenecen a un mercado relevante distinto que el de los servicios que no lo tienen. Al respecto, la doctrina sostiene que en un mercado relevante pueden coexistir productos con características diferenciadas, dónde dichas diferencias determinan que unos bienes sean más cercanos competitivamente que otros, desde el punto de vista de los consumidores (véase, por ejemplo, OECD (2012), Market definition – Background Note by the Secretariat, DAF/COMP (2012)19, pp. 47 y 48). Esto se ve confirmado, por ejemplo, con el hecho de que Banco Santander sustituyó el servicio de distribución de

Quincuagésimo cuarto: Que, en cuanto al mercado relevante geográfico, este Tribunal considera que la extensión de este abarca todo el territorio nacional porque los clientes del segmento empresas, cuya demanda se concentra principalmente en la ciudad de Santiago, requieren enviar correspondencia a todo el país”;

“Quincuagésimo quinto: Que, en definitiva, el mercado relevante será definido como el servicio de distribución de correspondencia para personas jurídicas, de derecho público y privado, sin distinguir por tipo de destinatario –residenciales o comerciales–, dentro del territorio nacional. Dentro del concepto de “servicios de distribución” se consideran las cuatro etapas indicadas en el considerando trigésimo quinto anterior, sin perjuicio de que el hecho de que una determinada empresa no preste alguno de los servicios incluidos en dichas etapas, no lo excluye del mercado relevante antes definido”. [Demanda de Servicios de Correspondencia Envía Limitada contra Empresa de Correos de Chile y otro]

18. Sentencia N°181/2022 del TDLC. “Trigésimo sexto: Que, por regla general, cuando se analiza un caso de competencia se define, en primer lugar, el o los mercados relevantes y luego los mercados conexos. El mercado relevante corresponde a aquel en que se ejecuta una conducta anticompetitiva y, por lo tanto, requiere de la participación directa del agente económico acusado de ejecutarla. En cambio, un mercado conexo al mercado relevante es aquel que se podría ver afectado de forma directa o indirecta por la supuesta práctica anticompetitiva y en el que puede participar o no el agente económico acusado de ejecutarla;

Trigésimo séptimo: Que, no obstante lo expuesto en el considerando anterior, para el caso de autos resulta metodológicamente más conveniente comenzar dicho análisis con los mercados conexos, pues, como ya se ha explicado, la conducta acusada a Walmart se enmarca en un contexto más general”. [Demanda de Redtec S.A. en contra de Walmart Chile S.A.]

19. Sentencia N°182/2022 del TDLC. “Decimoséptimo: Que, tanto las Recurrentes como la FNE coinciden en que la Operación incide en el mercado de provisión de planes de salud por parte de Isapres abiertas (Notificación, p. 43 e Informe de Prohibición p. 22). Sin embargo, la FNE señala que dicho mercado debe ser segmentado en provisión de planes de salud individuales y planes colectivos o grupales (Resolución de Prohibición, p. 3 e Informe de Prohibición, p. 23), porque las condiciones comerciales ofrecidas en uno y otro caso son disímiles, y porque para los afiliados a un plan grupal, los planes individuales no constituyen un sustituto cercano. Agrega que ambos tipos de planes difieren en su forma de comercialización, en la forma de administración y gestión, así como también en la regulación aplicable (vid., supra)”

Decimooctavo: Que este Tribunal coincide con que los planes individuales y grupales de salud pertenecen a mercados relevantes distintos por las razones esgrimidas por la Fiscalía, ya que dichos elementos dan cuenta de una limitada sustitución entre ambos tipos de planes, tanto desde el lado de la oferta como desde el lado de la demanda, motivo por el cual los efectos de la Operación serán analizados en ambos mercados, por separado;

Decimonoveno: Que, en cuanto al alcance geográfico del mercado, las Recurrentes y la FNE arguyen que este es de carácter nacional debido a que la generalidad de las Isapres comercializa sus productos en todo el país. Con todo, a juicio de la Fiscalía, esta sería una definición conservadora que no abordaría de manera adecuada las dinámicas competitivas existentes en la industria, ya que las Isapres diseñarían sus estrategias comerciales -comercialización de los planes y la creación de planes de salud preferentes- a niveles más desagregados, es decir, por zonas o macrozonas geográficas (Resolución de Prohibición, p. 4, y folio 59, p. 7). Esta última apreciación de la Fiscalía es refutada por las Recurrentes, quienes argumentan que el ámbito geográfico no debe ser segmentado en macrozonas, porque sus estrategias comerciales serían nacionales y no realizarían campañas ni inversiones para comercializar planes de salud en alguna región específica (folio 4, p. 22);

