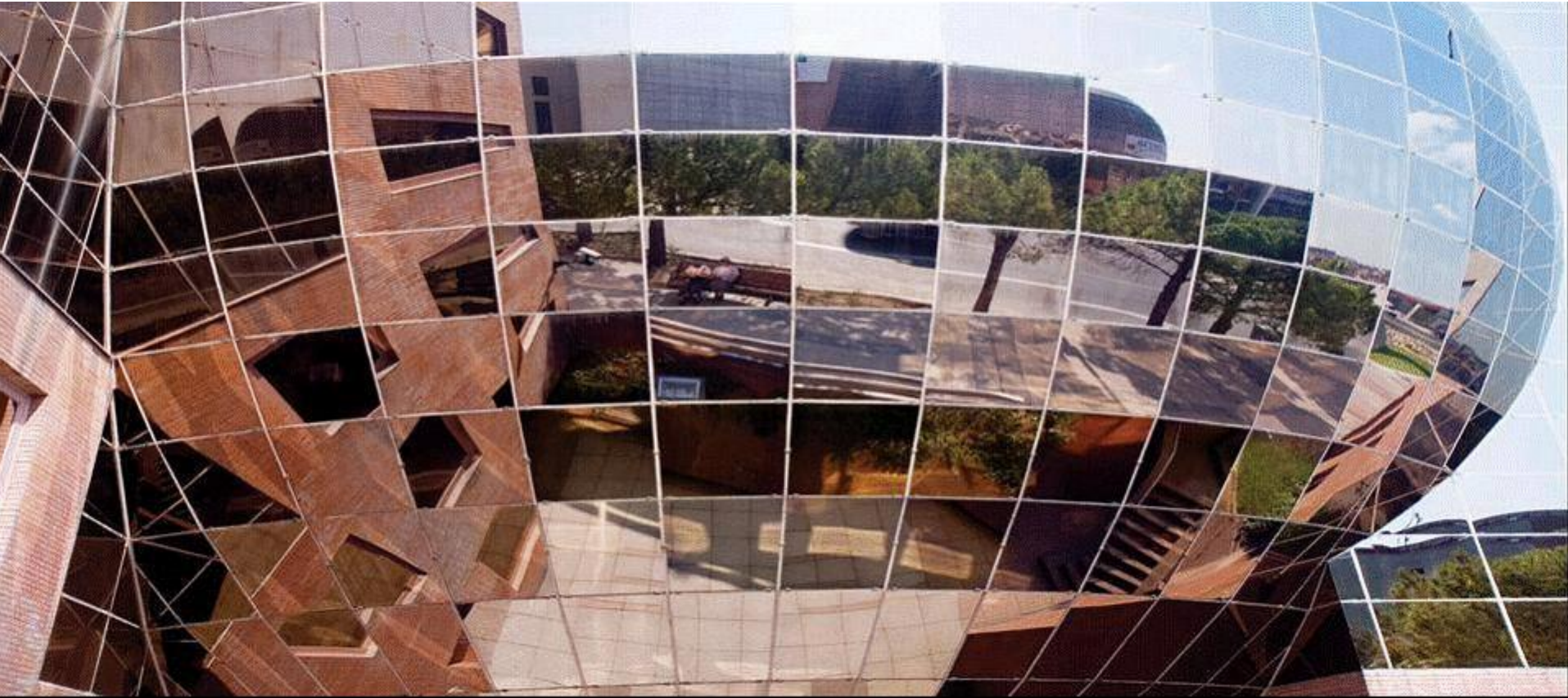


IX Jornadas sobre Política de la Competencia

Aspectos económicos clave de las investigaciones
por estrechamiento de márgenes*

Universidad Carlos III de Madrid, abril 2008



*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Agenda

1. Algunas consideraciones introductorias
2. El estrechamiento de márgenes
3. La doctrina de la Comisión Europea
4. El criterio de la CMT
5. Reflexiones finales

