

Unclassified

Spanish - Or. English

29 August 2025

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE**

Latin American and Caribbean Competition Forum

**Foro Latinoamericano y del Caribe de la Competencia - Sesión III Remedios en los
Mercados Digitales en América Latina y el Caribe**

- Documento de base elaborado por la OCDE -

7 y 8 de octubre de 2025

Este documento preparado por la Secretaría de la OCDE es una nota informativa de la Sesión III del Foro Latinoamericano y del Caribe de la Competencia que se celebrará los días 7 y 8 de octubre de 2025 en Asunción (Paraguay).

Las opiniones expresadas en este documento son responsabilidad del autor y no deberán atribuirse al BID, a la OCDE ni sus países miembros respectivos.

Más documentación sobre este debate están disponible en: oe.cd/laccf.

Si necesita información adicional relacionada con esta sesión, póngase en contacto con:
Sophie Corea (Sophie.Corea@oecd.org).

JT03570319

Sesión III: Remedios en los Mercados Digitales en América Latina y el Caribe

Los mercados digitales cada vez suscitan un mayor interés para las autoridades de competencia en América Latina y el Caribe (LAC). Este trabajo examina los remedios utilizados en los mercados digitales para ofrecer una perspectiva del modo en el que las autoridades de competencia, tanto de LAC como de otros lugares, abordan las inquietudes en materia de competencia en este ámbito. Este trabajo incluye, en primer lugar, una visión general de los principales problemas y recursos en materia de competencia de la región, vinculándolos con las tendencias globales generales. A continuación, identifica los elementos clave del modo en el que las autoridades de LAC abordan los remedios, lo cual incluye su tipología, el papel de las medidas cautelares y de los procedimientos de compromiso, y la existencia e impacto de efectos extraterritoriales. Este trabajo concluye exponiendo el abanico de herramientas a disposición de las autoridades de competencia en LAC para mejorar en mayor medida, de cara al futuro, las actividades encaminadas al cumplimiento normativo y al diseño de soluciones.

Palabras clave: Derecho de la competencia; cumplimiento de la normativa de competencia; operaciones de concentración; economía digital; digitalización; América Latina y el Caribe

Códigos JEL: K21, L4, L86

Reconocimiento

Este documento fue escrito por Sophie Corea, con el apoyo de Diana Cintora y Rodolfo Carissimi, con los comentarios de Ori Schwartz, Antonio Capobianco, Paulo Burnier y Carolina Abate (todos pertenecientes a la División de Competencia de la OCDE).

Se trata de una nota de referencia elaborada para el debate sobre «Remedios en Mercados Digitales» del Foro Latinoamericano y del Caribe de Competencia (FLACC) de la OCDE-BID de 2025.

La OCDE agradece al Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil (CADE) su contribución voluntaria al trabajo del FLACC durante este año.

Índice

Sesión III: Remedios en los Mercados Digitales en América Latina y el Caribe	2
Reconocimiento	3
Resumen Ejecutivo	5
1 Introducción	7
2 Uso de soluciones para abordar preocupaciones específicas en materia de competencia en los mercados digitales	10
2.1. Acuerdos de exclusividad y cláusulas de la nación más favorecida	10
2.2. Utilización de datos	13
2.3. Prácticas de vinculación y venta por paquetes y restricciones a la interoperabilidad	17
2.4. Autopreferencia	19
3 Planteamiento de las autoridades en cuanto a los remedios aplicables en mercados digitales	21
3.1. Tipos de remedios aplicados	21
3.2. Surgimiento de las medidas cautelares	22
3.3. Prevalencia de las soluciones que revisten la forma de compromiso	23
3.4. Efectos extraterritoriales	24
4 Conclusiones	27
Bibliografía	29
Notas	32

RECUADROS

Recuadro 1. Definición de conceptos y términos clave relacionados en el ámbito de los remedios	8
Recuadro 2. Ejemplos recientes de soluciones adoptadas en el caso de acuerdos de exclusividad y cláusulas NMF	11
Recuadro 3. Soluciones en el caso de uso de datos por WhatsApp	14
Recuadro 4. Soluciones referidas al uso de datos de usuarios profesionales	15
Recuadro 5. Brasil: Investigación del CADE sobre abuso de posición dominante por parte de Apple	17

Resumen Ejecutivo

Ante el incremento de la digitalización, las autoridades de competencia de América Latina y el Caribe (LAC) se han centrado cada vez más en la resolución de las inquietudes en materia de competencia que suscitan los mercados digitales. En algunos casos, ello las ha llevado a imponer o aceptar remedios, derivados del cumplimiento de la normativa de defensa de la competencia o de procedimientos de examen de concentraciones, para zanjar problemas concretos de competencia en el sector.

La compleja naturaleza de los mercados digitales y de los problemas en materia de competencia que pueden surgir puede incrementar los retos que supone diseñar soluciones adecuadas. Sin embargo, las autoridades de competencia tienen a su disposición una amplia gama de herramientas que pueden ayudar a mitigar los riesgos potenciales y a promover una competencia efectiva en los mercados digitales.

A continuación se relacionan las principales conclusiones a las que se llega en este trabajo:

- Siguiendo la tendencia a nivel mundial, las autoridades de competencia de LAC han abordado un número creciente de asuntos referidos a mercados digitales, que plantean cuestiones delimitadas, como el recurso a acuerdos de exclusividad y cláusulas de la nación más favorecida (NMF), la utilización y combinación de datos, las prácticas de vinculación y venta por paquetes, y el comportamiento autopreferente.
- Se trata de una tendencia reciente y creciente en LAC, en la que la mayoría de los asuntos clave se han producido en los últimos cinco años en diversas jurisdicciones y suscitándose en otras un interés creciente en el sector. Aunque algunos de los asuntos de mayor repercusión mediática tienen por objeto el comportamiento de las grandes plataformas tecnológicas (*big techs*), muchos asuntos se centran en las llamadas «*local techs*», que disfrutan de cierto poder de mercado a nivel local.
- Normalmente, las inquietudes en materia de competencia que se suscitan en los mercados digitales se han abordado recurriendo a remedios relacionados con el comportamiento tanto en LAC como en otros lugares.
- Para mejorar el diseño de soluciones eficaces, las autoridades de competencia pueden plantearse examinar el modo en el que se han aplicado recursos similares en otras jurisdicciones o consultar a los operadores del sector o a los expertos técnicos. En algunos supuestos, las medidas cautelares y los procedimientos de compromiso pueden contribuir a resolver los problemas de competencia de manera puntual y colaborativa, mientras que la supervisión permanente y las apreciaciones *ex post* también pueden constituir herramientas útiles para evaluar la eficacia de los remedios.
- Aunque las actividades de muchas plataformas digitales rebasan las fronteras nacionales, solo en algunos casos limitados las plataformas aplican voluntariamente los remedios extraterritorialmente. Eso significa que las autoridades de competencia de LAC no pueden confiar plenamente en las tareas en materia de cumplimiento normativo realizadas en otros países. Esa circunstancia pone de manifiesto la necesidad de una cooperación y coordinación internacional para minimizar las divergencias.

Dados los efectos continuados de la digitalización en la economía, cabe esperar que la resolución de los problemas en materia de competencia que se suscitan en los mercados digitales siga siendo relevante para las autoridades de competencia en LAC y en otros lugares.

1 Introducción

1. El incremento de la digitalización en la economía ha impulsado que se prioricen cada vez más los mercados digitales como ámbito de interés para las autoridades de competencia, tanto en América Latina y el Caribe como a nivel mundial. En paralelo, se ha prestado mucha atención a las características distintivas de los mercados digitales identificadas en los artículos doctrinales y por las autoridades de competencia y que configuran las dinámicas de competencia en el sector y pueden suscitar inquietudes en esa materia (véase, por ejemplo, (OECD, 2022^[1])).
2. En consecuencia, las autoridades de muchas jurisdicciones han incoado un gran número de asuntos en materia de cumplimiento de la normativa de competencia y de control de las concentraciones en los mercados digitales. Ese mismo fenómeno se ha producido también en LAC, región en la que las autoridades de competencia han incrementado su actividad en relación con los mercados digitales si bien en distinto grado en función del país de que se trate.
3. En esos asuntos, las autoridades pueden imponer o aceptar remedios dirigidos a zanjar los problemas en materia de competencia específicos identificados en una situación de abuso de posición dominante o a eliminar el perjuicio para la competencia derivado de una operación de concentración.¹ A la luz de lo anterior, el presente trabajo se centra en los remedios aplicables en los mercados digitales, para proporcionar una perspectiva del modo en el que las autoridades de competencia, tanto de LAC como de otros lugares, están haciendo frente a los problemas en materia de competencia que se plantean en ese sector. Para ello, este trabajo destacará los elementos clave de las respuestas de las autoridades de competencia en la región, y subrayará las oportunidades para abordar determinados retos y mejorar el cumplimiento de la normativa en materia de competencia de cara al futuro.
4. A efectos del presente trabajo, los remedios están definidos de forma amplia e incluyen tanto los que resultan del cumplimiento de la normativa de competencia como de los asuntos de control de las concentraciones. En el ámbito del cumplimiento de la normativa de competencia, dichos remedios incluyen las soluciones impuestas por una autoridad de competencia o un tribunal al término de un procedimiento de abuso de posición dominante o los compromisos propuestos de manera voluntaria por la parte interesada que, por lo general, pretenden resolver problemas concretos para la competencia derivados del abuso de una posición dominante. En el ámbito del control de las concentraciones, las autoridades de competencia pueden imponer o aceptar recursos para eliminar el perjuicio para la competencia que puede derivarse de una concentración, permitiendo que se autoricen operaciones que, en caso contrario, habrían sido prohibidas, eliminando el riesgo que una determinada concentración puede suponer para la competencia.
5. Los recursos específicos utilizados para resolver problemas en materia de competencia en los mercados digitales pueden adoptar diferentes formas, entre otras, remedios de naturaleza conductual, estructurales o del lado de la demanda, o imponerse mediante diferentes procesos, por ejemplo, medidas cautelares o procedimientos de compromiso (véanse las definiciones del Recuadro 1 a continuación). En algunos casos, las soluciones pueden tener efectos extraterritoriales o transfronterizos, sobre todo cuando las grandes plataformas operan más allá de las fronteras de una jurisdicción, lo cual requiere de la cooperación internacional para minimizar las incoherencias y garantizar resultados eficaces en varios países.

6. No solo se está exigiendo cada vez más a las grandes plataformas digitales que modifiquen sus prácticas para ajustarlas a las soluciones introducidas en el marco de procedimientos de abuso de posición dominante o de control de las concentraciones, sino también en respuesta a una nueva normativa «*ex ante*» en los mercados digitales. Aunque por el momento no se han adoptado normas de este tipo en LAC, al menos una jurisdicción de esa región está estudiando la posibilidad de hacerlo. Como ya se ha señalado en otras ocasiones, se pueden producir solapamientos en el tipo de conducta o comportamiento que se pretende corregir mediante la aplicación tradicional de la normativa de competencia y la regulación *ex ante* (OECD, 2024^[2]).

