

# ÍNDICE

## **Estudios sobre operaciones mercantiles atípicas como herramienta para la gestión**

Autora: María Fernanda Juppet Ewing

Editorial Thomson Reuters /2017

www.librotecnia.cl

Página

### **CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN**

1.1. ALGUNAS IDEAS SOBRE CONTRATACIÓN MODERNA.....	1
1.2. LA GLOBALIZACIÓN Y EL DERECHO COMERCIAL.....	6
1.2.1. El Foro Económico Mundial.....	19
1.2.2. El Foro Mundial Social.....	20
1.3. LA SOCIEDAD DEL SABER Y LA GLOBALIZACIÓN.....	20
1.4. EL DERECHO COMERCIAL.....	24
1.4.1. Teorías que explican la relación entre el Derecho Comercial y la empresa.....	25
1.4.2. Evolución del derecho mercantil desde una pers- pectiva práctica.....	26
1.4.3. Crisis del derecho mercantil.....	28
1.5. LA EMPRESA COMO OBJETO DEL DERECHO COMERCIAL.....	30
1.5.1. Función de los contratos suscritos por las empre- sas.....	35
1.5.2. Una perspectiva colaborativa de las empresas.....	36
1.5.3. La dicotomía entre la realidad y el contrato.....	37
1.5.4. La igualdad de las partes contratantes.....	39
1.6. CARACTERÍSTICAS DEL DERECHO COMERCIAL Y SU RELACIÓN CON UN MUNDO GLOBALIZADO.....	41
1.6.1. Flexibilidad del Derecho Comercial.....	41

	Página
1.6.2. El principio de la buena fe en el Derecho Comercial.....	42
1.6.3. Evolución constante y en expansión del Derecho Comercial.....	43
1.6.4. Tendencia a la universalidad del Derecho Comercial.....	44
1.6.5. El Derecho Comercial desde una perspectiva consuetudinaria.....	45
1.6.6. Preponderancia moderna de la empresa.....	46
1.6.7. La creación de sistemas contractuales.....	46
1.7. UNA VISIÓN ESTRATÉGICA DESDE LA EMPRESA AL USO DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS.....	46
1.8. ETAPAS PREVIAS EN LA FORMACIÓN DE UN CONTRATO.....	47
1.8.1. Tratativas preliminares.....	47
1.8.2. Oferta.....	47
1.8.3. Aceptación.....	49
1.8.4. Cierre del negocio.....	49
1.8.5. Contratos preliminares.....	50
1.9. ASPECTOS EMPRESARIALES DE UNA NEGOCIACIÓN DE UN CONTRATO COMERCIAL.....	51
1.9.1. El problema de los incentivos en la estructuración de un contrato comercial.....	51
1.9.2. Descentralización y especialización de funciones.....	53
1.9.3. Necesidad de adecuación del derecho a los negocios por respeto a la realidad.....	53
1.9.4. La cooperación empresarial.....	55
1.9.5. Limitaciones a la creación de negocios jurídicos.....	57

## CAPÍTULO 2

### LOS CONTRATOS ATÍPICOS

2.1. ANTECEDENTES GENERALES.....	59
----------------------------------	----

	Página
2.2. CLASIFICACIONES DE LOS CONTRATOS .....	66
2.2.1. Basado en la función económica que presta el contrato .....	66
2.2.2. Contratos basados en el elemento empresa.....	68
2.2.3. Contratos normativos .....	75
2.2.4. Contratos de fijación .....	76
2.2.5. Contratos de duración .....	77
2.2.6. Redes de contratos .....	78
2.3. CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS DEBIDO A SU FUENTE DE REGULACIÓN.....	78
2.4. TIPO Y TIPCIDAD CONTRACTUAL.....	81
2.5. FORMAS DE TIPIFICACIÓN DEL CONTRATO .....	82
2.5.1. Tipificación normativa del contrato .....	87
2.5.2. Tipicidad social .....	88
2.5.3. Tipicidad contractual.....	90
2.5.4. Transformación de un contrato atípico en contrato típico.....	91
2.6. FORMAS DE ATIPICIDAD .....	91
2.6.1. Atipicidad autonómica .....	92
2.6.2. Atipicidad mixta.....	92
2.7. CLASIFICACIÓN ENTRE CONTRATOS TÍPICOS Y ATÍPICOS .....	94
2.7.1. Contratos típicos .....	94
2.7.2. Órdenes de regulación.....	95
2.7.3. Situaciones en las cuales nos encontramos con contratos atípicos .....	97
2.7.4. Fenómeno de estandarización de las normas de los contratos atípicos.....	99
2.7.5. Clasificación de contratos atípicos en razón de la integración contractual.....	99
2.8. LIMITACIONES REGULATORIAS PARA LOS CONTRATOS ATÍPICOS .....	104
2.9. INTEGRACIÓN CONTRACTUAL DENTRO DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS.....	104

	Página
2.10. CONTRATOS DE ADHESIÓN.....	105
2.11. CONDICIONES GENERALES DE CONTRATOS MASIVOS .....	109
2.12. CONECTIVIDAD CONTRACTUAL .....	109
2.13. CLÁUSULAS DE GENERAL APLICACIÓN EN CONTRATOS MER- CANTILES ATÍPICOS .....	110
2.13.1. Cláusulas de aplicación general .....	110
2.13.2. Cláusulas relativas a las condiciones del contrato .....	113
2.13.3. Cláusulas relativas a la interpretación del contrato.....	118
2.14. INTERPRETACIÓN DE CONTRATOS MERCANTILES ATÍPICOS .....	122
2.14.1. Teoría de la absorción o de la observación .....	122
2.14.2. Teoría de la combinación .....	122
2.14.3. Teoría de la analogía .....	123
2.14.4. Teoría del interés dominante .....	123