Caso práctico – Una ilustración con el caso Telefónica

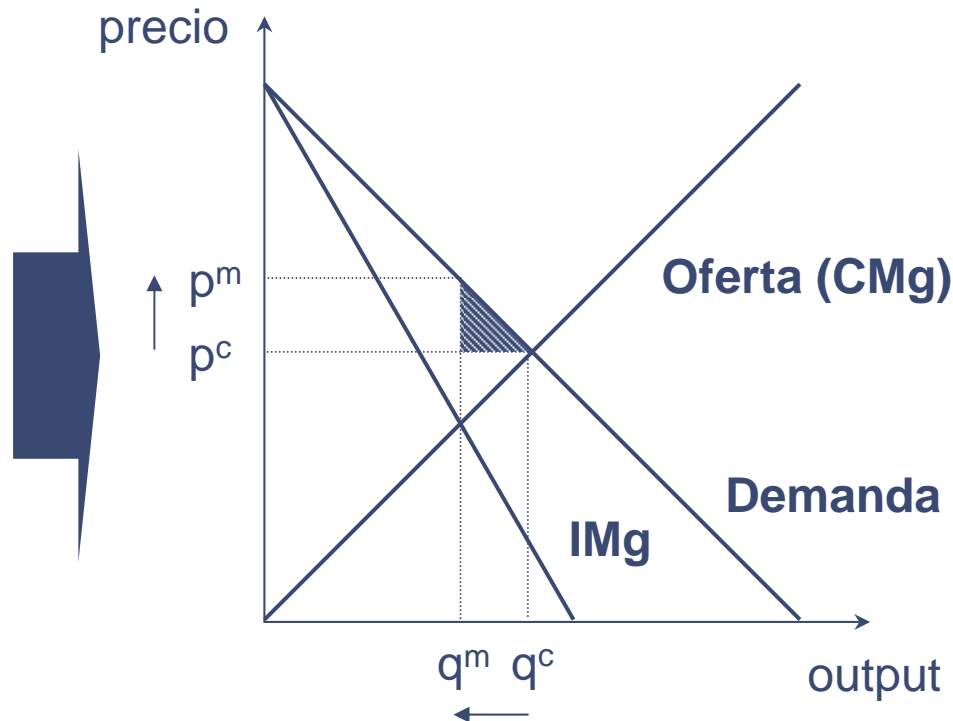
Sección 1

Algunas consideraciones introductorias

Objetivos de la intervención Teoría económica

Prevenir explotación de poder de mercado (ineficiencia asignativa, productiva y dinámica)

