

# Repensando las herramientas de competencia para las plataformas de múltiples lados 2018. OCDE

## Reseña de Libro

Rebeca Escobar Briones<sup>1</sup>

El libro presenta un informe sobre el trabajo realizado por la OCDE para investigar en qué manera las autoridades de competencia pueden responder a los desafíos que plantea el crecimiento de los mercados de múltiples lados<sup>2</sup>, que son aquellos en los que la empresa actúa como una plataforma y vende productos distintos a diferentes grupos de consumidores, reconociendo que la demanda de un grupo de clientes depende de la demanda de los otros grupos. Esta interrelación entre los diferentes grupos que convergen a la plataforma se denomina efecto indirecto de red.

El estudio analiza si las herramientas antimonopolio que tradicionalmente se utilizan para definir los mercados, evaluar el poder del mercado, las eficiencias y los efectos de las conductas excluyentes y las restricciones verticales, siguen siendo útiles en el contexto de los mercados de plataformas de múltiples lados.

El objeto del estudio es por tanto investigar si el conjunto de herramientas de análisis de la política de competencia sigue siendo adecuado en el contexto de los mercados de plataformas de múltiples lados y considerar, en qué casos y de qué manera podrían ser rediseñadas o reinterpretadas para equipar a las agencias de competencia con instrumentos idóneos de análisis. El estudio se basa en los resultados reportados en la audiencia organizada en junio de 2017 por la OCDE y en la cual participaron expertos economistas de agencias, instituciones académicas y de la práctica privada, que hicieron propuestas metodológicas prácticas.

---

<sup>1</sup> Rebeca Escobar Briones es actualmente investigadora en Competencia Económica en el Centro de Estudios del Instituto Federal de Telecomunicaciones, donde ha realizado investigaciones sobre la economía digital, la regulación asimétrica, la portabilidad numérica, las OTT, la propiedad cruzada de los medios de comunicación, entre otros temas. Es experta en telecomunicaciones y competencia económica y fue Candidata a Comisionada para el IFT y la Cofece en 2013, así también en el proceso iniciado en 2016. Tiene amplia experiencia en regulación y competencia como Dir. General de Regulación y Privatización, así como de Asuntos Internacionales en la Comisión Federal de Competencia, entre otros cargos. Es egresada de la carrera de economía (ITAM) con Mención Honorífica, maestra en Política Pública (ITAM) y cuenta con un postgrado en Administración de Empresas (U. Católica de Lovaina). Ha sido profesora de licenciatura y posgrado en la Universidad Panamericana y el ITAM, impartiendo cursos de organización industrial, competencia económica y análisis de mercados y cuenta con diversas publicaciones.

<sup>2</sup> Las plataformas o mercados de múltiples lados existen cuando hay una relación entre los diferentes grupos que demandan los servicios de la plataforma. Esta relación se denomina efecto indirecto de red, y consiste en que la utilidad de uno o de ambos (o múltiples) grupos aumenta en la medida que hay más usuarios en el otro grupo del mercado y la conducta de un grupo afecta al otro. Ejemplos tradicionales de plataformas de dos o múltiples lados son las revistas o los periódicos, en los que convergen los lectores, escritores y anunciantes; ejemplos en la economía digital son los servicios de entretenimiento en Internet o las redes sociales.

El estudio contiene un prefacio escrito por Frédéric Jenny, Presidente del Comité de Competencia de la OCDE, y seis apartados que integran: I) la introducción y los principales hallazgos sobre el tema; II) consideraciones sobre la definición del mercado; III) el poder de mercado y su medición; IV) la conducta excluyente, con artículos sobre estas prácticas; V) las eficiencias, tanto en las fusiones horizontales como las derivadas de los efectos de red; VI) las restricciones verticales, con sugerencias para su evaluación y análisis en los mercados de múltiples lados.

En el prefacio del libro, Jenny destaca los aspectos más relevantes del estudio y las conclusiones del mismo. Recuerda al lector que las plataformas no son un nuevo modelo de negocios, sino un viejo modelo que ha cobrado vigencia por la escala y el alcance de las plataformas en la economía digital. Estas tienen una naturaleza diferente a los mercados tradicionales, ya que presentan importantes efectos indirectos de red. En el análisis de competencia, ignorar esos efectos podría llevar a una mala toma de decisiones. Sin embargo, también expone una de las más importantes conclusiones del libro: el reconocimiento de que para el estudio de los mercados que cuentan con efectos de red, las herramientas analíticas existentes pueden ser ajustadas para evaluar el impacto de dichos efectos. Por lo tanto, concluye que, ante la existencia de una plataforma, lo más importante es que las agencias de competencia consideren el valor de adoptar un enfoque de análisis de múltiples lados y justifiquen en caso de no hacerlo.

