

Unclassified**Spanish - Or. English**

24 September 2019

**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****- Contribución de Brasil -****24-25 de septiembre 2019, San Pedro Sula, Honduras**

Se hace circular el documento adjunto elaborado por Brasil PARA SU DEBATE en la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia que se llevará a cabo los días 24-25 de septiembre 2019 en Honduras.

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

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

JT03451556

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

– Contribución de Brasil¹ –

1. Introducción

1. Una de las principales funciones de las autoridades de competencia es impedir y corregir la conducta anticompetitiva en el mercado, a fin de promover la eficiencia del proceso de producción, mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos por las empresas y contribuir a la ampliación del abanico de posibilidades a disposición de los consumidores. Además, como consecuencia de la competencia leal entre las empresas, los precios tienden a bajar.

2. Por consiguiente, para garantizar un entorno competitivo, las agencias antimonopolio cuentan con un gran número de herramientas que les permiten analizar casos de fusiones y llevar a cabo investigaciones sobre prácticas que pueden perjudicar la competencia. Por ejemplo, a fin de determinar el mercado de referencia y evaluar los efectos de una fusión sobre la competencia, se puede aplicar la prueba del monopolio hipotético. Existen también otros métodos para medir el poder de mercado y las eficiencias y para evaluar los efectos de las conductas de exclusión y de las restricciones verticales.

3. Sin embargo, los adelantos tecnológicos y la aparición de los mercados digitales han puesto a prueba las herramientas analíticas tradicionales, dadas las características específicas de este nuevo entorno digitalizado. Por lo tanto, las autoridades antimonopolio han analizado cómo afrontar los retos planteados por la era digital en el ámbito de la competencia. Por ejemplo, la definición de mercados de referencia y la evaluación del poder de mercado son menos precisas en lo que respecta a los mercados digitales. Muchos de los indicadores del poder de mercado (como las cuotas de mercado, los costos marginales o las pruebas SSNIP (incremento de precios pequeño pero significativo y no transitorio)) no son fácilmente aplicables a las plataformas multilaterales y un análisis preciso debe tener en cuenta todos los grupos de clientes interdependientes conectados gracias a esta estructura.

4. Los mercados digitales operan con frecuencia como plataformas multilaterales, que conectan a diferentes grupos de consumidores y que influyen en la estructura de precios y en los incentivos de los consumidores para unirse a estas plataformas. Asimismo, estos mercados se caracterizan por los efectos de redes que determinan la forma en que interactúan los consumidores. Por consiguiente, autoridades antimonopolio de todo el mundo han analizado la necesidad de adaptar y ajustar las herramientas analíticas existentes como consecuencia de la aparición de los mercados digitales.

¹ El presente documento ha sido elaborado por Paula Bogossian (CADE), Guilherme Mendes Resende, Economista Jefe de CADE, y Diogo Thomson de Andrade, Superintendente General Adjunto de CADE. Para obtener más información, póngase en contacto con: guilherme.resende@cade.gov.br y diogo.andrade@cade.gov.br.

5. Puesto que los mercados digitales operan y están conectados a nivel mundial, parece esencial que las autoridades de competencia aúnen esfuerzos para comprender mejor las dinámicas de estos mercados. Se ha demostrado que la cooperación transfronteriza es cada vez más necesaria para evaluar mejor los efectos de las fusiones mundiales y de las posibles conductas anticompetitivas de los agentes de los mercados digitales.

2. Experiencia de Brasil en materia de competencia en los mercados digitales

6. En Brasil, muchas empresas que operan en diferentes sectores de la economía digital tienen una importante presencia en ese ámbito y sus perspectivas. La autoridad brasileña de defensa de la competencia (Conselho Administrativo de Defesa Econômica; en lo sucesivo «CADE») se enfrentó a diversos retos al examinar los casos de fusiones y las posibles prácticas anticompetitivas de estas empresas. En esta sección se presentarán, a modo de ejemplo, los casos importantes, que ponen de relieve los retos y las principales conclusiones extraídas durante el examen de los procedimientos archivados y en curso.

