

LA POSICIÓN DOMINANTE

CARACTERIZACIÓN

- LA POSICIÓN DOMINANTE (PD), TAMBIÉN DENOMINADA PODER DE MERCADO (MARKET POWER) ES EL ÚLTIMO ESTADIO PROCESAL DENTRO DE LOS CRITERIOS DE IMPUTACIÓN GENERAL.
- POR LO TANTO, CUALQUIER CONDUCTA TENDIENTE A SER IMPUTADA A UN ACTOR DETERMINADO DEBERÁ CUMPLIR AL MENOS CON: $MR+BE+PD$

APROXIMACIÓN

- DIREMOS QUE UNA PD ES LA CAPACIDAD DE ALTERAR EL PRECIO, CALIDADES O CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN (CLÁUSULAS CONTRACTUALES), DE LOS BIENES O SERVICIOS PRODUCIDOS POR UNA EMPRESA, SIN SUFRIR MAYORES COSTOS FINANCIEROS, O A LO MENOS, PROPORCIONALMENTE MENORES A LA MAGNITUD DEL CAMBIO. (EJ. $+10\% = -10\%$).

¿CÓMO SE DETERMINA?

- UTILIZANDO EL MR + LAS BE, ADEMÁS DE CONSIDERACIONES ADICIONALES (3).
- DICHO POLINOMIO NOS PROVEERÁ LA SITUACIÓN HIPOTÉTICA DE LA EMPRESA.
- EJ. MONOPOLIO + BAJAS BE + X. DONDE X SON DIRECTRICES

X = DIRECTRICES

DIRECTRIZ DE FUNCIONAMIENTO

- UTILIDADES NETAS VS. PROMEDIO.
(¿INDICATIVO EFICIENTE?).
- COSTOS MARGINALES (¿POR QUÉ
PUEDE NO SER UNA SOLUCIÓN
PREFERIBLE?).
- ¿ES RECOMENDABLE UTILIZAR ESTA
DIRECTRIZ EN TODOS LOS CASOS?

DIRECTRIZ DE RIVALIDAD

- DICE RELACIÓN CON EL GRADO DE RIVALIDAD Y AFÁN DE DIFERENCIACIÓN ENTRE LOS COMPETIDORES DE UN MERCADO DADO, Y NO ES UNA CONSIDERACIÓN SIGNIFICATIVA ADICIONAL AL MR (ECD)

DIRECTRIZ ESTRUCTURAL

- Q DE OFERTA Y VOLÚMENES DE VENTA INDIVIDUALES, DONDE CONSIDERANDO COMPETIDORES DADOS (MR):
- $Q = 1$
- $Q = 2$
- $Q = 3 = \text{PODER DE MERCADO.}$

¡OJO CON LAS PARTICIPACIONES DE MERCADO!

- LAS PARTICIPACIONES DE MERCADO (“MARKET SHARES”), NO CONSTITUYEN UN ELEMENTO SUFICIENTE (SÍ NECESARIO Y PRESUNTIVAMENTE APLICABLE), PARA DETERMINAR UNA PD.

¿SE SANCIONAN *Per Se*?

- EN NINGÚN CASO UNA POSICIÓN DOMINANTE IMPLICA UN ILÍCITO ANTIMONOPÓLICO EN SÍ, YA QUE LO IMPUTABLE ES EL *abuso* QUE DE ÉSTA SE HAGA.
- CONSIDERACIONES ECONÓMICAS (OBJETO DE ATAQUE) Y DE *due process of law* LO IMPIDEN.

¿EXISTE UN DEBER DE COMPORTAMIENTO?

- ¿QUÉ MARGEN DE MOVIMIENTO EN MIS DECISIONES DE PRODUCCIÓN ES JURÍDICAMENTE ACEPTABLE?
- ¿PUEDO REDISEÑAR, NEGOCIAR, REDUCIR P?
- ¿DEBO TOMAR DICHAS DECISIONES COMO PRÁCTICAS EXCLUSIONARIAS?

PD EN FUNCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

- ¿PUEDO DISCRIMINAR EL STANDARD / UMBRAL REQUERIDO DE COMPORTAMIENTO SEGÚN EL TAMAÑO Y LA IMPORTANCIA DEL MERCADO?
- LA FUNCIÓN “BIENESTAR DEL CONSUMIDOR” DEBE SER COMPARADA CON LOS COSTOS TERCIARIOS DEL SISTEMA
- COSTOS TERCIARIOS