7. Esta nota se basa en trabajos anteriores de la OECD sobre remedios y mercados digitales. En los últimos años, la OCDE ha celebrado varios debates sobre el diseño y aplicación de soluciones, incluidas mesas redondas sobre [Remedios en asuntos de concentración](#) (2012^[3]) y [Remedios y compromisos en asuntos de abuso](#) (2022^[4]). La OCDE también tiene un amplio programa de trabajo sobre mercados digitales, incluidas mesas redondas sobre [Abuso de posición dominante en los mercados digitales](#) (2021^[5]) y [Regulación ex ante y competencia en mercados digitales](#) (2021^[6]), y ha publicado el [Manual de la OCDE sobre política de competencia en la era digital](#) (2022^[11]) así como la [Política de Competencia en los Mercados Digitales: Efecto combinado de los instrumentos ex ante y ex post en las jurisdicciones del G7](#) (2024^[2]). En 2024, el Foro Latinoamericano y del Caribe de Competencia (FLACC) de la OCDE-BID organizó una mesa redonda sobre [Medidas cautelares en investigaciones de abuso de posición dominante en América Latina y el Caribe](#) (OECD, 2024^[7]) en la que se analizaron algunas de las medidas impuestas en los mercados digitales en la región.

8. Esta nota está estructura del siguiente modo:

- En la **sección 2** se exponen las preocupaciones concretas en materia de competencia en los mercados digitales en las que se han centrado de forma prioritaria las autoridades de competencia de LAC y los tipos de remedios y compromisos propuestos para abordarlas.
- La **sección 3** identifica las principales tendencias surgidas de los planteamientos adoptados por las autoridades de LAC con respecto a los recursos en los mercados digitales, entre ellos la prevalencia de diferentes tipos de recursos, la utilización de medidas cautelares y procedimientos de compromiso y el LACance de los efectos extraterritoriales.
- La **sección 4** sirve de conclusión.

Recuadro 1. Definición de conceptos y términos clave relacionados en el ámbito de los remedios

Tipos de remedios

Los **remedios de naturaleza conductual** (o recursos basados en el comportamiento) afectan al modo en el que una empresa ejerce su actividad. Los remedios de naturaleza conductual pueden consistir en obligaciones positivas o negativas que la empresa debe cumplir.

En cambio, los **remedios estructurales** exigen a las empresas que desinviertan, segreguen o se despojen de determinados activos tangibles o intangibles. Suele tratarse de soluciones puntuales cuyo objetivo es restablecer la estructura competitiva del mercado.

En algunos casos, puede sopesarse aplicar remedios **del lado de la demanda** (o recursos de cara al consumidor), que por lo general implican aplicar conocimientos extraídos de la economía conductual para identificar y abordar los sesgos de consumidores existentes.

Procedimientos clave para imponer o aceptar recursos

Los procedimientos de abuso de posición dominante puedan dar lugar a una **decisión formal** que confirme la conclusión de que se ha producido un abuso de posición dominante y que prevea (en su caso) sanciones económicas, órdenes de cesación y soluciones, o a una **decisión de compromiso**, mediante la cual se aceptan los compromisos propuestos de manera voluntaria por la parte interesada durante una investigación en curso.¹

Los procedimientos de control de las concentraciones también puedan dar lugar a que se impongan o acepten soluciones en forma de **compromisos** propuestos por la parte que participa en la operación.

También son relevantes las **medidas cautelares**, que son herramientas de protección y de corrección que pueden emplearse durante una investigación en curso con el principal objetivo de impedir un perjuicio para la competencia entre la apertura de la investigación y la adopción de una decisión definitiva.

Nota. 1. Las distintas jurisdicciones emplean una terminología diferente para referirse a esos procedimientos, como transacción, compromiso, acuerdo de aceptación, o auto o resolución de consentimiento.

Fuente: OCDE (2012^[3]), Remedies in Merger Cases, <https://doi.org/10.1787/51e1d94a-en>; OCDE (2022^[4]), Remedies and commitments in abuse cases, <https://doi.org/10.1787/b975b0e3-en>; OCDE (2024^[7]), Medidas cautelares en investigaciones de abuso de posición dominante en América Latina y el Caribe, <https://doi.org/10.1787/4a6fcf7f-es>.

2 Uso de soluciones para abordar preocupaciones específicas en materia de competencia en los mercados digitales

9. En la presente sección se identifican algunas de las inquietudes clave en materia de competencia que han surgido en los mercados digitales en América Latina y el Caribe, así como las soluciones propuestas o introducidas por las autoridades para resolverlas. Abordando cada preocupación en materia de competencia de forma sucesiva, en esta sección se analizarán los perjuicios para la competencia, el diseño y los objetivos de cada remedio y el modo en el que se han aplicado, en la práctica, en las distintas jurisdicciones, en su caso, comparando las experiencias en la región de LAC con las de otras regiones.

2.1. Acuerdos de exclusividad y cláusulas de la nación más favorecida

10. En línea con la tendencia mundial, en los últimos años las autoridades de competencia de LAC han prestado particular atención a las restricciones que han aplicado o podrían aplicar a sus usuarios profesionales las plataformas dominantes de intermediación digital. Entre esas restricciones se incluyen los acuerdos de exclusividad, que impiden a los usuarios profesionales acceder a plataformas alternativas, así como cláusulas de la nación más favorecida (NMF), en virtud de las cuales los usuarios profesionales no pueden realizar ofertas a un precio inferior (o en términos más favorables) fuera de la plataforma. Las plataformas pueden albergar razones empresariales legítimas para imponer ese tipo de restricciones, entre ellas evitar el uso gratuito, cuando los usuarios se aprovechan del servicio que presta la plataforma sin pagar la tarifa exigida (OECD, 2021^[6]), y promover la inversión en los servicios de la plataforma, garantizando un cierta oferta o demanda (OECD, 2021^[8]).

11. Sin embargo, los acuerdos de exclusividad y las cláusulas NMF repercuten en la competencia cuando quien los impone es una plataforma dominante. Por ejemplo, esas restricciones pueden impedir o desincentivar la entrada o expansión de plataformas alternativas o limitar de otro modo su acceso a usuarios profesionales que resultan esenciales para su actividad. Ello resulta particularmente crítico en el caso de plataformas multilaterales que dependen de manera significativa de los efectos indirectos de red, es decir, de la capacidad de atraer usuarios en un lado de la plataforma (por ejemplo, usuarios profesionales) que a su vez atraen usuarios en el otro lado de la plataforma (por ejemplo, consumidores) y viceversa.

12. En ese sentido, las autoridades de competencia, tanto en LAC como fuera de dicha región, han investigado acuerdos de exclusividad y cláusulas NMF impuestas por plataformas de intermediación en línea significativas. El Recuadro 2 resume varios asuntos recientes de la región de LAC que han abordado estas preocupaciones en los mercados digitales.

Recuadro 2. Ejemplos recientes de soluciones adoptadas en el caso de acuerdos de exclusividad y cláusulas NMF

Brasil: Investigación del CADE relativa a iFood y Gympass

El Consejo Administrativo de Defensa Económica (CADE) de Brasil ha tramitado varios asuntos en los que examinó el uso de acuerdos de exclusividad por parte de plataformas de intermediación dominantes en los que se fijaron límites cuantitativos a los acuerdos de exclusividad que esas plataformas pueden celebrar.

En 2023, el CADE concluyó una investigación relativa a la plataforma de reparto de comida iFood y llegó a la conclusión de que sus acuerdos de exclusividad con los restaurantes constituían una barrera de entrada al mercado para las demás plataformas y producían efectos de exclusión. Como solución, se prohibió a iFood celebrar acuerdos de exclusividad con cadenas de restaurantes que tuvieran más de 30 establecimientos, reconociendo la importancia estratégica de esas cadenas que gestionan un número muy elevado de pedidos de clientes. Los acuerdos con cadenas con menos de 30 establecimientos se limitaron a dos años, seguidos de un año de «cuarentena de exclusividad» y se estableció un tope del 25% del valor bruto de la mercancía (GMV) de la plataforma a nivel nacional y del 8% de los restaurantes en ciudades con más de 500 000 habitantes.

Este asunto estuvo precedido por una investigación anterior del CADE que había tenido por objeto las cláusulas de exclusividad impuestas por Gympass, una plataforma agregadora de gimnasios, que finalizó en 2022. Se limitó la capacidad de Gympass de llegar a acuerdos de exclusividad con gimnasios hasta un máximo del 20% de los gimnasios de cada ciudad o distrito y también se le prohibió restringir la facultad de sus usuarios para unirse a otras plataformas una vez extinguidos sus contratos.

Junto con las condiciones referidas a los acuerdos de exclusividad, el compromiso de Gympass e iFood también les prohibía expresamente recurrir a cláusulas NMF, en la medida en que tales cláusulas también suscitaban inquietudes en ambas investigaciones.

Chile: Investigaciones de la FNE relativas a Uber Eats, PedidosYa y Rappi

En Chile, la Fiscalía Nacional Económica (FNE) inició una investigación que tenía por objeto las cláusulas NMF utilizadas por las plataformas de reparto de comida Uber Eats, PedidosYa y Rappi. En 2023, la FNE llegó a la conclusión de que esas cláusulas reducían la competencia en el precio entre las plataformas de reparto de comida y dificultaban el establecimiento de nuevos operadores ofreciendo menores comisiones a los restaurantes. La FNE aceptó compromisos centrados en eliminar todo tipo de cláusulas NMF de los contratos en vigor y futuros y permitiendo a los restaurantes fijar libremente los precios.

Fuente: Investigación administrativa del CADE n.º 08700.004588/2020-47; Investigación administrativa del CADE n.º 08700.004136/2020-65; 2023 Annual Report on Competition Policy Developments in Chile, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR\(2023\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR(2023)5/en/pdf).

13. Además de los asuntos sobre abuso de posición dominante que figuran en el Recuadro 2, los acuerdos de exclusividad también han generado preocupación en el contexto del examen de operaciones de concentración. Por ejemplo, el CADE analizó esas inquietudes en relación con la operación de concentración J3 Participações/Bus Serviços.² Bus Serviços operaba como agencia de viajes en línea (OTA) especializada en la venta de billetes de autobús bajo la denominación «Clickbus», mientras que J3 actuaba como intermediario entre las agencias de viajes en autobús y las tiendas en línea, incluidas OTA como Clickbus. Al CADE le preocupaba que la entidad resultante de la concentración pudiera restringir el acceso de OTA competidoras a las empresas de autobuses celebrando acuerdos de exclusividad con estas últimas. Adoptando un planteamiento más simple que en los asuntos referenciados en el

Recuadro 2, en el asunto J3 Participações/Bus Serviços se prohibió a la entidad celebrar acuerdos de exclusividad con empresas de autobuses u OTA tras la operación de concentración.