### CAPÍTULO 3

#### CONTRATOS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL

3.1. FORMAS DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL .....	128
3.2. FORMAS DE COLABORACIÓN ASOCIATIVA .....	129
3.2.1. Asociaciones gremiales.....	129
3.2.2. Consorcios empresariales.....	131
3.2.3. Empresas conjuntas internacionales.....	132
3.2.4. Uniones temporales de empresas .....	133
3.2.5. Agrupaciones europeas de interés económico .....	134

### CAPÍTULO 4

#### CONTRATO DE *LEASING*

4.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	135
4.2. FINALIDAD DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	137
4.2.1. Forma de financiamiento .....	141
4.2.2. Concentración en el giro de la empresa .....	141
4.2.3. Mejora tecnológica constante de la empresa.....	142

	Página
4.3. CONCEPTO DE <i>LEASING</i> .....	143
4.4. SUJETOS DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	144
4.4.1. El corredor de <i>leasing</i> .....	145
4.4.2. Arrendador o empresa de <i>leasing</i> .....	145
4.4.3. Proveedor del bien .....	146
4.4.4. Arrendatario o cliente.....	146
4.5. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	146
4.5.1. Obligaciones para la empresa de <i>leasing</i> .....	147
4.5.2. Obligaciones para el arrendatario .....	149
4.5.3. Derechos para el cliente .....	153
4.5.4. Derechos para la empresa de <i>leasing</i> .....	153
4.6. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	154
4.7. REVOCACIÓN DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	154
4.8. CLASIFICACIONES DEL <i>LEASING</i> .....	155
4.8.1. <i>Leasing</i> mobiliario .....	155
4.8.2. <i>Leasing</i> inmobiliario .....	156
4.8.3. <i>Leasing</i> operativo.....	159
4.8.4. <i>Leasing</i> financiero.....	162
4.8.5. <i>Leasing</i> en relación a las personas que intervienen en la relación .....	165
4.8.6. <i>Leaseback</i> o retro <i>leasing</i> .....	165
4.8.7. <i>Leaseback</i> de fabricación.....	167
4.8.8. <i>Subleasing</i> .....	169
4.9. RIESGOS DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	169
4.10. BENEFICIOS PARA LAS PARTES DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i> .....	170
4.10.1. Beneficios para el arrendatario .....	170
4.10.2. Beneficios para el arrendador .....	171

CAPÍTULO 5

CONTRATO DE *FACTORING*

5.1. ANTECEDENTES GENERALES DEL CONTRATO.....	173
---	-----

	Página
5.2. CONCEPTO DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	176
5.3. FINALIDAD DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	178
5.4. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	179
5.4.1. Operación de descuento .....	179
5.4.2. Apertura de crédito.....	180
5.5. PRESTACIONES DEL CRÉDITO .....	180
5.5.1. Compra de de cuentas por cobrar (Silverman, 1948).....	181
5.5.2. Financiamiento (Farina, 1999).....	181
5.5.3. Gestión de la cartera de deudores (Farina, 1999).....	181
5.5.4. Cobro de deudas (Farina, 1999).....	181
5.5.5. Protección frente al riesgo de crédito (Farina, 1999).....	182
5.6. PARTES EN EL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	182
5.6.1. Factor o empresa de <i>factoring</i> .....	182
5.6.2. Cliente del contrato de <i>factoring</i> .....	183
5.6.3. Terceros deudores del cliente.....	184
5.7. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	185
5.8. OBJETO DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	186
5.9. NORMAS APLICABLES AL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	187
5.10. SERVICIOS DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	188
5.10.1. Servicio de gestión de cobro .....	188
5.10.2. Servicio de garantía de insolvencia.....	188
5.10.3. Servicio financiero .....	189
5.11. FUNCIONES DEL FACTOR .....	190
5.12. ETAPAS DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	191
5.12.1. Transferencia del crédito.....	192
5.12.2. Oferta del crédito .....	192
5.12.3. Aceptación del crédito .....	192
5.12.4. La notificación al deudor cedido.....	193
5.13. CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE <i>FACTORING</i> .....	194
5.13.1. <i>Factoring</i> con pago al vencimiento. ....	194
5.13.2. <i>Factoring</i> con apertura de cuenta corriente .....	195

5.13.3. <i>Factoring</i> con cobranza delegada .....	196
5.13.4. <i>Factoring</i> a proveedores .....	196
5.13.5. Respecto del anticipo .....	196
5.13.6. <i>Factoring</i> propio o con asunción de riesgos .....	197
5.13.7. <i>Factoring</i> impropio o sin asunción de riesgo.....	197
5.14. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE <i>FACTO-</i> <i>RING</i> .....	197
5.14.1. Obligaciones de la empresa de <i>factoring</i> .....	198
5.14.2. Obligaciones del cliente .....	200
5.15. EFECTOS DEL <i>FACTORING</i> .....	204
5.16. COBRO EN EL <i>FACTORING</i> .....	204
5.16.1. El tiempo .....	205
5.16.2. El riesgo .....	205
5.17. BENEFICIOS DEL <i>FACTORING</i> .....	205
5.18. CONTRATO DE <i>FACTORING</i> INTERNACIONAL.....	206

## CAPÍTULO 6

CONTRATO DE *UNDERWRITING*

6.1. ANTECEDENTES GENERALES DEL CONTRATO DE <i>UNDER-</i> <i>WRITING</i> .....	209
6.2. CONCEPTO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	211
6.3. NORMAS APLICABLES POR ANALOGÍA AL CONTRATO DE <i>UN-</i> <i>DERWRITING</i> .....	214
6.4. OBJETO DEL CONTRATO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	215
6.5. PARTES DEL CONTRATO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	216
6.5.1. <i>Underwriter</i> .....	216
6.5.2. Empresa cliente.....	217
6.6. ETAPAS DEL CONTRATO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	217
6.6.1. Etapa precontractual.....	217
6.6.2. Etapa conclusiva .....	218
6.7. CONTRATOS INTEGRADOS EN EL CONTRATO DE <i>UNDER-</i> <i>WRITING</i> .....	218