**Regulación
(ex-ante)
monopolios
naturales**



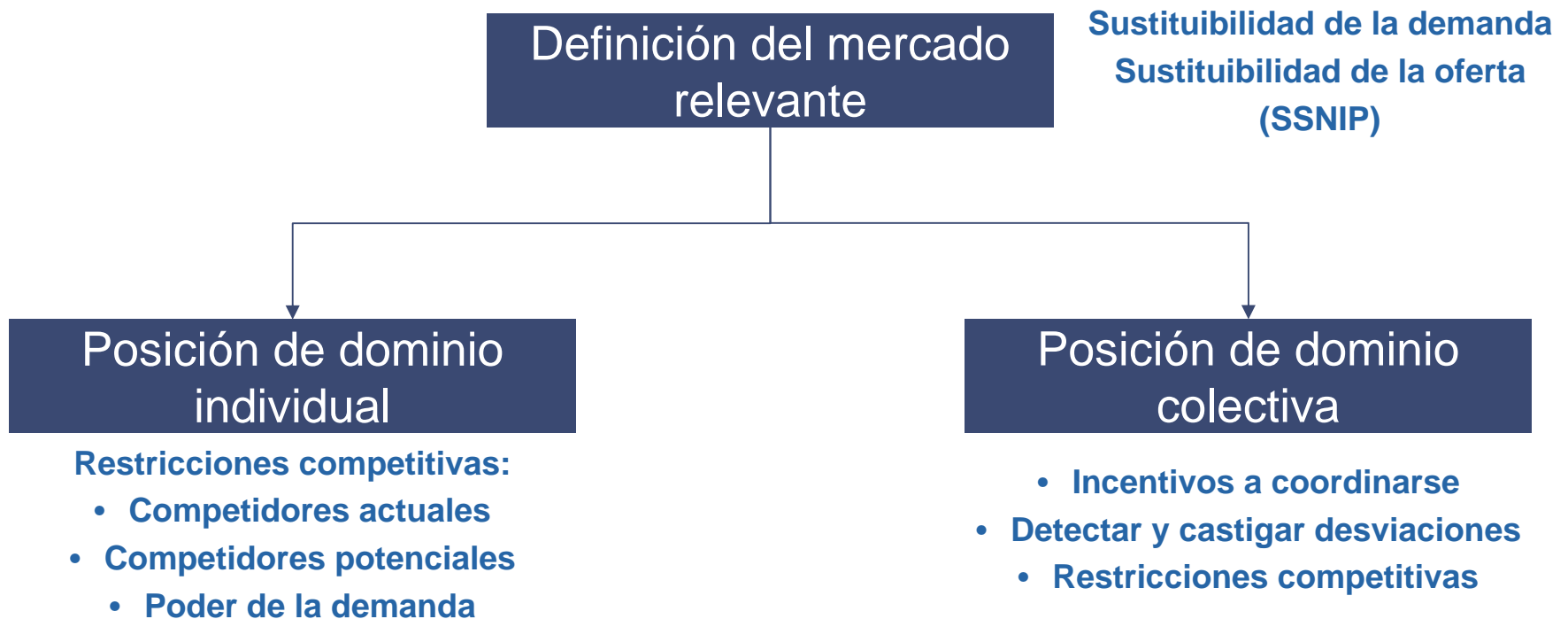
**Defensa de la
competencia
(ex-post)**

Objetivos de la intervención

En la práctica: marco legal

Prevenir abuso de posición de dominio

¿Qué se entiende por posición de dominio?



Los artículos 82 TCE y 2 LDC

“Será incompatible con el mercado común y quedará prohibida, en la medida en que pueda afectar al comercio entre los Estados miembros, la explotación abusiva, por parte de una o más empresas, de una posición dominante en el mercado común o en una parte sustancial del mismo.

Tales prácticas abusivas podrán consistir, particularmente, en:

- a) Imponer directa o indirectamente precios de compra, de venta u otras condiciones de transacción no equitativas;*
- b) Limitar la producción, el mercado o el desarrollo técnico en perjuicio de los consumidores;*
- c) Aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva;*
- d) Subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos.”*

Tipos de prácticas abusivas

- Tipo 1: **Abusos de “explotación”**
 - Precios abusivos
- Tipo 2: **Abusos de “exclusión”**
 - Adquisición / preservación de poder de mercado
 - Precios predatorios
 - Descuentos de fidelidad
 - Negativa de suministro
 - *Margin squeeze*
 - *Bundling / tying*
 - Restricciones verticales
- Tipo 3: **Abusos de “discriminación”**
 - Comparte elementos de “explotación” y “exclusión”

Riesgos de la intervención

- Resulta difícil distinguir la competencia legítima del abuso (p.ej. política de precios de operadores dominantes)
- La intervención errónea (Error tipo II) puede ocasionar un daño irreparable a la competencia

<u>¿Intervención?:</u>	SÍ	NO
<u>Tipo de práctica:</u>		
Práctica anticompetitiva		Error tipo II
Práctica legítima	Error tipo I	