14. Las OTA también han sido investigadas por haber recurrido a cláusulas NMF durante la última década en muchos países. Tras las investigaciones de Booking.com realizadas en Francia, Italia y Suecia, que finalizaron en 2015,³ entre 2016 y 2018 el CADE llevó a cabo una investigación de abuso de posición dominante que tenía por objeto el recurso a cláusulas NMF por parte de Booking.com, Decolar.com y Expedia.⁴ El CADE llegó a la conclusión de que esas cláusulas limitaban la competencia entre OTA y dificultaban la entrada de nuevos operadores al impedir que figure en el precio final de las reservas las menores comisiones aplicadas. La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de Colombia también analizó cuestiones parecidas en su estudio de mercado de OTA de 2019, en el que concluyó que era posible que las cláusulas NMF estuvieran reduciendo la presión competitiva entre plataformas en el mercado. (SIC, 2019^[9]).

15. El CADE aceptó compromisos de las OTA que imponían la retirada de las cláusulas NMF «amplias» (que impiden a los usuarios profesionales ofrecer mejores precios a través de otros canales). Sin embargo, las cláusulas NMF «restringidas» (que impiden a los usuarios profesionales ofrecer precios más bajos en sus propias páginas web) no se prohibieron. Ello permitió al CADE hallar una solución orientada a resolver las preocupaciones en materia de competencia relativas a la posibilidad de que otras OTA entren en el mercado y compitan, aunque consideró que las cláusulas NMF restringidas eran legítimas para impedir el uso gratuito por parte de los negocios hoteleros en cuestión. (Renzetti and de Oliveira, 2025^[10]).

16. Esos asuntos ilustran el planteamiento que se ha venido adoptando con carácter general frente a las restricciones contractuales efectivas o potenciales impuestas a los usuarios profesionales (como acuerdos de exclusividad o cláusulas NMF), es decir, exigir a la plataforma que elimine o limite de otro modo la aplicación de las disposiciones contractuales pertinentes. Aunque puede resultar relativamente fácil aplicar esas soluciones y cabe considerarlas un mero efecto implícito de las órdenes de cesación, en la mayoría de los casos estos remedios han implicado un cierto grado de concreción y de desarrollo para atajar de forma más directa los perjuicios a la competencia. También puede exigirse a las empresas que se comprometan a no pactar determinadas estipulaciones contractuales en el futuro. Una vez aplicados tales remedios, los usuarios profesionales son libres de hacer uso de plataformas alternativas o de fijar sus propios precios en los distintos canales de venta, facilitando la competencia entre plataformas y rebajando los obstáculos para que los nuevos operadores puedan construir la base de usuarios necesaria para competir.

17. En conclusión, las autoridades de competencia de varias jurisdicciones de LAC se han centrado en las restricciones que las plataformas digitales imponen a la actividad de los usuarios profesionales, incluidos los acuerdos de exclusividad y las cláusulas NMF. Ello puede deberse, en parte, a las bien entendidas teorías sobre el perjuicio adoptadas en esos asuntos, es decir, cierre del mercado mediante acuerdos de exclusividad (Fernandes, 2024^[11]). Por lo general, las autoridades de competencia pretenden resolver esos problemas de competencia exigiendo a las plataformas implicadas que eliminen las disposiciones infractoras. Sin embargo, aunque algunas soluciones prohíben directamente las restricciones en cualquier circunstancia (por ejemplo, impidiendo todos los acuerdos de exclusividad o todas las cláusulas NMF), otros adoptan un enfoque más matizado frente al comportamiento de que se trata (por ejemplo, estableciendo límites cuantitativos a las circunstancias en las que se pueden imponer acuerdos de exclusividad o censurando únicamente las cláusulas NMF de amplio LACance). Ello permite a las autoridades ponderar los intereses empresariales legítimos de las plataformas para imponer esas reglas, corrigiendo el perjuicio para la competencia que puede derivarse de ese comportamiento.

2.2. Utilización de datos

18. Las autoridades de competencia están mostrando cada vez más interés en el papel de los datos como insumo crítico en los mercados digitales y en las repercusiones para la competencia de la combinación y acumulación de datos de usuarios, en particular por parte de operadores particularmente grandes e integrados verticalmente. Estas preocupaciones pueden referirse a datos obtenidos de consumidores o, en el contexto de las plataformas multilaterales, de los usuarios profesionales que pueden competir con ellas en los mercados vinculados. En particular, las empresas titulares pueden acumular grandes conjuntos de datos, que pueden aprovechar para entrar en otros mercados con una ventaja significativa (OECD, 2021^[5]). La acumulación y combinación de datos por parte de las grandes plataformas digitales también puede dar lugar a efectos contrarios a la competencia, permitiendo, por ejemplo, estrategias de exclusión y explotación abusiva.

19. En primer lugar, en lo que respecta a los problemas que plantea el uso de datos de consumidores, en LAC se han tramitado varios asuntos de gran calado centrados en los potenciales perjuicios para la competencia que supone que WhatsApp comparta datos de usuarios, tal y como se expone en el Recuadro 3. Esas prácticas también han suscitado preocupación en relación con la protección de datos, de modo que una misma práctica ha sido objeto de escrutinio tanto por parte de las autoridades de competencia como de las de protección de datos, complicando aún más el diseño y aplicación de soluciones (véase también (OECD, 2024^[12])).

Recuadro 3. Soluciones en el caso de uso de datos por WhatsApp

En LAC existe una gran penetración de los dispositivos móviles, que representan el principal medio de acceso a Internet en determinadas jurisdicciones. Los servicios de mensajería, principalmente WhatsApp, se han convertido en esenciales en la infraestructura digital de LAC. En muchos países, WhatsApp no solo se utiliza como herramienta principal de comunicación personal sino también para operaciones empresariales, divulgación gubernamental y coordinación comunitaria. Al igual que en el caso de otras aplicaciones, la existencia de planes a tarifa cero a cambio del uso de datos ha contribuido a reforzar el posicionamiento de WhatsApp. En particular, en Argentina, WhatsApp es la aplicación de mensajería instantánea más popular del país, con casi 40 millones de usuarios, y ha mantenido esa posición durante años.

Argentina: Investigación de la CNDC a WhatsApp

En Argentina, la Secretaría de Industria y Comercio y la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) intervinieron en relación con los cambios que WhatsApp introdujo en 2021 en su política de protección de datos que permitían que WhatsApp y otros servicios titularidad de su matriz, Meta, compartieran datos personales en mayor medida. Los usuarios tenían que aceptar esos cambios (y, en consecuencia, facilitar sus datos a Meta con arreglo a los términos de esa política) para poder seguir utilizando el servicio. Al considerar que Meta ocupaba una posición dominante en el mercado de las redes sociales, la CNDC entendió que esos cambios eran abusivos debido al carácter excesivo de la recopilación de datos de usuarios (al ir más allá de lo estrictamente necesario para prestar el servicio requerido), a la falta de opciones a disposición de los usuarios para limitar el tratamiento de sus datos y a la exigencia de aceptar términos actualizados para poder seguir utilizando el servicio.

Aunque el asunto se centró principalmente en los daños causados a los consumidores por la explotación abusiva, la autoridad destacó que la combinación de datos por parte de Meta podía dar lugar a la creación de un conjunto de datos que no podía ser replicado por otras empresas, atribuyendo así una dimensión de exclusión a esa conducta.

Para aplacar sus inquietudes, la CNDC propuso una medida cautelar (concedida por la Secretaría de Industria y Comercio y posteriormente ratificada por la Cámara Federal de Apelaciones en 2022) mediante la cual se ordenaba a WhatsApp que suspendiera la aplicación de las actualizaciones de su política de protección de datos y que dejara de compartir datos de usuarios con Meta y otros terceros.

Precedentes internacionales y asuntos relacionados

En Brasil, Chile y Colombia también se llevaron a cabo investigaciones que tenían por objeto las políticas de protección de datos de WhatsApp, en algunos casos en colaboración con las autoridades de protección de los consumidores y de protección de datos. Como consecuencia, el CADE emitió, junto con las autoridades de protección de los consumidores y de protección de datos, una recomendación sin precedentes en la que propugnaban que se extendiera la vigencia de los anteriores términos y condiciones de WhatsApp y que se dejaran de compartir datos. En Colombia se exigió a WhatsApp, con arreglo a la legislación de protección de datos, que mejorara sus procesos y políticas, así como su planteamiento a la hora de obtener el consentimiento de los usuarios.

Esos asuntos se asemejan al sustanciado ante la Bundeskartellamt en 2019 contra Meta (anteriormente Facebook), en el que se prohibió la práctica de Meta consistente en combinar datos de usuarios procedentes de múltiples servicios, incluido WhatsApp, sin su consentimiento y establecerlo como requisito para acceder a sus servicios (véase también OCDE(2024)^[12]). También en India, Italia y Turquía se exigió a WhatsApp modificar sus prácticas.¹

Notas: ¹ Decisión de la Bundeskartellamt de 6 de febrero de 2019 (B6-22/16); resolución de la CCI, 18 de noviembre de 2024; Decisión de la AGCM, 12 de mayo de 2017; Decisión de la Autoridad Turca de Defensa de la Competencia, 20 de octubre de 2022.

Fuente: World Bank et al (2022^[13]), Internet Access and Use in Latin America and the Caribbean, <http://documents.worldbank.org/curated/en/099830109122267088>; OECD (2020^[14]), Going Digital in Brazil, OECD Reviews of Digital Transformation, Publicaciones de la OCDE, París, <https://doi.org/10.1787/e9bf7f8a-en>; 2021 Annual Report on Competition Policy Developments in Argentina, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR\(2022\)40/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/AR(2022)40/en/pdf); CNDC, "Dictamen firma conjunta - Referencia: Cond 1767 - Dictamen - Medida del artículo 44 de la Ley N.º 27.442", 13 de mayo de 2021, https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/cautelar_whatsapp_facebook.pdf; OECD (2024^[7]), *Interim measures in abuse of dominance investigations in Latin America and the Caribbean*, <https://doi.org/10.1787/20758677>; Canales, M. y M. de Souza (2022^[15]), "What's Up, Latin America? Between Competition, Data and Consumer Protection", *GRUR International*, <https://academic.oup.com/grurint/article/71/10/967/6659783>.