	Página
6.8. CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	219
6.8.1. Contrato de <i>underwriting</i> en firme.....	219
6.8.2. Contrato de <i>underwriting</i> en no firme.....	220
6.8.3. Contrato de <i>underwriting</i> de reserva.....	221
6.9. FUNCIÓN DEL CONTRATO DE <i>UNDERWRITING</i> .....	221
6.10. EVALUACIÓN DEL CONTRATO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CLIENTE .....	222
6.11. BENEFICIOS DE ESTE CONTRATO .....	222

## CAPÍTULO 7

### CONTRATO DE *OUTSOURCING* O MAQUILA

7.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	225
7.2. CONCEPTO DE CONTRATO DE <i>OUTSOURCING</i> .....	225
7.3. PARTES DEL CONTRATO DE <i>OUTSOURCING</i> .....	229
7.3.1. Comitente o empresa cliente .....	229
7.3.2. Contratista o empresa de <i>outsourcing</i> .....	229
7.4. OBJETIVOS DEL CONTRATO DE <i>OUTSOURCING</i> .....	229
7.5. ETAPAS DEL CONTRATO DE <i>OUTSOURCING</i> .....	231
7.6. CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE <i>OUTSOURCING</i> .....	232
7.6.1. <i>Outsourcing</i> en arrendamiento de servicios.....	232
7.6.2. <i>Outsourcing</i> en ejecución de obra.....	232
7.6.3. <i>Outsourcing</i> de compraventa .....	232
7.7. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE <i>OUT-</i> <i>SOURCING</i> .....	233
7.7.1. Obligaciones del comitente o cliente .....	233
7.7.2. Obligaciones del contratista o empresa de <i>outsour-</i> <i>cing</i> .....	236

## CAPÍTULO 8

### CONTRATO DE *CONFIRMING*

8.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	241
8.2. SUJETOS DEL CONTRATO DE <i>CONFIRMING</i> .....	243



	Página
8.3. ETAPAS DEL CONTRATO DE <i>CONFIRMING</i> .....	244
8.4. BENEFICIOS PARA LAS PARTES A TRAVÉS DE LA SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO DE <i>CONFIRMING</i> .....	244
8.4.1. Ventajas para el cliente del contrato de <i>confirming</i> .....	245
8.4.2. Ventajas para la entidad de crédito del contrato de <i>confirming</i> .....	246
8.4.3. Ventajas para el proveedor del cliente debido al contrato de <i>confirming</i> .....	246
8.5. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE <i>CONFIRMING</i> .....	247
8.6. OPCIONES QUE RECONOCE EL CONTRATO DE <i>CONFIRMING</i> A LOS PROVEEDORES DEL CLIENTE.....	248
8.7. OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	248
8.7.1. Derechos de la entidad de crédito .....	248
8.7.2. Obligaciones de la entidad de crédito .....	249
8.7.3. Derechos del cliente.....	251
8.7.4. Obligaciones del cliente.....	252
8.8. CLÁUSULAS USUALES DENTRO DEL CONTRATO DE <i>CONFIR- MING</i> .....	253
8.8.1. Anticipo a proveedores .....	253
8.8.2. Soporte digital de los proveedores encomendados .....	253
8.8.3. Rechazo de proveedores.....	253
8.8.4. Características de las obligaciones objeto del con- trato .....	254
8.8.5. Prohibición de pago directo de facturas a provee- dores.....	254
8.8.6. Causales de término anticipado del contrato.....	254

## CAPÍTULO 9

### CONTRATOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

9.1. TRASCENDENCIA DE LOS CONTRATOS DE TRANSFERENCIA TEC- NOLÓGICA.....	256
--	-----

	Página
9.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS.....	259
9.3. ELEMENTOS QUE DEBEN TENER LOS CONTRATOS DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA .....	261
9.4. COOPERACIÓN EN LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA .....	262
9.5. FORMAS DE MANIFESTACIÓN DE TRANSFERENCIAS DE TECNOLOGÍA .....	264
9.6. FACULTADES DEL DERECHO DE AUTOR.....	265
9.7. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.....	265
9.8. CLÁUSULAS USUALES EN UN CONTRATO DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA.....	267
9.8.1. Naturaleza de la tecnología objeto del contrato .....	267
9.8.2. Determinar las obligaciones del cedente.....	267
9.8.3. Carácter de la transferencia tecnológica .....	268
9.8.4. Modalidad del pago de precio.....	268
9.8.5. Producción mínima .....	269
9.8.6. Limitaciones y condiciones al uso de la tecnología.....	269
9.8.7. Delimitación del mercado.....	269
9.8.8. Asistencia técnica.....	270
9.8.9. Confidencialidad.....	270
9.8.10. Modo de uso de la tecnología .....	270
9.8.11. Calidad de los bienes y servicios .....	270
9.8.12. Sanciones por incumplimiento.....	271
9.9. CONTRATO DE ASISTENCIA (O AYUDA) TÉCNICA.....	271

## CAPÍTULO 10

### CONTRATO DE LICENCIA

10.1. ANTECEDENTES GENERALES DEL CONTRATO DE LICENCIA .....	273
10.1.1. Novedad.....	274
10.1.2. Innovación .....	275
10.2. CONCEPTO DEL CONTRATO DE LICENCIA .....	275