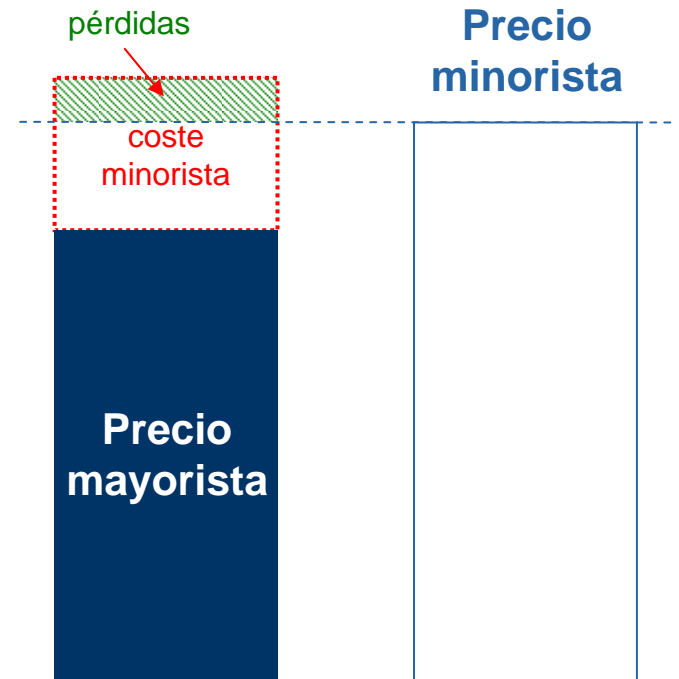
Sección 2

El estrechamiento de márgenes

¿Qué es el *margin squeeze*?



Situación de *margin squeeze*



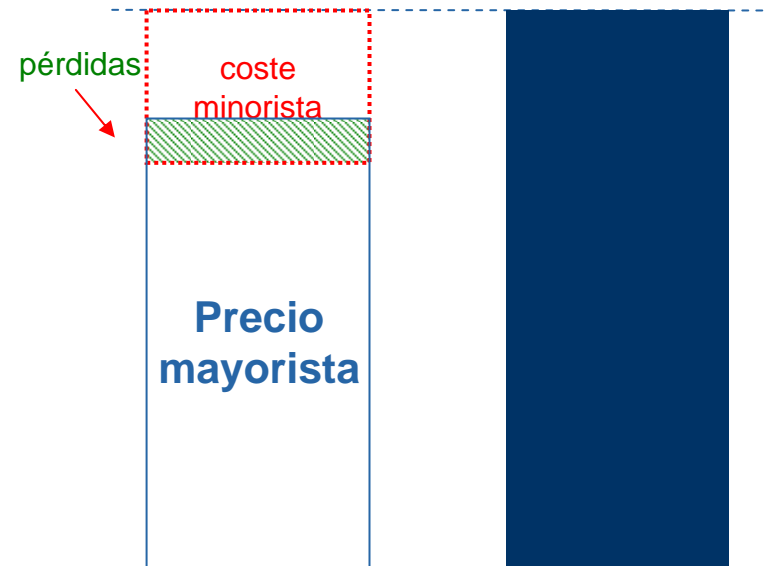
Tipos de *margin squeeze*

- Incremento del precio mayorista
 - Discriminatorio
 - No discriminatorio
- Reducción del precio minorista
 - *Margin squeeze* predatorio
- Combinación de ambos

Crocioni, P. y C. Veljanovski (2003), "Price squeezes, foreclosure and competition law – Principles and guidelines", *Journal of Network Industries*, vol. 4, pp. 28-60.

Margin squeeze predatorio

(si precio mayorista = coste mayorista)



Elementos de un *margin squeeze* abusivo

1. Operador verticalmente integrado (VI) ✓
2. Dominante en mercado “aguas arriba” ?
3. *Input* esencial para la competencia ?
4. Mercado “aguas abajo” no competitivo ?
5. Margen “aguas abajo” insuficiente ?
 - a. ¿*Test* de costes?
 - b. ¿Estándar de costes?
6. Duración suficiente ?

Condiciones en el mercado “aguas arriba”

- El requisito de dominancia (cuota de mercado $\geq 40-50\%$) podría ser insuficiente
 - Algunos autores requieren super-dominancia o *input* con características de *essential facility*
- *Input* esencial para la competencia “aguas abajo”:
 - No existen *inputs* sustitutivos “aguas arriba”
 - No existen productos sustitutivos “aguas abajo”

¿Protección de la competencia o protección de los competidores?