2.1. Fusiones

2.1.1. Itaú/XP

7. Uno de los casos más importantes relacionado con los mercados digitales y recientemente analizado por CADE fue la adquisición de XP Invetimentos (en lo sucesivo, «XP»), una de las principales plataformas de inversión, por parte de Itaú Unibanco (en lo sucesivo, «Itaú»), el mayor banco privado de Brasil (Fusión 08700.004431/2017-16). Por un lado, puede entenderse que la transacción formaba parte de la estrategia adoptada por una empresa dominante para contener a un agente disruptivo, que había ido logrando una cuota considerable del mercado de la inversión financiera en Brasil. Por otro lado, teniendo en cuenta la forma que adoptó el acuerdo, se puede considerar que la intención de la empresa dominante era entrar en un mercado nuevo y prometedor, como el sector «Fintech» (es decir, de la tecnología de servicios financieros).

8. En este caso particular, CADE aprobó diferentes compromisos de comportamiento para limitar la capacidad de interferencia de Itaú en la actividad empresarial de XP y para evitar la adopción de cláusulas contra la libre competencia. CADE consideró que la transacción tenía efectos positivos en el sector Fintech, al aportarle una mayor credibilidad, como puso de manifiesto que, posteriormente, muchas plataformas más pequeñas recibieran considerables inversiones.

9. Algunos de los retos afrontados en el examen de esta adquisición estaban relacionados con el hecho de que XP fuera catalogada como una empresa disruptiva. En este caso, las herramientas tradicionales, como la cuota de mercado o el Índice de Herfindahl e Hirschman (HHI) podían no ser suficientes para medir los posibles efectos de esta adquisición sobre las dinámicas competitivas del mercado financiero de Brasil. Además, dado que los mercados disruptivos cambian constantemente, preocupaba encontrar una forma de intervenir que no perjudicara o menoscabara la innovación.

10. Otra cuestión controvertida durante el análisis de esta adquisición fue que XP funcionara como una plataforma multilateral, que conectaba consumidores que buscaban inversiones con los que ofrecían este tipo de servicios. Dado que esta plataforma financiera disfrutaba de una posición dominante en esta esfera de los servicios de inversión, cabe decir que los nuevos participantes no pueden triunfar en este mercado, ya que tendrían que captar

a ambos lados de la plataforma para resultar atractivos a los usuarios. Por lo tanto, se consideró que la existencia de efectos de redes en este mercado constituía una barrera de entrada. La única forma de evitar estos problemas de competencia era permitir la multiconexión en ambos lados de la plataforma. Sin embargo, esta solución solo era posible si, una vez aprobada la transacción, XP no establecía relaciones de exclusividad con sus clientes.

11. CADE autorizó la adquisición con restricciones (compromisos de comportamiento), cuyo objetivo era limitar la capacidad de interferencia de Itaú en la actividad empresarial de XP, así como evitar la aprobación de cláusulas que pudieran tener efectos anticompetitivos sobre otras plataformas competidoras.

2.1.2. Disney/Fox

12. Twenty-First Century Fox y The Walt Disney Company (Fusión 08700.004494/2018-53) fueron las partes intervinientes en otra adquisición analizada por CADE en la esfera de los mercados digitales. Esta fusión se notificó en 25 jurisdicciones diferentes de todo el mundo y generó problemas de competencia en el mercado brasileño. Los principales problemas estaban relacionados con el mercado de los canales de deportes por cable, ya que la autoridad antimonopolio de Brasil entendió que había la posibilidad de que hubiera una reducción en la calidad y la diversidad de los contenidos de deportes disponibles. En ese momento, solo existía un rival que pudiera competir en este mercado. Además, la Superintendencia General de CADE tuvo en cuenta que el incremento de los costos podía repercutirse a los consumidores.

13. Para solucionar los problemas de competencia suscitados por la adquisición, el Tribunal de CADE decidió aplicar un compromiso estructural como condición para autorizar la fusión. Dicho compromiso preveía la venta de activos del canal Fox Sports para mantener el mismo nivel de presión competitiva en el mercado. Esta condición favorecía el acceso de los consumidores brasileños a las tres opciones de canales de deportes: SporTV, ESPN y otra empresa que poseía activos de Fox Sports.

14. Al evaluar los efectos de esta adquisición sobre la competencia, CADE mantuvo contactos con otras autoridades de competencia de México (IFT²), Chile (FNE), los Estados Unidos de América (Departamento de Justicia) y Argentina (CNDC) para tener unos conocimientos más amplios sobre los principales problemas de competencia, los mercados de referencia afectados y los posibles compromisos aplicables en cada jurisdicción.