	Página
<b>10.3. CLASES DE DERECHOS QUE PUEDEN SER OBJETO DEL CONTRATO DE LICENCIA.....</b>	<b>277</b>
10.3.1. Nombre comercial o razón social.....	277
10.3.2. Marca comercial.....	278
10.3.3. Patente de invención .....	279
10.3.4. Modelo de utilidad .....	279
10.3.5. Diseño industrial .....	280
<b>10.4. SUJETOS DEL CONTRATO DE LICENCIA .....</b>	<b>281</b>
10.4.1. Licenciante .....	281
10.4.2. Licenciario.....	282
<b>10.5. OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....</b>	<b>282</b>
10.5.1. Obligaciones del licenciante.....	282
10.5.2. Obligaciones del licenciario.....	285
<b>10.6. BENEFICIOS PARA LAS PARTES .....</b>	<b>287</b>
10.6.1. Beneficios para el licenciante.....	287
10.6.2. Beneficios para el licenciario .....	288
<b>10.7. CLÁUSULAS USUALES DEL CONTRATO DE LICENCIA.....</b>	<b>288</b>
10.7.1. Objeto del contrato de licencia.....	288
10.7.2. Precio, regalía o <i>royalty</i> .....	288
10.7.3. Temporalidad.....	289
10.7.4. Confidencialidad del contrato de licencia.....	289
10.7.5. Solemnidad del contrato de licencia .....	290
10.7.6. Prohibición de la cesibilidad del contrato de licencia.....	290
<b>10.8. EFECTOS DEL CONTRATO .....</b>	<b>291</b>
10.8.1. Licenciario (cliente) .....	291
10.8.2. Licenciante .....	292
<b>10.9. CLÁUSULAS USUALES.....</b>	<b>292</b>
10.9.1. Acreditación del domicilio del licenciante.....	292
10.9.2. Exclusividad de uso.....	293

	Página
10.9.3. Extensión del contrato.....	293
10.9.4. Sublicencia de la patente.....	294
10.9.5. Servicios asociados por parte del licenciante.....	295
10.9.6. Regalía o <i>royalty</i> .....	295
10.9.7. Propiedad de las mejoras.....	296
10.9.8. Causales de terminación del contrato de licencia.....	297
10.9.9. Jurisdicción aplicable.....	297
<b>CAPÍTULO 11</b>	
<b>CONTRATO DE <i>KNOW-HOW</i></b>	
11.1. ANTECEDENTES GENERALES.....	299
11.2. CONCEPTO DEL CONTRATO DE <i>KNOW-HOW</i> .....	303
11.3. PROBLEMA DEL CONOCIMIENTO TÉCNICO.....	305
11.4. EL CONOCIMIENTO TÉCNICO COMERCIAL.....	307
11.5. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE <i>KNOW-HOW</i> .....	307
11.5.1. Partes.....	308
11.5.2. Objeto.....	309
11.6. OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	309
11.6.1. Obligaciones del dador o proveedor del <i>know-how</i> .....	309
11.6.2. Derechos del dador o proveedor del <i>know-how</i> .....	311
11.6.3. Obligaciones del receptor del <i>know-how</i> .....	312
11.6.4. Derechos del receptor del <i>know-how</i> . Derecho a recibir el conocimiento pactado.....	318
11.7. CLÁUSULAS USUALES DEL CONTRATO DE <i>KNOW-HOW</i> .....	318
11.7.1. Tiempo.....	318
11.7.2. Acuerdo de confidencialidad.....	319
11.7.3. Transmisión del conocimiento del <i>know-how</i> .....	319
11.7.4. Pacto de exclusiva.....	320
11.7.5. Retorno de conocimientos.....	321

11.7.6. Acuerdos enlazados.....	321
---------------------------------	-----

## CAPÍTULO 12

### CONTRATO DE INGENIERÍA

12.1. ANTECEDENTES GENERALES.....	323
12.2. CONCEPTO DEL CONTRATO DE INGENIERÍA.....	324
12.3. OBJETO.....	324
12.4. REGULACIÓN INTERNACIONAL DEL CONTRATO DE INGENIERÍA.....	325
12.5. CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE <i>ENGINEERING</i> .....	326
12.5.1. Contratos de ingeniería en consultoría o <i>consulting engineering</i> .....	326
12.5.2. Contratos de ingeniería en ejecución o <i>engineering operativo</i> .....	328
12.6. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE INGENIERÍA.....	330
12.6.1. Obligaciones de la empresa de ingeniería.....	330
12.6.2. Obligaciones del comitente.....	335
12.7. EFECTOS PARA LAS PARTES.....	336

## CAPÍTULO 13

### CONTRATOS PUBLICITARIOS

13.1. ANTECEDENTES GENERALES.....	339
13.2. CONCEPTO DE CONTRATOS PUBLICITARIOS.....	341
13.3. SUJETOS EN EL CONTRATO PUBLICITARIO.....	343
13.3.1. Anunciante.....	343
13.3.2. Agente de publicidad.....	345
13.3.3. Medio de publicidad.....	347
13.3.4. Creador de publicidad.....	348
13.3.5. Otros sujetos intervinientes.....	348

	Página
13.4. CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS PUBLICITARIOS.....	349
13.4.1. Contrato de publicidad .....	349
13.4.2. Contrato de creación publicitaria .....	349
13.4.3. Contrato de difusión publicitaria.....	350
13.4.4. Contrato de patrocinio, esponsorización y mece- nazgo .....	350
13.4.5. Contrato de distribución de folletos publicitarios ( <i>mailing</i> ).....	351
13.4.6. Contrato de campaña publicitaria.....	351
13.5. CLASES DE PUBLICIDAD.....	352
13.6. ALGUNAS PREVENCIONES DEL CONTRATO DE PUBLICIDAD.....	352
13.7. MOMENTOS EN LA PUBLICIDAD .....	353
13.8. CLÁUSULAS A CONSIDERAR EN LOS CONTRATOS PUBLICI- TARIOS.....	354
13.8.1. Duración de los contratos publicitarios.....	354
13.8.2. Territorio en los contratos publicitarios .....	354
13.8.3. Determinación de los medios .....	354
13.8.4. Exclusión.....	355
13.8.5. Precio del contrato de publicidad.....	355