Vigésimo: Que, más allá de la precisión realizada por la FNE en relación con las dinámicas de competencia a nivel local, la cobertura nacional que tienen los planes provistos por las Isapres, así como también el hecho que cualquier persona, independiente de su ubicación, pueda afiliarse a ellas

debido a que todas tienen sucursales virtuales y cuentan con presencia en la totalidad de las regiones del país da cuenta de que el mercado geográfico tiene alcance nacional (véase Informe de Prohibición, pp. 27 y 28). Por lo tanto, se mantendrá la definición del mercado relevante geográfico establecida en la Sentencia N° 57/2007 (c. 56), es decir, este será de alcance nacional”. [Recurso de Revisión Especial de Nexus Chile SpA y otro contra la resolución de la FNE de 3 de febrero de 2022]

20. Resolución N°71/2023 del TDLC. “16. Siguiendo este orden de consideraciones, se debe determinar, en primer lugar, si el mercado relevante de estos autos se encuentra o no limitado a cada licitación que utiliza las Nuevas Bases. Como ha señalado anteriormente este Tribunal (V.gr. Sentencia N° 168/2019), para efectos de delimitar el mercado relevante del producto en el contexto de una licitación pública, es necesario determinar si los SS (Servicios de Salud) al utilizar estas Nuevas Bases actúan como agentes económicos, es decir, como demandantes de bienes o servicios, o bien, si actúan como entes reguladores que asignan derechos o recursos escasos de manera monopólica y por un periodo de tiempo. En el presente caso, las Nuevas Bases en discusión tienen por objeto la contratación de un servicio, a saber, la construcción, habilitación, normalización, reposición o remodelación de una infraestructura de salud en particular y, por tanto, el mercado relevante se entiende como “aquel en el que inciden los bienes o servicios licitados” y no se encuentra limitado a la licitación misma (Sentencia N° 168/2019, c. 10°-11°; y Sentencia N° 114/2011, c. 27°-30°).

17. En segundo lugar, se debe determinar si el mercado relevante al que afectan las Nuevas Bases incluye dentro de los servicios de construcción y otros a obras que no guarden relación con el sector de salud, ello tanto para el sector público como privado. Para estos efectos, resulta atinente al caso de autos analizar tanto la sustituibilidad de la demanda como de la oferta, de manera de determinar el conjunto de servicios que constituyen una fuente de presión competitiva actual –y no solo potencial– hacia aquellos que son objeto de las licitaciones en cuestión.

18. La primera, la sustituibilidad de la demanda, se refiere a la capacidad o disposición de los consumidores de intercambiar un producto o servicio por otro, en respuesta a un cambio relativo en sus precios. La segunda, la sustituibilidad de la oferta, resulta atinente al caso, pues permite determinar si el mercado relevante incluye solo a obras de salud o si también incluye otras obras de características similares. Así, aunque incluir la sustitución desde el punto de vista de la oferta no corresponda a una herramienta general para la delimitación del mercado relevante del producto, sino que usualmente se analiza para revisar las condiciones de entrada a un mercado y su competencia potencial, esta puede ser considerada en este estadio de análisis en la medida que permita dilucidar un efecto disciplinario en el comportamiento competitivo de los productos o servicios pertinentes (véase, por ejemplo, Federal Trade Commission v. Rag-Stiftung et al, 2019cv02337 - Document 150 (D.D.C. 2020)).

