

**8° FORO INTERNACIONAL “RETOS DE LA
COMPETENCIA EN EL ENTORNO DIGITAL 2022”**



GACETA IFT VERSIÓN ACCESIBLE AÑO VIII NO. 32. DICIEMBRE DE 2022

Versión accesible www.ift.org.mx

Gaceta IFT es el órgano interno de difusión del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Es una publicación periódica. Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial. Reserva de derechos ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2016-041814422500-203. Elaborado por: Instituto Federal de Telecomunicaciones, Insurgentes Sur 1143, Colonia Nochebuena, demarcación territorial Benito Juárez, C.P. 03720, Ciudad de México, Tel: (55) 50154000. Certificación de licitud de título en trámite y certificación de licitud de contenido en trámite, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. El contenido de los artículos, así como sus títulos y, en su caso, fotografías y gráficos utilizados son responsabilidad exclusiva del autor, y no necesariamente reflejan el criterio editorial del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Las opiniones y juicios sobre instituciones públicas y privadas, organizaciones sociales y personajes públicos que se publican en las páginas de la Gaceta IFT también son responsabilidad exclusiva de cada autor y no implican el respaldo del Instituto.

EDITORIAL

Estimadas lectoras y lectores

Desde hace ocho años, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ha realizado de forma ininterrumpida el foro “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2021”, el cual ha cobrado interés y reconocimiento internacional, además de que se ha consolidado como un espacio de análisis, debate y referencia de gran envergadura para expertos, investigadores, académicos, defensores de derechos humanos y autoridades en materia de competencia económica, de regulación y de protección de datos personales, nacionales e internacionales.

Por la importancia que reviste dicho Foro, tanto por la calidad de los contenidos y participantes del más alto nivel, el presente número de la Gaceta IFT está dedicado a recuperar los principales planteamientos e ideas plasmadas en su octava edición.

A través de estas páginas se podrá encontrar la información más importante del análisis y los debates que llevaron a cabo especialistas, representantes y autoridades tanto mexicanas como de otras naciones, durante los días 25 y 27 de octubre de este 2022.

En la presente edición se podrán revivir los temas abordados en este Foro, como por ejemplo, las tendencias sobre regulación y política de competencia para el desarrollo de un entorno digital más competitivo, la regulación de las Big tech y de las grandes plataformas digitales, y su implicación para México y el mundo; además, algunos riesgos que advierten autoridades y expertos sobre las fusiones, joint ventures y convenios de colaboración del entorno digital y el fenómeno denominado killer acquisitions.

La importancia de la cooperación internacional entre reguladores, agencias de competencia y autoridades de protección de datos personales, para proteger a los consumidores, son otros de los temas que nutrieron este evento, así como acciones de las autoridades encaminadas a incluir la perspectiva de género en la política de competencia para lograr un mercado más justo y competitivo, y retos que en materia de regulación y política de competencia trae consigo la evolución tecnológica y el actual entorno digital.

Angelina Mejía Guerrero
Coordinadora General de Comunicación Social

INAUGURACIÓN. COMPETIR CONECTA A MÉXICO Y BENEFICIA A TODA LA SOCIEDAD

Javier Juárez Mojica, Comisionado Presidente en suplencia por vacancia del IFT

La reducción de precios en los servicios, la ampliación y mejora de la cobertura de redes para estar mejor conectados es producto de un ambiente de competencia que ha impulsado el Instituto. “Esto es muestra inequívoca de que competir conecta a México”, afirmó Javier Juárez Mojica, Comisionado Presidente en suplencia por vacancia del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Al inaugurar el 8° Foro Internacional de Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022, destacó que la competencia económica está en el ADN del IFT, ya que el artículo 28 Constitucional crea el Instituto con ese mandato, como autoridad en materia de competencia económica, y con el encargo constitucional de fomentar el desarrollo eficiente del sector a través de la competencia y la regulación.

“Creemos en la competencia porque estamos convencidos, porque así lo dice nuestro programa de Comunicación Social de este año, que **competir conecta a México. Competir beneficia al país**, y para muestra, un botón”, dijo.

Indicó que desde 2013 a la fecha se ha podido ver cómo un ambiente de mayor competencia ha beneficiado a la población, al tener más de 95% de los accesos de banda ancha con velocidades superiores a 10 MB/s; lograr que la población tenga más de 92% de cobertura con redes de 4G y haya una baja de precios.

“El índice de precios de comunicaciones de 2013 a la fecha ha disminuido 29%, lo cual contrasta con el comportamiento de la inflación, que en el mismo periodo ha sido superior a 48%”, destacó.

Sin embargo, reconoció que los beneficios alcanzados por la competencia en las redes de servicios es apenas una de las piezas del rompecabezas del ecosistema digital, por lo que es importante llevar este ambiente competitivo al resto de las capas, a las aplicaciones y a los datos, que serán sumamente relevantes en la economía digital.

Explicó que, en foros como este, expertos y autoridades en materia de regulación, competencia y de protección de datos personales analizan y comparten experiencias para enfrentar los retos de la economía digital. “El IFT está en una situación privilegiada porque no solo somos la autoridad en materia de competencia para los sectores de las telecomunicaciones y radiodifusión, sino que también somos el regulador sectorial, un regulador que, además, porque así lo dijo la Suprema Corte de Justicia de la Nación, cuenta con facultades cuasi legislativas, o sea, aspectos que no están contemplados en la ley, el Instituto los podría abordar”, destacó.

Juárez Mojica reconoció que, si bien ha habido avances, hay temas pendientes como, por ejemplo, hacer un diagnóstico sobre si las *Big tech* incurren en prácticas anticompetitivas, el impacto de las concentraciones y fusiones, y el relacionado con la protección de datos personales y el uso de *Big data*, entre otros.

La protección de datos personales en la era digital

Al respecto, y durante su intervención, Blanca Lilia Ibarra, Comisionada Presidenta del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), afirmó que uno de los derechos que esta autoridad debe garantizar a la población es la relacionada con la protección de datos personales y su privacidad, particularmente en la era digital. “Esta revolución de la información de los datos corresponde con la acelerada digitalización que vivimos”, aseguró.

Hoy, dijo, se vuelve imperativo cuidar la seguridad de los datos personales porque a través de ellos no solamente se puede comercializar, sino también se pueden cometer delitos y poner en riesgo la vida de las personas.

Ante esto, consideró que uno de los principales retos de la competencia, en un entorno cada vez más digital, es el de mantener la privacidad y la protección de los datos personales de los usuarios.

A revisión altos costos de espectro

Por su parte, la senadora de la República, Xóchitl Gálvez Ruiz, habló sobre la situación actual y retos que enfrentan las telecomunicaciones en materia de Competencia.

Por ello, expuso que al interior del Senado se analiza la accesibilidad de las tarifas y los altos costos del espectro para impulsar la competencia. “El tema es que no puedes cobrar de igual forma el costo de frecuencia a un pequeño poblado, a una pequeña empresa que a una que tiene cobertura en una ciudad.

“Celebro la aportación del IFT al tema y ojalá haya oídos abiertos a la Secretaría de Hacienda donde se priorice el acceso a las telecomunicaciones, donde se priorice este derecho humano a tener internet, y no solo el ingreso económico para el sector público”, subrayó.

Foro de relevancia global

En su intervención, Viviana Blanco, Presidente de la Comisión para Promover la Competencia de Costa Rica, mencionó que este foro ha adquirido relevancia a nivel mundial, dada la importancia que conlleva la cooperación internacional y la relación entre reguladores, agencias de competencia y autoridades de protección de datos personales.

Dijo que, desde la óptica de las autoridades de competencia, los retos que imponen los mercados digitales son enormes.

Explicó que estos mercados presentan características particulares que hacen que conceptos claves en el derecho de la competencia hayan tenido que evolucionar o requieran la introducción de nuevos elementos de análisis para su comprensión, ya que tienen una aplicación limitada y no reflejan la dinámica competitiva de las plataformas digitales.

En ese sentido, Gilbert Camacho, Presidente del Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones de Costa Rica, coincidió en los desafíos que enfrentan las autoridades y gobiernos como región ante los retos en materia de competencia.

“La política de competencia es uno de los pilares de la economía porque contribuye al orden, a promover la productividad y la competitividad y, además, aporta las herramientas para el funcionamiento de los mercados siendo los usuarios los beneficiarios con mejores precios, calidad, variedad, innovación en bienes y servicios”, comentó.

Destacó que donde hay más competencia aumenta la inversión y el empleo, se combate la desigualdad y la pobreza, se eliminan barreras a nuevos competidores y se da impulso a la innovación y al crecimiento. “Y aquí la importancia de espacios de producción conjunta que permitan avanzar y compartir conocimientos de casos prácticos, logrando así el intercambio regional en materia de competencia”, reconoció.

Rodrigo Luchinsky, Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia de Argentina, coincidió en la necesidad de construir de manera conjunta el sistema de defensa de la competencia frente a realidades distintas que afectan a países de América Latina.

“Con ese espíritu de ir adaptándonos, encaramos la necesidad de dialogar con los distintos regímenes que atraviesa esta problemática, no solo con el régimen de defensa de la competencia, sino también con los sistemas y las autoridades de resguardo y de protección de protección de datos personales, de lealtad comercial y de defensa de los consumidores”, dijo.

Resaltó que la cooperación internacional en la materia es central, y específicamente con el IFT, para profundizar en el intercambio de experiencias y replicar la tarea de cooperación con todas las autoridades de la región.

CONFERENCIA MAGISTRAL. REGULACIÓN Y POLÍTICA DE COMPETENCIA PARA EL DESARROLLO DE UN ENTORNO DIGITAL COMPETITIVO (MEDIDAS EX ANTE Y EX POST).

Actualmente no es posible hablar de los servicios de las telecomunicaciones sin hablar de los nuevos servicios y aplicaciones digitales de voz, datos, video y audio que se ofrecen por internet, los cuales están además estrechamente ligados al cómputo en la nube, el Internet de las Cosas, la Inteligencia Artificial, las redes inalámbricas 5G, *Big data*, entre otras tecnologías, afirmó Ramiro Camacho Castillo, Comisionado del IFT.

Al moderar la Conferencia Magistral “Regulación y política de competencia para el desarrollo de un entorno digital competitivo (*Medidas ex ante y ex post*)”, comentó que la red de internet de banda ancha ha permitido la creación de nuevos modelos de negocio y la provisión de servicios digitales en el mundo, conformando un componente fundamental para el funcionamiento y para el desarrollo del ecosistema digital. Así la actividad económica se ha transformado y adaptado al ecosistema digital que han creado productos y servicios innovadores en beneficio del bienestar social.