## CAPÍTULO 14

### CONTRATO DE PUBLICIDAD

14.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	357
14.2. CONCEPTO DE CONTRATO DE PUBLICIDAD.....	358
14.3. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE PUBLICI- DAD .....	359
14.3.1. Obligaciones de la agencia de publicidad .....	359
14.3.2. Obligaciones del anunciante. ....	363
14.3.3. Derechos de la agencia de publicidad (creativo).....	366
14.3.4. Derechos del anunciante .....	366
14.4. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO.....	367

**CAPÍTULO 15**

**CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA**

15.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	369
15.2. CONCEPTO DE CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA.....	369
15.3. OBJETO DEL CONTRATO.....	370
15.4. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO.....	371
15.5. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA .....	371
15.5.1. La contraprestación .....	371
15.5.2. El proyecto publicitario.....	372
15.6. CONTRATO DE CREACIÓN PUBLICITARIA POR CUENTA PRO- PIA .....	372
15.7. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE CREA- CIÓN PUBLICITARIA .....	372
15.7.1. Obligaciones del creativo.....	373
15.7.2. Obligaciones del anunciante .....	373

**CAPÍTULO 16**

**CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA**

16.1. ANTECEDENTES GENERALES DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PU- BLICITARIA .....	375
16.2. CONCEPTO DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA .....	375
16.3. COMPARACIÓN CON EL CONTRATO DE PUBLICIDAD .....	376
16.4. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICI- TARIA .....	377
16.4.1. El uso del tiempo.....	377
16.4.2. El desarrollo de la actividad técnica.....	377
16.5. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA.....	377
16.5.1. Se desarrolla por el titular de un medio publi- citario .....	377
16.5.2. Un medio de comunicación masiva .....	378

	Página
16.6. OBLIGACIONES DE LAS PARTES DEL CONTRATO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA .....	378
16.6.1. Obligaciones de los medios.....	378
16.6.2. Obligaciones del anunciante o agencia .....	380

## CAPÍTULO 17

### CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO O DE ESPONSORIZACIÓN

17.1. CONCEPTO DE CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO .....	381
17.2. PARTES DE CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO .....	382
17.2.1. Patrocinador o <i>sponsor</i> .....	382
17.2.2. Patrocinado o esponsorizado.....	383
17.3. OBLIGACIONES DE LAS PARTES EN EL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO .....	383
17.3.1. Obligación o compromiso del esponsorizado o patrocinado.....	383
17.3.2. Obligación del patrocinado: Patrocinar la actividad.....	383
17.4. VINCULACIÓN ENTRE LAS PARTES.....	384
17.5. CLÁUSULAS USUALES DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO .....	384
17.5.1. Remuneración .....	384
17.5.2. Colaboración publicitaria .....	384
17.5.3. Cláusula de eximición de responsabilidad .....	385
17.5.4. Cláusula de obligación de uso de los productos.....	385

## CAPÍTULO 18

### CONTRATO DE *MERCHANDISING*

18.1. CONCEPTO DE CONTRATO DE <i>MERCHANDISING</i> .....	387
18.2. PARTES DEL CONTRATO DE <i>MERCHANDISING</i> .....	389



	Página
18.2.1. <i>Merchandiser</i> o licenciante .....	389
18.2.2. Licenciatario.....	389
18.3. VENTAJAS PARA LOS CONSUMIDORES .....	389
18.4. EL SIGNO EN EL CONTRATO DE <i>MERCHANDISING</i> .....	389
18.5. EL VÍNCULO JURÍDICO EN EL CONTRATO DE <i>MERCHANDISING</i> .....	390
18.6. CLASIFICACIÓN EN EL CONTRATO DE <i>MERCHANDISING</i> .....	390
18.6.1. Realización de estudios de mercadeo y de producto.....	390
18.6.2. Licencia de uso de derechos de propiedad intelectual o industrial.....	390
18.6.3. <i>Character merchandising</i> .....	391
18.6.4. <i>Personal merchandising</i> .....	391
18.6.5. <i>Brand merchandising</i> .....	391
18.7. OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	392
18.7.1. Obligaciones del colaborador.....	392
18.7.2. Obligaciones del comitente.....	393

## CAPÍTULO 19

### CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN

19.1. ANTECEDENTES GENERALES.....	395
19.2. NATURALEZA JURÍDICA DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN .....	399
19.3. CONTRATOS DE COMERCIALIZACIÓN POR TERCEROS.....	400
19.3.1. Antecedentes generales .....	400
19.3.2. Clasificación de los medios de distribución de terceros.....	401
19.3.3. Término de un contrato de comercialización por terceros.....	404
19.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN.....	404
19.4.1. Causa para la celebración del contrato.....	404

	Página
19.4.2. Independencia entre las empresas que forman parte de la red .....	405
19.4.3. Carácter normativo y unilateral del contrato.....	405
19.4.4. Cada miembro de la red actúa bajo su propia cuenta y riesgo.....	405
19.4.5. Contratos de duración continuada.....	406
19.4.6. Contratos de exclusividad.....	406
19.4.7. Contratos <i>intuitu personae</i> .....	406
19.4.8. Sometimiento del distribuidor a las directivas del productor .....	407
19.4.9. Cláusulas restrictivas.....	407
19.5. CONTRATOS QUE FORMAN PARTE DE LA CLASIFICACIÓN DE CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN .....	407
19.5.1. Contratos de distribución en sentido amplio.....	407
19.5.2. Contratos de distribución en sentido estricto .....	409
19.6. COMUNIDAD DE RIESGOS.....	410
19.7. PACTO DE EXCLUSIVA EN EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN .....	410
19.8. SEMEJANZA ENTRE CONTRATO DE CONCESIÓN Y FRANQUICIA.....	411
19.8.1. Particularidades de la concesión .....	412
19.8.2. Particularidades de la franquicia .....	412
19.9. COMPARACIÓN ENTRE CONTRATO DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL (ORTEGA GIMÉNEZ, 2015).....	413
19.10. COMISIONES EN LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN.....	414

