

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
---------------------------	----

PARTE I **EL ART. 1 LDC: LOS ACUERDOS COLUSORIOS**

CAPÍTULO 1. LOS ACUERDOS COLUSORIOS	19
I. Introducción	19
1.1. Primera aproximación al art. 1 LDC	19
1.2. Acuerdos verticales y acuerdos horizontales	23
1.3. Restricción por objeto y por efecto	27
1.4. La concordancia de voluntades	34
1.5. Independencia de comportamiento	38
1.6. Los sujetos responsables	39
1.6.1. La ausencia de un concepto claro de destinatario de la prohibición	39
1.6.2. La intervención de la Administración Pública	41
1.6.3. Colegios profesionales y asociaciones de empresas	43
1.6.4. Organizaciones sindicales y convenios colectivos	45
1.6.5. Otras cuestiones	47
II. Tipología de conductas colusorias	48
2.1. Acuerdos	48
2.1.1. Concepto	48
2.1.2. La prueba de los acuerdos	52
2.1.3. La exigencia de participación activa en el acuerdo	53
2.1.4. «Infracción única y continuada»	55
2.2. Decisiones y recomendaciones colectivas	58
2.2.1. Concepto y factores de antijuridicidad	58
2.2.2. Asociaciones de empresas y sectoriales	61

2.3. Prácticas concertadas	65
2.3.1. Concepto	65
2.3.2. La prueba indirecta.	66
2.4. Conductas conscientemente paralelas	71
III. Las exenciones a la prohibición.	75
3.1. La exención legal individual.	75
3.2. La exención por categorías.	87
3.3. La potestad de exención del Gobierno.	89
CAPÍTULO 2. LOS ACUERDOS DE CARÁCTER HORIZONTAL.	91
I. Introducción	91
II. Tipología de conductas colusorias de carácter horizontal.	91
2.1. Fijación de precios u otras condiciones comerciales.	92
2.2. Limitación de la producción o la distribución	97
2.3. Reparto de mercados	99
2.4. Intercambio de información	103
2.5. Discriminación de precios.	109
2.6. Boicot a terceros.	112
2.7. Compras conjuntas	115
2.8. Comercialización conjunta	118
III. La lucha contra los cárteles	119
IV. Los acuerdos colusorios y las acciones de daños <i>antitrust</i>	124
V. La colusión algorítmica.	126
CAPÍTULO 3. LOS ACUERDOS DE CARÁCTER VERTICAL	133
I. El nuevo Reglamento 2022/720, de exención de acuerdos verticales	133
II. Tipología de acuerdos de carácter vertical.	137
2.1. Fijación de precios de reventa	137
2.2. Acuerdos de distribución	142
2.2.1. Distribución exclusiva	143
2.2.2. Distribución selectiva	146
2.3. Acuerdos de agencia.	150
2.4. Otros tipos de acuerdos verticales	154
2.4.1. Gestión por categorías	154
2.4.2. Los pagos por acceso inicial	155
2.4.3. Acuerdos de franquicia	155
2.4.4. Venta vinculada	157
2.4.5. Asignación exclusiva de clientes	159
2.4.6. Restricción de ventas activas y pasivas.	160
2.4.7. Acuerdos de marca única y compra mínima.	161
III. Las restricciones verticales en la venta on-line	162
3.1. Introducción: de la STJUE <i>COTY</i> a las RRCNMC <i>Adidas</i> y <i>Amazon/Apple</i>	162
3.2. Novedades del Reglamento 2022/720 en este ámbito	167
BIBLIOGRAFÍA (PARTE I).	173