De esta manera, destacó que las plataformas digitales desempeñan un papel importante en el sector de las telecomunicaciones y en la economía actual facilitando el enlace y conexión entre diversos usuarios que requieren diversos servicios y productos.

“Es así como las plataformas digitales crean nuevas oportunidades de mercado, pero también generan retos para las agencias de competencia y de regulación particularmente sobre el poder de mercado que estas plataformas pueden adquirir derivado de sus características intrínsecas, como las economías de escala, los efectos de red y la recolección, almacenamiento y procesamiento de grandes volúmenes de datos”, admitió el Camacho Castillo.

Afirmó que el marco legal actual de competencia ha servido al proceso de competencia por muchos años. No obstante, reconoció que los retos que plantean las plataformas digitales sugieren que las autoridades tanto de competencia como regulatorias adopten nuevas consideraciones y razonamientos establecidos, porque hay una metodología, así como disposiciones *ex ante* y *ex post* para llegar a conclusiones robustas y proteger el proceso de libre competencia para facilitar la inversión y la innovación.

Durante su participación como ponente principal, Frédéric Jenny, presidente del Comité de Competencia de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), afirmó que uno de los desafíos que se tiene que enfrentar es que las leyes en materia de competencia deben adaptarse al nuevo entorno digital para contemplar la evolución e Innovación que se presentan en estos nuevos modelos de negocio.

Dijo que el sector digital no es la única fuerza masiva y disruptiva en los negocios; pero es el más impresionante y desafiante reto en los últimos años.

Explicó que en este entorno se cuenta con grandes plataformas digitales que crean valor, que puede ser interno o externo, incluso una combinación de ambos y son estas mismas plataformas las que añaden a su vez servicios complementarios a su principal oferta, que puede ser desarrollada de forma propia o a través de proveedores de servicios externos (*complementors*). De esta forma garantizan que la combinación y la calidad de los servicios ofrecidos en la plataforma digital maximicen el valor.

Detalló que a partir de ello hay dos elementos de competencia relacionados: la competencia dentro de la plataforma y la competencia con otra plataforma o entre plataformas.

“Las plataformas trabajan con algoritmos, que definen el tipo de interacción entre usuarios que se desarrolla en la plataforma. El uso del algoritmo tiene una variedad de aplicaciones o servicios, también define la posibilidad

de cambio a futuro de la plataforma con posibles servicios complementarios porque el centro de la plataforma es el algoritmo”, afirmó.

A diferencia de sectores tradicionales donde se comparte un mismo modelo de negocio, detalló el experto, en el sector digital los competidores tienen diferentes modelos de negocios: los agregadores (*aggregators*), que son plataformas que prestan algún servicio valioso a sus usuarios además de su interacción con productores externos que ellos mismos facilitan, como las redes sociales; las plataformas de mercado que tienen como objetivo crear encuentros o relaciones comerciales entre consumidores y proveedores de bienes; y otros como las plataformas de *streaming*.

Economías de escala y efectos de red

Durante la conferencia magistral, Jenny que el mercado de las grandes plataformas se caracteriza por economías a escala en varios niveles, las cuales se basan en el uso de datos. Estos se vuelven un importante insumo en el proceso de la economía digital, ya que pueden ser usados para proveer más servicios o mejorar su calidad. Ante esta situación, reconoció, en sectores tradicionales, el alcance de las economías de escala se ve limitado por consideraciones geográficas (por los altos costos de ubicación y transporte); pero estas consideraciones son en gran medida irrelevantes para los mercados digitales.

“El sector digital también se caracteriza por economías de alcance, el algoritmo puede usarse para diversificar servicios o permitir operar simultáneamente en múltiples mercados vecinos”, resaltó.

Otro elemento de los elementos que citó Jenny son los efectos de red, ya que las externalidades pueden beneficiar a estas plataformas digitales, como es el caso de Facebook con un efecto de red directo, donde el valor del servicio prestado por la plataforma a cada usuario aumenta con la participación de otros usuarios en la plataforma. Otro caso, refirió, es el de Amazon con un efecto cruzado de red (efectos indirectos de red), donde el valor de los servicios aumenta a medida que más usuarios, tanto vendedores como compradores, se comprometen con la plataforma.

Datos como barrera a la entrada

En el tema de competencia, Frédéric Jenny advirtió que los datos se pueden entender como una barrera de entrada por la ventaja de tener amplios volúmenes para las plataformas grandes sobre las plataformas más pequeñas, y esto puede llevar a que los mercados se inclinen a favor de las grandes; sin embargo, matizó, no hay que confiar ciegamente en ello, ya que hay casos de plataformas entrantes que originalmente no tenían acceso a datos como Facebook, que fue capaz de superar a MySpace.

En este sentido, dijo, es necesario ver más allá, al detallar que la propiedad de los datos es una barrera de entrada.

Retos de la competencia

Otro de los temas en los que se enfocó en su charla Jenny fue el relacionado con los retos a los que se enfrentan las autoridades cuando se quiere utilizar el derecho de la competencia o las herramientas de competencia para el mercado digital.

Admitió que las autoridades de competencia se enfrentan a un entorno más complejo a causa de la falta de definición del mercado en que operan las plataformas y la determinación del poder de mercado.

“La competencia entre plataformas puede darse por medio de la innovación para ofrecer un servicio mejor, la diferenciación al ofrecer algo más atractivo para los consumidores. Un sector dinámico con diferentes modelos de negocio complica la formulación de remedios”, reconoció.

Refirió que, en el caso de la autoridad de competencia del Reino Unido, como parte del Dictamen del Grupo de Trabajo sobre Mercados Digitales (*Advice of the Digital Markets Taskforce*), se detalla que la evaluación del poder de mercado no debe requerir un ejercicio formal de definición del mercado, que resulte en un juicio binario de si las empresas están dentro o fuera del mercado. “Un enfoque tan rígido no reconocería la naturaleza matizada e interconectada de los productos y servicios digitales y subestimaría la importancia de la competencia dinámica”, expresó.

Explicó que el análisis de fusiones en el entorno digital requiere que la autoridad de competencia compare la probable situación a futuro. Al respecto, dijo, las autoridades de competencia tienen que mirar más allá de las características o estructura de los mercados digitales en el momento de la fusión y evaluar la dinámica de los ecosistemas y plataformas.

Jenny afirmó que las autoridades se enfrentan a grandes retos como el modificar sus leyes de competencia para adaptarse a los nuevos tiempos y modelos de negocios, y considerar que cada nueva empresa se constituye como un posible competidor, y por lo mismo debe verse como un competidor en potencia para una u otra plataforma.

MESA 1. REGULACIÓN DE LAS “BIG TECH” (GATEKEEPERS) Y OTT Y SU POSIBLE IMPLICACIÓN PARA MÉXICO

La información y conocimiento con los que hoy cuenta nuestra sociedad, en el actual entorno de transformación, ha traído grandes beneficios, pero también algunos riesgos. El manejo masivo de información y de contenidos por parte de las *Over The Top* (OTT) y las grandes empresas digitales, denominadas *Big tech*, podría generar una posición dominante en esta economía digital que afectaría al mercado y a los consumidores, por lo que ha encendido las alertas dentro del ámbito de la competencia económica y la regulación. Coincidieron abogados, expertos y autoridades en competencia económica y regulación.

Durante su participación en el 8° Foro Internacional “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022”, señalaron además la rivalidad entre los operadores de telecomunicaciones tradicionales y las grandes plataformas digitales, como las OTT y *Big Tech*.

En su intervención como moderador de la mesa de análisis “Regulación de las *Big tech* (gatekeepers) y OTT y su posible implicación para México”, Arturo Robles Rovalo, Comisionado del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), aseguró que nunca en la historia nuestra sociedad ha generado y concentrado tanta información y conocimiento.

Explicó que acceder a contenidos en cualquier momento, en cualquier lugar y a través de distintos dispositivos ha propiciado una transformación digital, y por consiguiente una mayor demanda de productos y servicios digitales.

Refirió que, de acuerdo con varias consultoras, de 2020 a 2021, los ingresos de los *Big tech* y las OTT se elevaron considerablemente.

Destacó que esta transformación ha sido tal que las *Big tech* se han convertido en un intermediario para las tiendas de aplicaciones, para el posicionamiento de buscadores y para el servicio en la nube, y serán clave en los canales de distribución digital para llegar a miles de personas; a su vez, dijo, las OTT han empezado a competir en los mismos segmentos como líderes de estos servicios, generando una presión competitiva en esta disputa por el mercado.

“Las OTT, que antes no estaban relacionadas con las *Big tech*, ahora compiten entre ellas y comienzan a ser jugadores importantes en el nuevo entorno, por lo que podríamos definir como los nuevos servicios de comunicación digital”, afirmó.

Advirtió que la posición dominante que podrían tener las *Big tech* y los OTT en esta economía digital ha encendido ciertas alertas en el entorno de la competencia económica, por la capacidad que tienen de acceder a un gran volumen de datos relevantes en telecomunicaciones y en las TIC, y también la capacidad de establecer quién puede o no usar la infraestructura, o una plataforma de comercio electrónico, o quien puede usar o no medios digitales de entretenimiento a través de pagos o de publicidad.

“Y es por esta razón que las *Big tech* están siendo, en muchos casos, investigadas para determinar si han realizado abusos de dominancia, para ver si hay barreras a la competencia e incluso, para ver si hay concentraciones o para analizar las concentraciones denominadas *data merger*”, sostuvo.

Destacó que en México se tiene una ventaja, ya que los conocimientos técnicos y especializados y quien conoce los mercados es a su vez la autoridad de competencia, y esto permite que haya más coordinación. Sin embargo,

reconoció que en México y en el mundo, hay un problema y es determinar la frontera donde terminan las telecomunicaciones y donde empiezan otros mercados y sectores.

En su intervención, Maryleana Méndez, Secretaria General de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASJET), resaltó el crecimiento exponencial de las Big tech y las OTT, muchas de las cuales han alcanzado los mil millones de usuarios activos en muy pocos años.

Advirtió en ese sentido que existe un desbalance regulatorio entre los operadores de telecomunicaciones y los de OTT y *Big tech*, donde los primeros cumplen con distintas obligaciones del mercado, mientras que los segundos están exentos.

Anticipó que la región cuenta con algunas tendencias regulatorias y fiscales aplicables a las OTT y *Big tech*, como la cuota de contenido local, impuestos, privacidad, protección al consumidor, moderación de contenido y prácticas anticompetitivas, “que ya están en el ojo de las autoridades”.