20. Por consiguiente, la sustituibilidad por el lado de la oferta se produce cuando los productores pueden incorporar a su línea de producción un nuevo producto o servicio, o bien, reemplazar uno ya existente, de forma rápida (en el corto plazo), descomprometida (sin riesgos, costos o inversiones significativas e irreversibles) y competitiva (con menores precios y de forma rentable), en respuesta a un cambio relativo en los precios. Este análisis, como se explicó, es sin perjuicio de aquel que se realiza normalmente cuando se evalúan las condiciones de ingreso a un mercado, momento en el cual se pondera si existe competencia potencial que pueda disciplinar a un incumbente, lo que dependerá de las barreras a la entrada –legales, estructurales o estratégicas– o a la expansión de otros agentes económicos.

21. En ese sentido, para incorporar al mercado relevante aquellos productos o servicios que son sustitutos por el lado de la oferta, es imprescindible que los efectos dentro del proceso competitivo generados por la oferta sean iguales o mayores que los efectos derivados de la demanda. Solo así la competencia de oferentes que producen otro bien o servicio calificaría como actual y no solo potencial. De acuerdo con la doctrina, ello sucede cuando la sustitución del producto o servicio por

el lado de la oferta es “cuasi universal”, es decir, cuando la mayor parte de los productores sustituyen o pueden sustituir dichos productos o servicios en los términos recién expuestos, particularmente cuando éstos forman parte de un mismo grupo de productos o servicios (véase, entre otros: DoJ & FTC (2010), pp. 15-16; O’Donoghue & Padilla (2006), “The Law and Economics of Article 82 EC”, Hart Publishing, cap. 2.1; y, Comisión Europea (1997), pp. 3-5). [Consulta de Constructora LN SpA. sobre bases generales aprobadas por Resolución N°1 de 2020 del Minsal]

- 21. Sentencia N°186/2023 del TDLC.** “Centésimo trigésimo cuarto: Que para definir el mercado relevante es necesario precisar el o los productos o servicios materia de la controversia, para luego identificar potenciales sustitutos razonables cuya cercanía sea la suficiente como para ejercer una presión competitiva significativa sobre los primeros y que, por tanto, ameriten pertenecer al mismo mercado (...);

Centésimo trigésimo sexto: Que, por otra parte, este Tribunal ha señalado que en materia de licitaciones “la definición del mercado relevante se puede realizar desde dos puntos de vista: el mercado en el cual la competencia relevante es la que se da entre los participantes de la licitación, y el mercado final en el cual incide la licitación” (Sentencia N° 114/2011, c. 27°). [Requerimiento de la FNE en contra de Banco Crédito e Inversiones]

- 22. Sentencia N°195/2024 del TDLC.** “Quincuagésimo quinto: Que, como se desprende de la sección anterior, los servicios en los que se ejecutan las supuestas conductas imputadas no son sustitutos entre sí. Adicionalmente, y como se verá en concreto, las condiciones de competencia son disímiles entre ellos, (...). Por consiguiente, el mercado relevante del producto se puede definir como aquel compuesto por cada uno de los servicios prestados por CGE, existiendo ocho mercados distintos. Esta definición, similar a la adoptada en la Proposición N° 17/2015 (párrafo 122), incluye los siguientes servicios o actividades:

- (i) Traslado de postes;
 - (ii) Extensión o construcción de redes de distribución eléctrica;
 - (iii) Construcción o instalación de alumbrado público;
 - (iv) Revisión y evaluación de proyectos;
 - (v) Compra de redes de distribución eléctrica;
 - (vi) Instalación de medidores; (vii) Inspección de suministros individuales, colectivos y redes;
- y
- (vii) Conexión de empalme a la red de alumbrado público.

Desde el punto de vista geográfico, este Tribunal coincide con el planteamiento de las partes en cuanto a acotarlo a las zonas de concesión de CGE ubicadas en la Región del Maule, debido a dos razones fundamentales. Primero, las inmobiliarias están limitadas a contratar los servicios en las zonas donde ejecutan sus proyectos residenciales. Segundo, aun cuando no se hayan identificado mayores impedimentos para que los oferentes de aquellos servicios provenientes de otras regiones puedan prestarlos en la Región del Maule, los antecedentes de autos dan cuenta que en los hechos sólo serían prestados por proveedores locales (Transcripción testimonial Juan Pozo, folio 509, p. 10 y transcripción testimonial Guillermo Guerrero, folio 509, p. 5 y 20); [Demanda de Constructora Independencia S.A. y otros contra Compañía General de Electricidad S.A.]