**Sección I. Introducción y resultados clave.** Chris Pike presenta un extraordinario resumen de las principales ideas expuestas por los expertos que participaron con estudios en las sesiones organizadas por la OCDE, de los que extrae una serie de recomendaciones. El autor inicia con las diversas definiciones de los mercados de múltiples lados, y la diferenciación de las plataformas en función a si estas permiten o no la realización de transacciones observables. Pero concluye que más que esa diferenciación, resulta más relevante la naturaleza y la fuerza de los efectos de red para determinar el tipo de análisis que debe aplicarse.

La definición del mercado relevante es un concepto menos importante cuando se involucran plataformas de múltiples lados, que bajo el enfoque tradicional de los mercados. Sin embargo, recomienda que, si la definición de mercado es un requisito legal, primero debe determinarse cuántos mercados considerar usando para ello la magnitud de los efectos de red.

Agrega que en el análisis de competencia no hace diferencia significativa definir dos mercados de dos lados o definir dos mercados interrelacionados, siempre y cuando se reconozca y analice el impacto del efecto de red de la plataforma. Sin embargo, en algunas jurisdicciones, la elección puede tener un efecto importante en el análisis legal de las eficiencias. Por tanto, cuando los efectos de red de la plataforma son importantes y se requiere una definición legal de mercado, definir un único mercado de dos lados parece, en opinión de Pike, una mejor opción. Lo anterior garantiza que la evaluación se base en todos los posibles efectos competitivos y las eficiencias, y ningún efecto sea excluido.

Los mercados digitales tienden a ser de dos lados. Para determinar el alcance del mercado relevante en esos casos, el marco de análisis del monopolista hipotético mediante el cual se evalúa el efecto de un incremento en los precios pequeño pero significativo, y no transitorio (SSNIP, por sus siglas en

inglés<sup>3</sup>) provee un instrumento adecuado. La prueba SSNIP debe aplicarse de tal manera que permita verificar la rentabilidad de un aumento en el precio en cada lado del mercado, así como en la estructura integral de precios.

Cuando una plataforma opera con precio cero en un lado del mercado, el incremento de precios en que se sustenta la prueba SSNIP tomaría valores infinitos. Pike señala que este problema no impide usar la prueba para definir el otro mercado de la plataforma. Agrega que alternativamente se puede emplear una prueba similar pero basada en el cambio en la calidad del servicio (SSNQ<sup>4</sup>).

Cuando los efectos de red son fuertes y bidireccionales entre los lados, no es posible concluir que la plataforma sólo tenga poder en uno de los lados del mercado. La sustitución de la demanda puede ser diferente en ambos lados, pero dada la interrelación de los precios en los distintos lados que convergen en la plataforma, no es adecuado concluir que una plataforma tiene poder de mercado en un solo lado. Pike afirma que esta tiene un poder de mercado como plataforma, o no lo tiene.

En una segunda etapa de la evaluación del poder de mercado, después de que se haya realizado un análisis preliminar, pueden emplearse herramientas que miden el poder sin hacer referencia a la capacidad de respuesta de la demanda. Tal es el caso de las que miden la concentración o la rentabilidad.

Los efectos de las conductas potencialmente excluyentes<sup>5</sup>, como las cláusulas de exclusividad o los precios excluyentes, deben evaluarse caso por caso, al igual que se realiza en los mercados de un lado. Sin embargo, las plataformas de múltiples lados pueden requerir un mayor escrutinio por parte de las autoridades antimonopolio, y ciertamente no deben ser tratados con mayor indulgencia, ya que pueden proporcionar un terreno propicio para las prácticas excluyentes.

---

<sup>3</sup> Las siglas SSNIP corresponden a la prueba denominada "*Small but Significant Non-Transitory Increase in Price*", en español: "Aumento de precios pequeño y no transitorio". Esta es una prueba analítica que se utiliza en los estudios de organización industrial de diversas agencias de competencia en el mundo. Su uso inició en 1982 con su inclusión en los *Lineamientos para Fusiones* publicado por la Unidad Antimonopolios de los E.U.A. (Véase: <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-0>). Esta herramienta ha sido también validada y empleada por las autoridades de competencia de los estados miembro de la Unión Europea y la Comisión Federal de Competencia Económica la aplica en México.

<sup>4</sup> SSNQ corresponde a la abreviación de la prueba "*Small but Significant Non-transitory Decrease in Quality*", esto es, la prueba de un "*Aumento en la calidad pequeño, pero no transitorio*" que se ha aplicado en el análisis de competencia, cuando la variable relevante para el demandante del bien o servicio es la calidad de este, o cuando no se cuenta con información cuantitativa de los precios.