20. Para paliar el perjuicio que resulta de la combinación de datos, las autoridades de competencia han adoptado soluciones que garantizan que los consumidores puedan prestar su consentimiento con carácter previo, evitando directamente la explotación abusiva. Además, esos recursos también pueden tener como efecto indirecto resolver, en cierta medida, los potenciales efectos excluyentes, evitando que las empresas interesadas obtengan una ventaja significativa injusta gracias a esos datos, como consecuencia de su poder de mercado.⁵

21. Como ya se ha señalado, también puede suscitar preocupación desde el punto de vista de la competencia el uso de datos de usuarios profesionales por parte de las plataformas, sobre todo cuando estas compiten de manera directa con dichos usuarios en mercados vinculados. Pese a haberse planteado en el asunto brasileño referido a la operación de concentración J3 Participações/Bus Serviços, estas cuestiones no han llegado a acaparar significativamente la atención de las autoridades de LAC. En el Recuadro 4 se recoge el ejemplo de Brasil y se expone la manera en la que se han abordado y resuelto esas cuestiones fuera de LAC en relación con el comportamiento de Amazon y Meta.

Recuadro 4. Soluciones referidas al uso de datos de usuarios profesionales

En LAC el uso de datos de usuarios profesionales por parte de las plataformas ha generado preocupación en el contexto del examen de operaciones de concentración. En particular, el CADE examinó la concentración entre Bus Serviços, que operaba como agencia de viajes en línea (OTA) especializada en la venta de billetes de autobús bajo la denominación «Clickbus», y J3, que actuaba como intermediario entre empresas de autobuses y tiendas en línea, incluidas OTA como Clickbus.¹

Como la entidad resultante operaría su propia OTA «Clickbus» y actuaría a la vez como intermediaria entre las empresas de autobuses y otras OTA que compiten con Clickbus, debía recurrirse a una solución que separara los datos sensibles de otros usuarios profesionales (OTA) de manera que la empresa resultante no pudiera utilizarlos en el contexto del desarrollo de su actividad como OTA.

Precedentes internacionales y asuntos relacionados

Los problemas relacionados con el uso de datos de usuarios profesionales no han sido objeto de investigaciones a la luz de las disposiciones en materia de abuso de posición dominante en LAC, pero sí a escala internacional. La Autoridad de la Competencia y de los Mercados del Reino Unido (CMA) y la Comisión Europea (CE) han indagado sobre el uso por parte de Amazon y Meta de los datos de sus usuarios profesionales para obtener una ventaja competitiva en mercados vinculados.

La CMA y la CE detectaron problemas desde el punto de vista de la competencia en relación con la utilización por parte de Amazon de datos no públicos y sensibles desde el punto de vista comercial de minoristas que venden a través de Amazon Marketplace, para adoptar decisiones en el marco de su propia actividad de venta minorista, que también ejerce a través de Amazon Marketplace, en particular en relación con los productos en venta, niveles de existencias y precios.² Para subsanar esa situación, la CMA y la CE aceptaron compromisos de comportamiento de Amazon que le impedían utilizar datos no públicos de minoristas para informar decisiones relativas a su negocio de venta minorista. Amazon

declaró que sus compromisos con la CE se asumían en el contexto de la adopción del Reglamento de Mercados Digitales (RMD) de la Unión, que en aquel momento estaba a punto de entrar en vigor e iba a incluir disposiciones que se referían precisamente a esas prácticas empresariales.

De igual manera, tanto la CMA como la CE llevaron a cabo una investigación relacionada con Meta, empresa que opera las redes sociales Facebook e Instagram, así como el servicio de anuncios clasificados en línea (OCAS) Facebook Marketplace.⁴ Su investigación se centró en la utilización por parte de Meta de los datos de empresas que realizaban publicidad a través de sus plataformas, para desarrollar y mejorar sus propios productos (a saber, Facebook Marketplace), incluso cuando Meta compite de manera directa con esas empresas, obteniendo así una ventaja competitiva desleal. En 2023, la CMA aceptó compromisos de Meta en virtud de los cuales tiene prohibido utilizar datos de las empresas que realizan publicidad para desarrollar productos que compiten con los de tales empresas. La CMA también aceptó un compromiso en virtud del cual las empresas que realizan publicidad pueden optar por excluir que sus datos se utilicen específicamente para mejorar el servicio de Facebook Marketplace de Meta. En agosto de 2024, la CMA aceptó una variación de este compromiso en virtud de la cual los datos de las empresas que realizaban publicidad no pueden emplearse para mejorar Facebook Marketplace, sin que sea necesario que esas empresas tengan que optar por ello de manera expresa. Posteriormente, en noviembre de 2024, la CE adoptó una decisión mediante la que exigió a Meta que garantizara que los datos no públicos disponibles de proveedores de OCAS que sean clientes publicitarios de Meta no puedan usarse en beneficio del servicio de Facebook Marketplace o para adoptar decisiones en relación con él.

Notas:

1 Aunque la operación se cerró en 2016, no se notificó al CADE hasta septiembre de 2020, después de que la autoridad iniciara un procedimiento contra esa entidad por no haber notificado puntualmente la concentración (*gun jumping*).

2 Decisión de la CE de 20 de diciembre de 2022, AT.40462; Decisión de la CMA de 3 de noviembre de 2023, 51184.

3 Comunicado de prensa de Amazon <https://www.aboutamazon.eu/news/policy/amazons-statement-on-the-commitments-agreed-with-the-european-commission>, 20 de diciembre de 2022. El artículo 6, apartado 2, del RMD prohíbe a los guardianes de acceso utilizar, en competencia con los usuarios profesionales, ningún dato que no sea públicamente accesible generado o proporcionado por dichos usuarios profesionales en el contexto de su uso de los servicios de plataforma.

4 Decisión de la CMA de 3 de noviembre de 2023, 51013; Decisión de la CE de 14 de noviembre de 2024, AT.40684.

Fuente: Investigación administrativa del CADE n.º 08700.004426/2020-17; OECD (2024^[2]), Competition Policy in Digital Markets: The Combined Effect of Ex Ante and Ex Post Instruments in G7 Jurisdictions, https://www.oecd.org/en/publications/competition-policy-in-digital-markets_80552a33-en.html.

22. En conclusión, las autoridades de competencia de varios países de LAC han resuelto las preocupaciones en materia de competencia que suscita el uso y la combinación de datos de consumidores siguiendo las tendencias a nivel mundial. De la misma manera, en varios casos ello ha exigido una colaboración significativa y sin precedentes con las autoridades de protección de datos para abordar los problemas nacidos de una misma conducta. En cambio, a pesar de que se ha prestado algo de atención a los potenciales problemas resultantes del uso por parte de las plataformas de datos confidenciales de sus usuarios profesionales, no ha sido un objetivo primordial de las labores en materia de respeto de la normativa de competencia en LAC, en comparación con otras jurisdicciones. La portabilidad e interoperabilidad de los datos que a menudo han sido señaladas como potencial solución de cara al papel de los datos como fuente del poder de mercado de plataformas dominantes (véase, por ejemplo, (OECD, 2021^[16])) tampoco se han barajado hasta el momento como principales remedios ni en LAC ni fuera de la región, (OECD, 2024^[2]), aunque se han estudiado soluciones relacionadas con la interoperabilidad vertical para atajar prácticas de vinculación por parte de las plataformas dominantes (véase más adelante).

2.3. Prácticas de vinculación y venta por paquetes y restricciones a la interoperabilidad

23. Por lo general, en los mercados digitales se han suscitado preocupaciones en torno a la vinculación y la venta por paquetes, también en LAC, debido, en cierta medida, a la elevada interconexión de los productos digitales. La vinculación se produce cuando una empresa exige a sus clientes que adquieran productos adicionales junto con el producto principal que están buscando,⁶ mientras que, en la venta por paquetes, una empresa ofrece múltiples productos para su compra conjunta en un único paquete (OECD, 2020_[17]).⁷ Muy similares resultan los supuestos en los que las empresas restringen la interoperabilidad entre sus propios productos y los productos relacionados de terceros, vinculando funcionalmente su producto con otros de su propio ecosistema.

24. Estas estrategias de vinculación y venta por paquetes pueden beneficiar a los consumidores, pues generan importantes economías de LACance o escala, mejoran los efectos de red, o incrementan la calidad o la comodidad. Sin embargo, también pueden dar lugar a perjuicios cuando se despliegan para excluir a los competidores del mercado o privarles del entorno necesario para competir (OECD, 2021_[5]). En cuanto tal, ese comportamiento puede ser objeto de investigación por parte de las autoridades de competencia al constituir un potencial abuso de posición dominante. En el contexto del control de las concentraciones, pueden surgir problemas cuando la entidad resultante pueda tener la capacidad y el interés en excluir a sus rivales vinculando o vendiendo sus productos por paquetes, situación que suele darse en mayor medida en los mercados digitales debido a características como efectos de red y ciclos de retroalimentación (OECD, 2020_[17]).

25. Esas preocupaciones se han manifestado en LAC, incluso en el contexto de una investigación de la Confederación Federal de Competencia Económica (COFECE) de México que tenía por objeto la conducta de las plataformas en línea Amazon y Mercado Libre.⁸ En febrero de 2024, la COFECE emitió un dictamen preliminar en el que identificó, entre otros, dos elementos preocupantes relacionados con la vinculación y venta por paquetes o con las restricciones a la interoperabilidad. En primer lugar, a COFECE le preocupaba que a los programas de lealtad se agregaran servicios no relacionados (como servicios de *streaming*), que pueden crear una barrera a la competencia de mercados rivales, afectando de manera artificial su capacidad para atraer y conservar consumidores. En segundo lugar, la COFECE consideró preocupante la imposición de restricciones a la interoperabilidad de empresas de logística terceras, que tenían por efecto vincular funcionalmente los servicios logísticos de esa plataforma con sus servicios como mercado y excluir a proveedores logísticos rivales.

26. Aunque ese asunto aún se está tramitando, el dictamen preliminar de la COFECE propone medidas para atajar la conducta de Amazon y Mercado Libre. En relación con la primera cuestión preocupante, la COFECE ha propuesto que los mercados separen sus servicios de *streaming* de sus programas de lealtad. En cuanto al segundo elemento, la COFECE ha propuesto exigir a esos mercados que eliminen sus restricciones a la interoperabilidad con respecto a proveedores logísticos terceros concediéndoles acceso a las API de la plataforma y, en ese sentido, permitiéndoles integrarse en la infraestructura de la plataforma pertinente.

27. El CADE también ha examinado la vinculación en un asunto relativo a los pagos a través de la aplicación de Apple, que aún está en curso. Ese asunto y las correspondientes medidas cautelares, se resumen en el Recuadro 5.

Recuadro 5. Brasil: Investigación del CADE sobre abuso de posición dominante por parte de Apple

A finales de 2022, el CADE inició una investigación para indagar sobre un supuesto abuso de posición dominante por parte de Apple en el mercado de la distribución de aplicaciones para dispositivos iOS, que aún está en curso. Uno de los principales comportamientos investigados era la vinculación de los servicios de venta de aplicaciones de Apple con su propio sistema de pago para compras en aplicaciones, reforzado mediante la implantación de disposiciones contractuales antidirección (*anti-steering*) que impiden a los desarrolladores informar a los consumidores sobre métodos alternativos de compra fuera de la aplicación.