15. En lo que se refiere al mercado del producto de referencia, no se llegó a ninguna conclusión sobre si se debía considerar que todos los canales de televisión formaban parte del mismo mercado de referencia o si se debían dividir en diferentes categorías de canales. CADE estudió ambos escenarios. En el primer escenario, en el que se consideraba que todos los canales de televisión formaban parte del mismo mercado de referencia, no se plantearon problemas de competencia, ya que se observó una concentración de los mercados mínima, es decir, el Índice HHI solo variaba ligeramente como consecuencia de la fusión. En el segundo escenario, según el cual diferentes categorías de canales de televisión formaban distintos mercados de referencia, se establecieron nueve segmentos. La categoría de los canales de deportes fue la única que suscitó problemas de competencia,

² Instituto Federal de Telecomunicaciones, autoridad antimonopolio de México en el sector de las telecomunicaciones.

ya que CADE descubrió una posible reducción de la calidad y la diversidad en este escenario.

2.1.3. *Naspers/Delivery Hero*

16. La transacción entre Naspers y Delivery Hero consistió en la adquisición por parte de Naspers del 13% de las acciones de Rocket Internet en Delivery Hero (Fusión 08700.007262/2017-76). La transacción podía dar lugar a una coincidencia horizontal en el mercado de los pedidos de entrega de comida a domicilio a través de Internet. Las principales conclusiones de la Superintendencia General fueron las siguientes: i) las expectativas de crecimiento del segmento en los años venideros eran elevadas; ii) acababan de entrar en el mercado importantes agentes mundiales, como UberEATS y Rappi; y iii) aunque a nivel nacional la rivalidad era escasa, se esperaba un incremento de la competencia en el futuro más inmediato. Procede señalar que la Superintendencia General consideró que era importante supervisar la estrategia de adquisición de iFood en el segmento y los acuerdos de exclusividad en casos futuros, ya que podrían suponer barreras de entrada para los nuevos agentes. La transacción se autorizó sin restricciones debido al bajo nivel de concentración del mercado derivado del acuerdo —la concentración se produjo con anterioridad a la transacción—.

2.2. Conductas anticompetitivas

2.2.1. *Google (búsquedas/API/scraping)*

17. En cuanto a las conductas anticompetitivas, CADE abrió seis investigaciones sobre las conductas de Google, tres de las cuales se archivaron en 2019. CADE investigó el abuso de posición dominante en relación con las actividades de Google concernientes a su motor de búsqueda que supuestamente confería una ventaja ilícita a su propio servicio de comparación de productos (Procedimiento administrativo 08012.010483/2011-94)*. También se investigó a Google por su supuesta extracción de contenido (*scraping*) de sitios de comparación de precios que compiten en el mercado de productos terminados (por ejemplo, las valoraciones proporcionadas por los usuarios del sitio Buscapé) para mejorar los resultados de su propio motor de comparación de productos (Procedimiento administrativo 08700.009082/2013-03). Asimismo, CADE investigó la herramienta de publicidad de Google (AdWords), porque supuestamente impedía que los anunciantes transfirieran datos desde la plataforma de Google a las plataformas de búsquedas patrocinadas de los competidores y, por lo tanto, obstaculizaba la multiconexión y restringía la competencia de forma ilegal (Procedimiento administrativo 08700.005694/2013-19). El Tribunal archivó estos tres casos por falta de pruebas. Recientemente, CADE ha abierto una investigación sobre el supuesto uso por parte de Google del sistema operativo Android. Las otras dos investigaciones están relacionadas con el posible abuso de posición dominante por parte de Google con respecto al uso de contenido de terceros para mejorar sus propias plataformas (Google Shopping y Google Noticias), y la desviación de tráfico a su propio motor de búsqueda local (Yelp x Google).

* nota del traductor: ver el enlace: https://sei.cade.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_exibir.php?2pXoYgv29q86Rn-fAe4ZUaXIR3v7-gVxEWL1JeB-RtUgqOwvr6Zlwydl0IhRNSr2Q22lByVKByYDYwsa13_JxqldakEIsAfM400_nlair2nlnoNzF4h6tAzo-cc8tTVt

En estos casos la información está clasificada como restringida y las investigaciones se encuentran en fase de evaluación.