PARTE II

EL ART. 2 LDC: ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

CAPÍTULO 4. LA PROHIBICIÓN DE ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE	183
I. Introducción	183
II. El marco normativo del abuso de posición dominante	186
2.1. El artículo 102 TFUE	186
2.2. El artículo 2 LDC	189
2.3. La relación con la prohibición del art. 1 LDC / art. 101 TFUE	191
III. Análisis previo: la definición de mercado relevante	193
IV. La evaluación de la posición de dominio	197
4.1. La jurisprudencia <i>Michelin</i>	197
4.2. Evolución del concepto y praxis decisoria de la CNMC	199
4.3. La posición de dominio colectiva	201
V. El concepto de abuso y la «justificación objetiva»	205
VI. Abusos «de explotación» y abusos «de exclusión»	211
VII. La propuesta de <i>Directrices</i> de la Comisión Europea sobre abusos de exclusión (2024)	215
7.1. Los precedentes: el <i>Discussion Paper</i> de 2005 y las <i>Orientaciones</i> de 2009	215
7.2. Un viraje en la aplicación del art. 102 TFUE: el caso <i>INTEL</i>	218
7.3. La propuesta de <i>Directrices</i> de la Comisión Europea de 2024	224
VIII. El abuso de posición dominante en los nuevos mercados digitales	227
8.1. Un nuevo escenario para las prácticas abusivas de las plataformas digitales	227
8.2. El interfaz entre privacidad y competencia: el caso <i>Facebook</i>	230
8.3. La interrelación entre la DMA y el art. 102 TFUE / art. 2 LDC	237
8.4. Nuevas teorías de daño y abusos de explotación: el caso <i>Apple</i> (2024)	241
8.5. La última gran categoría de abuso: el «self-preferencing» y el caso <i>Google</i>	245
8.6. El art. 2 LDC ante las plataformas digitales: la RCNMC <i>Booking</i> (2024)	249
CAPÍTULO 5. EL CATÁLOGO LEGAL DE PRÁCTICAS ABUSIVAS DEL ART. 2 LDC	253
I. Introducción	253
II. Tipología de conductas del art. 2 LDC	255
2.1. La negativa de suministro	256
2.2. Los descuentos	263
2.2.1. Descuentos cuantitativos	264
2.2.2. Descuentos condicionales	265
2.2.3. Descuentos de fidelidad y acuerdos exclusivos	269

2.3. Otros abusos basados en precios	273
2.3.1. Precios no equitativos	273
2.3.2. Precios excesivos	274
2.3.3. Precios predatorios	276
2.3.4. Precios discriminatorios	280
2.4. La subordinación de prestaciones	284
2.5. La litigación abusiva: la RCNMC <i>Merck Sharp Dohme</i> (2022)	289
III. El «margin squeeze» como abuso de posición dominante	291
IV. Valoración final	299
BIBLIOGRAFÍA (PARTE II)	303

PARTE III

EL ART. 3 LDC: FALSEAMIENTO DE LA COMPETENCIA POR ACTOS DESLEALES

CAPÍTULO 6. EL ART. 3 LDC: ENTRE EL DERECHO <i>ANTI</i>TRUST Y LA DESLEALTAD CONCURRENCIAL	321
I. Introducción	321
II. Las relaciones entre la Ley de Defensa de la Competencia y la Ley de Competencia Desleal	324
2.1. La perspectiva dogmático-jurídica	324
2.2. Alcance sistemático	329
2.2.1. Autonomía propia del ilícito y delimitación con respecto al resto de conductas tipificadas por la Ley de Defensa de la Competencia	329
2.2.2. La jurisprudencia <i>Planes Claros</i>	331
2.2.3. Delimitación con respecto al resto de conductas tipificadas por la Ley de Competencia Desleal	335
III. Análisis histórico y comparativo de la prohibición del falseamiento de la libre competencia por actos desleales	336
3.1. Los antecedentes normativos: en torno al art. 7 LDC 1989	336
3.2. El <i>Libro Blanco</i> para la reforma de la LDC y el debate sobre la supresión del precepto	338
3.3. El referente en EE.UU.: la Sección 5. ^a de la <i>Federal Trade Commission Act</i>	342
CAPÍTULO 7. LA PROHIBICIÓN DEL ART. 3 LDC	345
I. Elementos que integran el tipo	345
1.1. Existencia de un ilícito desleal	348
1.2. Falseamiento de la libre competencia	351
1.2.1. Redacción original y configuración por el TDC	351
1.2.2. La saga de pronunciamientos sobre colegios profesionales	354
1.2.3. La praxis decisoria de la CNC	355

1.3. Afectación del interés público.	357
1.3.1. Las primeras Resoluciones del TDC.	357
1.3.2. Aplicación de la prohibición por parte de la CNC	363
1.3.3. La Resolución <i>Ascensores 2</i> y su revisión judicial.	365
II. Análisis de la jurisprudencia «energética»: los expedientes <i>Endesa</i> , <i>Iberdrola</i> y <i>Gas Natural</i>	367
III. La CNMC (2013-2024): balance de más de diez años de (in)aplicación del art. 3 LDC	371
3.1. El archivo de actuaciones / no declaración de infracción	371
3.2. Las dos únicas sanciones	375
3.3. Las dos terminaciones convencionales	378
3.4. Tabla completa de resoluciones de la CNMC	379
IV. ¿Un nuevo horizonte para el precepto? El art. 3 LDC ante la contratación pública	381
4.1. La aplicación del art. 3 LDC por los organismos autonómicos	381
4.2. Deslealtad concurrencial en la contratación pública	382
4.3. De nuevo, la siempre procelosa «afectación del interés público».	385
V. Valoración final: las singularidades del art. 3 LDC.	389
BIBLIOGRAFÍA (PARTE III)	393