No obstante, dijo que se hace evidente la necesidad de que las autoridades simplifiquen la regulación a empresas tradicionales y con ello faciliten la inversión.

“Aquí hay un punto esencial que es la innovación regulatoria; será básica para hacer análisis, para ir país por país. Ese liderazgo que mencionaba el IFT, sobre la necesidad de contar con elementos técnicos y económicos, sumar para tomar las mejores decisiones y determinar cuál es la regulación necesaria”, subrayó.

Durante su participación, Miguel Flores Bernés, abogado del despacho Greenberg Traurig, LLPI, coincidió en que hay preocupación de las autoridades de competencia y regulación sobre las implicaciones que tienen las plataformas digitales. “Diría que vemos una gran competencia y evolución constante que aún no termina”, reconoció.

Aseguró que los mercados señalados siguen creciendo y rompiendo fronteras y generando un desbalance regulatorio que obliga a las autoridades a preguntarse si es el momento adecuado para actuar o no.

El poder del *Big data*

Flores Bernés explicó que la gran fuerza que tienen los OTT y los Big tech en los mercados se deriva del Big data, que les da poder a los agentes económicos que lo conforman, y advirtió que, por el volumen, variedad y velocidad, y la habilidad que tiene esta Big data para realizar predicciones de los consumidores, estas plataformas llegan a tener un mayor conocimiento que incluso el propio consumidor.

“Esta utilización del Big data, desde el punto de vista de la competencia, es una barrera a la entrada, porque la información le puede dar poder de mercado a un agente económico y aquel que no tiene acceso a esta información se puede ver limitado a competir”, señaló.

Admitió que se requiere de una coordinación entre la Comisión Federal de Competencia Económica y el IFT para evitar que sean los tribunales los que dictaminen quién es competente cada vez que inicia una investigación o alguien realice alguna concentración que tenga que ver con el entorno digital.

“Ya es momento de que tengamos un acercamiento y se busquen lineamientos para hacer investigaciones y que ayuden a que el mercado mexicano mantenga el dinamismo en el entorno digital, y que se tenga que intervenir en caso de ser necesario por parte de las dos autoridades”, admitió.

***Big tech* y telecomunicaciones**

Por su parte, Martin Peitz, Profesor de Economía en la Universidad de Manheim, Alemania, enfocó su presentación en la relación entre las Big Tech y las telecomunicaciones. Explicó que las plataformas digitales ofrecen un entorno que lleva a los usuarios y los orienta a ciertos tipos de actividades o contenidos, que se ofrecen veces a través de la infraestructura de las empresas de telecomunicaciones.

Destacó también que las telecomunicaciones tradicionales y las OTT están activas en los mercados de la comunicación (datos y voz) y se observa, por ejemplo, la sustitución entre teléfono móvil y las aplicaciones de mensajería.

Lo que hemos visto, reconoció el profesor alemán, es que el papel de las empresas de telecomunicaciones es “de tuberías duras”, ya que ofrecen parte de la infraestructura, y la experiencia de los consumidores se ve afectada, pero no por los servicios que ofrecen por un software, sino por el ancho de banda.

Impacto social asociado a plataformas digitales

Michèle Ledger, Jefa de Servicios de Inteligencia y Regulación de Medios en Cullen International, reconoció que existen aspectos positivos y negativos en las regulaciones que empiezan a desarrollar países de la Unión Europea y Reino Unido, y se enfocó en aquellos problemas sociales asociados a las Big Tech.

Refirió la Ley de Servicios Digitales, la cual impone obligaciones específicas a las grandes plataformas, con el propósito de evaluar los riesgos sistémicos que genera el funcionamiento y uso de su servicio, así como los posibles usos indebidos por parte de los destinatarios. “Aquí lo importante es defender los derechos fundamentales de los ciudadanos y las empresas, la libertad de llevar a cabo sus negocios”, dijo.

Explicó que las autoridades de esos países están tratando de promover y asegurarse de que el contenido de calidad esté financiado de manera correcta.

Javier Morales Fhon, Consultor en Tendencias de Mercado en América y a nivel Global en Cullen International, refirió que, en relación con la regulación de los servicios de OTT y las Big tech en Europa y Reino Unido, se ha optado por enfrentar los problemas estructurales de mercado a través de medidas regulatorias y de control de fusiones, a fin de promover la competencia y resolver situaciones conductuales; además de que se ha propuesto una combinación de política de competencia ex post y una regulación ex ante, para proteger e incentivar la competencia.

Comentó que, de acuerdo con un estudio entre 12 jurisdicciones, en el caso de México y Brasil, se han hecho y publicado investigaciones y se han creado unidades de estudios para estas plataformas digitales, pero las autoridades mantienen las herramientas tradicionales de regulación y competencia económica.

Destacó la relación entre los operadores OTT y los de telecomunicaciones, y recomendó, para el tema de voz y mensajería, nivelar el terreno de juego entre ambos actores, ya sea regulando a las OTT o desregulando a las operadoras de telecomunicaciones.

Migrar de telecom a otros mercados

Pedro Hinojo, Subdirector de Sociedad de la Información en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España, centró su intervención en el caso de las empresas españolas de telecomunicaciones.

Afirmó que los grandes operadores se mantienen en el mercado de comunicaciones minoristas y asientan el poder su relevancia por la práctica de la división de pago con servicios de comunicaciones electrónicas.

“En España ha habido una evolución de los mercados de comunicaciones tradicionales. Hoy operadores tradicionales no solo intervienen en el mercado de telecomunicaciones, sino en otros mercados buscando la atención de los usuarios en todas las pantallas y los dispositivos y eso difumina las fronteras que antes estaban marcadas, lo que abre nuevo reto para reguladores y autoridades de competencia económica”, reconoció.

MESA 2. ELEMENTOS POR CONSIDERAR EN LAS CONCENTRACIONES, JOINT VENTURES Y CONVENIOS DE COLABORACIÓN DEL ENTORNO DIGITAL Y EL FENÓMENO DE KILLER ACQUISITIONS

Una de las principales preocupaciones entre las autoridades o agencias de competencia económica y de regulación se centra en el análisis para identificar las concentraciones o fusiones de las grandes plataformas digitales, sobre todo aquellas relacionadas con el fenómeno denominado *killer acquisitions*.

Especialistas, investigadores y autoridades en materia de competencia y regulación que participaron en el 8° Foro Internacional “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022”, coincidieron en que este tipo de operaciones entre las grandes empresas, han traído algunos posibles impactos derivados como la eliminación de la competencia potencial, por lo que el determinar los elementos o características de estas fusiones o concentraciones contribuyen a que la autoridad pueda prevenirlas, y en su caso, corregirlas, evitando así un efecto adverso en el mercado.

Al moderar la mesa “Elementos por considerar en las concentraciones, *joint ventures* y convenios de colaboración del entorno digital y el fenómeno de *killer acquisitions*”, Salvador Flores Santillan, Titular de la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), reconoció que como autoridad es una cuestión relevante el saber cómo identificar las *killer acquisitions*. “Estas concentraciones cuyo nombre es muy descriptivo, se presupone que tienen un efecto nocivo para la competencia. Sin embargo, me parece que se ha compartido poco respecto a qué características debieran reunir estas adquisiciones para que la autoridad pueda prevenirlas y en su caso corregirlas”, comentó.

Destacó que, en el actual entorno digital, las autoridades deberían considerar elementos como la innovación para determinar si se autoriza o no una concentración. En ese sentido, dijo que se vislumbran grandes retos para las autoridades en el análisis de las fusiones y concentraciones.

En su intervención, Sonia Agnese, Analista Principal Senior para América Latina de OMDIA, refirió el caso de la recomendación de Reino Unido para este tipo de operaciones. Comentó que de acuerdo con el nuevo régimen de competencia para mercados digitales *Strategic Market Status*, este moldearía de manera proactiva el comportamiento de las empresas digitales con poder de mercado de gran alcance, al dejar en claro cómo se espera que se comporten.

“En este régimen, las empresas identificadas deberán informar todo el tiempo las acciones que realicen y deberán notificar, en casos específicos, siempre y cuando impacten en el mercado inglés, con una prueba muy detallada de cómo se realizará esa concentración”, explicó.

Algo que tanto en la Unión Europea como en Estados Unidos se discute, detalló la experta, tiene que ver con la relación de la carga de la prueba, es decir, si son los mismos grupos que están pidiendo esta fusión que sean los que prueben que realizan estas eficiencias. “Las autoridades no tienen los recursos para analizar todas estas transacciones, pensando que todas sean revisadas”, dijo.

Reconoció que en los últimos años se ha reducido considerablemente este tipo de compras entre empresas, en parte, por el mayor escrutinio que hay en el mercado.

Afirmó que las alianzas y compras entre grandes plataformas es normal. “Hoy nadie puede hacer negocio por sí mismo y los ecosistemas son cada vez más grandes y en donde cada vez más las telecomunicaciones y las plataformas tienen un rol más cercano; habrá que analizar cómo evoluciona el mercado, y esto es parte de los desafíos que vivimos en este entorno digital”, dijo.

La importancia de las plataformas digitales

Por su parte, Georgios Petropoulos, Investigador del Laboratorio de Economía Digital de Stanford, afirmó que las plataformas digitales son parte importante de la actividad económica y contribuyen a la capitalización de los mercados.

Muchas de estas plataformas, detalló, se asocian con empresas tradicionales y crean mercados multifacéticos que conectan con los consumidores, que escalan muy rápidamente. “Es allí donde es muy difícil delimitar fronteras, tienen tendencia a expandirse a mercados de bienes y servicios y esto se hace a través de estrategias de mercados y adquisiciones”, afirmó.

El también investigador asociado en el MIT y en Bruegel explicó que cuando se trata de empresas denominadas *Big tech*, las herramientas tradicionales de análisis de la competencia no encajan muy bien, y uno de los problemas es que con frecuencia estas empresas ofrecen servicios gratuitos en un rubro de los mercados en los que operan, por lo que no hay un precio involucrado que permita a las autoridades hacer un análisis para saber cómo implementar medidas.

Destacó que, si bien se ofrecen servicios y productos “gratuitos”, al final los consumidores deben pagar sus datos (servicio de conexión a internet) y estos se vuelven un activo importante que debe evaluarse desde un punto de vista de la política de competencia. “Necesitamos desarrollar metodologías para evaluar estas múltiples facetas del mercado y encontrar una evaluación, ya que estas empresas están protegidas por los efectos de red que son muy fuertes”, reconoció.