2.2.2. Agencias de viajes en internet/Cláusulas de la nación más favorecida

18. Se investigó otro caso reciente de conducta unilateral en el mercado digital que implicaba a tres importantes agencias de viajes en internet (OTA, por sus siglas en inglés) que operan en Brasil (Booking, Expedia y Decolar), debido a la adopción de cláusulas de paridad, también conocidas como cláusulas de la nación más favorecida (NMF) (Procedimiento administrativo 08700.005679/2016-13). Según la Superintendencia General, dichas cláusulas podían restringir la competencia entre las OTA anteriormente mencionadas y otras OTA, y dificultar la entrada de nuevas plataformas en el mercado. El caso se archivó cuando CADE y las tres empresas firmaron acuerdos de cese y desistimiento, en virtud de los cuales convinieron el cese de la adopción de cláusulas NMF «amplias». Sin embargo, se permitió el uso de cláusulas «estrechas» para que pudieran solicitar un trato de paridad con respecto a los sitios web de los proveedores de alojamiento. Esta conclusión se basó en que los hoteles podrían aprovechar la prohibición de las cláusulas NMF en todas las circunstancias y ofrecer precios más bajos que los anunciados en las plataformas de las OTA.

2.2.3. Bancos dominantes/Empresas Fintech

19. En 2018, CADE comenzó también a investigar las prácticas exclusorias de los bancos tradicionales contra las nuevas empresas de tecnología, especialmente las que ofrecían servicios financieros (entre ellas, las empresas de criptomonedas) conocidas como empresas Fintech. CADE está investigando las denuncias contra los bancos brasileños por denegar el acceso de las empresas Fintech a las cuentas bancarias y a otros servicios bancarios tradicionales a fin de restringir la competencia en el mercado financiero. Dado que el caso se encuentra en curso, la información adicional está clasificada como restringida.

3. Cooperación transfronteriza entre autoridades de competencia

20. Los procedimientos e investigaciones de CADE se fundamentan en pruebas empíricas, publicaciones académicas e información obtenida a través de la cooperación internacional con otras autoridades de competencia con el consentimiento de las partes. Lo mismo cabe decir de los casos relacionados con la economía digital. Por ejemplo, en las conclusiones de CADE en los casos relacionados con Google se citaron resoluciones de la Comisión Europea y de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos. Cabe señalar que CADE también hace referencia a documentos de organizaciones internacionales, como el informe de la OCDE, titulado «Market Definition in Multi-Sided Markets», a la hora de analizar los mercados de plataformas.

21. La siguiente tabla muestra los casos más recientes e importantes relacionados con los mercados digitales que se basaron en la cooperación internacional entre CADE y otras jurisdicciones.

Tabla 1. Cooperación entre CADE y otras jurisdicciones

COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN LOS MERCADOS DIGITALES					
Empresas	Año	Procedimiento administrativo	Categoría del proceso	Jurisdicciones consultadas	Cuestiones abordadas
Google	2015/2018	n° 08012.010483/2011-94 (Google shopping), n° 08700.009082/2013-03 (<i>scrapping</i>) y n° 08700.005694/2013-19 (API)	conducta unilateral	DG – Competencia (Europa)	Principales problemas de competencia, definición de mercado de referencia, posibles compromisos
Disney/Fox	2018/2019	n° 08700.004494/2018-53	fusión	FNE (Chile), IFT (México), Departamento de Justicia (EE.UU.) y CNDC (Argentina)	Principales problemas de competencia, posibles compromisos
IBM/Red Hat	2019	n° 08700.001908/2019-73	fusión	Departamento de Justicia (EE.UU.) y DG – Competencia (Europa)	Coincidencias derivadas de la fusión (caso en curso)

Fuente: Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) *Elaboración:* Departamento de Estudios Económicos (DEE)

22. Como se ha señalado con anterioridad, en los mercados digitales participan empresas internacionales. Por lo tanto, dado el alcance mundial de estos mercados en la economía, ha ido aumentando gradualmente la necesidad de cooperación internacional entre las autoridades de competencia de diferentes jurisdicciones.

4. Estudios de mercado en los mercados digitales

23. Todos los documentos elaborados por la autoridad antimonopolio de Brasil relativos a los procedimientos y las decisiones, como informes técnicos, solicitudes y votos se pueden consultar en línea en el portal Sistema Eletrônico de Informações – SEI. Por ejemplo, los documentos públicos de los casos mencionados en el presente documento y relacionados con los mercados digitales se pueden consultar en el portal SEI introduciendo el número de procedimiento proporcionado como referencia.