## CAPÍTULO 20

### CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN PROPIAMENTE TAL

20.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	415
20.2. CONCEPTO DE CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	417
20.3. CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN.....	417
20.4. FORMACIÓN DE LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN.....	418
20.5. EL PROBLEMA DE LAS IMPORTACIONES PARALELAS.....	419

	Página
20.6. SUJETOS DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	419
20.6.1. Concedente.....	419
20.6.2. Distribuidor.....	420
20.7. CLÁUSULAS USUALES DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	420
20.7.1. Cláusula de confidencialidad.....	420
20.7.2. Comisiones.....	421
20.7.3. Vigencia del contrato y renovación.....	422
20.7.4. Precios en el contrato de distribución.....	422
20.7.5. Cláusula de exclusividad en el contrato de distribución.....	422
20.7.6. Pacto de no competencia.....	425
20.7.7. Servicios de garantía.....	425
20.7.8. Promociones.....	426
20.7.9. Duración del contrato de distribución.....	426
20.7.10. Cláusula de suministro dentro del contrato de distribución.....	427
20.7.11. Cláusula de compra mínima en el contrato de distribución.....	427
20.7.12. Modalidades en la entrega de los efectos.....	429
20.7.13. Fecha de pago de las facturas.....	429
20.7.14. Estipulaciones sobre publicidad.....	430
20.8. DISCRIMINACIÓN ENTRE LOS MIEMBROS DE UNA RED.....	430
20.9. EFECTOS PARA LAS PARTES EN EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	431
20.9.1. Obligaciones para el distribuido.....	431
20.9.2. Derechos del distribuido.....	433
20.9.3. Obligaciones del distribuidor.....	434
20.9.4. Derechos del distribuidor.....	438
20.10. INDEMNIZACIÓN EN EL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	439
20.11. VENTAJAS PARA LAS PARTES DEL CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN.....	440

	Página
20.11.1. Ventajas para el distribuido .....	440
20.11.2. Ventajas para el distribuidor .....	440

## CAPÍTULO 21

### CONTRATO DE FRANQUICIA

21.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	443
21.2. CONCEPTO DE FRANQUICIA .....	444
21.3. IMPORTANCIA DEL CONTRATO DE FRANQUICIA PARA LA ECONOMÍA .....	449
21.4. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA .....	452
21.4.1. Contrato atípico .....	452
21.4.2. Existencia de una empresa franquiciante .....	453
21.4.3. Es una operación comercial .....	453
21.4.4. Contrato de colaboración .....	453
21.5. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO DE FRANQUICIA .....	454
21.5.1. Función socioeconómica del contrato .....	454
21.5.2. Basado en el contenido del contrato .....	455
21.5.3. Franquicia como estrategia de diversificación .....	455
21.6. INTEGRACIÓN DE CONTRATOS EN EL CONTRATO DE FRANQUICIA .....	456
21.6.1. Contrato de licencia .....	456
21.6.2. Contrato de <i>know-how</i> .....	456
21.6.3. Contrato de provisión .....	457
21.6.4. Acuerdo de confidencialidad ( <i>non disclosure agreement</i> ) .....	457
21.7. CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE FRANQUICIA .....	458
21.7.1. Franquicia de producto .....	458
21.7.2. Franquicia de formato de negocio .....	459
21.7.3. Franquicia de invención .....	459
21.7.4. Franquicia de marca .....	460
21.7.5. Franquicia de mercadeo .....	460

21.7.6. Franquicia de negocio llave en mano.....	460
21.7.7. Franquicia de distribución.....	460
21.7.8. Franquicia de industrial o de manufactura.....	461
21.7.9. Franquicia de servicios.....	462
21.7.10. Franquicia unitaria.....	462
21.7.11. Contrato de máster franquicia.....	462
21.7.12. Franquicia <i>corner</i> .....	463
21.7.13. Franquicia <i>shop in the shop</i> .....	463
21.7.14. Franquicia asociativa.....	463
21.7.15. Contrato de opción.....	463
21.7.16. Subfranquicia.....	464
21.7.17. Conversión a franquicia.....	464
21.8. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA.....	465
21.8.1. Las partes.....	465
21.8.2. Marca comercial.....	466
21.8.3. Plan de negocios.....	466
21.8.4. Zona o ámbito de extensión del negocio.....	467
21.8.5. Pago o regalía.....	467
21.8.6. Acuerdo de confidencialidad.....	469
21.8.7. Contrato de provisión.....	469
21.8.8. Tecnología.....	469
21.8.9. Instrucciones.....	470
21.9. EFECTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA PARA LAS PARTES.....	470
21.9.1. Efectos del contrato de franquicia para el franquiciante.....	471
21.9.2. Efectos del contrato de franquicia para el franquiciado.....	476
21.10. BENEFICIOS PARA LAS PARTES.....	483
21.10.1. Beneficios para el franquiciante.....	483
21.10.2. Beneficios para el franquiciado.....	484

	Página
<b>21.11. CLÁUSULAS ACONSEJABLES EN UN CONTRATO DE FRANQUICIA</b> .....	485
21.11.1. Pago de una regalía .....	485
21.11.2. Cláusula de exclusividad .....	485
21.11.3. Uniformidad de la prestación del servicio .....	486
21.11.4. Cláusulas de supervisión a favor del franquiciante .....	486
21.11.5. Obligación de no usar .....	487
21.11.6. Obligación de no divulgar .....	487
21.11.7. Ventas atadas .....	487
21.11.8. Obligación de protección del secreto .....	488
21.11.9. Plazo de vigencia .....	488
21.11.10. Delimitación geográfica .....	489
21.11.11. Confidencialidad .....	489
21.11.12. Abstención de competencia .....	489
<b>21.12. RELACIONES QUE EL CONTRATO DE FRANQUICIA GENERA ENTRE LAS PARTES</b> .....	490
21.12.1. Entre franquiciante y franquiciado .....	490
21.12.2. Entre franquiciante y sus clientes .....	490