La regulación afecta a la innovación

Javier Núñez Melgoza, Consultor en Competencia Económica y Regulación de Ockham Economic Consulting y ex comisionado de la Comisión Federal de Competencia Económica, mencionó que desde hace varios años se genera una discusión a nivel internacional y prevalece un contexto de animadversión hacia las plataformas digitales cuando en muchos de los casos no queda claro cuál es su efecto, ya que la discusión se da sobre bases generales.

“Se trata de modelos de negocio que son distintos, porque tienen insumos distintos, venden productos distintos, no todos son completamente digitales; los modelos de negocio son distintos y la única similitud que tienen es que son muy grandes y que parte de su tecnología es digital”, admitió.

Expuso que uno de los grandes problemas es que en esta búsqueda de hacer algo con el crecimiento de las plataformas digitales, y sus efectos económicos que generan, las autoridades no se dan cuenta de que hacen planteamientos regulatorios respecto de modelos de negocios que son diferentes.

“Esto está generando un problema de monopolio natural, el discurso de que el ganador se lo lleva todo, yo no he encontrado una plataforma que sea monopolio, hay plataformas que son muy importantes, que tienen participación de mercado, pero no he encontrado un monopolio natural”, afirmó el experto.

Añadió que se buscan implementar medidas generales, prohibiciones *ex ante* basadas en presunciones de ilegalidad *per se* a modelos de negocios distintos que se basan en una percepción equivocada de que existen monopolios naturales.

“La idea de la regulación surge de que es necesaria cuando existe una situación en la cual la competencia no es posible, y puede haber plataformas que tengan una posición preponderante en el mercado, pero de ahí a señalar que no tienen un elemento competitivo es una cuestión muy distinta”, insistió.

Advirtió que un problema de la regulación usualmente tiene un efecto negativo sobre la innovación.

El problema de aplicar herramientas tradicionales como regulaciones sobre poder de mercado o el mercado relevante no proviene de que sean plataformas digitales, sino del hecho de que se trata de productos diferenciados. “No podemos meter en el mismo mercado a un coche de lujo a uno de calle”, mencionó.

Por su parte, Lucía Ojeda Cárdenas, Socia de SAI Derecho y Economía, admitió que no hay una regulación específica para las plataformas digitales. Sin embargo, dijo que estas herramientas tradicionales son un filtro preventivo muy relevante.

Destacó que, en el caso de las fusiones y concentraciones, hay quienes advierten que se debe revertir la carga de la prueba, lo que significa que la autoridad no es la que tiene que demostrar que va a haber un daño a la competencia para bloquear la transacción, sino al revés, el que notifica debe demostrar que no va a hacer un daño a la competencia para que la autoricen.

Respecto a las *killer acquisitions*, comentó que las empresas saben por qué y para qué compran y es muy claro que en los documentos internos de las empresas ahí están sus intenciones. Añadió que el reto para México es saber cómo establecer un procedimiento jurídico en el que realmente la autoridad pueda tener en sus manos esos documentos que van a demostrar la verdadera intención de los agentes económicos.

“Se necesitan nuevas formas de cooperación entre las autoridades de competencia en las que incluso éstas puedan decidir juntos los remedios, esto no es nuevo, esto ya lo han hecho, pero es importante realizarlo en las plataformas digitales donde las fronteras se borran”, comentó.

CONCLUSIÓN DÍA 1

Sin duda alguna, los avances en la tecnología digital y conectividad han transformado la manera en que operan los mercados dando lugar a nuevos negocios y nuevas industrias, afirmó el Comisionado del Instituto Federal de Telecomunicaciones, Sóstenes Díaz González.

Explicó que la sociedad ha sido testigo de cómo la digitalización experimentó una gran aceleración digital, resultado de las medidas de confinamiento implementadas para combatir la pandemia de Covid-19. Sin embargo, pese a la situación respecto a la pandemia, la aceleración digital ya no puede dar marcha atrás.

Al dar las conclusiones del día 1 del 8° Foro Internacional “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022”, organizado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, explicó que el comercio electrónico, la educación y el trabajo remoto son actividades del ecosistema digital que se han vuelto cotidianas y necesarias en nuestra vida diaria y que la economía digital se caracteriza por brindar beneficios significativos para consumidores y empresas de todo el mundo.

“Por un lado, los consumidores se benefician de una mayor transparencia de precios, menores costos de búsqueda y acceso a una mayor variedad de bienes y servicios, por su parte, las empresas se benefician de nuevos mercados, barreras de entrada reducidas y ahorros en costos operativos”, destacó.

Generan desafíos plataformas digitales

Sin embargo, reconoció que este rápido y acelerado cambio en las características y dinámicas de estos modelos de negocio también generan una serie de desafíos para las agencias de competencia y de regulación, y es debido a esas características de los mercados digitales, como son los efectos de red, las economías de escala y de alcance, los mercados de múltiples lados que tienen un impacto significativo en las condiciones de competencia.

Díaz González destacó la participación de Reguladores, autoridades en materia de competencia económica nacionales e internacionales, de protección de datos personales, expertos en la materia, académicos y representantes de la industria, quienes se dieron cita en este foro para analizar precisamente estas condiciones de competencia en los mercados digitales, cuyas aportaciones servirán a las autoridades tomar en cuenta aquellas particularidades de las plataformas digitales que se analizaron en las mesas de discusión y que pueden significar un reto para el marco tradicional de análisis de competencia.

“La participación de todos es valiosa para crear este espacio para cambiar experiencias, reflexionar y debatir sobre los nuevos y crecientes desafíos en materia de competencia en el entorno digital”, subrayó el Comisionado del IFT.

Comentó que durante el primer día de actividades se tuvo la oportunidad de escuchar múltiples voces que destacaron la importancia del papel cada vez más trascendental que desempeñan los mercados digitales en la economía, como la de Frédéric Jenny, Presidente del Comité de Competencia de la OCDE, quien expuso sobre la necesidad de lidiar con casos que involucran temas innovadores que ha llevado a las autoridades de competencia en todo el mundo a cuestionarse si las leyes y políticas de competencia existentes son suficientes para hacer frente a los problemas de competencia que surgen en los nuevos modelos de negocio bajo un entorno digital.

Datos, un activo que genera preocupación a autoridades

Destacó también la relevancia que ha tomado la recolección y almacenamiento de datos debido a su fácil recopilación y el bajo costo de almacenamiento en un ecosistema digital, además de que, con la incorporación

de tecnología como la inteligencia artificial, se pueden analizar muy fácilmente permitiendo mejorar la calidad de los servicios ofrecidos y facilitando las transacciones.

Sin embargo, reconoció que, desde un punto de vista regulatorio, surgen preocupaciones relacionadas con la seguridad y confidencialidad de los datos que vuelven más apremiante la necesidad de promover mecanismos de cooperación más efectivos entre las diversas autoridades.

Al hacer un recuento de los temas abordados, dijo que se plantearon diversos cuestionamientos desde la perspectiva de competencia, como el cómo regular sin inhibir incentivos a la inversión y a la innovación, qué elementos son necesarios incorporar dentro de un análisis de mercado, cómo analizar los modelos de negocios que son diferentes, la viabilidad de utilizar o no las herramientas tradicionales para la identificación de prácticas comerciales potencialmente anticompetitivas en las plataformas digitales y otros desafíos relacionados con las *Big tech*, *gatekeepers* y OTT y su implicación para México o aquellos ocasionados con concentraciones *joint ventures*, y convenios de conversión del entorno digital y el fenómeno de *killer acquisitions*.

Sobre este último tema, advirtió que una de las mayores preocupaciones al analizar las adquisiciones de *startup* por parte de empresas ya establecidas en el entorno digital se centra precisamente en la estrategia conocida como *killer acquisitions*.

“Sin duda, la experiencia de cada uno de los participantes nos deja con muchas reflexiones sobre el entorno actual en torno a las oportunidades y retos que enfrentan los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en materia de competencia económica y regulación en el entorno digital”, sostuvo Díaz González.

En su intervención, Alejandro Ildelfonso Castañeda Sabido, académico de El Colegio de México, explicó que en las plataformas digitales confluyen una serie de factores internos y externos que les permite llevar a cabo el otorgamiento de servicios.

Detalló que dentro de estos factores existe un elemento común que los aglutina que es el algoritmo bajo el cual operan las empresas. Este algoritmo y esta nueva forma de operar de las plataformas digitales dificulta mucho la identificación de mercado de la manera tradicional.

“Como se ha discutido, el mercado se determina por ciertos mercados de competencia como el de monopolio hipotético. Y todo este tipo de conceptos son cuestionados por las operaciones de las plataformas digitales”, dijo.

Cómo determinar un mercado relevante

De acuerdo con lo que comentó Frédéric Jenny, refirió el especialista, las plataformas y su modelo de operación no son similares. Tienen ciertas características comunes como son las externalidades de red, los efectos de red internos y externos, las economías de escala y alcance, pero la manera en que operan es distinta a los negocios tradicionales en los que, por ejemplo, se compran ciertos insumos y se producen ciertos productos.

“Actualmente, las plataformas están relacionando una serie de mercados de un lado, con una serie de usuarios del otro lado. Esta distinción de operación hace muy difícil identificar lo que se conoce como mercado relevante y, por lo tanto, dificulta mucho tratar de inferir poder de mercado y otras características que podamos encontrar en la operación de estas industrias”, reconoció.

Destacó que la manera de analizar el mercado es hacerlo a partir de un conjunto de actividades comunes y tratar de ver si esta operación en estas actividades afecta los mercados de competencia.

“Un problema que tenemos con la operación de estas plataformas es que tanto los efectos de red como las economías de escala y alcance hacen que la eficiencia se alcance a niveles de operación muy elevados para

estas empresas y esto beneficia a la eficiencia del comportamiento de los mercados, pero genera concentración y la concentración es un tema que las agencias de competencia siempre están preocupadas de tratar de combatir”, advirtió.

En este sentido, añadió, mi interpretación es que la operación de estas nuevas plataformas nos lleva a una disyuntiva y ésta es analizar y tratar de contrastar la eficiencia en la operación de los mercados frente a los retos que implica la concentración de estos con la operación de estas plataformas.

“Básicamente, si vamos a regular este tipo de mercados, lo que debemos hacer es hacer investigación de mercado, ver la operación de estos mercados e inferir si esto afecta la eficiencia del funcionamiento de los mercados, afecta a las posibilidades de innovación y sobre esa base intervenir”, dijo.

Sin embargo, reconoció que no está de acuerdo con la regulación *ex ante*. “Me parece que es mejor hacer una investigación de mercado y checar qué es lo que pasa, dónde se daña la innovación y la eficiencia en la operación de los mercados, y si no podemos demostrar eso no estoy seguro de regular a plataformas digitales”.