24. Además, el Departamento de Estudios Económicos (DEE) de CADE publica periódicamente estudios que abordan temas relacionados con la economía digital. En 2015, el DEE publicó dos estudios sobre los efectos de las nuevas tecnologías en el mercado del transporte privado de pasajeros: «The market for individual passenger transportation: regulation, externalities and urban balance» (Working Paper 01/2015)³ y «Post entry rivalry - the immediate impact of Uber's app on taxi rides» (Working Paper 03/2015)⁴. Más recientemente, a principios de 2018, el DEE publicó la versión revisada de los estudios anteriores: «Competition effects of the sharing economy in Brazil: Has Uber's entry affected the cab-hailing app market from 2014 to 2016?» (Working Paper 01/2018)⁵. En el siguiente recuadro se resumen las principales conclusiones de este estudio.

³ Disponible en <http://en.cade.gov.br/topics/about-us/dee/working-paper-001-2015.pdf>

⁴ Disponible en <http://en.cade.gov.br/topics/about-us/dee/working-paper-003-2015.pdf>

⁵ Disponible en http://en.cade.gov.br/topics/about-us/dee/working-paper-uber_01-2018.pdf

Recuadro 1. Efectos de la economía del intercambio sobre la competencia en Brasil: ¿Ha afectado la entrada de Uber al segmento de las aplicaciones para pedir taxi desde 2014 a 2016?

La expansión de la economía del intercambio y la aparición de las plataformas P2P han contribuido a cambiar de forma considerable el entorno competitivo de varios sectores económicos tradicionales. En ese contexto, numerosas aplicaciones para compartir vehículo, como Uber y Cabify, comenzaron a operar en Brasil, lo que generó cambios estructurales en el entorno competitivo del sector del transporte individual de pasajeros y, como consecuencia, provocó la reacción del sector dominante de las aplicaciones para pedir taxi. Por consiguiente, en 2016, CADE decidió estudiar los efectos sobre la competencia derivados de la entrada de Uber en el segmento dominante de las aplicaciones para pedir taxi en Brasil, durante el período comprendido entre 2014 y 2016.

A tal fin, CADE utilizó un modelo de regresión de efectos fijos con datos de panel y un conjunto de datos de 590 municipios y 36 meses, que abarcaba el período comprendido entre 2014 y 2016. Según el estudio, la entrada de Uber provocó, en promedio, una reducción del 56,8% en la demanda de viajes a través de aplicaciones para pedir taxi en las ciudades en las que operaba la plataforma. Los autores también confirmaron que un aumento del 1% en la demanda de viajes a través de Uber representaba una reducción del 0,09% en la demanda de viajes a través de aplicaciones para pedir taxi. Estas pruebas, junto con algunos datos descriptivos sobre las dinámicas del número de aplicaciones para compartir vehículo, indican que, además de captar a usuarios de otros tipos de transporte que no utilizaban los servicios de las aplicaciones para pedir taxi, Uber también competía con estos servicios, al atraer a algunos de sus usuarios. Asimismo, por lo que se refiere a los 590 municipios, en promedio, el segmento del taxi no reaccionó al aumento de la competencia y no ofreció descuentos en el costo final del viaje.

Según la investigación relativa a los efectos de Uber sobre la competencia, si solo se tienen en cuenta las capitales brasileñas, la magnitud de la entrada de Uber desciende hasta el -36,9%, lo que indica que su repercusión suele ser menor (en puntos porcentuales) en las ciudades cuyo mercado es más amplio. Además, al comparar los mercados de las capitales de las regiones Norte y Noreste y las capitales de las regiones Sur, Sudeste y Centro-Oeste, el estudio mostró una importante heterogeneidad espacial en los efectos de la plataforma sobre la competencia, que se puede explicar, en cierta medida, por el momento de la entrada de la plataforma en estas regiones. En el grupo de capitales de las regiones Norte y Noreste, se observó una entrada tardía de la aplicación (entre marzo y diciembre de 2016). Por otra parte, si se examinan el grupo de capitales de las regiones Sur, Sudeste y Centro-Oeste, los autores corroboran que las entradas tuvieron lugar a partir de mayo de 2014.