Durante su investigación, en noviembre de 2024 el CADE impuso medidas cautelares a Apple para corregir esa conducta, medidas que han sido recientemente ratificadas en apelación por el Tribunal del CADE en mayo de 2025. En su decisión de ratificación de las medidas cautelares, el CADE llegó a la conclusión de que la conducta de Apple podría permitirle ampliar su posición dominante en la distribución de aplicaciones en mercados contiguos e impedir a los desarrolladores de aplicaciones crear canales alternativos de distribución de aplicaciones que podrían poner en riesgo el monopolio de Apple. El CADE rechazó los argumentos de Apple en el sentido de que las restricciones eran necesarias para garantizar la privacidad y seguridad de su ecosistema.

Las medidas cautelares impuestas por el CADE eliminan la vinculación entre la tienda de aplicaciones de Apple y su sistema de pago, al prohibir a esa entidad que exija que se usen los sistemas de pago de Apple y permitir a los desarrolladores que informen a los consumidores de otras opciones de pago. La decisión también requiere que Apple permita a los desarrolladores distribuir sus aplicaciones a través de medios distintos de su tienda, puesto que, a falta de esta medida, Apple conservaría el monopolio de la distribución de aplicaciones para sus dispositivos.

La investigación sigue en curso y, en julio de 2025, la Oficina del Superintendente General del CADE recomendó que Apple fuera condenada en ese asunto. También en julio de 2025, Apple propuso un acuerdo transaccional, solicitud que actualmente está siendo revisada por Tribunal del CADE con la intervención del consejero ponente, el Sr. Victor Oliveira Fernandes.

Precedentes internacionales y asuntos relacionados

Las medidas cautelares impuestas por el CADE abordan cuestiones similares a las examinadas por las autoridades de competencia en otras jurisdicciones, como Japón, Estados Unidos, la Unión Europea, Países Bajos y Corea. En su decisión, el CADE destaca la pertinencia de esos asuntos a la hora de «[reconfigurar] los límites operativos de los ecosistemas de telefonía móvil, en particular, el de Apple», señalando además que en el asunto de que conoce aplica específicamente el régimen jurídico brasileño a los hechos de que se trata.

En primer lugar, Apple modificó en 2021 sus prácticas en respuesta a una investigación llevada a cabo por la Comisión de Comercio Leal de Japón (JFTC) y aplicó medidas voluntarias a nivel mundial para permitir que ciertas aplicaciones incluyeran un vínculo a sus propias páginas web. En ese mismo período, Epic Games demandó a Apple en Estados Unidos, alegando que dicha entidad había excluido de manera significativa la competencia al vincular sus tiendas de aplicaciones a sus sistemas de pago. Aunque la demanda de Epic Games no prosperó en este caso en lo que concierne a la vinculación con sistemas de pago, en su resolución de 2021 el Tribunal consideró que las disposiciones antidirección eran contrarias a la competencia. Posteriormente, en marzo de 2024, la Comisión Europea también exigió a Apple que eliminara sus disposiciones antidirección en relación con las aplicaciones de música en *streaming*. Apple también ha realizado cambios en respuesta a una medida de ejecución de la Autoridad neerlandesa de Defensa de los Consumidores y de los Mercados para permitir sistemas de pago alternativos y eliminar las exigencias antidirección de las aplicaciones de citas en Países Bajos.

Corea, Europa y Japón han adoptado nuevas normas que abordan prácticas similares. Corea promulgó en agosto de 2021 la Ley de Telecomunicaciones, que exige a los operadores de tiendas de

aplicaciones (incluida Apple) que ofrezcan opciones de pago alternativas en sus aplicaciones. Con arreglo al Reglamento de Mercados Digitales de la Unión Europea, Apple está ahora obligada a permitir en su sistema operativo móvil sistemas de pago de terceros integrados en la aplicación. Entretanto, Japón promulgó en junio de 2024 la MSCA, que prohíbe a las plataformas impedir a otros desarrolladores de aplicaciones que utilicen opciones de pago alternativas en ellas.

Fuente: CADE, recurso n.º 08700.009932/2024-18, 14 de mayo de 2025, https://www.gov.br/cade/en/matters/news/cade-upholds-interim-measure-against-apple/copy_of_AppleAppeLACADEsDecisionEnligshversion.pdf; OECD (2024^[2]), *Competition Policy in Digital Markets: The Combined Effect of Ex Ante and Ex Post Instruments in G7 Jurisdictions*, https://www.oecd.org/en/publications/competition-policy-in-digital-markets_80552a33-en.html.

28. Como se aprecia en el Recuadro 5 en el caso de Apple, las soluciones adoptadas frente a la conducta de vinculación y venta por paquetes suelen buscar prohibir la vinculación ilegal, ofreciendo a los clientes la posibilidad de elegir libremente entre varios proveedores de servicios y abriendo los mercados pertinentes a la competencia. En función de la situación en particular, ello puede implicar la exigencia de segregar una parte de un servicio de otro servicio vinculado o permitir la interoperabilidad con proveedores rivales del servicio vinculado.

29. En el asunto brasileño referido a iFood, ya mencionado, también se impusieron exigencias de interoperabilidad, en virtud de las cuales iFood asumió el compromiso de permitir a desarrolladores externos el acceso a ciertas API para reducir los costes de explotación de algunos restaurantes que utilizan varias plataformas de reparto de comida. En el asunto relativo a la operación de concentración J3 Participações/Bus Serviços (descrito anteriormente), se establecieron compromisos de no discriminación para garantizar a terceros idéntico acceso e interoperabilidad con el Sistema de Distribución Global de la empresa, que agrega el inventario de operadores de autobuses para OTA. También se han impuesto requisitos de interoperabilidad en la región para promover la competencia en *fintech* y en pagos digitales en México y Brasil, (véanse, por ejemplo, (OECD, 2024^[18]) y (OECD, 2025^[19])). En Brasil, ello ha implicado el desarrollo de PIX, un sistema de pago instantáneo gestionado por el Banco Central de Brasil y concebido como arquitectura abierta e interoperable, y Open Finance, que establece normas obligatorias para integración del ecosistema financiero a través de API. En México, la Ley Fintech de 2018 impone que se promueva la interoperabilidad entre participantes.

30. En resumen, varios casos recientes registrados en LAC se han centrado en las prácticas de vinculación de plataformas digitales que suscitan inquietudes en materia de competencia en mercados vinculados, en los que se están estudiando o se han adoptado recientemente diversas soluciones en varios países. En esos casos, y con carácter más general, cabe considerar que la exigencia de interoperabilidad constituye una potencial repuesta para abrir mercados vinculados a la competencia, fomentando la elección de los consumidores y la innovación, como se ha visto en sectores vinculados como el de los pagos digitales.

2.4. Autopreferencia

31. Cada vez más, la autopreferencia se está convirtiendo en un problema en los mercados digitales, también en LAC. En cierto sentido, esos problemas relacionados con la autopreferencia pueden considerarse similares a las tradicionales teorías del daño por aprovechamiento, análogas a los elementos descritos más arriba, en virtud de los cuales las empresas aprovechan su poder en un mercado (por ejemplo, como plataforma de intermediación) para excluir a los competidores en otro mercado vinculado (por ejemplo, un mercado minorista descendente) (OECD, 2021^[6]). Más concretamente, se considera que se produce autopreferencia cuando las plataformas dominantes emplean su posición en un mercado para

favorecer sus propios productos en un mercado auxiliar (por ejemplo, mediante la atribución de una clasificación preferente), distorsionando la competencia en el mercado vinculado(OECD, 2024^[2]).

32. En LAC, se ha seguido en cierta medida la tendencia global de investigar a las plataformas por sus conductas de autopreferencia. Sin embargo, se han aplicado relativamente pocos remedios para atajar esas preocupaciones en concreto. Por ejemplo, el asunto sustanciado por el CADE contra Google Shopping se desarrolló en paralelo al procedimiento en el que se adoptó la conocida decisión de 2017 de la CE en el asunto Google Shopping 2017 en la que se declaró que Google había abusado de su posición dominante en las búsquedas generales en Internet para promocionar su propio servicio de comparación de compras. Sin embargo, el Tribunal del CADE resolvió, por mayoría de los votos, archivar el asunto en 2019, de manera que no se impusieron medidas (aunque sí se valoró la posibilidad de imponer alguna, tal y como se indica a continuación).⁹ En su investigación sobre Apple, resumida en el Recuadro 5, el CADE también analizó alegaciones en el sentido de que Apple estaba favoreciendo sus propias aplicaciones.¹⁰

33. En la investigación en curso sobre Amazon y Mercado Libre, antes mencionada, el COFECE también está examinando ciertas conductas, replicando otras investigaciones sobre situaciones de autopreferencia destacadas que se están llevando a cabo en otras jurisdicciones. En Italia, la Unión Europea y el Reino Unido,¹¹ las autoridades de competencia han concluido sus investigaciones sobre Amazon en relación con el hecho de que dicha entidad atribuya una calificación favorable a productos de minoristas que utilizan sus servicios de entrega, a través del mecanismo «Buy Box» de su plataforma.¹² Amazon ha reaccionado asumiendo compromisos en Reino Unido y la Unión Europea para garantizar el acceso a la Buy Box en pie de igualdad a todos los minoristas que utilizan Amazon Marketplace,¹³ y se le ha exigido también que modifique sus prácticas en Italia.

34. La COFECE señaló preocupaciones similares en su dictamen preliminar, en el que sugirió que Amazon y Mercado Libre estaban favoreciendo sus propios servicios de logística a través de la Buy Box.¹⁴ En respuesta, el dictamen preliminar de COFECE propone que Amazon y Mercado Libre modifiquen los criterios de ponderación de la Buy Box de manera que la solución logística concreta elegida por el minorista para el artículo en cuestión deje de ser un factor pertinente a efectos de incluirlo en la Buy Box y se tenga en cuenta, en cambio, la eficiencia y el rendimiento de la solución logística pertinente.

35. Existen otros ejemplos en la región en los que se han examinado supuestos de autopreferencia. Por ejemplo, en 2018, la SIC de Colombia autorizó de manera provisional una operación de concentración entre la aerolínea Avianca y Price Res para explotar la marca Avianca Tours, que ofrece paquetes turísticos y opera como una OTA. Lo más determinante es que se prohibió a Avianca aplicar precios discriminatorios que pudieran perjudicar a las OTA competidoras. En 2022, la SIC concluyó que Avianca había incumplido esa condición al ofrecer descuentos promocionales en Avianca Tours exclusivamente a clientes que adquirieran sus billetes a través de Avianca.com, perjudicando a otras OTA competidoras. Como consecuencia de esa investigación, ambas sociedades fueron sancionadas y se prohibió a Avianca ofrecer billetes de avión en condiciones que perjudicaran a las agencias de viajes competidoras.