“[...] in assessing this issue it is important not to lose sight of the fact that the primary purpose of Article 86 [now 82] is to prevent distortion of competition – and in particular to safeguard the interests of consumers – rather than to protect the position of particular competitors. It may therefore, for example, be unsatisfactory, in a case in which a competitor demands access to a raw material in order to be able to compete with the dominant undertaking on a downstream market in a final product, to focus solely on the latter’s market power on the upstream market and conclude that its conduct in reserving to itself the downstream market is automatically an abuse. Such conduct will not have an adverse impact on consumers unless the dominant’s undertaking final product is sufficiently insulated from competition to give it market power.”

Opinion of Advocate General Jacobs, of 28 May 1998, on Case D7-97 Oscar Bronner GmbH and Co. KG v. Mediaprint Zeitungs-und Zietschriftenverlag GmbH & Co. KG and Others

Condiciones en el mercado “aguas abajo”

- Escuela de Chicago (*one monopoly profit*)
 - El operador VI no tiene incentivo a monopolizar el mercado “aguas abajo”; puede extraer la totalidad del beneficio a través del precio mayorista
- Post-Chicago
 - El modelo de la Escuela de Chicago se basa en supuestos estrictos: (i) mercado “aguas abajo” competitivo; (ii) *inputs* combinados en proporciones fijas

El mercado “aguas abajo” debe ser no competitivo

El análisis de los márgenes

- *Test de imputación*

$$\text{Margen Neto} = \frac{P^{\text{MIN}} - (P^{\text{MAY}} + C^{\text{MIN}})}{(P^{\text{MAY}} + C^{\text{MIN}})} \leq \text{Tasa de retorno}$$

- *Equally-efficient v. reasonably-efficient operator test*
- Estándar de costes minoristas (empresas multi-producto)
 - Reparto de costes comunes: coste medio, coste marginal, coste incremental, coste evitable
- Marco temporal de referencia (precios introductorios)

La racionalidad del *margin squeeze*

- El *margin squeeze* implica necesariamente un sacrificio de beneficios por parte del operador IV

$$P^{MIN} - P^{MAY} \leq C^{MIN}$$



$$P^{MIN} - C^{MIN} \leq P^{MAY}$$

- El *margin squeeze* sólo resulta racional si el operador IV puede recuperar los beneficios sacrificados
 - Barreras de entrada en el mercado “aguas abajo”
 - Reputación (múltiples entrantes o mercados)

Otros aspectos a considerar

- Existen múltiples razones por las que un operador podría recortar sus precios en el mercado “aguas abajo”
 - Lanzamiento de nuevos productos
 - Entrada en nuevos mercados
 - Respuesta a competidores
- ¿Evidencia sobre efectos de la práctica (p.ej. salida de competidores)?

Sección 3

La doctrina de la Comisión Europea

El *discussion paper* de la Comisión

- Documento publicado por la Comisión en diciembre de 2005 que facilita una visión general de la doctrina comunitaria en materia de abusos de “exclusión”
- No se refiere de forma específica al *margin squeeze*
- Elementos de análisis
 - Definición de mercado y dominancia
 - Prueba de exclusión
 - Justificación objetiva y eficiencias



“With regard to exclusionary abuses the objective of Article 82 is the protection of competition on the market as a means of enhancing consumer welfare and of ensuring an efficient allocation of resources.”

DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, December 2005, <http://www.europa.eu.int/>.