## CAPÍTULO 22

### AGENCIA COMERCIAL

22.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	493
22.2. CONCEPTO DE AGENCIA COMERCIAL .....	496
22.3. CLASES DE AGENCIAS COMERCIALES .....	499
22.3.1. Agencia de planificación .....	499
22.3.2. Agencia de mercadeo .....	499
22.3.3. Agencia de publicidad .....	499
22.3.4. Agencia de imagen .....	500
22.3.5. Agencia de tecnología .....	500

22.3.6. Agencia de propiedad industrial e intelectual .....	500
22.3.7. Agencia de establecimiento de ventas.....	500
22.3.8. Agencia de producción o fabricación.....	501
22.3.9. Agencia de distribución.....	501
22.3.10. Agencia de exploración.....	501
22.3.11. Agencia de seguros.....	501
22.3.12. Agencia de aduanas.....	502
22.3.13. Agencia de importación .....	502
22.3.14. Agencia de exportación.....	502
22.3.15. Agencia de importación-exportación .....	502
22.3.16. Agencia general.....	503
22.3.17. Agencia de compras .....	503
22.4. BENEFICIOS DE LA AGENCIA COMERCIAL .....	503
22.5. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE AGENCIA .....	504
22.6. RELACIONES DERIVADAS DEL CONTRATO DE AGENCIA.....	505
22.6.1. Relación entre el principal y la agencia .....	506
22.6.2. Relación entre la agencia y el cliente.....	506
22.6.3. Relación entre principal y el cliente.....	506
22.7. LA COMISIÓN EN EL CONTRATO DE AGENCIA .....	506
22.7.1. Remuneración del agente .....	507
22.7.2. Pérdida de la comisión por el agente.....	510
22.7.3. Comisión parcial por parte del agente.....	511
22.7.4. Comisión indirecta .....	511
22.8. CONTRATO DE AGENCIA EN EL DERECHO CHILENO .....	512
22.9. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE AGENCIA .....	513
22.9.1. Partes en el contrato .....	513
22.9.2. Obligaciones del agente .....	514
22.9.3. Obligaciones del empresario principal.....	522
22.10. CLÁUSULAS ESPECIALES EN EL CONTRATO DE AGENCIA.....	528
22.10.1. Producción mínima .....	528

	Página
22.10.2. Publicidad en el contrato de agencia .....	529
22.10.3. Independencia del agente .....	529
22.10.4. Confidencialidad .....	530
22.10.5. Indemnidad.....	530
22.10.6. Representación .....	531
22.10.7. Retribución del agente.....	532
22.10.8. Estudio y operatividad del mercado .....	533
22.10.9. Duración del contrato .....	533
22.10.10. Obligación de rendir cuenta por parte del agente.....	534
22.10.11. Cláusula de arbitraje en el contrato de agencia .....	534
22.10.12. Cláusulas de restricción de competencia en el contrato de agencia.....	535
22.11. BENEFICIOS DEL CONTRATO .....	542
22.12. RIESGOS PARA LAS PARTES .....	542
22.12.1. Riesgos para el comisionista .....	542
22.12.2. Riesgos para el agente.....	543
22.13. CONVENIENCIA DE ESCOGER UN CONTRATO DE AGENCIA O UN CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN .....	543
22.14. CONTRATO DE SUBAGENCIA.....	545
22.15. CONTRATO DE AGENCIA Y DEFENSA DE LA LIBRE COMPE- TENCIA .....	545
22.16. FORMAS Y MOMENTO DE PAGO DEL CONTRATO DE AGENCIA .....	547
22.16.1. <i>Royalty</i> .....	548
22.16.2. Comisión basada en las ventas .....	548
22.16.3. Comisión basada en los beneficios.....	548
22.16.4. Cálculo del beneficio.....	548
22.16.5. Necesidad de la incorporación de una cláusula de cálculo de remuneración.....	550
22.17. TERMINACIÓN DE UN AGENTE EN EL EXTRANJERO.....	552
22.17.1. Indemnización respecto de la clientela.....	552
22.17.2. Indemnización de perjuicios.....	553



	Página
22.10.2. Publicidad en el contrato de agencia .....	529
22.10.3. Independencia del agente .....	529
22.10.4. Confidencialidad .....	530
22.10.5. Indemnidad.....	530
22.10.6. Representación .....	531
22.10.7. Retribución del agente.....	532
22.10.8. Estudio y operatividad del mercado .....	533
22.10.9. Duración del contrato .....	533
22.10.10. Obligación de rendir cuenta por parte del agente.....	534
22.10.11. Cláusula de arbitraje en el contrato de agencia.....	534
22.10.12. Cláusulas de restricción de competencia en el contrato de agencia.....	535
22.11. BENEFICIOS DEL CONTRATO .....	542
22.12. RIESGOS PARA LAS PARTES .....	542
22.12.1. Riesgos para el comisionista .....	542
22.12.2. Riesgos para el agente.....	543
22.13. CONVENIENCIA DE ESCOGER UN CONTRATO DE AGENCIA O UN CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN .....	543
22.14. CONTRATO DE SUBAGENCIA.....	545
22.15. CONTRATO DE AGENCIA Y DEFENSA DE LA LIBRE COMPE- TENCIA .....	545
22.16. FORMAS Y MOMENTO DE PAGO DEL CONTRATO DE AGENCIA .....	547
22.16.1. <i>Royalty</i> .....	548
22.16.2. Comisión basada en las ventas .....	548
22.16.3. Comisión basada en los beneficios.....	548
22.16.4. Cálculo del beneficio.....	548
22.16.5. Necesidad de la incorporación de una cláusula de cálculo de remuneración.....	550
22.17. TERMINACIÓN DE UN AGENTE EN EL EXTRANJERO.....	552
22.17.1. Indemnización respecto de la clientela.....	552
22.17.2. Indemnización de perjuicios.....	553