36. Según ponen de manifiesto los citados asuntos, las soluciones para corregir las conductas de autopreferencia en los mercados digitales han incluido compromisos de comportamiento para cesar las conductas preferenciales. También cabría emplear recursos estructurales para abordar la causa subyacente a los problemas de autopreferencia,¹⁵ aunque estos se aplican con mucha menos frecuencia en asuntos sobre comportamientos.

37. En conclusión, en este momento únicamente existen algunos pocos ejemplos de soluciones que abordan los comportamientos autopreferentes emergentes en LAC. Sin embargo, es probable que tales comportamientos sigan suscitando preocupación en ese sector, a la luz de la elevada interconexión de los mercados digitales y la falta de transparencia sobre el funcionamiento de los algoritmos que aplican las plataformas dominantes.

3 Planteamiento de las autoridades en cuanto a los remedios aplicables en mercados digitales

38. Esta sección se centra en las tendencias generales que se aprecian en relación con los planteamientos adoptados por las autoridades en lo que a remedios en los mercados digitales se refiere, examinando en primer lugar la situación en América Latina y el Caribe y comparándola con ejemplos de otras regiones consideradas relevantes, y destacando las oportunidades para afrontar retos particulares y mejorar la aplicación de la normativa de cara al futuro. En concreto, en esta sección se estudian los tipos de remedios aplicados, la utilización de medidas cautelares y procedimientos de compromiso, y el LACance de los efectos extraterritoriales.

3.1. Tipos de remedios aplicados

39. En los asuntos referidos a mercados digitales en LAC expuestos en la sección 2, los remedios de naturaleza conductual son los más aplicados por las autoridades de competencia, mientras que, hasta el momento, y en línea con la tendencia a nivel mundial, no se han aplicado remedios estructurales para resolver situaciones problemáticas en los mercados digitales. Es posible que no todos los organismos encargados de velar por el cumplimiento de la normativa tengan a su disposición remedios estructurales en el contexto de investigaciones de abusos de posición dominante, o que, de estar disponibles, su aplicación esté sujeta a requisitos más estrictos. Con todo, las autoridades de competencia de Estados Unidos y la Unión Europea han intentado aplicar remedios estructurales en varios asuntos de gran repercusión en materia de cumplimiento de la normativa, incluidos algunos relativos a los servicios técnicos de búsqueda y anuncios de Google.¹⁶

40. En este contexto, las autoridades de competencia y los tribunales de la región han prestado mayor atención a la concepción de remedios de comportamiento de distinto grado de complejidad en los mercados digitales. A la vista de lo anterior, los remedios relacionados con disposiciones contractuales, como los acuerdos de exclusividad o las cláusulas NMF, pueden ser más fáciles de concebir y aplicar. Sin embargo, las soluciones efectivamente aplicadas en aquellos asuntos no resultaron necesariamente simples. Por ejemplo, en los asuntos brasileños iFood y Gympass tuvieron que fijarse muchos umbrales cuantitativos diferentes en función de los tipos de acuerdos de exclusividad que pudieran surgir.

41. En LAC las autoridades de competencia también han estudiado la posibilidad de aplicar remedios del lado de la demanda, por ejemplo, en el asunto Google Shopping, tramitado en Brasil. Aunque, en última instancia, el CADE decidió mediante votación archivar el asunto, tres consejeros declararon expresamente que era posible aplicar remedios del lado de la demanda para resolver los problemas en materia de competencia detectados, como utilizar la información sobre el comportamiento para diseñar interfaces para los usuarios en las que pudieran elegir entre Google Shopping y servicios alternativos con otros precios a efectos de comparación.

42. Así, una mayor atención a las preocupaciones en materia de competencia en los mercados digitales y la mayor complejidad de estas han constituido un factor que ha impulsado a las autoridades de competencia a aplicar remedios más complejos, en lugar de imponer simples prohibiciones. Cabría afirmar que esas tendencias están intrínsecamente vinculadas, debido a la presencia de plataformas que actúan como cuellos de botella o «guardianes de acceso», cuyo comportamiento no puede corregirse siempre mediante obligaciones negativas puntuales y que exigen la «aplicación de medidas análogas a medidas regulatorias» (Ibáñez Colomo, 2025^[20]). A la luz de lo anterior, Ibáñez Colomo (2025^[20]) señala que, en el contexto de la Unión Europea, esas medidas colocan a las autoridades de competencia y a los tribunales en la posición de organismos reguladores, incluso en situaciones en las que no necesariamente disponen de la pericia o de los recursos para concebir, supervisar y hacer cumplir esas soluciones.

43. También son relevantes los efectos derivados de la acumulación de errores, toda vez que las autoridades deben adoptar muchas decisiones a lo largo de una investigación, lo cual incluye en primer lugar apreciar la existencia de una infracción y, en segundo lugar, adoptar una decisión sobre el LACance adecuado de la solución que debe adoptarse (Lancieri and Pereira Neto, 2022^[21]). Ello apunta a que, cuanto mayor certeza tengan las autoridades (o los tribunales) sobre el LACance del perjuicio a la competencia, más firmes deberían ser las soluciones (o, a la inversa, cuanto menor certeza se tenga sobre el perjuicio a la competencia, más comedida debería ser su intervención). Además, cualquier riesgo de intervención excesiva o insuficiente a la hora de concebir medidas correctivas puede verse agravado en el contexto de los mercados digitales, que son altamente dinámicos.

44. Para contribuir a mitigar esos riesgos, las autoridades pueden basarse en asuntos o soluciones similares de otros países, a fin de concebir remedios específicos aplicables a sus propias jurisdicciones (que se comentan más adelante). La consulta a los operadores o a los expertos técnicos del sector puede servir de ayuda para concebir soluciones eficaces en mercados complejos. Por ejemplo, las medidas cautelares impuestas por el CADE proponen que los detalles concretos de la obligación de Apple de permitir que se distribuyan aplicaciones fuera de su tienda deberían confirmarse como parte de un proceso colaborativo y supervisado, controlado por el CADE y posiblemente por expertos independientes.

45. Además, la supervisión permanente de las soluciones no solo puede utilizarse para comprobar el cumplimiento de las medidas de que se trate por parte de las empresas, sino también para analizar si ese remedio está teniendo el efecto pretendido de promover la competencia. La apreciación *ex post* de las soluciones también pueden emplearse para evaluar la eficacia de los remedios *a posteriori*, contribuyendo incluso a identificar aspectos mejorables o lecciones a extraer de la experiencia acumulada (véase por ejemplo (OECD, 2023^[22])).

3.2. Surgimiento de las medidas cautelares

46. Como se indica en (OECD, 2024^[7]), las medidas cautelares constituyen herramientas relevantes utilizadas en los países de LAC para impedir un menoscabo de la competencia mientras está en curso una investigación sobre abuso de posición dominante.

47. En varios de los asuntos concretos mencionados en la 2, se hizo uso de medidas cautelares. Por ejemplo, en Brasil, en los asuntos iFood y Gympass, el CADE impuso medidas cautelares en ambos casos antes de pactar, en última instancia, con las partes. En Argentina, la CNDC recomendó que se aplicaran a WhatsApp medidas cautelares que fueron posteriormente ratificadas por la Cámara Federal de Apelaciones. Las medidas cautelares recientemente adoptadas por el CADE contra Apple en relación con la vinculación, por parte de dicha entidad, de sus servicios de pago en su aplicación también fueron ratificadas en diversas fases de apelación, tanto por los tribunales ordinarios como por el del CADE.

48. El recurso a medidas cautelares en mercados digitales de rápida evolución puede mejorar la capacidad de las autoridades de competencia para reaccionar puntualmente a las acuciantes amenazas

a las que se enfrentan en unos mercados dinámicos. Sin embargo, ello exige lograr un delicado equilibrio entre la necesidad de actuar con rapidez y los riesgos derivados de una actuación mal dirigida o injusta desde el punto de vista procedimental. A la luz de lo anterior, el control judicial es un elemento esencial del proceso, que permite un examen independiente de la legalidad y de la necesidad de adoptar medidas cautelares, garantizando que las actuaciones en pro de la aplicación de la normativa sean responsables y eficaces (OECD, 2024^[7]).

49. Es preciso tener en cuenta además que la naturaleza de las medidas cautelares, junto con las restricciones operativas inherentes a su concepción mientras está en curso una investigación, implica que pueden servir más a mantener el *status quo* que a resolver de manera proactiva un perjuicio a la competencia. Por ejemplo, las medidas cautelares adoptadas en el asunto iFood no exigían a esa entidad que pusiera fin a sus acuerdos de exclusividad en vigor sino únicamente que no celebrara nuevos acuerdos de ese tipo. En este sentido, es posible que las medidas cautelares no logren cumplir los objetivos declarados de «prevenir futuros perjuicios a la competencia» y «garantizar el funcionamiento normal de las empresas en el mercado de los pedidos y reparto de comida en línea» (Kira, 2023^[23]).

50. De cara al futuro, en línea con lo indicado en (OECD, 2024^[7]), un manejo cuidadoso de las complejidades vinculadas a las medidas cautelares por parte de las autoridades de competencia permitirá a los organismos de aplicación de la normativa beneficiarse de una valiosa herramienta para abordar los problemas en materia de competencia que surgen en mercados altamente dinámicos y de rápida evolución, como los mercados digitales. Además, las medidas cautelares y los procedimientos de compromiso pueden complementarse y generar buenos resultados, tal y como se indica más adelante. Por ejemplo, en el contexto de la Unión Europea, un informe de la Comisión Europea declara que (2025^[24]) negociar soluciones después de haber impuesto medidas cautelares puede acelerar que se llegue a un remedio adecuado, pues la empresa ya ha interrumpido su conducta infractora y puede tener un mayor interés en hallar una solución y en que se ponga fin a la investigación.

3.3. Prevalencia de las soluciones que revisten la forma de compromiso

51. Otra pieza importante en el arsenal de herramientas de aplicación de la normativa a disposición de las autoridades de competencia en LAC es la posibilidad de aceptar compromisos voluntarios y negociados mientras se está realizando una investigación. En Brasil, los asuntos iFood y Gympass se resolvieron en última instancia mediante compromisos, siguiendo la tendencia de la práctica del CADE en el ámbito de los mercados digitales de utilizar tales pactos para resolver los asuntos rápidamente y mitigar asimetrías en la información (Kira, 2023^[23]). La investigación de las plataformas de reparto de comida Uber Eats, PedidosYa y Rappi de la FNE también concluyó con compromisos.