Al referirse a las economías de escala y de alcance en datos, reconoció que es un reto también para la competencia, porque estas grandes plataformas acumulan mucha información y es muy difícil para pequeños operadores aprovechar estas economías de escala en la información, ya que comentó que estas economías de escala en información permiten diferenciar los productos y permiten establecer productos especializados para cada tipo de consumidor.

CONFERENCIA MAGISTRAL. LA IMPORTANCIA DE UNA COOPERACIÓN INTERNACIONAL ENTRE REGULADORES, AGENCIAS DE COMPETENCIA Y AUTORIDADES DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

El uso y poder creciente de las plataformas digitales, su alta concentración de mercado y el control de cadenas de valor de datos está generando implicaciones globales, sobre todo a partir de la pandemia, advirtió Teresa Moreira, Jefa de la Subdivisión de Políticas de Competencia y Consumo de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

Afirmó que esta alta concentración de mercado y el control de datos puede afectar potencialmente el acceso a nuevos competidores e incluso a aquellos que ya participan en esos sectores.

Durante su conferencia magistral, “La importancia de una cooperación internacional entre reguladores, agencias de competencia y autoridades de protección de datos personales”, en el marco del 8° Foro Internacional “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022”, la experta refirió que, de acuerdo con el último estudio realizado por el organismo en 2021, Estados Unidos y China ocupan los primeros lugares en el uso y poder creciente de sus plataformas, lo cual impacta a diferentes sectores y jurisdicciones de todo el mundo.

Explicó que, a inicios de 2020, cuando surgió el brote de la pandemia y llevó al mundo entero al confinamiento, los consumidores y las empresas empezaron a utilizar sistemas en línea para llevar a cabo sus negocios, lo que generó una gran necesidad en el uso de estas plataformas a pesar de que su acceso no era equitativo.

“Hay una serie de implicaciones económicas para la competencia y también para las políticas de protección de datos. Esto lo vimos muy claramente en este escenario global especialmente en la pandemia”, subrayó Moreira.

Ante ello, instó a las autoridades a evitar contradicciones, y sí en cambio a intercambiar experiencias, conocimiento y a conjuntar acciones comunes a favor de la regulación, la competencia económica y la protección de datos y privacidad de los consumidores.

“Hay ciertos conflictos entre la competencia y la protección de datos porque en varias jurisdicciones la protección de datos sigue siendo algo muy reciente, y los reguladores existentes no están familiarizados con todos los marcos legales de la competencia, y las autoridades, muchas veces, no conocen el *modus operandi* de otras autoridades de protección de datos”, reconoció.

“Necesitamos conjuntar, unificar las autoridades de protección de datos para que hablen y se consulten entre sí y emprendan acciones comunes. Cuando hablamos de esto, les puedo decir que son los principales asuntos para considerar, y todos están relacionados con la cooperación internacional”, subrayó Moreira.

Destacó que la colaboración entre las autoridades de regulación, competencia económica y protección de datos y los gobiernos de las distintas naciones debe ser constante. Añadió que el papel de la UNCTAD, que cuenta con 195 países miembros, de los cuales 100 están en desarrollo, es precisamente evidenciar estos aspectos y asegurarse de que no haya contradicciones en el uso entre la práctica de los diferentes puntos de la legislación.

“Mi punto de vista tiene que ver con la necesidad de la cooperación y la interacción entre áreas interrelacionadas y las diferentes autoridades que participan en estos rubros.

“Esto es muy importante, porque las empresas necesitan las plataformas y poder saber cómo predecir, cómo planear sus actividades, las empresas en general necesitan un ambiente habilitador predecible y estable, por lo

tanto, las autoridades, aparte de este marco regulatorio, necesitan dar orientación para que todo mundo sepa qué hacer para que todos estemos conscientes de los derechos que tenemos, y cómo podemos protegernos”, explicó.

Todo esto es crucial e importante, insistió la experta, esto no puede suplir la legislación, pero necesitamos tener estas guías, y trabajar juntos. La cooperación es importante, subrayó Moreira.

Destacó que en este trabajo de colaboración es importante identificar y compartir las mejores prácticas, independientemente de dónde vengan, de jurisdicciones nacionales, de países, de regiones, o de redes internacionales, ya que se trata de cubrir a aquellas autoridades que son muy jóvenes, que no tienen los recursos o el *expertise* necesario.

“Debemos desarrollar un enfoque holístico incluyendo la competencia, la protección de datos, también la protección del consumidor, las comunicaciones electrónicas y las políticas de servicios financieros”, sostuvo.

Respecto a México, comentó que es un país muy vibrante, que cuenta con una Ley Federal de Competencia Económica, tiene experiencia, y muchas naciones de América Latina podrían beneficiarse con el intercambio de información que pudiera compartir nuestro país.

En su intervención, Paulina Martínez Youn, Titular de la Autoridad Investigadora del IFT, coincidió con Moreira en que las autoridades de regulación, competencia económica, de protección de datos personales y de derechos del consumidor unan esfuerzos para combatir las malas prácticas de las grandes plataformas digitales.

“El objetivo principal es lograr una mayor colaboración entre autoridades y jurisdicciones de diversas naciones y obtener mejores resultados para los consumidores. En México, el IFT y las autoridades de competencia firmamos un convenio con el INAI, y estamos en relación con otras instituciones para avanzar dentro de este trabajo”, sostuvo.

Refirió que Moreira habla de un involucramiento activo en conjunto para no utilizar las protecciones como pretexto para no abrir mercados, entonces con esos mecanismos de colaboración entre las autoridades, dijo, se podrá obtener un resultado sumamente positivo en favor de la competencia de los mercados y de los consumidores.

MESA 3 PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, EL USO DE MEGA DATOS Y SUS EFECTOS EN LA COMPETENCIA

En el actual entorno digital, millones de usuarios de todo el mundo generan datos sobre su identidad, patrones de uso y sus preferencias, convirtiéndolos en un insumo muy valioso para las grandes empresas que los utilizan para desarrollar y proporcionar servicios digitales, por ello es importante que se analicen las implicaciones y efectos negativos sobre la competencia y el consumidor, afirmaron expertos y autoridades nacionales e internacionales en materia regulación, competencia económica y de protección de datos personales nacionales.

Reconocen que si bien la generación, acumulación y uso analítico de los mega datos en la economía digital pueden traer grandes beneficios para la sociedad y para el entorno de competencia entre empresas, también pueden generar prácticas anticompetitivas, barreras a la entrada para la competencia y afectación en la protección de datos y privacidad de los consumidores.

Al moderar la Mesa 3 “Protección de datos personales, el uso de mega datos y sus efectos en la competencia”, Gabriela Gutiérrez Salas, Directora General Adjunta de la Coordinación General de Planeación Estratégica del IFT, detalló que a nivel mundial se debate el impacto que se tiene sobre el uso, recolección, manejo, almacenamiento, protección y explotación de datos en el rubro de la competencia, y la importancia de que los usuarios estén bien informados sobre el uso que hacen las grandes empresas de su información personal, la cual, dijo, tiene que ver con su nivel de alfabetización digital.

Destacó que el uso de datos personales en esta era digital, dominada por las grandes plataformas digitales, tiene muchas aristas y da lugar a muchas discusiones, que van desde aspectos relacionados con la ética, la protección de datos personales, la regulación y la competencia.

“¿Qué beneficios generan las grandes acumulaciones y el uso analítico de los datos en la economía digital?, ¿cuáles son los efectos que tienen estos en la competencia?, y ¿cuáles son las implicaciones y los efectos del uso de algoritmos en las prácticas de mercado?, son solo algunos de los temas que se analizan y que se debaten”, comentó Gutiérrez Salas.

Al abrir el análisis y discusión en torno a estas interrogantes, Michelle Ramsden, Abogada Asesora en la Oficina de Privacidad y Libertades Civiles del Departamento de Justicia de Estados Unidos, admitió que la acumulación y el uso analítico de los datos en la economía digital traen beneficios para la sociedad y para el entorno de competencia entre empresas.

“Ciertamente el uso y la analítica de los datos ofrecen muchos beneficios en la economía digital; será difícil negar que el tenerlos facilita muchos procesos. Cuando me siento en la noche a ver la televisión tengo cientos de opciones de programas recomendados, dado que Google cuenta con los datos sobre mis tendencias de tráfico”, comentó.

Explicó que los negocios tienen acceso a muchos datos para analizar tendencias, lo que también los ayuda a crecer.

Sin embargo, reconoció que, desde su perspectiva, ve riesgos tangibles para los individuos. “Con la conveniencia vienen distintos tipos de riesgos, el primero es que prácticamente todo usuario de internet ha sido víctima de alguna brecha de datos. Mientras más información le demos a las empresas sobre nosotros como individuos, mayor responsabilidad habrá en términos de seguridad en un entorno cambiante donde uno debe mantenerse al tanto, por ejemplo, de hackeos”, dijo.

La experta puso de ejemplo que cuando un individuo comparte información a Netflix sobre sus hábitos de consumo de programas de televisión, también lo hacen millones de usuarios, creando tendencias de consumo de millones, “y es allí cuando estos hábitos empiezan a identificar a uno como individuo de forma muy específica”.

“La pregunta es cuánta gente que vive en un mismo código postal disfruta los mismos programas de televisión que veo, y poco a poco se va conformando una imagen clara donde un algoritmo me puede identificar como individuo no solo en cuanto a preferencias de televisión, sino con base en esas tendencias en cuanto a quién soy y estos riesgos de brecha de datos porque confiamos en que las entidades hagan (un buen) uso de los datos que les damos”, sostuvo.

Sin embargo, advirtió que existe la posibilidad de que las empresas vendan nuestros datos, lo que afecta directamente no solo al consumidor, sino también en términos de competencia, ya que las pequeñas empresas suelen estar en los mismos mercados dominados por estas plataformas digitales que tienen años de datos sobre sus consumidores.

En ese sentido, Ramsden aseveró que la protección de datos personales juega un papel importante en este proceso para evitar prácticas anticompetitivas. Expresó que las propias empresas de telecomunicaciones deben incluir cláusulas en sus sistemas de protección de datos para diferenciarse en el mercado. “Cada vez más personas exigen protección de sus datos personales y esto se convierte en problemático cuando las empresas disfrazan sus prácticas anticompetitivas como protecciones de privacidad. Las empresas grandes son muy hábiles en ese sentido, en el uso de los recursos personales del usuario y saben que lo necesitan para poder competir”, advirtió.