<sup>5</sup> La conducta excluyente se entiende como aquellas prácticas que las empresas pueden realizar para eliminar indebidamente a sus rivales del mercado. El concepto se asocia al marco legal de combate a los monopolios de los E.U.A., e incluye prácticas como la depredación de precios y la elevación indebida de costos de los competidores. En México, la Ley Federal de Competencia Económica no denomina estas prácticas como "conductas o precios excluyentes", pero los prohíbe junto con otras *prácticas relativas*, en los términos que establecen los artículos 54, 55, 56 y 59 de ese ordenamiento. Específicamente se prohíben cuando causan un daño a la competencia, la depredación de precios y los subsidios cruzados que permiten financiarla (fracciones VII y IX, respectivamente); la denominada depredación de costos (fracción XI) y el estrangulamiento de márgenes (fracción XIII).

Al evaluar una presunta conducta excluyente en los mercados de múltiples lados, la autoridad inevitablemente enfrentará el reto de distinguir entre los esfuerzos pro-competitivos que la plataforma realiza para generar beneficios que se adicionan a los efectos de red y las conductas que impiden indebidamente a los rivales el acceso a esos efectos. Pike señala que los beneficios podrían agotarse en un momento determinado, pero no es claro el momento en que las prácticas comienzan a tener menos probabilidades de generar beneficios.

La evaluación de los efectos de las cláusulas de exclusividad requiere un marco de investigación que evalúe el impacto de dichas cláusulas en los costos de los rivales, y también en la intensidad de la competencia. En este caso, el marco tradicional de análisis sigue siendo aplicable para los mercados de múltiples lados. No así la evaluación tradicional de los efectos de los precios depredatorios que generalmente incluye pruebas de la relación entre precios y costos. Tampoco las pruebas de recuperación que deben interpretarse con cuidado en los mercados de múltiples lados (Katz). Las agencias deberían preguntar primero si los precios por debajo del costo son rentables porque hacen de la plataforma un competidor más fuerte al expandir su base de usuarios; y, en segundo lugar, si los precios por debajo del costo son rentables porque debilitan la competencia al evitar que los rivales construyan sus propias bases de usuarios. Esto es, se requiere determinar si la fijación de precios por debajo del costo hubiera sido rentable en un escenario en el que no se debilitara a los rivales.

Pike considera que hay un margen significativo para que surjan eficiencias en las fusiones de plataformas, particularmente si los efectos de red son fuertes y la concentración permite combinar las bases de usuarios. Recomienda que las agencias consideren el alcance de las defensas de eficiencias en este tipo de mercados.

Al igual que en los mercados unilaterales, los efectos de las restricciones verticales<sup>6</sup> deben evaluarse caso por caso. Sin embargo, los acuerdos en mercados de múltiples lados pueden requerir más control por parte de las agencias que el que aplica en acuerdos similares en mercados de un solo lado, y ciertamente no deben ser tratados de manera más indulgente. En opinión de Pike, el marco de investigación aplicable a los efectos de las restricciones verticales sigue siendo válido en un entorno de mercado de múltiples lados.

En lo que sigue del libro, se incluyen los artículos de corte académico con las visiones de diferentes especialistas sobre los instrumentos analíticos más frecuentes en el estudio de la competencia. Estos artículos son el sustento teórico de las discusiones sostenidas en la OCDE en materia de la aplicación

---

<sup>6</sup> Las restricciones verticales son acuerdos entre empresas o agentes económicos en diferentes niveles del proceso de producción y distribución, que tienen por efecto restringir, limitar o dañar la competencia. Las restricciones verticales deben distinguirse de las *restricciones horizontales*, que son acuerdos entre competidores en un mismo mercado. Las restricciones verticales pueden adoptar numerosas formas. En México la Ley Federal de Competencia Económica las contempla como parte de las prácticas relativas, y las sanciona sólo en la medida que afectan la competencia, en términos de los artículos 54, 55, 56 y 59 de ese ordenamiento. Las fracciones IV, VI y VIII del artículo 56, detallan los contratos y prácticas que imponen exclusividad y que pueden afectar la competencia.

de dichos instrumentos en el contexto de las plataformas de múltiples lados. En estos materiales se ahonda en los temas antes expuestos y se presentan consideraciones diversas sobre los temas resumidos por Pike.