Prueba de exclusión

- Necesario establecer que la práctica es susceptible de excluir a un rival eficiente (*equally-efficient operator test*)
 - Forma, naturaleza y alcance de la práctica
 - p.ej. parte del mercado afectada
 - Características del mercado
 - p.ej., economías de escala o de red
 - Nivel de dominancia
 - Cuotas, barreras de entrada, poder de compra
- Intencionalidad de la práctica
- Evidencia sobre los efectos reales de la práctica

Justificación objetiva y eficiencias

- Justificación objetiva
 - Respuesta a la competencia: sólo si es proporcional (interés dominante v. competidores - consumidor)
- Eficiencias
 - Mejoras para la producción o distribución de los bienes o promoción del progreso técnico o económico
 - Sólo si (i) la práctica es indispensable para generar las eficiencias; (ii) el consumidor se beneficia; y (iii) no se elimina una parte sustancial de la competencia

El caso de los precios predatorios

*“The predatory nature of charging lower prices to all or certain customers is found in the predator making a sacrifice by deliberately **incurring short run losses with the intention to eliminate or discipline rivals or prevent their entry.** The company will make this sacrifice when it considers that it is **likely to be able to recoup the losses or lost profits at a later stage** after its actions have had the foreclosure effect.”*

*Predatory pricing is in practice **difficult to distinguish from normal price competition.** The lowering of prices, the direct visible effect of predation, is also an essential element of competition.”*

DG Competition discussion paper on the application of Article 82 of the Treaty to exclusionary abuses, December 2005, <http://www.europa.eu.int/>.

El *test* de costes de la Comisión

Periodo de análisis: en el que tiene lugar la práctica



ATC: coste medio total; AAC: coste medio evitable; LAIC: coste medio incremental de largo plazo

Algunas decisiones significativas

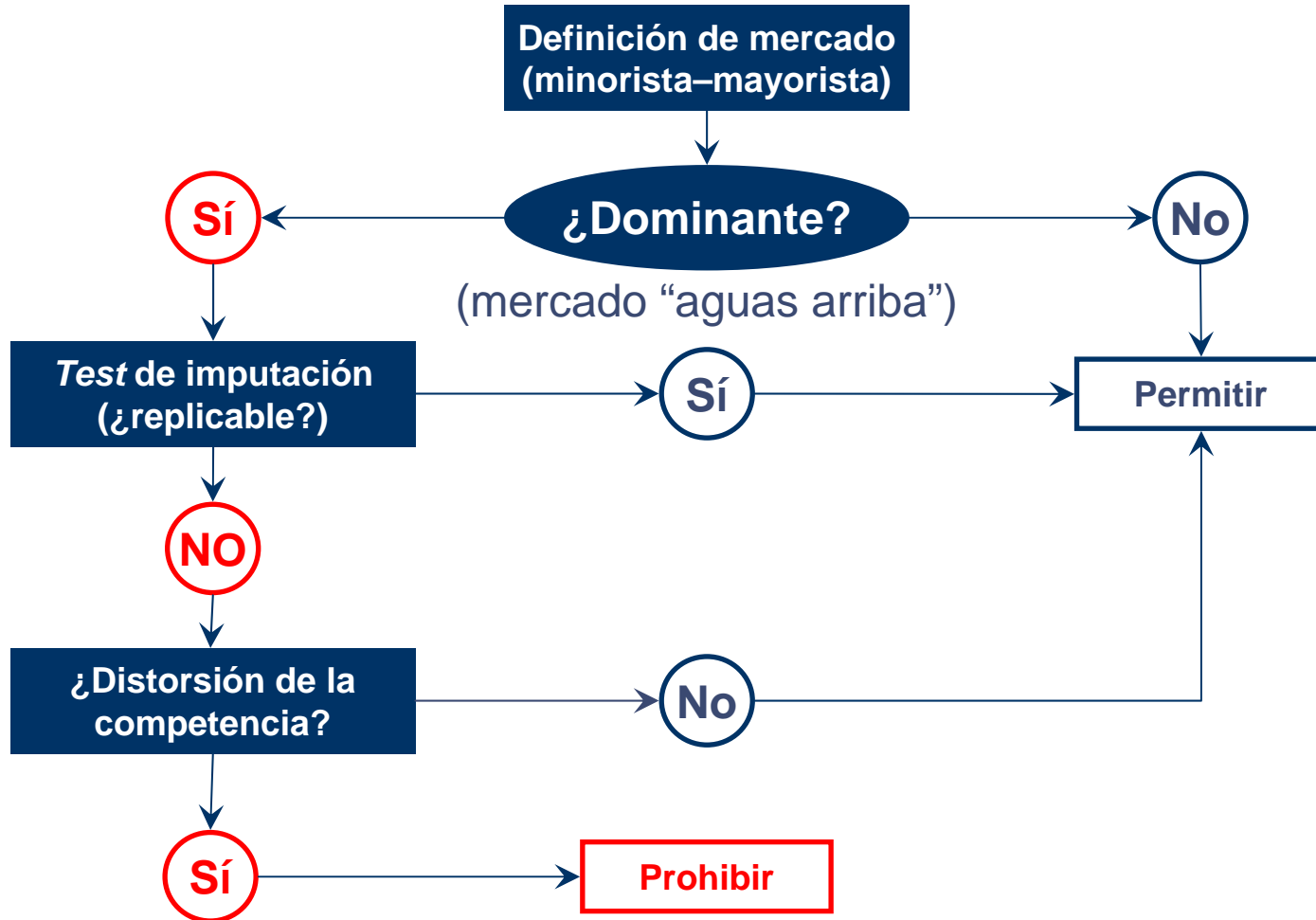
	DT	IPS	Napier Brown	Nat. Carbon	Wanadoo
<i>Equally-efficient</i>	Sí	Sí	Sí	No	Sí
<i>Reasonably-efficient</i>	No	Sí	No	Sí	No
Evidencia de salida	No	No	No	No	Sí
Intención considerada	No	No	Sí	No	Sí
Test de recuperación	No	No	No	No	Sí
Dominancia arriba	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Dominancia abajo	Sí	No	Sí	Sí	Sí
Producto	Telecom.	Commodity	Commodity	Commodity	Telecom.
Decisión	Sanción	Negativa	Sanción	Negativa	Sanción