22.18. NORMAS ESPAÑOLAS ..... 553

**CAPÍTULO 23**  
**CONTRATO DE CONCESIÓN**

23.1. ANTECEDENTES GENERALES ..... 555

23.2. CONCEPTO DE CONTRATO DE CONCESIÓN ..... 556

23.3. LIMITACIONES A LA COORDINACIÓN EN EL CONTRATO DE CONCESIÓN ..... 558

23.4. NATURALEZA JURÍDICA DEL CONTRATO DE CONCESIÓN ..... 558

23.5. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE CONCESIÓN ..... 558

23.5.1. Concedente o empresario principal ..... 559

23.5.2. Concesionario ..... 559

23.6. ELEMENTOS OBJETIVOS DEL CONTRATO ..... 559

23.6.1. Pacto de exclusiva ..... 559

23.6.2. Compra mínima ..... 559

23.7. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE CONCESIÓN ..... 560

23.7.1. Servicio permanente ..... 560

23.7.2. Carácter vertical del acuerdo ..... 560

23.7.3. Integración de empresas ..... 560

23.7.4. Dependencia del cesionario ..... 561

23.7.5. Servicios prestados por el concesionario ..... 561

23.7.6. Exclusividad ..... 561

23.7.7. Actuación autónoma del concesionario ..... 562

23.7.8. Duración del contrato ..... 562

23.8. FUNCIÓN ECONÓMICA DEL CONTRATO ..... 563

23.8.1. Operadores del contrato ..... 563

23.8.2. Neutralización de los riesgos ..... 563

23.8.3. Fases del contrato ..... 564

23.9. OBLIGACIONES DE LAS PARTES ..... 564

23.9.1. Obligaciones del concedente ..... 564

	Página
23.9.2. Obligaciones del concesionario.....	568
23.9.3. Relación de las partes con terceros .....	571
23.10. CONTRATO DE ADHESIÓN .....	572

## CAPÍTULO 24

### CONTRATOS QUE AGRUPAN INVERSIONISTAS

24.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	573
24.2. CONTRATO DE <i>JOINT VENTURE</i> .....	574
24.2.1. Antecedentes generales .....	574
24.2.2. Importancia del contrato de <i>joint venture</i> .....	575
24.2.3. Grados de concentración de empresas .....	577
24.2.4. Uso estratégico del <i>joint venture</i> .....	578
24.2.5. Concepto de <i>joint venture</i> .....	578
24.2.6. Función económica del <i>joint venture</i> .....	580
24.2.7. Características del contrato de <i>joint venture</i> .....	582
24.2.8. Clasificación de <i>joint venture</i> .....	588
24.2.9. Cláusulas usuales del contrato de <i>joint venture</i> .....	590
24.2.10. Beneficios compartidos .....	591
24.2.11. Contribución a un fondo operativo.....	591
24.2.12. Duración del contrato de <i>joint venture</i> .....	592
24.2.13. Efectos del contrato de <i>joint venture</i> .....	592
24.2.14. El bloqueo .....	594
24.2.15. Beneficios para las partes del contrato de <i>joint venture</i> internacional .....	594

## CAPÍTULO 25

### PACTOS DE ACCIONISTAS

25.1. ANTECEDENTES GENERALES DE PACTOS DE ACCIONISTAS EN EL DERECHO COMPARADO.....	597
25.2. ALGUNAS IDEAS SOBRE PACTOS DE ACCIONISTAS EN EL DERECHO CHILENO.....	599

	Página
25.3. CLASES DE PACTOS DE ACCIONISTAS.....	600
25.3.1. <i>Prior agreements</i> o acuerdos previos.....	601
25.3.2. <i>Provision of control</i> o acuerdos de control.....	601
25.3.3. Restricciones a la transferencia de acciones .....	603
25.3.4. <i>Survivorship arrangements</i> o arreglos de supervivencia .....	603
25.3.5. Pactos de valorización de la empresa.....	603
25.3.6. <i>Right of first refusal</i> .....	604
25.3.7. <i>Pre-emption rights</i> o establecimiento de derechos de preferencia.....	604
25.3.8. <i>Put options</i> u opciones de venta.....	605
25.3.9. <i>Call options</i> u opciones de llamada .....	605
25.3.10. <i>Catch-up clauses</i> o pactos de actualización .....	606
25.3.11. <i>Drag-along rights</i> o pactos de arrastre.....	607
25.3.12. <i>Tag-along rights, co-sale agreements</i> o acuerdos de venta conjunta .....	607
25.3.13. <i>Demand rights (or initial public offering clauses)</i> o derechos de demanda (o cláusulas de oferta pública inicial).....	608
25.3.14. <i>Piggyback rights</i> .....	608
25.3.15. Pactos de no competencia .....	609
25.3.16. Pactos de resolución de disputas y arbitraje.....	609
25.4. PACTOS DE <i>VESTING</i> .....	610
25.4.1. Elementos del <i>vesting</i> .....	610
25.4.2. Sanción en caso de incumplimiento.....	611

## CAPÍTULO 26

### PACTO DE EXCLUSIVA

26.1. ANTECEDENTES GENERALES .....	613
26.2. FUNCIÓN DEL PACTO DE EXCLUSIVA .....	614
26.3. COORDINACIÓN ENTRE LAS PARTES .....	615

	Página
26.4. CONFIGURACIÓN.....	615
26.5. PACTO NO ESENCIAL.....	615
26.6. CONTENIDO DEL CONTRATO.....	616
26.7. EFECTOS DEL PACTO DE EXCLUSIVA.....	617
26.8. REQUISITOS DEL PACTO DE EXCLUSIVA.....	617
PALABRAS FINALES.....	619
BIBLIOGRAFÍA.....	621
CÓMO ACCEDER A ESTE LIBRO DIGITAL A TRAVÉS DE THOMSON REUTERS PROVIEW.....	643

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)