

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE****LATIN AMERICAN AND CARIBBEAN COMPETITION FORUM (Spanish version) FORO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE COMPETENCIA****Sesión III: Enfoques prácticos para evaluar mercados de plataformas digitales para la aplicación de la normativa de competencia – Solicitud de contribuciones****24-25 de septiembre 2019, San Pedro Sula, Honduras**

Se hace circular el documento adjunto para la preparación del debate que tendrá lugar durante la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia los días 24 y 25 de septiembre 2019 en Honduras. Las contribuciones por escrito para dicha sesión deberán llegar a la Secretaría el 2 de septiembre 2019 a más tardar. Les agradeceríamos que avisaran antes del 16 de agosto de 2019 si tienen la intención de presentar una contribución.

Sr. James Mancini, Experto en Competencia – James.MANCINI@oecd.org.

Sra. Lynn Robertson, Gerente GFC, LACCF ; Experto en Competencia - Lynn.Robertson@oecd.org.

JT03450324

Sesión III: Enfoques prácticos para evaluar mercados de plataformas digitales para la aplicación de la normativa de competencia – Solicitud de contribuciones

Introducción

1. El Foro Latinoamericano y del Caribe de Competencia (FLACC) de este año presentará una mesa redonda sobre «enfoques prácticos para evaluar mercados de plataformas digitales para la aplicación de la normativa de competencia». Le escribo para proporcionarle información complementaria al respecto y para invitarle a que presente una propuesta por escrito para incluirla en la Mesa Redonda.
2. Los mercados de plataformas digitales ocupan una parte importante de la literatura académica en materia de competencia, así como de los debates en foros internacionales como la OCDE. Esta relevancia refleja tanto el impacto de estos mercados como los desafíos que pueden presentar.
3. Existe una amplia gama de sectores que incluyen plataformas digitales, como pueda ser el comercio minorista, el turismo y los viajes, las finanzas y los medios de comunicación. Su tamaño es considerable: 7 de las 10 empresas más importantes del mundo en términos de capitalización bursátil operan plataformas digitales,¹ y las ventas de publicidad en Internet en 2018 superaron los 100.000 millones de dólares en Estados Unidos.²
4. Estas plataformas operan en mercados multilaterales (esto es, con múltiples «lados»), lo que significa que proporcionan diferentes servicios a diferentes grupos de consumidores interconectados. Esto genera unas dinámicas de mercado muy singulares, sobre todo debido a los positivos «efectos de redes» que experimentan los consumidores de un lado cuando aumenta el número de consumidores de otro lado del mercado. Cuando las plataformas toman decisiones en materia de precios y calidad, deben equilibrar la demanda en los diferentes lados del mercado (por ejemplo, consumidores de contenidos y anunciantes) y considerar las interrelaciones entre los lados.
5. En los mercados de plataformas digitales surgen varios problemas de cara a la aplicación de la normativa de competencia. La definición del mercado puede ser compleja, ya que puede que no esté claro si debe definirse un solo mercado o varios mercados en la plataforma. Las herramientas tradicionales –como la prueba SSNIP– requerirán ajustes, lo cual puede aumentar significativamente la complejidad y los requisitos de datos para las autoridades de competencia. Evaluar el poder de mercado –especialmente si un lado de la plataforma tiene un precio de cero– también puede ser complicado, dada la necesidad de hacer una evaluación que tenga en cuenta la plataforma en su conjunto y no los distintos lados de forma aislada.
6. A pesar de los numerosos artículos académicos existentes sobre estos temas, son escasas las orientaciones prácticas disponibles para las autoridades de competencia con respecto a la aplicación de la normativa en los mercados de plataformas digitales. La OCDE ha elaborado algunos recursos útiles, entre ellos una publicación sobre [el replanteamiento de las herramientas antimonopolio con respecto a la plataformas multilaterales](#), al tiempo que la Secretaría preparará un documento de base en el que se identificarán algunas consideraciones prácticas importantes. La mesa redonda será una oportunidad para debatir

estas consideraciones y comentar la experiencia de las autoridades de competencia en los mercados de plataformas digitales.

7. Me gustaría invitar a los delegados a que presenten sus contribuciones sobre los retos existentes en la aplicación de la normativa con relación a las plataformas digitales, siendo conscientes de que la experiencia de los participantes del FLACC es más limitada en estos mercados. En cualquier caso, las contribuciones de delegados que no tengan experiencia en casos de mercados de plataformas también serán bienvenidas. Invito por tanto a los delegados (con o sin experiencia práctica) a debatir aquellos asuntos que consideren relevantes para sus economías, las que en su opinión sean las mayores dificultades (tanto en casos reales como potenciales) a las que podrían enfrentarse y lo que deberían hacer para poder superar estas dificultades. Los delegados podrían compartir detalles sobre cómo toman sus autoridades actualmente la decisión (o cómo tiene previsto hacerlo en un futuro) de seguir adelante con un caso relacionado con plataformas digitales y cómo priorizan estos mercados. Asimismo, si han adoptado alguna medida para incrementar sus recursos de cara a la aplicación de la normativa en las plataformas digitales, o prevén dificultades a este respecto, sería de gran utilidad que compartieran sus puntos de vista. A fin de garantizar un debate debidamente centrado, me gustaría proponer que las contribuciones se enfoquen en las cuestiones de aplicación de la normativa, en lugar de en la promoción de la competencia.

8. Para ayudarles a preparar sus contribuciones, les remito al documento de base de la Secretaría que se distribuirá en breve, a la bibliografía sugerida que figura al final de la presente carta y a la lista detallada de preguntas que figura en el Anexo. La lista incluida en el Anexo no es exhaustiva, y se les anima a plantear y abordar otras cuestiones en sus presentaciones y durante el debate.

