



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Plataformas digitales y mercados relevantes

Javier Nuñez
Ockham Economic Consulting



Plataforma o mercado de dos o múltiples lados

2 o más grupos distintos de consumidores.

Externalidades indirectas entre grupos de consumidores.

Estructura de precios no es neutral.



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Precios



EN MERCADOS DE UN LADO, EL PRECIO ESTÁ DADO POR LA DEMANDA Y LOS COSTOS.



EN MERCADOS DE 2 LADOS, LAS DECISIONES DE PRECIOS DEBEN CONSIDERAR EL EFECTO (RESPUESTA) EN EL OTRO LADO Y EL MARGEN OBTENIDO DE ESE OTRO LADO.



LOS PRECIOS BAJOS EN UN LADO, PUEDEN ATRAER PARTICIPACIÓN EN EL OTRO LADO.



LA PLATAFORMA MAXIMIZA COLECTIVAMENTE AMBOS MERCADOS.



“ANOMALÍAS DE PRECIOS”; SUBSIDIOS.



ECONOMÍA DEL “SERVICIO GRATUITO”.



PERO, ¿Y EL VALOR DE LA INFORMACIÓN? ¿ES GRATUITO EL SERVICIO?



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

*La economía digital
reduce costos*



Costos de búsqueda:
aumenta calidad y
alcance de las
búsquedas.



Costos de
reproducción cero;
bienes digitales no-
rivales.



Costos de transporte:
menor rol de la
distancia.



Costos de rastreo:
facilita seguir el
desempeño
individual.



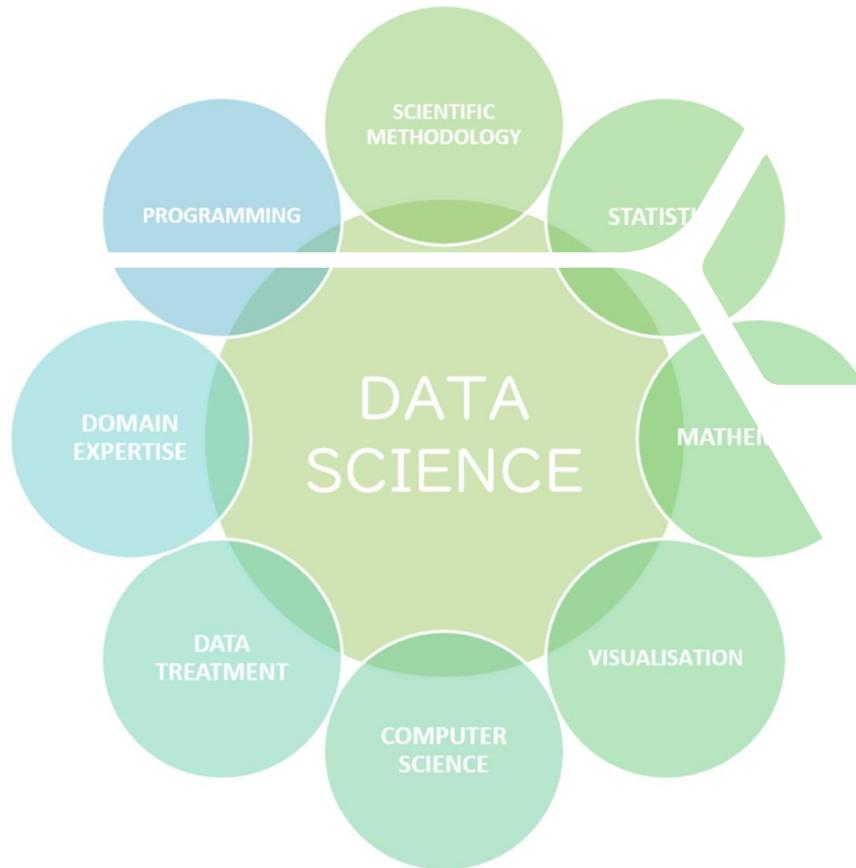
Costos de verificación: para
certificar reputación y
confiabilidad de cualquier
individuo, empresa u
organización.



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



Desarrollo de técnicas para extraer conocimiento de la información para fines de inteligencia de mercado



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

El resultado son organizaciones exponenciales





RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Los instrumentos tradicionales del análisis de competencia ya no funcionan con “normalidad”

Prueba SSNIP (necesario incluir efecto de externalidades indirectas). ¿Cómo definir mercados? ¿Mercado de plataformas? ¿2 mercados que se relacionan?

Pérdida crítica (tasas de desviación no consideran relación entre mercados).

Para algunos es irrelevante la manera de definir el mercado relevante, siempre y cuando se consideren las externalidades indirectas (no en EUA).



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Capacidad que tiene un agente económico para elevar el precio por encima del nivel competitivo, sin perder ventas drásticamente.

Para una plataforma de múltiples lados, no es posible tener poder sustancial de mercado en un solo lado.

La estimación simple de la demanda residual de la empresa (que incluye las elasticidades cruzadas) no es suficiente para evaluar si una empresa tiene poder de mercado. Para ello es necesario agregar una medición de los efectos de red.

El Índice de Lerner en el caso de un mercado de un lado, depende de la elasticidad de la demanda residual. En el caso de una plataforma de múltiples lados el índice de Lerner de un lado del mercado depende de la elasticidad de la demanda residual y del efecto de red.

Poder de mercado



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Mercado relevante





RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



Ohio vs American Express (2018)

- Investigación sobre políticas *anti steering*, para evitar que los consumidores usen tarjetas de crédito distintas a AMEX con comisiones menores.
- La conducta implicaba el pago de mayores comisiones a los establecimientos que no siguen estas políticas.
- Visa y Mastercard, *settlement* con el DOJ en 2010.
- Defensa de American Express: beneficios a los consumidores.
- Decisión de Corte de Apelaciones y SCOTUS:
 - ✧ No se acreditó el daño a consumidores, cuando se consideran los dos lados del mercado.
 - ✧ Se eleva el estándar probatorio. Necesidad de definir un mercado relevante y poder sustancial.
 - ✧ En casos previos de restricciones verticales era posible argumentar daño sin acreditar lo anterior.



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Conclusiones

- Obligación legal de definir el mercado relevante.
- Se debe aplicar inicialmente un enfoque de sustitución desde la perspectiva de la demanda.
- La metodología del monopolista hipotético es la más reconocida a nivel internacional.
- Fundamental, reconocer las externalidades entre los lados del mercado.



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Gracias!!!

<http://www.ockham.com.mx>



javier@ockham.mx



[@javiernunezmel](https://twitter.com/javiernunezmel)