Colley, L. y S. Burnside (2006), "Margin squeeze abuse"; *European Competition Journal*, vol. 2, pp. 185-210.

Sección 4

El criterio de la CMT

El esquema de la metodología



Test de imputación

$$P \geq a + C_{red} + C_{min}$$

(donde a es el precio mayorista, C_{red} es el coste de otros servicios de red y C_{min} es el coste minorista)

- Incluye todos los servicios e ingresos dentro del mercado “aguas abajo”
- Cálculo de costes mayoristas y de red
 - Consideración de patrón medio de consumo
- Cálculo de costes minoristas
 - *Equally-efficient operator test*
 - Costes medios en ausencia de incrementales (LRIC)

Costes minoristas considerados

- Coste de ventas (p.ej., comisión distribuidores)
- Costes de facturación (p.ej. registro de clientes)
- Costes de incobrables
- Costes de gestión de cobro
- Costes de marketing y publicidad
- Costes de desarrollo de productos (predicción de demanda, fijación de precios, etc.)
- Costes de atención al cliente
- Costes de los equipos de usuario
- Costes de otros servicios añadidos
- Impuestos

Distorsión de la competencia

- Capacidad para distorsionar la competencia
 - Barreras de entrada
 - Factores dinámicos
 - Efecto irreversible
- Justificaciones objetivas
 - Ofertas promocionales
 - Duración; recurrencia; nuevos servicios
 - Respuesta a la competencia
 - Precio \geq coste incremental

Sección 5

Reflexiones finales

¿Cuál es el objetivo de la intervención?

- Minimizar probabilidad de Error tipo II v. Error tipo I
- Proteger competencia v. competidores
- En función del objetivo perseguido
 - Nivel de dominancia “aguas arriba”
 - *Test* y estándar de costes
- Criterio de las autoridades: ¿minimizar Error tipo II?
- Con independencia del objetivo, *test* de recuperación y análisis de efectos

Contacto

Enrique Cañizares Pacheco

Tel: + 34 915 684 372

enrique.canizares.pacheco@es.pwc.com

Daniel Domínguez Muñoz

Tel: + 34 915 684 372

daniel.dominguez.munoz@es.pwc.com