9. El sitio web del FLACC (oe.cd/laccf) será el principal vehículo para el envío de documentación y enlaces relacionados con este tema. A menos que se nos solicite expresamente lo contrario, la Secretaría reproducirá todas las contribuciones escritas en el sitio web.

10. Para preparar el debate de la mesa redonda de forma eficaz, le agradecería que comunicara a la Secretaría, no más tarde del **viernes 16 de agosto de 2019**, si tiene previsto realizar una contribución por escrito sobre el tema. Las presentaciones escritas deben enviarse no más tarde del **lunes 2 de septiembre de 2019** y el incumplimiento de este plazo puede dar lugar a que su contribución no se distribuya a tiempo antes de la reunión.

11. Todas las comunicaciones relativas a la documentación de esta mesa redonda deberán enviarse a la Sra. Angélique Servin (Angelique.SERVIN). Por favor, dirija todas las consultas importantes relacionadas con esta mesa redonda a la Sra. Lynn Robertson (Lynn.ROBERTSON@oecd.org) y al Sr. James Mancini (James.MANCINI@oecd.org).

Anexo: Recomendaciones de preguntas que han de tenerse en cuenta en las contribuciones de los países

Mesa redonda sobre «Enfoques prácticos para evaluar mercados de plataformas digitales para la aplicación de la normativa de competencia».

1. ¿Ha inspeccionado su autoridad una fusión o ha llevado a cabo un caso de aplicación normativa relacionado con un mercado digital o una firma digital (por ejemplo, una plataforma online, un operador de comercio electrónico, un desarrollador de software o un fabricante de tecnología digital)?
 - a. En caso afirmativo, sírvase proporcionar detalles de las empresas y los mercados en cuestión, los resultados y, de ser posible, los principales problemas a los que se ha enfrentado.
 - b. En caso negativo, ¿ha analizado su autoridad algún mercado multilateral ajeno al entorno digital (por ejemplo, periódicos, cadenas de radio o televisión)? ¿Con qué dificultades se enfrentaron al abordar la naturaleza multilateral de estos mercados? ¿Adaptaron su análisis de alguna manera para reflejar la relación entre los diferentes lados del mercado?
2. ¿Ha considerado su autoridad la posibilidad de investigar casos de aplicación normativa en algún mercado digital? ¿Qué factores han influido en su decisión de hacerlo? Por otro lado, si su autoridad no ha investigado ningún caso de este tipo, ¿qué factores han motivado esta decisión?
3. ¿Ha cooperado su autoridad con otras jurisdicciones en alguna investigación de un mercado digital? En caso afirmativo, ¿en qué consistió esta cooperación?
4. En los casos del entorno digital, ¿cómo traza su autoridad la línea divisoria entre la competencia, la protección del consumidor y las cuestiones de regulación del sector?
5. ¿Dispone su autoridad de herramientas, procesos o conocimientos específicos para gestionar las evidencias digitales o llevar a cabo el análisis de datos? En caso afirmativo, descríbalas.
6. ¿Ha implantado o preparado su autoridad alguna herramienta antimonopolio adaptada a los mercados digitales (por ejemplo, para la definición del mercado, etc.)?
7. ¿Ha realizado su autoridad algún estudio de mercado de los sectores digitales? ¿Han apoyado estos estudios de mercado la aplicación de la normativa o las labores de supervisión del mercado?
8. ¿Se siente su autoridad bien preparada y con recursos suficientes para llevar a cabo las labores de aplicación normativa en los mercados digitales?

Bibliografia sugerida

- Hovenkamp, E. (2019), “Platform Antitrust”, *Journal of Corporation Law*, Forthcoming, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3219396.
- OECD (2016), “Executive Summary of the [Hearing on Across-Platforms Parity Agreements](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/M(2015)2/ANN3/FINAL&doclanguage=en)”, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/M\(2015\)2/ANN3/FINAL&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/M(2015)2/ANN3/FINAL&doclanguage=en).
- OECD (2016), “[Big Data: Bringing Competition Policy into the Digital Era](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2016)14/en/pdf): Background note by the Secretariat”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2016\)14/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2016)14/en/pdf).
- OECD (2017), “Algorithms and Collusion: Competition Policy in the Digital Age”, www.oecd.org/competition/algorithms-collusion-competition-policy-in-the-digital-age.htm.
- OECD (2018), “Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms”, www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm.
- OECD (2018), “[Quality Considerations in Zero Price Markets](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)14/en/pdf): Background note by the Secretariat”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)14/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)14/en/pdf).
- OECD (2018), “[Taxi, Ride-Sourcing and Ride Sharing Services](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP2(2018)1/en/pdf): Background note by the Secretariat”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP2\(2018\)1/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WP2(2018)1/en/pdf).
- OECD (2018), “[Considering non-price effects in merger control](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)2/en/pdf): Background note by the Secretariat”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)2/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)2/en/pdf).
- OECD (2018), “[Implications of E-commerce for Competition Policy](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf): Background note”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2018\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2018)3/en/pdf).
- Shelanski, Howard A. (2013), “Information, Innovation and Competition Policy for the Internet,” *University of Pennsylvania Law Review*, Vol. 161, https://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1025&context=penn_law_review
- Tremblay, M. (2017), “Market Power and Mergers in Multi-Sided Markets”, <https://pdfs.semanticscholar.org/f616/50eb348e876eba72df68b299172822838ae8.pdf>

Notas finales

¹ PriceWaterhouseCoopers (2018), “Global Top 100 companies by market capitalisation: 31 March 2018 update”, <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/assets/pdf/global-top-100-companies-2018-report.pdf>.

² <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2019/05/Full-Year-2018-IAB-Internet-Advertising-Revenue-Report.pdf>