**Sección II. Consideraciones sobre la definición del mercado.** Se incluye el estudio elaborado por Lapo Filistrucchi y el de Sebastian Wismer y Arno Rasek. El primer autor plantea sugerencias metodológicas para la definición del mercado relevante en las plataformas de múltiples lados. En particular, sobre cómo identificar la naturaleza bilateral de un mercado y cómo pueden clasificarse estos según la dirección de los efectos de red que presentan y de las transacciones que se realizan en las plataformas. Aborda también el tema sobre cuándo es relevante tener en cuenta la multilateralidad de los mercados, y en ese caso, cuántos mercados deben definirse.

Para definir un mercado relevante se necesita determinar los servicios que son sustitutos y que compiten entre sí. La posibilidad de sustitución de los servicios por parte del consumidor impone al vendedor límites a la capacidad de aumentar los precios. En los mercados digitales el operador de la plataforma requiere para mantener el negocio incorporar a los dos (o mas) grupos que convergen. Se vuelve relevante entonces determinar si hay dos mercados o si hay un mercado que engloba los dos lados. En la práctica el análisis de los mercados de múltiples lados puede hacerse de manera cuantitativa y cualitativa, para lo cual Filistrucchi hace consideraciones sobre la aplicación de la prueba SSNIP y de cómo definir el mercado relevante cuando uno de los lados es gratuito. Así también, el autor concluye en qué casos y en qué medida los métodos de análisis aplicables a los mercados de un lado pueden ser útiles en el análisis. Considera que los mercados de múltiples lados necesitan una especial atención por parte de las autoridades, no obstante, las herramientas tradicionales para la definición de los mercados relevantes pueden utilizarse en esos casos, siempre que su implementación considere las características propias de los diferentes lados del mercado.

Wismer y Rasek proponen distinguir las plataformas de múltiples lados en función de si realizan transacciones o si no las realizan. Para ello estiman útil investigar el papel de la plataforma, dando énfasis a la medida en que esta se involucra en la interacción que permite, además de establecer la importancia de los efectos indirectos de red. Para estos autores hay dos alternativas para definir mercado(s) relevante(s): 1) dos o más mercados separados, esto es, un mercado relevante por cada grupo que converge a la plataforma, o 2) un solo mercado que integre todos los servicios que ofrece la plataforma, es decir, un servicio de plataforma que considere los efectos indirectos de red entre lados. Señalan que cada enfoque tiene fortalezas y puntos débiles, pero en general, juzgan que sería inapropiado definir mercados separados, si los diferentes lados están inseparablemente unidos por una interacción de plataforma. *Esto es*, la definición de un mercado único parece razonable para los servicios que apuntan principalmente a permitir una transacción directa observable entre diferentes grupos, por ejemplo, una plataforma que reúne vendedores y compradores. En particular, este enfoque parece factible si el servicio de una empresa necesariamente involucra a todos los grupos, y el conjunto de sustitutos y su respectiva relevancia desde la perspectiva de cada grupo de clientes no difiere significativamente entre los grupos. Por lo contrario, si los productos o servicios considerados como sustitutos en cada lado y, por lo tanto, las condiciones de competencia difieren

sustancialmente entre los grupos, parece más apropiado definir un mercado separado para cada grupo de clientes; en estos casos, los mercados resultantes generalmente difieren en el producto y/o su alcance geográfico. La definición del mercado y la elección entre los dos enfoques deberá hacerse caso por caso.

Los autores consideran que independientemente de que se defina uno o dos mercados relevantes, los servicios gratuitos deben integrarse, si existen efectos indirectos de red entre estos servicios y otros que se ofrezcan con cargo. Ignorarlos implicaría dejar fuera del análisis aspectos de competencia relevantes, ya que sin importar si aplica un cargo, existe la competencia por los clientes.

Otro aspecto relevante que analizan, es si la generación de datos en las plataformas en línea puede considerarse como un pago. Aun en la ausencia de un bien negativo que se ate atado al servicio (la publicidad, por ejemplo), debe considerarse en qué medida la plataforma puede monetizar a los usuarios de otro lado.

Para Wismer y Rasek los factores pertinentes para la definición de un *mercado-producto* que se han empleado tradicionalmente, aplican igualmente a los mercados de múltiples lados. En estos últimos los precios y los resultados dependerán también de si los clientes eligen una sola plataforma para cubrir su necesidad de consumo o comunicación, *single-homing*<sup>7</sup>, o usan más de una plataforma simultáneamente, *multi-homing*. En este último caso, cada plataforma puede ser un mercado dependiendo de sus atributos y de las preferencias de los usuarios. El comportamiento de *single-homing* o *multi-homing* de los usuarios incide en la definición del mercado relevante.