Y la pregunta aquí, dijo, es si ese proveedor realmente quiere proteger mi privacidad o simplemente quiere tener acceso a mis datos, y hay muchas conclusiones que pueden derivarse del uso de los datos personales.

El uso de mega datos y la inteligencia artificial

Por su parte, Carmen Quijano Decanini, Socia Fundadora en Bufete Quijano, realizó dos importantes recomendaciones al respecto: que la carga de protección de datos más importante esté en los agentes poderosos del ecosistema, que son los gobiernos y las empresas, y que el usuario haga su labor de exigir esa protección.

Aseveró que el modelo actual que se basa en los mega datos genera beneficios para la sociedad. “Los beneficios son patentes, hemos sido testigos de grandes transformaciones en el ámbito digital que han impactado la vida de los seres humanos y es muy fácil detectarlos cuando se trata de temas de salud, de bienestar; gracias a la innovación hemos podido tener cambios acelerados en la economía, y en la competencia y esto se hace a través de los datos”, destacó.

Detalló que a través del uso de los mega datos se pueden contratar servicios más sofisticados y dirigidos hacia las personas, ya que la inteligencia artificial se realimenta por su uso y tratamiento. “No tendríamos acceso a la inteligencia artificial y, por ende, a todos estos nuevos servicios que también traen eficiencias en el mercado. Gracias a la inteligencia artificial, las empresas anticipan cuánto inventario deben tener o si deben tener más empleados, además se puede anticipar cuál será la conducta del consumidor y esto es buenísimo para la economía”, dijo.

Añadió que gracias a la inteligencia artificial y a que hay un intercambio de datos entre todos los agentes del ecosistema se puede dar este beneficio.

En su intervención, Norma Julieta del Río Venegas, Comisionada del Instituto Nacional de Transparencia de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), defendió los beneficios que genera la protección de datos personales en el entorno digital.

Destacó que no se trata de limitar el uso de internet con más normativas, sino de orientar hacia cómo proteger este derecho de protección de datos personales, y que las personas sigan utilizando la tecnología en su beneficio.

“Creo que todos usamos la inteligencia artificial porque es una herramienta para transparentar, rendir cuentas y hacer la vida más fácil. Lo que tenemos que hacer es orientar y difundir cómo proteger estos datos personales en este entorno digital”, expresó.

Destacó que dentro de las obligaciones que tienen los responsables de tutelar los datos personales; por un lado, están los sujetos obligados, que son todas las instituciones, partidos, gobiernos que cuentan con los datos de todos nosotros, pero también hay un ordenamiento para los particulares. En ambos casos, se tiene la obligación de prevenir que haya un mal uso de esa información.

Mayor integración de leyes en beneficio del usuario

Por su parte, Joao Varela, Jefe Adjunto de Unidad en la Directiva General de Competencia de la Unión Europea, coincidió con los panelistas en el sentido de que los gigantes digitales no proporcionan a los consumidores suficiente protección de sus datos, por lo que se plantea el reto de que las autoridades logren una interacción entre la Ley de Competencia y la Ley de Protección de Datos, para poder resolver este problema.

Destacó que los gigantes digitales acumulan grandes cantidades de datos y con ello están logrando una ventaja insuperable, y esto plantea el reto de la interacción entre las leyes de competencia y las leyes de protección de datos.

“La acumulación de datos puede convertirse en una verdadera preocupación de competencia y crea barreras tan grandes como para detener el tránsito y el uso, y también puede representar problemas para las personas que utilizan estas plataformas”, sostuvo.

Destacó que a nivel global hay cada vez más investigaciones abiertas en torno al uso y abuso de los datos de los usuarios, sobre todo cuando empresas logran obtenerlos con procedimientos no transparentes o hasta de forma fraudulenta.

Comentó que se han evidenciado casos de explotación de datos por parte de las plataformas digitales. Sin embargo, afirmó que, gracias al avance en la regulación y la competencia, hoy es posible que los usuarios tengan mayor transparencia sobre el uso y destino de sus datos. “Esto tiene que ver con hacer a los mercados más competitivos, pero también más respetuosos hacia los usuarios”, dijo.

En su intervención, Viviana Blanco Barboza, Comisionada Presidenta de la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica, coincidió en la preocupación que despierta la gran acumulación de datos y el uso analítico de los mismos por parte de las plataformas digitales y la forma de regular este mercado.

Señaló que en los últimos años las diferentes jurisdicciones han evaluado, y en algunos casos adoptado nuevos conceptos; por ejemplo, de poder sustancial de mercado al nuevo entorno digital, y se han analizado también si se deben incorporar nuevos elementos al análisis y a las métricas tradicionales que se han utilizado en los análisis de otros mercados hasta ahora, o adaptar o fortalecerse las métricas para determinar el poder de mercado en los mercados digitales.

Añadió que algunas autoridades de competencia cuentan con una herramienta de abogacía, que son los estudios de mercado, y allí también se puede analizar el impacto de la acumulación y el uso analítico de los datos.

Detalló que estos estudios de mercado identifican distorsiones a la competencia, con el fin de proporcionar medidas de política pública, recomendaciones o acciones que los gobiernos pueden implementar para mejorar el bienestar de los consumidores.

Destacó el caso de México en el que se establecen procedimientos especiales donde se puede analizar este factor, como son las declaratorias de poder sustancial de mercado, de condiciones de competencia efectiva, la de barreras a la competencia y de insumos esenciales.

Datos, invaluable para las empresas

Comentó que la recopilación, combinación y análisis de datos permite a las empresas desarrollar y mejorar los productos y servicios.

Detalló que, al utilizar los servicios digitales, los usuarios generan datos sobre su identidad, sus patrones de uso, sus preferencias, y esos datos son valiosos para proporcionar servicios digitales, como la publicidad dirigida, y esta capacidad de recolectar y analizar los datos actúa como una ventaja competitiva que puede ser similar a la tenencia de activos, de otras tecnologías o insumos importantes en mercados más tradicionales.

En este sentido, dijo, la visión de los datos como un insumo clave, lo convierte en un parámetro competitivo muy relevante para la evaluación del poder de mercado.

“De esta forma podemos analizar la acumulación y el análisis de datos en el poder de mercado a través de tres variables que serían precio, calidad e innovación, las variables con las que se miden”, estableció.

MESA 4. LA IMPORTANCIA EN LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA POLÍTICA DE COMPETENCIA

Si bien la desigualdad en la distribución de poderes entre mujeres y hombres no ha sido una variable que se considere históricamente en los análisis de competencia económica en los mercados, en los últimos años organismos y autoridades nacionales e internacionales han destacado la relevancia de la perspectiva de género en el análisis de política de competencia a nivel global.

Especialistas y defensoras de derechos humanos e igualdad de género, expertas, investigadoras y autoridades de competencia y de regulación nacionales y extranjeras coincidieron en los beneficios que puede generar para los usuarios y consumidores la inclusión de la perspectiva de género en las políticas de competencia en todo el mundo.

En el marco de su participación en la Mesa 4 “La importancia en la perspectiva de género en la política de competencia”, destacaron que este hecho permitiría identificar características relevantes adicionales del mercado y del comportamiento de los consumidores, así como de las empresas, y promovería la diversidad, la equidad e inclusión, abordando el problema de la desigualdad de género.

En ese sentido, se pronunciaron por la necesidad de generar una transversalidad de la perspectiva de género en todas las políticas públicas, y sobre todo en la política de la competencia en los mercados de telecomunicaciones, radiodifusión y en las tecnologías de la información y la comunicación.

Al fungir como moderadora de dicha mesa de discusión, Jrisy Motis Espejel, Investigadora en Competencia Económica del IFT, refirió que, en 2018, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) comenzó a estudiar el impacto de una mayor equidad de género en el análisis de la competencia desde dos vertientes: desde la participación de la mujer en los mercados, y desde la toma de decisiones en las autoridades de competencia por más mujeres en los órganos de gobierno.

“Es muy reciente esta ola de investigación; apenas se está generando evidencia científica para ver los efectos; sin embargo, creo que se tiene mucho pensamiento, hay muchas expertas que hoy nos pueden dar idea de qué se va a lograr o qué se ha logrado con una mayor equidad de género, sobre todo en la generación e implementación de la política de competencia”, afirmó.

La importancia de la información y las estadísticas

Al respecto, Paloma Merodio Gómez, Vicepresidenta de la Junta de Gobierno del Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI), explicó que desde este órgano autónomo se trabaja para generar la información suficiente y en transversalizar esa perspectiva de género, creando y dotando de mecanismos que permiten cuestionar la desigualdad de las mujeres.

“La información realmente es un insumo muy relevante para el diseño de políticas públicas que puedan promover la igualdad”, aseveró.

Destacó que la generación de la información es fundamental para diseñar una perspectiva de género y para coadyuvar a crear una política de desarrollo inclusiva.

“Se ha trabajado con alianzas y encuentros de estadísticas de género desde hace 23 años para saber cuál es la información que se requiere para tener estadísticas de género de manera transversal”, comentó.

Dijo que la perspectiva de género está en un sinfín de programas de información y estadísticas, en los cuales se puede ver la diferencia entre la participación entre mujeres y hombres en distintos ámbitos, lo que establece la relevancia de implementar acciones y políticas que se destinen a la inclusión de la mujer en el entorno laboral y la educación, y fomentar su participación y empoderamiento.

“En la era digital todos generamos información y debemos usarla, clasificarla, automatizarla y con ello diseñar políticas públicas. Tenemos que diseñar herramientas para que los tomadores de decisiones generen políticas mucho más focalizadas”, destacó.

Merodio Gómez resaltó que esta información que es procesada por distintos organismos debe tener la mayor desagregación posible. “Con esta información pensamos contribuir y focalizar una mejor política de competencia con perspectiva de género”, puntualizó.

En búsqueda de mayor empoderamiento

En su intervención, María Elena Estavillo Flores, Directora General del Centro i, coincidió en que la perspectiva de género en la política de competencia es algo relativamente nuevo y está relacionada con el movimiento de la economía feminista, el cual va llegando poco a poco a diferentes especialidades.

Explicó que la diferencia entre la política de género y la política de competencia parte del poder económico; por lo tanto, la política de competencia está enfocada en el poder económico y cuando este está demasiado concentrado, los beneficios de los mercados no se distribuyen de forma equitativa.

“En nuestro papel como empresarias y consumidoras se advierten estas diferencias entre capacidad y empoderamiento dentro de los mercados que presentan muchas barreras para que las mujeres se beneficien de la misma forma que los demás participantes”, reconoció la también Presidenta de Conectadas.

Advirtió que la concentración del poder económico afecta a las mujeres y mantiene un estado general de desigualdad de género.