Por lo tanto, se pueden comparar los resultados de los efectos de las entradas recientes (menos de un año) con las entradas producidas hace más de dos años. Si solo se examinan las capitales de las regiones Sur, Sudeste y Centro-Oeste, el efecto de Uber sobre la demanda de viajes a través de aplicaciones para pedir taxi es de menor intensidad (una reducción del 26,1%), que si se compara con los resultados de las capitales de las regiones Norte y Noreste (una reducción del 42,7%). De ello se deduce que la entrada de Uber en un municipio puede tener un intenso efecto inicial, ya que reduce considerablemente la demanda de viajes a través de aplicaciones para pedir taxi, pero el número de viajes realizados por el sector dominante se recupera de forma gradual con el tiempo.

De los resultados se desprende que, solo con respecto al grupo de capitales de las regiones Sur, Sudeste y Centro-Oeste, la entrada de Uber redujo (en un 12,1%) las tarifas de las aplicaciones para pedir taxi. Esto indica que estas aplicaciones ofrecieron descuentos en sus tarifas tras un período de exposición más largo a un entorno competitivo. Se puede confirmar un aumento de la rivalidad entre los dos tipos de aplicaciones, cuando la entrada de Uber provoca una disminución en la demanda de viajes a través de aplicaciones para pedir taxi, una reducción de los precios y, por último, una recuperación de dicha demanda.

Finalmente, a fin de que los consumidores se beneficien en mayor medida de unos servicios innovadores, una mayor calidad y seguridad, unos precios más bajos y un abanico más amplio de posibilidades, el documento argumenta que es necesario intensificar el debate sobre la liberalización gradual de los servicios de taxi y, en particular, sobre las cuestiones relacionadas con las barreras de entrada y la libertad de precios.

25. En resumen, los resultados empíricos (véase el recuadro 1) aplicados a la política de competencia corroboran la hipótesis de que los servicios prestados por Uber operan en el mismo mercado de referencia que las aplicaciones para pedir taxi (EasyTaxi y 99Taxis). Esta afirmación no excluye la posibilidad de que otros tipos de transporte formen también parte de este mismo mercado de referencia. En este sentido, los datos recopilados contribuirán a la resolución de futuros casos relativos, por ejemplo, a cuestiones tales como el análisis de fusiones y adquisiciones de empresas que operan en el mercado del transporte individual de pasajeros, así como a la investigación de conductas unilaterales.

5. Conclusión

26. A fin de mejorar la aplicación de la normativa en los mercados digitales, CADE ha invertido en la capacitación de su personal. Por ejemplo, en el primer semestre de 2019, el Departamento de Estudios Económicos, junto con la Asesoría Internacional de CADE, organizó un taller interno en el que se analizaron los principales retos planteados por la era digital. Durante este evento, se debatieron cuestiones como la definición de los mercados de referencia, los compromisos, las conductas unilaterales y la fijación de precios logarítmica. Además, durante el evento se expuso que los mercados digitales son dinámicos y, por lo tanto, las investigaciones en esta esfera son a menudo complejas y se tarda bastante tiempo en adoptar una decisión final. Por consiguiente, cabe decir que es importante coordinar cuidadosamente las intervenciones de las autoridades de competencia para que las decisiones adoptadas sean eficaces.

27. CADE también organizó la conferencia internacional «Designing Antitrust for the Digital Era», en la que se analizaron la evolución general en todo el mundo en el ámbito de los mercados digitales y sus dinámicas competitivas. Los representantes de las autoridades de competencia de Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica (grupo BRICS) asistieron a la conferencia que tuvo lugar a principios de agosto de 2019. También participaron en este evento algunos expertos en esta esfera y el Secretario de Estado de Brasil para la Protección de los Consumidores.

28. Asimismo, CADE está llevando a cabo estudios y análisis comparados sobre la aplicación de la normativa de competencia en la economía digital de todo el mundo y sus conclusiones se utilizarán para seguir formando y capacitando a su personal, así como para implantar mejoras institucionales.

29. Además, la autoridad de competencia de Brasil tiene relaciones multilaterales con otras jurisdicciones e instituciones de renombre —OCDE, ICN, UNCTAD y grupo BRICS— para mantenerse informada sobre los debates, las técnicas y las herramientas para evaluar los problemas de competencia en los mercados digitales. Como se ha señalado con anterioridad, el alcance mundial de la creciente economía digital no solo complica aún más el análisis de estos mercados, sino que también aumenta la necesidad de cooperar de forma más estrecha en la aplicación de la normativa de competencia.