Sobre la prueba SSNIP, opinan que esta se desarrolló originalmente para mercados de un lado, por lo que, en su formulación original, esta prueba no tiene en cuenta las interdependencias entre grupos de distintos clientes. Por las dificultades intrínsecas a su estimación ha sido utilizada más bien como un marco conceptual aun en los casos de los mercados de un lado, y resultan inadecuadas para el análisis de los mercados de dos lados que se caracterizan justamente por la interacción entre grupos diferentes de agentes. Así también, otras técnicas que se usan para definir los mercados, como las funciones de demanda y las elasticidades, están sujetas a límites analíticos en el caso de las plataformas de dos o más lados. Los autores recomiendan el uso del análisis cualitativo en la estimación del alcance y el impacto de los efectos indirectos de red en los mercados de múltiples lados, ya que requiere menor cantidad de datos. El análisis cualitativo es de uso frecuente entre las autoridades de competencia en el mundo, pero también presenta dificultades.

**Sección III. El poder de mercado en mercados de múltiples lados y su medición.** Se incluyen los estudios sobre la medición del poder de mercado de Kate Collyer, Hugh Mullan y Natalie Timan, y el de Kurt Brekke, ambos. El estudio de Collyer et al proporciona sugerencias prácticas para las autoridades de

---

<sup>7</sup> *Single-homing* hace referencia a la elección del consumidor respecto al uso de una sola plataforma para cubrir su necesidad de consumo. Por el contrario, si el usuario opta en un mismo periodo por acceder a diferentes plataformas con servicios similares, se habla de una “multi-opción” o *multi-homing*

competencia y establece conclusiones operativas sobre cómo adecuar las herramientas existentes de evaluación de las concentraciones para abordar los desafíos que plantean al análisis los mercados de múltiples lados. Hacen consideraciones sobre las plataformas *con single-homing* frente a las que son *multi-homing*, que es un aspecto competitivo clave de las plataformas de múltiples lados. Si los usuarios de un lado se incorporan a una única plataforma, entonces los proveedores del otro lado solo pueden acceder a esos usuarios uniéndose a la misma plataforma, creándose un "cuello de botella".

La estructura de precios en un mercado de múltiples lados refleja las demandas interrelacionadas de los dos grupos de consumidores y la necesidad de tener a ambos lados a bordo de la plataforma. La existencia de una ventaja del primer movimiento (first mover advantage) puede ser importante para identificar el poder de mercado y la duración y sostenibilidad potencial de ese poder. Proponen que cualquier evaluación del poder de mercado en plataformas de múltiples lados debe tener en cuenta estas características, ya que los resultados estándar de los mercados de un solo lado no se aplican directamente a los mercados de múltiples lados. En su opinión, la aplicación de muchas de las herramientas estándar para evaluar el poder de mercado en los mercados de múltiples lados resulta más compleja y requieren de adaptación. Sugieren como mínimo, tener en cuenta el impacto que tienen los diferentes lados de las plataformas en la estrategia y las decisiones comerciales.

Brekke explora el desarrollo reciente en la literatura económica sobre el poder de mercado en mercados de múltiples lados, centrándose en los métodos prácticos y las herramientas que pueden ser aplicadas por las agencias de competencia, especialmente en la evaluación de las fusiones horizontales en dichos mercados. Describe brevemente las medidas tradicionales de poder de mercado en los mercados de un lado y los planteamientos recientes realizados respecto a las pruebas que se basan en la medición de precios. Revisa el desarrollo actual en la literatura sobre las herramientas de evaluación de fusiones para mercados de múltiples lados, y realiza propuestas sobre cómo las autoridades de competencia pueden implementar estas herramientas en la práctica. Presenta a manera de conclusiones algunas recomendaciones de política.

**Sección IV. Conductas excluyentes.** La OCDE presenta aquí dos artículos. El primero de ellos, elaborado por M. L. Katz destaca la complejidad de analizar de manera conjunta dos temas, que son en opinión del autor, complejos aun en lo individual: los mercados de múltiples lados y el comportamiento excluyente como las prácticas depredatorias y la elevación de costos de los rivales.

Existe un amplio consenso de que una conducta es excluyente cuando daña el proceso competitivo al debilitar la capacidad de las empresas rivales para competir y la conducta no se sustenta en méritos productivos o comerciales. En contraste, no hay una opinión unánime con respecto a lo que significa "dañar la competencia" o "no competir a través de méritos". Katz presenta una rica discusión sobre las consideraciones generales de las prácticas excluyentes, y hace planteamientos sobre cómo deben las autoridades antimonopolio y los tribunales identificar si la conducta de una empresa que opera en un mercado de múltiples lados es excluyente.