Resaltó cómo esta concentración del poder económico en los mercados, aunada a los sesgos de género, va excluyendo a las mujeres de oportunidades económicas, afectando el bienestar de las mujeres y privándolas de igualdad de oportunidades.

“Al hablar sobre la comercialización de algunos bienes y productos se piensa erróneamente que las mujeres tienen la capacidad de pagar más por ellos. En términos de competencia, vemos discriminación por género, de barreras a la entrada en diversos mercados donde no es tan fácil el acceso y precios excesivos, es un abuso lo que se les cobra a las mujeres frente a los hombres”, sostuvo.

En relación con los entornos laboral y financiero señaló la brecha salarial existente y el poco acceso, y en condiciones adversas, al financiamiento de proyectos.

“Este sexismo va excluyendo a las mujeres que están en situación de desigualdad y esto impide la competencia por mérito cuando hablamos de los mercados laborales. La brecha salarial también es una expresión de esa discriminación en mercados laborales”, afirmó Estavillo Flores.

Destacó que los mercados concentrados también generan políticas o prácticas que limitan la movilidad en el empleo y tampoco las mujeres tienen tantas oportunidades de moverse a otras empresas u otros empleos para poder mejorar sus perspectivas.

“La política de competencia no es suficiente para resolver la desigualdad de género, pero sí es un elemento importante si aplicamos la perspectiva de género; en los casos de la política de competencia puede volverse un elemento que ayude a impulsar la igualdad”, sostuvo.

Mayores riesgos por economía digital

En su oportunidad, Kim Mallalieu, Vicepresidenta de la Autoridad de Telecomunicaciones de Trinidad y Tobago, afirmó que la discusión en torno al tema de género debe tomar en consideración los riesgos de la economía digital.

Advirtió que los mercados tienen un sesgo de género y también son los responsables del mantenimiento de un entorno que no permite el desarrollo de mercados justos.

“A menudo en los mercados se generan entornos de nociones de identidad de género. Las mujeres sufren de inseguridad en línea, un porcentaje importante es violentada en línea. Hay una brecha de acceso en diversos países a telefonía celular e internet”, reconoció.

Dijo que, como creadoras en el mercado, las mujeres participan menos en etapas de innovación e invención en productos y servicios de telecomunicaciones y de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

No obstante, admitió que en la política de competencia en estos sectores hay mucha conciencia de mitigar los riesgos y consecuencias de los impactos en la economía digital y de las plataformas digitales.

“En el sector de las telecomunicaciones, la competencia eficiente se reconoce como un tema de suma importancia en la generación del bienestar del consumidor y también en el tema de género”, dijo.

Añadió que, en términos regulatorios, se reconoce la regulación de cuarta y quinta generación que gira en torno a la colaboración, a la protección del usuario y a la armonización de estos sectores.

“El hablar del enfoque de género y traer esto a la discusión pública, implica apalancarse de las TIC para integrar esta perspectiva en todos los programas para que tenga impacto en todos los países del mundo”, puntualizó.

Mayor acceso equitativo a niñas y jóvenes

Andrea Díaz Rolón, Jefa de la Unidad de Radiodifusión Sonora y Televisiva en el Departamento de Radiodifusión de la Comisión Nacional de Comunicaciones de Paraguay (CONATEL), coincidió con las panelistas en el sentido de que las mujeres enfrentan desventajas en distintos ámbitos, sobre todo en el mundo de la tecnología.

“Las mujeres y las niñas constituyen la mitad de la población global y, por ende, la mitad del potencial de la población mundial. Sin embargo, en las TIC, las mujeres están aún atrás en términos de paga, en términos de roles de liderazgo y en representación”, reconoció.

En ese sentido, destacó que para eliminar las desventajas de participación que hoy viven las niñas y las mujeres es necesario instar a los gobiernos, a las industrias y al mundo académico a que se elaboren más estrategias para poder construir ambientes que sean propicios para la práctica de la igualdad y en la que participen también los niños y los hombres y de esta manera tratar de transitar hacia una sociedad más incluyente.

Al hablar de eliminar las desventajas y reducir las brechas, Díaz Rolón destacó que se cuentan con herramientas para lograrlo, como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, específicamente el objetivo 5 que enmarca la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

“También es importante mencionar a la UIT que a través de su red de mujeres viene desarrollando programas que nos ayudan a capacitarnos y a formarnos para ocupar altos cargos en el sector de las telecomunicaciones y la radiodifusión”, resaltó.

Recalcó que la igualdad de género, así como la acción de empoderar a las mujeres y a las niñas constituye el mayor desafío en materia de derechos humanos en el mundo.

Estefanía Santacreu-Vasut, profesora asociada de Economía de la ESSEC Business School de Francia, coincidió en que la integración de la perspectiva de género en la política de la competencia es muy reciente. No obstante, dijo que ésta puede contribuir a sociedades más justas.

Expuso en ese marco que junto con la (OCDE) se realizó un *background paper*, en el que se reflexiona sobre la idea de género de manera transversal cuando se evoca en la política de la competencia.

“El punto de reflexión sobre la integración del género en la política de la competencia era hacer un resumen del por qué la participación de la mujer en la economía, qué características tiene, y en ese caso, resumir las barreras o incentivos o factores culturales, por un lado, y por el otro, las discriminaciones que las mujeres sufren en los mercados”, refirió.

Explicó que si la política de la competencia aumenta los servicios en sectores donde tradicionalmente las mujeres han trabajado sin una remuneración; por ejemplo, en el cuidado en el hogar, de los hijos y adultos mayores, esto va a favorecer que ellas puedan participar en el mercado de trabajo, entonces la priorización de los mercados que estudian las agencias de competencia es un elemento clave.

“Priorizando mercados sin cambiar el objetivo de las políticas de competencia se puede contribuir a reducir las desigualdades de género. Las autoridades de competencia pueden ganar considerando el género en sus trabajos, tanto para mejorar el objetivo que tienen, como para disminuir las desigualdades”, dijo.

MESA 5. RETOS EN MATERIA DE POLÍTICA DE COMPETENCIA DE LA EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

La legislación en materia de competencia es vital al analizar, investigar y vigilar los mercados digitales, en particular a la hora de detectar y frenar prácticas anticompetitivas, fusiones o concentraciones que puedan perjudicar la innovación y el desarrollo tecnológico, afirmaron expertos académicos, investigadores y autoridades en materia de regulación y competencia nacionales y extranjeros.

Coincidieron en que el acelerado crecimiento que han experimentado las grandes plataformas en el actual entorno digital ha permitido el desarrollo de nuevas tecnologías que generan valor de bienes y servicios en beneficio de la población.

Durante la Mesa 5, “Retos en materia de política de competencia de la evolución tecnológica”, abordaron los distintos desafíos que en materia económica ha provocado la evolución tecnológica, sobre todo en la adopción y despliegue de infraestructura de tecnología de redes 5G, la convergencia tecnológica, la neutralidad tecnológica y los servicios de almacenamiento en la nube.

Nuevas tecnologías y 5G

Sayuri Koike Quintanar, Investigadora en Mercados Verticalmente Integrados del Centro de Estudios del IFT, quien fungió como moderadora en dicha mesa de análisis y debate, destacó que las redes 5G generarán más y mejores servicios y aplicaciones, así como nuevos modelos de negocio y formas de competir.

Afirmó que se esperan grandes beneficios en cuanto a la innovación, eficiencia y productividad; sin embargo, para que se den estos beneficios dependerá de varios factores como pueden ser las inversiones en el despliegue de redes 5G, así como la integración de diferentes tecnologías o la convergencia tecnológica y el grado de interoperatividad en los dispositivos y aplicaciones.

Entre los expertos, refirió, se plantean cuestiones sobre las posibles barreras que puedan existir en la adopción de arquitecturas abiertas en el despliegue de redes 5G, así como la posibilidad de barreras en cuanto a la convergencia tecnológica.

Detalló que en cuanto a la neutralidad tecnológica es un principio que suele estar presente en varios marcos regulatorios; sin embargo, reconoció, los análisis en materia de competencia y remedios no suelen ser tecnológicamente neutrales.

Destacó que la interoperatividad puede desactivar la competencia dentro y entre las plataformas en ciertos mercados, pero también puede obstaculizar la competencia. En este sentido, dijo, también surgen cuestiones sobre si se debe o no implementar como una solución para promover la competencia económica.

Añadió que los servicios en la nube también son parte integrada de la economía digital. Sin embargo, también representan retos en materia de competencia, y se plantean cuestiones como qué oportunidad se asocia a los servicios de la nube o qué retos en materia de competencia se prevén en la provisión del servicio”.

La nueva ley sobre mercado digital y sus implicaciones

Por su parte, Erik Bohlin, Académico del Departamento de Administración de Tecnología y Economía de la Universidad de Tecnología de Chalmers de Suecia, se refirió a la nueva Ley sobre el Mercado Digital, que recién se decretó en la Unión Europea y que tiene que ver con distintas iniciativas sobre la economía de datos y los retos que conlleva la evolución tecnológica.

“(La nueva Ley sobre el Mercado Digital, aprobada en la Unión Europea) plantea el acto de predominancia de las plataformas, donde los datos son el nombre del juego y tenemos asuntos de precios, lo cual presenta retos para las políticas de competencia”, comentó.

Destacó que en la actualidad existen plataformas que están moldeando nuestra vida de manera fundamental y esto continúa con el despliegue de redes 5G.

Dijo que se espera que con la nueva ley estas plataformas puedan tener interdependencia y sean complementarias, siendo útiles entre sí, para que generen un potencial y no un freno a la innovación.

Explicó que la Ley del Mercado Digital está basada en (analizar y detectar) inestabilidades y fragmentación regulatoria en los países miembros de la Unión Europea, lo que implica la necesidad de un enfoque integral, teniendo como objetivo resolver las fallas en el mercado a través de supervisar lo que sucede.

“Los problemas y objetivos están relacionados con puntos particulares e instrumentos regulatorios. Hay una serie de plataformas disponibles y podemos imaginarnos nombres de corporativos, servicios intermedios, tiendas de aplicaciones, motores de búsqueda y cuestiones interpersonales, mensajería, redes sociales y servicios de publicidad”, detalló.

“Estos son los tipos de servicios que se identifican en la Ley del Mercado Digital. Varios de ellos están altamente concentrados y actúan como compuertas con control de cuellos de botella y son como los cuidadores (*gatekeepers*) de estas entradas”, reconoció.