52. La asunción de compromisos por parte de las empresas investigadas puede contribuir a que los asuntos se resuelvan de manera puntual y eficaz (OECD, 2016^[25]), poniendo fin al correspondiente comportamiento contrario a la competencia. Es de destacar que los procedimientos de compromiso aplicados en Brasil en los asuntos relativos a iFood y Gympass permitieron que afloraran nuevas cuestiones problemáticas (en particular, relativas a los perjuicios derivados de las cláusulas NMF impuestas por las plataformas) que no habían sido abordadas mediante las medidas cautelares iniciales, pero que pudieron resolverse en las decisiones de compromiso definitivas. En el contexto de la Unión, un informe de la Comisión Europea (2025^[24]) llegó a la conclusión de que el recurso a compromisos también atribuye a las autoridades de competencia mayor potestad discrecional en cuanto al remedio elegido, pero que se ve limitada por el requisito previo de cooperación por la empresa.

53. Los procedimientos de compromiso también brindan a la empresa y a la autoridad de competencia la oportunidad de convenir las condiciones específicas y detalladas con arreglo a las cuales se aplicará una solución, en lugar de establecer un planteamiento de principio para atajar la conducta y evaluar el cumplimiento técnico de esa solución en una fase posterior (Ibáñez Colomo, 2025^[20]).⁰ Ello permite

fomentar la transparencia en una fase anterior del proceso, lo cual incluye recabar información de terceros sobre el carácter adecuado del remedio antes de que se llegue a un acuerdo al respecto, frente a la opacidad a la hora de determinar si una empresa está cumpliendo una obligación de principio.

54. Parte de esa diferencia resulta del hecho de que, en algunos países, que el remedio sea impuesto por la autoridad o que la autoridad acepte un compromiso incide en la medida en que debe consultarse a terceros. Por ejemplo, a menudo se exige una fase de consulta pública para aceptar compromisos (también denominada «*market testing*»), mientras que la adopción de una decisión formal por parte de la autoridad (que puede imponer remedios) no está sujeta al mismo requisito. Sin embargo, las autoridades pueden decidir hasta qué punto incluyen la consulta pública a sus procesos, incluso cuando no se inician procedimientos de compromiso, con el objeto de mejorar la eficacia de las soluciones. Por ejemplo, en relación con el asunto referido a Apple en Brasil, el CADE celebró una audiencia pública para debatir sobre la competencia en los ecosistemas digitales en relación con los sistemas operativos iOS de Apple y Android de Google, en el marco de la cual Apple y otros interesados del mundo de la empresa, de la sociedad civil y académico tuvieron la ocasión de exponer su postura al CADE, y presentar contribuciones por escrito.

55. Sin embargo, la aceptación de compromisos genera el riesgo de que existan menos precedentes legales, es decir un menor volumen de decisiones que apliquen la normativa de las autoridades de competencia o una menor jurisprudencia generada mediante resoluciones judiciales o recursos (OECD, 2016^[25]). Esos precedentes legales pueden proporcionar aclaraciones para esos organismos y las empresas en un país, mejorando la comprensión de lo que constituye un comportamiento contrario a la competencia y promoviendo buenos resultados en el sector.

56. En consecuencia, como ocurre con el uso de medidas cautelares, los procedimientos de compromiso siguen constituyendo una herramienta válida de la que disponen las autoridades de competencia para resolver de manera puntual y efectiva situaciones problemáticas en el ámbito de la competencia en los mercados digitales. En particular, pueden promover buenos resultados al permitir que se efectúen consultas detalladas a terceros sobre el modo concreto en las que han de cumplirse las obligaciones correctoras. Sin embargo, es preciso ponderar con cautela los riesgos a largo plazo que pueden derivarse de la existencia de menos precedentes legales mediante el uso de decisiones formales de prohibición y del control judicial.

3.4. Efectos extraterritoriales

57. Las dificultades que se derivan de la naturaleza transfronteriza de las actividades de las plataformas y ecosistemas resultan cruciales a la hora de aplicar remedios en el ámbito de los mercados digitales. Aunque muchas grandes plataformas digitales operan realmente a nivel mundial, también existen varios grandes operadores que realizan actividades en varias jurisdicciones de LAC.

58. En este contexto, los remedios que aplica una autoridad de competencia pueden tener efectos extraterritoriales al exigir a las plataformas modificar su actividad más allá de las fronteras de la jurisdicción correspondiente. Ello obedece a razones de eficacia, en función de las limitaciones técnicas o del coste que implica separar las actividades en la jurisdicción de que se trata. Con carácter alternativo, las plataformas pueden introducir cambios de mayor LACance territorial para evitar la potencial intervención de autoridades reguladoras o de aplicación de la normativa en otras jurisdicciones. (OECD, 2023^[26]; 2024^[2]).

59. Sin embargo, parece que, en la práctica, son escasas las situaciones en las que las plataformas aplican voluntariamente las mismas medidas fuera de la jurisdicción en cuestión (OECD, 2024^[2]). Lo más común es que se produzca una situación de convergencia *de facto* que surge cuando muchas autoridades de competencia han detectado los mismos problemas, lo cual da lugar a que las plataformas vayan

ajustando de manera paulatina su comportamiento de una jurisdicción a otra. Esos ajustes pueden producirse porque muchas jurisdicciones imponen remedios idénticos o similares o porque la plataforma propone compromisos análogos en cada caso (OECD, 2024^[21]).

60. Teniendo en cuenta el abanico de recursos existentes en relación con los mercados digitales que se han expuesto en la sección 2, existen pocos casos en los que las plataformas hayan aplicado de manera voluntaria o unilateral recursos de LACance extraterritorial. No obstante, es más común hallar ejemplos de asuntos que han sido examinados en varias jurisdicciones, tanto de LAC como de fuera de la región, en las que se han aplicado remedios similares. Por ejemplo, como se ha destacado en la sección 2, las medidas cautelares impuestas por la CNDC en Argentina a WhatsApp eran generalmente acordes a las aplicadas en otros países, como Alemania y Turquía, lo que generó cierta convergencia en las prácticas de WhatsApp en esas jurisdicciones.

61. En algunos supuestos, los asuntos sustanciados en otros países pueden influir en la solución que conciba la autoridad de competencia o el tribunal pertinente en LAC. En Brasil, en los asuntos en materia de OTA se adoptó el mismo enfoque que habían aplicado las autoridades antimonopolio de Europa, mientras que la decisión que se adoptó en ese país sobre Apple menciona el hecho de que ya se había exigido a Apple practicar ajustes similares en la Unión Europea y en Estados Unidos, tal como se expone sucintamente en la sección 2.

62. Dado el escaso número de supuestos de aplicación extraterritorial de remedios, es evidente que las autoridades de competencia no podrán basarse en las actuaciones realizadas en otras jurisdicciones para atajar los problemas en materia de competencia surgidos en sus propios países. En consecuencia, las autoridades deberán estudiar si es preciso aplicar remedios concretos en el ámbito local. Ello proporciona a los países la clara oportunidad de basarse en remedios que ya se han aplicado en otros lugares, lo cual puede llevar a imponer soluciones igualmente efectivas con menores complicaciones para la autoridad de aplicación, que pueden resultar particularmente importantes en la región de LAC (Gawer and Bonina, 2024^[27]). También puede brindar la ocasión de adoptar y mejorar medidas sobre la base de las lecciones extraídas de otras jurisdicciones. La naturaleza transfronteriza de las actividades de las plataformas pone de manifiesto la necesidad de que las autoridades de competencia se coordinen para minimizar las divergencias y fomentar buenos resultados para profesionales y consumidores.

63. Además, algunas jurisdicciones que no pertenecen a la región LAC han impulsado la regulación *ex ante* en el ámbito de los mercados digitales. Ello implica que, en esas jurisdicciones, los remedios introducidos como parte de los procedimientos de investigación de una situación de abuso de posición dominante o de control de concentraciones puede operar junto con esas soluciones regulatorias que pueden incluso estar dirigidas a corregir una misma conducta. Actualmente se están analizando propuestas de este tipo en la región de LAC, en particular en Brasil, país en el que el Ministerio de Hacienda inició una consulta pública y emitió un informe de 2024 recomendando nuevas herramientas regulatorias para encarar las preocupaciones en materia de competencia en el ámbito de los mercados digitales. Ese estudio propone atribuir nuevas competencias al CADE para designar a las grandes plataformas digitales como «sistemáticamente relevantes» con el fin de promover la disputabilidad, la libertad de elección y la transparencia. El informe pone de manifiesto las limitaciones de la tradicional normativa antimonopolio para enfrentar los retos que suscitan las plataformas digitales, habida cuenta de la naturaleza de las amenazas para la competencia, que se apartan de los paradigmas tradicionales, y de las herramientas analíticas, que fueron concebidas para mercados tradicionales pero que resultan inadecuadas para gestionar las complejas dinámicas digitales (Brazilian Ministry of Finance, 2024^[28])

64. Esas consideraciones también ponen de manifiesto la importancia de la cooperación internacional para mitigar el coste de las discrepancias y evitar los riesgos de una creciente fragmentación, a medida que se incrementa el número de asuntos y la variedad de los remedios y normas en las distintas jurisdicciones. Sin embargo, esta situación puede vislumbrarse como una mayor oportunidad para que las autoridades de competencia y los legisladores aprendan de los remedios antimonopolio y de las normas

ex ante de otras jurisdicciones, observando los cambios que resultan más eficaces para mejorar los resultados en materia de competencia. Examinar cuidadosamente las soluciones pactadas o impuestas en otras jurisdicciones también puede contribuir a que las autoridades desarrollen y apliquen en sus propias jurisdicciones remedios efectivos más rápidamente y con menos complicaciones, al tiempo que mantienen la flexibilidad para adaptar las soluciones a fin de abordar de la mejor manera posible los perjuicios ocasionados a nivel local.

4 Conclusiones

65. En línea con las tendencias registradas a nivel mundial, las autoridades de competencia de América Latina y el Caribe han examinado un número cada vez mayor de asuntos relacionados con mercados digitales en los que abordan diversas cuestiones preocupantes en materia de competencia, incluidos los acuerdos de exclusividad y las cláusulas NMF, la utilización y combinación de datos, las prácticas de vinculación y venta por paquetes y la autopreferencia. Es evidente que se trata de una tendencia reciente y emergente, dado que la mayor parte de los asuntos clave que se mencionan en este informe se han producido en los últimos cinco años.

66. Además, aunque cabe que otras autoridades de competencia aún no hayan efectuado intervenciones de amplio LACance en el ámbito de los mercados digitales, la importancia cada vez mayor de este sector, junto con los matices locales de esos mercados exigirá de esas autoridades un control permanente.¹⁷ En efecto, los asuntos analizados en este trabajo demuestran que muchas investigaciones se han centrado en las llamadas *local techs*, con poder de mercado a nivel nacional o regional, así como en las *big techs*. Como se ha destacado anteriormente, las limitadas pruebas de los efectos extraterritoriales de los remedios en los mercados digitales implican que las autoridades deben estudiar si está justificado actuar en sus propias jurisdicciones.