Considera que, al generar economías de escala del lado de la demanda, los efectos de red pueden crear mecanismos mediante los cuales un proveedor puede debilitar o eliminar exitosamente a los proveedores rivales mediante una conducta que les impida alcanzar escala. De hecho, al menos en teoría, un rival debilitado puede entrar en lo que el autor denomina "*la espiral de la muerte*", que lo lleva a perder usuarios, generando a través de los efectos de red la pérdida de más usuarios, y así sucesivamente. La existencia de efectos de red preocupa por tanto a las autoridades de competencia cuando se asocia con prácticas excluyentes.

Respecto a la depredación de precios señala que detectarla con éxito y distinguirla de la sana competencia es particularmente difícil en mercados con efectos de red. Considera los riesgos de sustentar el análisis en pruebas basadas en la relación entre costo y precio y analiza la importancia de comprender el mecanismo específico mediante el cual la empresa depredadora recupera la inversión consistente en aplicar precios por debajo del costo.

Katz examina también la conducta que limita la capacidad de un usuario para participar simultáneamente en múltiples plataformas (*multi-homing*), y muestra que, en presencia de ciertas asimetrías, esta conducta puede debilitar la competencia.

El estudio de Katz cierra con algunas observaciones generales sobre la política de competencia en los mercados de múltiples lados. Señala, por ejemplo, que para que haya un daño a la competencia, una plataforma no necesita llegar a acuerdos exclusivos con todos los agentes que participan en el mercado, ni con la mayoría de los usuarios potenciales. Recalca que distinguir las prácticas excluyentes monopólicas del comportamiento competitivo en mercados de múltiples lados puede ser complicado y difícil, ya que, dependiendo de las circunstancias, las prácticas en cuestión pueden aumentar o disminuir el bienestar y pueden fortalecer o debilitar la competencia. En opinión del autor, esta dificultad debe motivar la evaluación cuidadosa de las conductas potencialmente excluyentes, pero no es una razón para renunciar a la aplicación de la política de competencia.

Amelio, Karlinger y Veletti presentan el segundo estudio de este apartado: "*Prácticas en las plataformas de dos lados*". Este se centra en la literatura que analiza los precios excluyentes y retoma el debate respecto a si la presencia de efectos indirectos de red hace que las plataformas sean más o menos propensas a adoptar esas conductas. Señalan que frecuentemente en el debate público, se aboga por que las plataformas de múltiples lados sean objeto de un escrutinio más relajado, por parte de las autoridades antimonopolio. El resultado que presentan Amelio et al no está en consonancia con esa conclusión, al igual que el estudio de Katz antes descrito.

Los autores consideran que las herramientas tradicionales que se aplican en el análisis de los mercados de un solo lado no deben ser abandonadas, sino que deben ser adaptadas a fin de que sean adecuadas para el análisis de las plataformas de múltiples lados. El documento aborda aspectos de política que son particularmente relevantes en la discusión actual sobre la competencia de las plataformas y sobre el cual sería deseable realizar mayor investigación.

**Sección V. Eficiencias.** Enrique Andreu y Jorge Padilla presentan el primero de los dos artículos que integran esta parte. En su estudio, realizan un ejercicio de cuantificación de las eficiencias derivadas de las concentraciones horizontales en las plataformas de múltiples lados, en el caso específico de cuatro mercados bursátiles de la Unión Europea. Encuentran que la serie de fusiones que llevó a la creación de la empresa *Euronext* tuvo un impacto positivo en la liquidez, la volatilidad y el volumen negociado. El ejercicio ilustra así, las eficiencias resultantes de las fusiones entre plataformas que operan en mercados de múltiples lados. Señalan que las eficiencias seguramente beneficiaron, al menos en parte, a los usuarios de *Euronext*. Los autores señalan que las eficiencias podrían presentarse también en los mercados de un lado, pero son aún más claros en mercados de múltiples lados, donde la competencia de precios después de la fusión puede ser aún más feroz.

El segundo artículo sobre las eficiencias es el de Howard Shelanski, Samantha Knox y Arf Dhillia. Estos autores examinan las relaciones entre agentes económicos en un mercado de múltiples lados y discuten cómo esas relaciones deben afectar el análisis que realizan las agencias de competencia sobre las eficiencias.

Las plataformas minimizan los costos de transacción reemplazando innumerables interacciones uno a uno con una sola interacción uno a muchos, ya que un solo comprador encuentra a muchos vendedores en un lugar, y viceversa, permitiendo así que los grupos se encuentren de manera más eficiente. Tanto la naturaleza de las relaciones como la fuerza relativa de los efectos de red entre las partes tienen importantes implicaciones en la evaluación de las eficiencias y las prácticas.