Buscar con AI sociedades más inclusivas

En su intervención, Mariagrazia Squicciarini, Jefa de la Oficina Ejecutiva y Directora del Sector de Ciencias Sociales y Humanas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), reconoció que la convergencia tecnológica puede ser un obstáculo para la innovación, pero depende de cómo se apliquen las reglas.

“Pienso que el diablo está en los detalles y tiene que ver con regulaciones que nosotros podemos implementar. Una regulación puede ser muy importante”, dijo.

La experta aprovechó la oportunidad para ejemplificar las acciones que ha emprendido la UNESCO, en particular sobre la recomendación que ha presentado en materia de ética en la Inteligencia Artificial (AI, por sus siglas en inglés), la cual está vinculada a regresar la tecnología al servicio de las personas y lograr sociedades más inclusivas y coherentes.

“La Inteligencia Artificial está en las manos de unas cuantas personas, vemos patrones, dónde se encuentran las empresas y todo está altamente concentrado. Podemos ver que la investigación y el desarrollo también están altamente concentrados.

“Muchas personas hablan de que la Inteligencia Artificial puede cambiar el mañana sin darse cuenta de que está cambiando desde hoy”, afirmó.

Sin embargo, dijo, se debe tener cuidado cómo se utilizan los datos que aportamos a la Inteligencia Artificial para lograr una sociedad más incluyente.

“Los datos son el nuevo combustible, el nuevo petróleo, por así decirlo, entonces tenemos que ver qué hacer con los sistemas de Inteligencia Artificial; hay preocupaciones sobre el manejo de datos en cuanto a la privacidad de las personas, la vigilancia y los derechos humanos”, admitió.

Queremos, dijo, que la Inteligencia Artificial sea la tecnología que proteja los derechos humanos, la dignidad humana y el derecho sustentable, y a su vez signifique más empleos y sociedades más conectadas.

“Es clave evaluar y plantear qué implica el uso de la Inteligencia Artificial, su despliegue, sus implicaciones y el impacto que puede tener en los mercados y para lograr esto necesitamos empoderar nuestro capital humano y enfocar la educación”, planteó Squicciarini.

Tecnología y regulación para cerrar brecha digital

Por su parte, Fernando Borjón, Asesor Senior para América Latina Access Partnership México, coincidió en la importancia de las acciones que a nivel global se realizan para generar mecanismos para que el uso de las tecnologías contribuya a eliminar la brecha digital.

Refirió que una de estas resoluciones se dio en el marco de la Conferencia de Plenipotenciarios (PP22) de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, relativa a mecanismos para que el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación elimine las brechas digitales de acceso, que tienen que ver con las redes finales en las que los usuarios pueden tener acceso a internet.

“La resolución hace referencia al Open RAN (redes abiertas e interoperables) y a IPV6, para generar un ambiente propicio y generar conectividad que sea asequible para la población”, explicó.

Comentó que las arquitecturas abiertas desagregadas e interoperables permiten fomentar la competencia, la innovación y la neutralidad tecnológica. “Las arquitecturas abiertas favorecen el desarrollo de la tecnología a partir de múltiples participantes, lo que impulsa la competencia, favorece la reducción de costos y responde de mejor manera a los retos de nuevos servicios”, detalló el experto.

La tecnología se vuelve más compleja

Desde la perspectiva de Markham Sivak, experto en Política de Competencia de OFCOM del Reino Unido, existen grandes desafíos aparejados a la evolución tecnológica y al modo en que los operadores deben gestionar cómo interactuar entre la tecnología y los modelos de negocios, lo que se ha vuelto más complejo.

“Vivimos en un tiempo en que los servicios y las tecnologías dependen unas de otras y un simple acto de comunicación en la nube involucra múltiples servicios con diversas tecnologías. Esto siempre ha sido así, pero la naturaleza de los nuevos modelos de negocios y el intercambio de información que estos servicios realizan ahora conlleva una mayor complejidad”, explicó.

En nuestras propias definiciones en ese contexto, refirió el experto, debemos seguir con nuestro enfoque tradicional en la promoción de regulación de acceso justo y equitativo, con competitividad en los mercados y precios asequibles.

Pensar en un mundo sin cambio, no es opción

Por último, Jibirila Leinyuy, Jefe de Unidad de Economía, Telecomunicaciones y Espectro en el Ministerio de Infraestructura Digital, Cultura, Medios y Deporte del Reino Unido, explicó que desde el punto de vista económico, cuando hay innovación tecnológica, se dan dos vertientes: la primera, es que si los usuarios adoptan cierta tecnología, entonces puede expandirse el valor que obtienen a partir de determinado producto o servicio y segunda, es que si las empresas que ofrecen los servicios adoptan cierta tecnología esto puede incrementar la eficiencia para quienes usan dichos servicios.

En ese sentido, detalló, si no se observa el diferencial entre el valor que obtienen los usuarios desde el punto de vista de la demanda de las eficiencias y lo que obtienen los proveedores desde el punto de vista de los servicios, la brecha entre estos dos define el incremento en cuanto al valor económico en el mercado, para la economía en general y esto puede multiplicarse entre tantos servicios y productos.

Afirmó que es en ese punto donde el mercado se convierte en un elemento, entre tantos, que la autoridad tiene que considerar para establecer la competencia y en donde debe entrar la innovación.

“Sabemos que debemos innovar y adoptar nuevas tecnologías. Así que, pensar en un mundo sin cambio, no es opción. Debemos disminuir la brecha a modo de generar los beneficios que prometen estas tecnologías. Aquí es donde vemos que si hay cierta ambigüedad entre la competencia, que es una variable más, debemos optimizar y pensar la forma de complementar”, expuso.

CONCLUSIÓN DÍA 2. FORO RETOS DE LA COMPETENCIA EN EL ENTORNO DE DIGITAL 2022

Desafían empresas digitales a actores tradicionales

Los desafíos no solo representan riesgos, sino oportunidades en términos de competencia; en la economía digital permiten que los nuevos actores representen, por su capacidad, una fuerza para desafiar y disciplinar a los actores establecidos y tradicionales en los mercados que tenemos en América Latina, afirmó Fernanda Viacens, Editora de Competition Policy International Latam.

Al participar en el cierre de actividades del 8° Foro Internacional “Retos de la Competencia en el Entorno Digital 2022”, sostuvo que cuando nuestros mercados tradicionales reciben a los actores de la economía digital se encuentran en un entorno de competencia mucho más concentrado, con situaciones de poder de mercado mucho más fuertes. “Creo que estos actores digitales llegan con una capacidad y a ser globales, para desafiar a estos actores establecidos que tenemos en la región de América Latina en muchos mercados”, afirmó.

La ex Comisionada de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) de Argentina, instó a las autoridades a ser cautelosos a la hora de regular a los nuevos actores de la economía digital para evitar que esas acciones se reviertan y conviertan en barreras que protejan a los actores tradicionales y establecidos que se han mantenido por años en la región.

Advirtió que en el análisis de la acumulación de datos por parte de las plataformas digitales si bien estas empresas tienen cierta capacidad de poder de mercado, se deben determinar ciertas condiciones “en un sólido análisis de efectos”.

“Recordemos que, en la aplicación de la competencia, tenemos la obligación de hacer un análisis de efectos exhaustivos que demuestre que una conducta tenga el potencial anticompetitivo, porque como hemos visto, el uso de datos conlleva también a cuestiones de eficiencia, puede ser pro competitivo, y esos efectos positivos deben ser ponderados de cara a los consumidores”, explicó.

Detalló que otro de los elementos a considerar en el análisis de datos es la interacción entre la legislación de competencia económica con la de protección de datos personales, en la que, advirtió, las autoridades podrían encontrar tensión.

“En la búsqueda de la competencia podríamos encontrarnos por una atención en la legislación de protección de datos o con la legislación de protección de datos y habría una situación extrema en convertirse en un efecto anticompetitivo”, alertó.

Por último, comentó que dentro de este análisis de datos vinculado a la interacción que hay entre las dos legislaciones se debe incorporar como una variable la privacidad de las personas en el análisis de la competencia.

Política de competencia, aliado de la innovación

En su intervención, Jorge Arreola, Director General de Competitividad y Competencia de la Secretaría de Economía, calificó a la política de competencia como el mejor instrumento para lograr la innovación y la eficiencia y elevar la productividad de las empresas, aunque reconoció que existen importantes fallas de mercado.

“Hemos dejado muchas cosas al mercado en donde en realidad tenemos graves fallas. ¿Es la política de competencia el instrumento para alcanzar los objetivos que estamos buscando? Sí”, admitió. Sin embargo, dijo que se deben eliminar muchos vicios y barreras. “Las empresas que buscan innovar, que

buscan emprender nuevos proyectos, difícilmente tienen acceso al financiamiento, pero hay muchos temas asociados con la productividad, pero sin duda, uno fundamental es la innovación”, afirmó.

Destacó que la innovación en México no recibe el financiamiento que debería. Afirmó que no hay proyectos más rentables que aquellos que permiten adaptar tecnologías existentes, pero para eso hace falta dotar a todos estos segmentos de la población, que se han quedado afuera de esos beneficios que ha generado la apertura comercial, el encadenamiento global.

“Ahora que revisamos la política de competencia a la luz de los retos que impone la economía digital, deberíamos volvernos más integrados para hacerlo. Debemos sumar la cooperación internacional e integrar, dentro del país, no solo a las autoridades de competencia, sino también a las sectoriales con agendas armonizadas con la política de competencia, que permitan que los beneficios que buscamos en innovación, productividad y competitividad lleguen a esos sectores que se han quedado al margen”, reconoció Arreola.

Añadió que, si bien es necesaria la colaboración internacional, también es importante que la política de competencia integre a los actores relevantes.

“El desarrollo de la digitalización no solo ayuda a los grandes proveedores, también permite que la sociedad civil pueda ser escuchada de manera más efectiva”, dijo.

En su intervención, como parte de los panelistas que dieron las conclusiones de este foro, Laura Elizabeth González Sánchez, Directora General de Condiciones de Mercado de la Autoridad Investigadora del IFT, realizó un resumen de las opiniones que se dieron en las mesas de trabajo durante el segundo día de actividades.

Destacó la participación de la academia, el sector privado, de organismos reguladores del sector y de autoridades de competencia que dieron luz respecto a los retos y oportunidades que enfrentan los sectores de telecomunicaciones y de radiodifusión, así como de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el entorno digital.

Destacó al respecto que es evidente que las plataformas digitales juegan un papel cada vez más importante en el quehacer económico de las sociedades, por lo cual es de gran valor para el Instituto contar con los puntos de vista de los participantes, con el fin de definir las estrategias a seguir en estos temas.

Fin.