

Desayuno Virtual ForoCompetencia – sesión 24/02/2022

Breve descripción de quiénes son ForoCompetencia:

“Son un foro virtual de debate relacionado a temas relativos a la defensa de la competencia. Su fecha de creación data a junio del 2001. Actualmente, el foro está compuesto de distintos profesionales de los sectores estatales y particulares, quienes son especialistas en los asuntos de defensa de la competencia. Asimismo, los integrantes son de más de veinte países. Además de haber tenido más de 50 debates vía e-mail, cada dos años se realizan coloquios con el objetivo de debatir temas relacionados con la defensa de la competencia. Los mismos se realizan en las afueras de Buenos Aires y suelen participar cerca de 100 representantes de los sectores público, privado y académico de aproximadamente 10 países distintos. ForoCompetencia también organiza desayunos periódicos. Desde 2001 se organizaron más de 150 desayunos en Buenos Aires y, desde 2020, se realizan en forma virtual a través de Zoom”. Lo anteriormente señalado, se encuentra detallado en la página web de ForoCompetencia, en la sección de quiénes somos.

El día 24 de febrero del 2022 se realizó el foro sobre desafíos pendientes en el derecho de competencia a cargo de Desayuno Virtual ForoCompetencia, en donde se contó con la participación especial de Pablo Ibañez Colomo, quien es docente en London School of Economics, ubicada en el Reino Unido y también en el Colegio de Europa, ubicado en Brujas, Bélgica.

El propósito principal del foro fue discutir una serie de desafíos pendientes del derecho de la competencia. El análisis de efectos anticompetitivos, el diseño de producto y los modelos de negocio, la frontera entre explotación y exclusión; y la concepción, aplicación y supervisión de los remedios fueron los temas a tratar durante el desarrollo del evento virtual.

Respecto al primer punto, este se encuentra resuelta en el sistema estadounidense. Sin embargo, en el resto de los sistemas, en su mayoría, no se encuentra resultado. Por ejemplo, destaca el famoso “Google Shopping”, en donde Google cometió excesos por su posición dominante. Por tal motivo, el 10 de noviembre del 2021, el Tribunal General de la Unión Europea dictó la sentencia sobre el caso T-612/17, es decir, el caso “Google Shopping”.

En un primer momento se le impuso una multa millonaria a Google, ya que, de acuerdo con la Comisión, otorgaba a Google Shopping una ventaja significativa en los resultados de búsquedas resultados, de tal manera que se perjudicaban las otras empresas que ofrecían el mismo servicio.

Por otro lado, con relación al diseño de producto y los modelos de negocio, Paolo, realiza una breve explicación de la interrelación que tiene la cámara de un celular con el quipo móvil, en un mismo equipo. De allí resalta qué se deben de establecer o delimitar mecanismos jurídicos necesarios para los diseños de producto o los modelos de negocio.

El tercer desafío es la frontera entre la explotación de poder de mercado y la exclusión de los competidores, en el derecho, en general, la exclusión de los competidores siempre fue el foco de la actividad de las autoridades del derecho de competencia, detalla Paolo. Aquí destaca que Apple cobraba hasta el 30% a desarrolladores como lo fue con Epic Games. Además, se menciona el famoso caso FTC vs Qualcomm. Las entidades que regulan los derechos de competencia no tienen las respuestas necesarias y adecuadas para los conflictos de la mayoría de los casos digitales. En tal sentido, se requiere un mayor análisis y enfatizar las soluciones pertinentes para ello.

Un claro ejemplo de que las autoridades que ven temas de competencia no tienen las soluciones adecuadas es el caso de Google Shopping, ya que, pese a que ya pasó un tiempo considerable, aún no existen respuestas adecuadas a las problemáticas que tiene este tipo de cuestiones en concreto.

Finalmente, en la ronda de preguntas, se hace énfasis en el desarrollo del diseño del producto. Para el rediseño de producto, se introducen una serie de filtros jurídicos necesarios para dicho proceso, ya que existe cierto grado de complejidad sobre la temática en particular, pero esta tiene un éxito en el inicio, usualmente. Un filtro es la condición de la indispensabilidad. Por ejemplo, “no se va a forzar a una empresa a contratar con terceras partes, a menos que se pruebe que contratar con una empresa es indispensable para operar en un mercado adyacente”, detalla Paolo durante el foro.

La cuestión particular que se realiza sobre el diseño del producto radica en definir qué filtros jurídicos deberíamos introducir para limitar las circunstancias en las que interferimos con el diseño o forzamos a las empresas a cambiar sus modelos de negocio.

Forzar a una empresa a contratar con terceras partes equivaldría a cambiar sus modelos de negocios, e inclusive sería el inconveniente de modificar sus productos. Por ello, los tribunales europeos se pronunciaron y determinaron el principio de la indispensabilidad. Actualmente, esta cuestión continúa siendo de gran relevancia para el ámbito del derecho de competencia.

Referencias bibliográficas

ForoCompetencia (24/02/2022). Desayuno Virtual ForoCompetencia – 24/02/2022. https://www.youtube.com/watch?v=3_aeugTFPjo&t=3419s

ForoCompetencia. (24/02/2022). <https://www.forocompetencia.com/quienes-somos>

Lence, L. (2021) *Google Shopping – Apuntes sobre la sentencia del Tribunal General de la Unión Europea*. Gómez, Acebo & Pombo. <https://www.ga-p.com/blog/google-shopping-apuntes-sobre-la-sentencia-del-tribunal-general-de-la-ue>