En el análisis de las eficiencias, los reguladores deben considerar los lados de un mercado de múltiples lados dependiendo de qué tipos de relaciones entre plataformas están en juego. Los tribunales de diversas jurisdicciones han reconocido que todos los lados de los mercados de dos lados deben considerarse en: (1) la definición de los mercados relevantes; (2) la determinación del poder de mercado; y (3) la evaluación de la existencia de efectos adversos en la competencia. Sobre este último punto, los autores opinan que en un mercado de múltiples lados los efectos de la red son tales que las acciones de una plataforma dirigidas a un lado probablemente tendrán un impacto significativo en el otro lado. Como resultado, los reguladores deben considerar los posibles efectos en el lado no objetivo y así también las eficiencias. Los efectos (positivos o negativos) de la conducta usualmente difieren a través de una plataforma y por lo tanto no pueden justificar un escrutinio igual en cada lado del mercado.

Cuando la operación de una plataforma es subsidiada por un agente<sup>8</sup>, se debe incluir a este como una dimensión adicional del análisis. Las acciones que reducen el compromiso de los usuarios o proveedores de servicios con la plataforma podrían alejar a los agentes que subsidian ya que son potencialmente sensibles al número de usuarios y a la cantidad de tiempo que esos pasan en la plataforma. Dada la asimetría en los efectos de retroalimentación inherentes a la relación de subsidio,

---

<sup>8</sup> Los autores usan el término en inglés “*subsidiser*” para hacer referencia al grupo de agentes que subsidia el uso de la plataforma. Un ejemplo de estos son los anunciantes, que generan ingresos para sostener la operación de las plataformas, y permiten que en ocasiones el servicio a los usuarios finales sea incluso gratuito.

lo contrario no es necesariamente cierto, por lo que la conducta de la plataforma hacia los agentes que subsidian su operación podría tener poco impacto en los otros lados del mercado, siempre y cuando se mantengan suficientes subsidios. En consecuencia, si la conducta sujeta a análisis se dirige sólo a un agente que subsidia, las agencias y los tribunales pueden aplicar un análisis unilateral tradicional de los efectos y eficiencias.

Las concentraciones que involucran plataformas de servicios tienen un potencial particular para generar eficiencias. Lo anterior debido a que las plataformas con efectos de red pueden potencialmente generar externalidades positivas sólo por aumentar de tamaño, lo que no es el caso en fusiones que involucran a dos empresas de un solo lado.

Así, en el análisis generalmente se establece la presunción inicial de que el aumento de concentración resultante de las fusiones en el mercado conducirá a un incremento de los precios al consumidor. En las fusiones que involucran a dos plataformas de múltiples lados, esa presunción no se mantiene ya que los efectos de red pueden limitar los aumentos de precios.

Los autores señalan que aun si los agentes que subsidian la plataforma se sujetaran a aumentos de precios después de una fusión, esta podría producir ganancias de bienestar. Este resultado no sugiere que los dichos agentes se beneficien siempre de una fusión de plataformas de múltiples lados, pero sí implica que el análisis debe tener en cuenta las externalidades entre plataformas.

**Sección VI. Restricciones Verticales.** P. Johnson, establece sugerencias a las autoridades de competencia para el análisis de restricciones verticales en las plataformas de múltiples lados. Plantea aspectos clave que deben incorporarse a las investigaciones para evaluar dichas restricciones. Johnson analiza cuándo debe aplicar la economía de las plataformas a un análisis de restricciones verticales en las plataformas y posteriormente aborda la evaluación económica de los efectos anticompetitivos y pro competitivos de esas prácticas.

Destaca que las restricciones verticales frenan alguna expresión de la competencia y que las autoridades de competencia deben considerar tres preguntas. 1) ¿Quiénes son los afectados y los beneficiarios de la restricción vertical?; 2) ¿Qué naturaleza del daño prevé la teoría?; y 3) ¿Cómo se transmiten los efectos de la restricción a otros lados de la plataforma?

Propone una prueba en dos partes. La primera se usa para determinar si la restricción vertical asegura la viabilidad de la plataforma más pequeña. La respuesta afirmativa, sin embargo, no es suficiente para concluir que la restricción vertical es necesaria para la competencia, porque puede proteger a un competidor sin proteger la competencia. La segunda parte de la prueba requiere la consideración de una pregunta adicional: ¿es la presencia de la plataforma más pequeña crítica a la competencia en el mercado? El autor sostiene que una restricción vertical puede fallar esta prueba sin ser anticompetitiva.