67. La creciente complejidad de los mercados digitales y los problemas de competencia que surgen en ese sector pueden aumentar a su vez la complejidad de los remedios que se precisan para atajar esos problemas. Para mitigar potenciales riesgos y promover resultados eficaces en los mercados digitales, las autoridades de competencia disponen de un abanico de herramientas. Por ejemplo, las autoridades de competencia pueden basarse en asuntos o remedios similares aplicados en otros países, extrayendo lecciones de sus éxitos y fracasos. Es posible que, para apoyar el desarrollo de soluciones complejas, los expertos técnicos tengan que desempeñar un papel crucial o que resulte preciso consultar en mayor medida a terceros y a partes interesadas, en la medida en que lo permitan los regímenes aplicables.

68. Las medidas cautelares y los procedimientos de compromiso también pueden constituir valiosas herramientas para corregir perjuicios de forma puntual y colaborativa, sin olvidar los riesgos que hay que ponderar. Además, la supervisión permanente y la apreciación *ex post* de los remedios constituyen herramientas muy útiles para evaluar la eficacia de las soluciones, permitiendo incluso detectar ámbitos de mejora de cara al futuro (véase (OECD, 2023^[22]) para información sobre el reciente informe de la Comisión Europea (2025^[24]) a modo de ejemplo).

69. Las autoridades de competencia de la región también han mostrado interés en recurrir a remedios más novedosos en pro de la competencia, como exigencias de interoperabilidad o recursos del lado de la demanda, a efectos de resolver los perjuicios ocasionados en ese sector o en sectores vinculados. Entre otras cosas, esos recursos pueden abrir para las autoridades una vía para restablecer la competencia de manera proactiva en un mercado concreto y no únicamente poner fin a la conducta existente, aunque la medida en que esa actuación resulta posible dependerá del régimen que resulte aplicable.

70. En algunas jurisdicciones no pertenecientes a LAC que han adoptado normativa *ex ante* para los mercados digitales, esas soluciones regulatorias pueden operar en paralelo con las medidas introducidas en el contexto de procedimientos de abuso de posición dominante o de control de las concentraciones. Las autoridades de competencia y los legisladores de LAC pueden observar la manera en que se aplican

esas normativas y los recursos antimonopolio tradicionales en otras jurisdicciones para concebir remedios eficaces en sus propios países.

Bibliografía

- Brazilian Ministry of Finance (2024), *Digital Platforms: Competition Aspects and Regulatory Recommendations for Brazil*, <https://www.gov.br/fazenda/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/relatorios/sre/digital-platforms-competition-regulatory-recommendations-brazil-en.pdf>. [28]
- Canales, M. and M. de Souza (2022), “What’s Up, Latin America? Between Competition, Data and Consumer Protection”, *GRUR International*, <https://academic.oup.com/grurint/article/71/10/967/6659783>. [15]
- European Commission: Directorate-General for Competition, GRIMALDI ALLIANCE, NERA, Sciaudone, F., Neri, A. et al. (2025), *Ex post evaluation of the implementation and effectiveness of EU antitrust remedies - Final report*, <https://data.europa.eu/doi/10.2763/4894234>. [24]
- Fernandes, V. (2024), “Lost in translation? Critically assessing the promises and perils of Brazil’s Digital Markets Act proposal in the light of international experiments”, *Computer Law & Security Review: The International Journal of Technology Law and Practice*, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0267364924000049>. [11]
- Gawer, A. and C. Bonina (2024), “Digital platforms and development: Risks to competition and their regulatory implications in developing countries,”, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1471772724000253>. [27]
- Ibáñez Colomo, P. (2025), “Remedies in EU Antitrust Law”, *Journal of Competition Law & Economics*, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5028492>. [20]
- Kira, B. (2023), “Is iFood Starving the Market? Antitrust Enforcement in the Market for Online Food Delivery in Brazil”, *World Competition Law and Economics Review*, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4422316>. [23]
- Lancieri, F. and C. Pereira Neto (2022), “Designing remedies for digital markets: The interplay between antitrust and regulation”, *Journal of Competition Law and Economics*, <https://doi.org/10.1093/joclec/nhab022>. [21]
- OECD (2025), “Competition in mobile payment services”, *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 324, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/0ce6b5d3-en>. [19]
- OECD (2024), *Competition Policy in Digital Markets: The Combined Effect of Ex Ante and Ex Post Instruments in G7 Jurisdictions*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/80552a33-en>. [2]
- OECD (2024), “Competition, Fintechs and Open Banking: An overview of recent developments in Latin America and the Caribbean”, *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 313, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/de9fe6b4-en>. [18]
- OECD (2024), “Interim measures in abuse of dominance investigations in Latin America and the Caribbean”, *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 312, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/277a60aa-en>. [7]

- OECD (2024), "The intersection between competition and data privacy", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 310, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/Odd065a3-en>. [12]
- OECD (2023), "Ex-post Assessment of Merger Remedies", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 302, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/84c232b6-en>. [22]
- OECD (2023), *G7 inventory of new rules for digital markets: Analytical note*, <https://www.oecd.org/competition/analytical-note-on-the-G7-inventory-of-new-rules-for-digital-markets-2023.pdf>. [26]
- OECD (2022), *OECD Handbook on Competition Policy in the Digital Age*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/c8c1841b-en>. [1]
- OECD (2022), "Remedies and Commitments in Abuse Cases", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 288, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b975b0e3-en>. [4]
- OECD (2021), "Abuse of dominance in Digital Markets", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 256, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/4c36b455-en>. [5]
- OECD (2021), "Data Portability, Interoperability and Competition", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 260, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/73a083a9-en>. [16]
- OECD (2021), "Efficiency Analysis in Vertical Restraints", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 254, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/7108965c-en>. [8]
- OECD (2021), "Ex Ante Regulation and Competition in Digital Markets", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 272, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/c83e178d-en>. [6]
- OECD (2020), "Conglomerate Effects of Mergers", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 250, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/5d906463-en>. [17]
- OECD (2020), *Going Digital in Brazil*, OECD Reviews of Digital Transformation, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/e9bf7f8a-en>. [14]
- OECD (2016), "Commitment Decisions in Antitrust Cases", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 190, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/bf426e05-en>. [25]
- OECD (2012), "Remedies in Merger Cases: Key findings, summary and notes", *OECD Roundtables on Competition Policy Papers*, No. 125, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/51e1d94a-en>. [3]
- Renzetti, B. and D. de Oliveira (2025), "Is There A Brazilian Experience With Remedies In Digital Markets? An Empirical Analysis Of Decisions By Cade", *Brazil's Competition Law Review (Revista de Defesa da Concorrência)*, <https://revista.cade.gov.br/index.php/revistadedefesadaconcorrancia/issue/view/68>. [10]
- SIC (2019), *Estudios de Mercado: Plataformas digitales de emparejamiento de servicios de alojamiento turístico*, https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion_Competencia/Estudios_Economicos/EM - Plataformas Digitales2019.pdf. [9]

World Bank et al. (2022), *Internet Access and Use in Latin America and the Caribbean : From the LAC High Frequency Phone Surveys 2021 (English)*, [13]
<http://documents.worldbank.org/curated/en/099830109122267088>.

Notas

¹ Téngase en cuenta que, por lo general, no existen recursos disponibles en casos de cárteles intrínsecamente nocivos.

² Investigación administrativa del CADE n.º 08700.004426/2020-17.

³ *Booking.com to Amend Parity Provisions Throughout Europe*, 25 de junio de 2015, <https://news.booking.com/fr-be/bookingcom-to-amend-parity-provisions-throughout-europebef/>.

⁴ *Booking, Decolar, and Expedia reach Cease and Desist Agreement with CADE*, 29 de marzo de 2018, <https://www.gov.br/cade/en/matters/news/booking-decolar-and-expedia-reach-cease-and-desist-agreement-with-cade>. Nótese que la Ley de Defensa de Competencia de Brasil establece un umbral del 20% para determinar la existencia de una posición dominante.

⁵ Véase, por ejemplo, el comunicado de prensa que acompaña la resolución de la Bundeskartellamt de 6 de febrero de 2019, B6-22/16, Facebook.

⁶ Ello puede producirse mediante vinculación técnica, que incluye restringir la interoperabilidad con productos de empresas rivales, o mediante vinculación contractual, que exige a los clientes adquirir productos conjuntamente (OECD, 2020^[17]).

⁷ Puede revestir la forma de venta por paquetes pura, en cuyo contexto los productos solo están disponibles para su venta de manera conjunta, o de venta por paquetes mixta, en la que los productos pueden adquirirse por separado, pero están disponibles de manera conjunta con sujeción, por lo general, a un descuento (OECD, 2020^[17]).

⁸ COFECE, Expediente IEBC-001-2022, Dictamen preliminar emitido el 6 de febrero de 2024.

⁹ Véase la contribución de Brasil a la Sesión II del Foro Global de Competencia de la OCDE: Abuse of dominance in digital markets (2020), [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/GF/WD\(2020\)7/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/GF/WD(2020)7/en/pdf).

¹⁰ CADE, recurso n.º 08700.009932/2024-18, 14 de mayo de 2025, https://www.gov.br/cade/en/matters/news/cade-upholds-interim-measure-against-apple/copy_of_AppleAppeLACADEsDecisionEnligshversion.pdf

¹¹ Decisión de la AGCM de 9 de diciembre de 2021, A528 FBA Amazon; Decisión de la CE de 20 de diciembre de 2022, AT.40462, Amazon Marketplace; Decisión de la CMA de 3 de noviembre de 2023, 51184, Amazon Marketplace.

¹² Las ofertas de la «Buy Box» se muestran de manera destacada y permiten a los consumidores comprar rápidamente el artículo haciendo clic en un botón de «compra».

¹³ Únicamente en la Unión Europea (excluida Italia), Amazon también se ha comprometido a introducir una segunda Buy Box para ofrecer una mayor oferta a los consumidores y brindar más oportunidades a los minoristas.

¹⁴ COFECE, Expediente IEBC-001-2022, Dictamen preliminar emitido el 6 de febrero de 2024.

¹⁵ Por ejemplo, se estudiaron en relación con los servicios técnicos de anuncios de Google en Europa (Asunto CE, AT.40670) y en Estados Unidos (United States v. Google LLC (2023)).

¹⁶ United States v. Google LLC (2020); Asunto de la CE, AT.40670, Google - Adtech and Data-related practices; United States v. Google LLC (2023).

¹⁷ Por ejemplo, en El Salvador, la plataforma líder en el mercado del reparto de comida Hugo fue adquirida por Delivery Hero en 2021, antes de cerrar en 2023. Ese asunto permite destacar la importancia, para las autoridades de competencia de muchas jurisdicciones, de abordar los problemas de competencia en los mercados digitales a nivel local y, en particular, de considerar los posibles remedios. Véase <https://www.deliveryhero.com/newsroom/delivery-hero-acquires-hugo-food-and-grocery-delivery-verticals/> y <https://restofworld.org/2023/delivery-app-hugo-el-salvador-shutting-down/>.