Cristina Caffarra y Kai-Uwe Kühn presentan el documento denominado *Análisis de competencia de las restricciones verticales en los mercados de múltiples lados*. Para estos autores la evaluación de las restricciones verticales en los mercados de múltiples lados es aun un área de controversia. Argumentan que si bien la existencia de plataformas de múltiples lados parecer complicar el análisis de los efectos competitivos, esto no necesariamente es así, pues la evaluación de los mismos puede simplificarse a un enfoque similar al tradicional. Sugieren usar un nuevo enfoque en materia del desarrollo de las pruebas de eficiencia de estas restricciones, las cuales tienden a ser sistemáticamente descartadas o desestimadas. Para ellos, la estructura de la ley en la Unión Europea agrava la situación, ya que establece una evaluación secuencial de los efectos anticompetitivos y las eficiencias y es particularmente inadecuada para evaluar las restricciones verticales.

El área en la que se debe hacer mayores mejoras, y en la que las herramientas necesitan fortalecerse, es la relacionada a la prueba de las motivaciones de eficiencia de las restricciones contractuales. Consideran que las autoridades de competencia y los tribunales raramente han aceptado el argumento de *contratos incompletos* (contractual incompleteness) como motivación para la aplicación de restricciones verticales en un entorno más tradicional, y no se han comprometido con la tarea de comprender adecuadamente las estructuras organizativas y los modelos de negocio.

Para estos autores, el análisis económico no ha podido proporcionar una política racional respecto a las restricciones verticales en Europa, y este rezago básico se está transfiriendo a entornos con plataformas de múltiples lados. En el estudio se argumenta que la respuesta apropiada no es buscar un conjunto de herramientas independientes para el análisis de las restricciones verticales en los mercados de múltiples lados. Por el contrario, se considera que la mayoría de los mercados multilaterales pueden ser reinterpretados a efectos de analizarlos como un problema estándar de contratos en mercados verticalmente relacionados. Por lo tanto, consideran que la mayoría de los avances pueden hacerse si el analista es capaz de adoptar una estructura simple de análisis que no se ha aplicado rigurosamente incluso en casos estándar con integración vertical. Por tanto, se requieren sólo algunas mejoras en el proceso de la definición de los mercados y un uso sistemático de los supuestos y las implicaciones de las teorías del daño, lo que conduciría a un análisis mucho más confiable en los casos con restricciones verticales.

Para Caffarra y Kühn, buscar nuevas técnicas puede ser un síntoma del análisis de la organización industrial que se ha centrado excesivamente en los detalles de modelos específicos y ha dejado de lado las cuestiones cualitativas más generales. Para estos autores, no es importante que haya modelos que muestren efectos anticompetitivos, la clave es si tales modelos necesitan supuestos que se mapean estrechamente en las circunstancias de mercado del caso. La prioridad es asegurar que las investigaciones pongan en marcha un proceso que haga que la aplicabilidad de una teoría específica sea directamente comprobable, y haga de este un requisito estricto, en lugar de depender de "hallazgos" generales y resultados teóricos en la literatura para justificar un supuesto previo.

*Repensando las herramientas de competencia para las plataformas de múltiples lados 2018* que presenta la OCDE es una lectura obligada para los estudiosos y analistas de la política de competencia. Lo anterior, porque el análisis en el que se involucran servicios a través de Internet, como los denominados *Over the Top*, es cada vez más frecuente. La evaluación de su impacto en la competencia a través de prácticas empresariales y fusiones, impone retos debido al crecimiento que estos han tenido en la economía mundial y su mayor presencia en todos los sectores de la actividad productiva. Además, debido a que su operación se basa en modelos de negocio diferentes, con frecuente estructura de plataformas de múltiples lados. Como la OCDE lo señala a lo largo de su reporte, estas características añaden complejidad al análisis por la existencia de límites difusos entre servicios y por el carácter multifuncional de las nuevas aplicaciones. La existencia de servicios que se ofrecen gratuitamente a uno de los grupos de usuarios de la plataforma, ha requerido así también a autoridades y tribunales, reconsiderar el uso de los instrumentos tradicionales de análisis de la política de competencia.

Cabe destacar que los planteamientos de los diferentes autores presentan coincidencias en algunos temas, pero también puntos de vista diferentes, lo cual enriquece el proceso de reflexión en una materia que, como muchas otras, debe revisarse a la luz del desarrollo de los mercados digitales y, el crecimiento disruptivo de las plataformas de múltiples lados. De acuerdo con la mayoría de los expertos incluidos en este libro, las herramientas analíticas tradicionales son en general vigentes y aplicables a los nuevos servicios y mercados digitales, pero algunos ajustes a los mismos son necesarios. Por tanto, en los próximos años estaremos viendo la evolución del análisis de competencia.