



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Mega datos ¿herramienta para competir?

Lucia Ojeda Cárdenas

19 de noviembre 2020



1

En el análisis de concentraciones ya **hay experiencia en evaluación de acumulación de datos**. Avanzar evaluación *ex post* que permita afinar metodología e incorporar efectos en innovación .

2

Si bien los datos pueden constituir insumos relevantes para competir, **no todos son insumos esenciales que ameriten regulación de acceso**.

3

En algunos casos, **la no portabilidad de los datos podría limitar el switching**, pero su regulación tiene sus complicaciones.

4

Una **aproximación precautoria** en los procedimientos de competencia necesariamente **implica riesgos** y puede no estar plenamente justificada

5

Se requiere **mayor entendimiento de manejo de datos y coordinación entre autoridades** para abogacía de competencia en regulación *ex ante* y aproximación para el uso de herramientas de competencia



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



*“Big Data is the information asset characterized by such a high volume, velocity and variety to require specific **technology and analytical methods** for its transformation into value.”*

De Mauro et al (2016)

En términos generales, el análisis de los mega datos genera **beneficios al consumidor** permitiendo la creación de perfiles de uso que facilita el mejoramiento de productos, la creación de nuevos productos y la identificación de preferencias específicas. **De esta forma, el análisis de datos facilita la innovación.**



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



Experiencia en Europa

- **Producto** de un caso clásico de efectos horizontales (**mercado relevante**);
- **Activo** que puede constituir una ventaja competitiva (no se negocie) que puede otorgar poder de mercado, de eficiencias o de información comercialmente sensible sobre los rivales;
- **Insumo**; y
- **Atributo de competencia explotable** como privacidad.

Preocupaciones se han centrado en las implicaciones en competencia de las empresas que recolectan y usan datos que no se comercializan en el mercado (**teoría de daño**).



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

El Estudio Franco-Alemán (2016) identifica algunos aspectos relevantes para la aplicación de potenciales teorías de daño:

- La **ubicuidad/replicable** de los datos;
- La naturaleza "**no rival**" de los dato
- El **valor marginal decreciente** de información adicional; y
- La tendencia del valor de los datos a **decrecer rápidamente en el tiempo**.



Efectos verticales

El Estudio Franco-Alemán sostiene que una concentración de empresas que tienen "fuertes **posiciones de mercado en mercados ascendentes o descendentes separados puede excluir** de estos mercados a nuevos competidores".

- **Microsoft/LinkedIn:** datos obtenidos no serían suficientes para restringir acceso a datos para competidores.
- **Facebook/WhatsApp,** WhatsApp no recolecta datos útiles para efectos publicitarios. La transacción no incrementaría la cantidad de datos para esos efectos.
- **Telefónica UK/Vodafone UK/ Everything Everywhere/JV,** Agentes establecidos podrían ofrecer soluciones comparables
- **Google/DoubleClick** Improbable la combinación datos permitiera cobrar precios más altos por sus servicios.

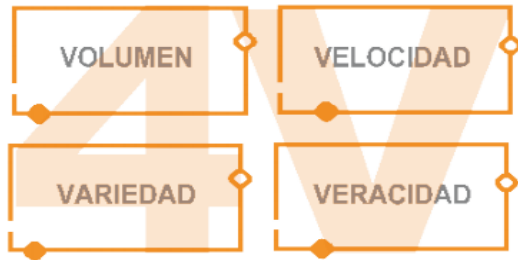


RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

- Naturaleza de la información ("comercialmente sensible").
 - En la medida en que los datos recopilados por Shazam en los dispositivos Android permitían a Apple obtener listas de clientes de los rivales de Apple Music, dichos datos constituían información comercialmente sensible.
[México Walmart/Corneshop - **Efectos coordinados**]



Variedad. Varios actores tuvieron acceso -o pudieron empezar a recopilar- datos de música sobre la popularidad y futuras tendencias musicales a través de varias fuentes de inteligencia de mercado, así como del lanzamiento de servicios o funcionalidades similares a Shazam.

Velocidad. Velocidad de los datos de Shazam era significativamente menor en comparación con la de los servicios de transmisión de música.

Volumen. Alternativas de datos más grandes han permanecido disponibles para los competidores de Apple Music.

Valor. Valor relativamente limitado para ofrecer servicios de transmisión de música digital. El dato potencialmente más valioso es el relacionado con el consumo real de música.



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

- Google adquiriría i) base de datos de Fitbit **sobre la salud y el estado físico de sus usuarios**; y ii) tecnología para desarrollar una base de datos similar.
- Posible aumento de ventaja en la **personalización** de los anuncios.
- Incremento de barreras de los competidores en detrimento **de los anunciantes y editores que se enfrentarían a precios más altos**.
- Preocupaciones sobre:
 - Los efectos de la combinación de las bases de datos y las capacidades en el sector de la atención médica digital; y
 - Incentivos para degradar la interoperabilidad de los relojes inteligentes de los rivales con el sistema operativo Android de Google





RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



Dato como activo para desplazar competidores

Amazon tiene un **doble papel**: por un lado, opera la plataforma que permiten a terceros vendedores ofrecer productos a los consumidores; por otro es un minorista en su propia plataforma.

Compite directamente con los terceros vendedores que dependen de su plataforma para ofrecer sus productos.



- Los datos comerciales, en tiempo real, relacionados con las listas y transacciones de los vendedores de terceros en la plataforma, alimentan sistemáticamente los algoritmos del negocio minorista de Amazon. Sobre la base de estos algoritmos, **decide qué nuevos productos lanzar, el precio de cada oferta individual, la gestión de los inventarios y la elección del mejor proveedor de un producto.**
- Conocimientos que tiene sobre los datos comerciales acumulados de más de **800,000 vendedores activos.**



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020



Stucker y Grunes (2016) acuñaron el término **“Data-polio”** para referirse a Plataforma que adquieren poder de mercado a través de los mega datos

¿Barrera de entrada? ¿Insumo esencial?



Sin embargo, hay autores que **questionan** esta aproximación y concluyen **que aún falta evidencia empírica que permita reducir el error de sobre regular**



Respecto de qué tanta data realiza los resultados de búsquedas a través de “learning by doing” (Chiou y Tucker 2017)

Respecto las economías de alcance derivados de la los datos digitales (Bajari et al 2018)

Presenta cuestionamientos empíricos relevantes (Tucker 2019)



RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020

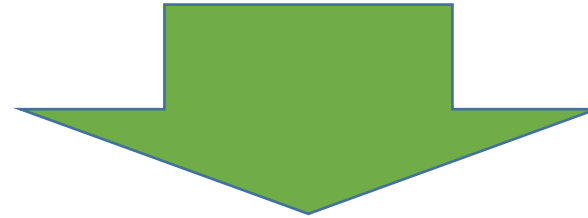


CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

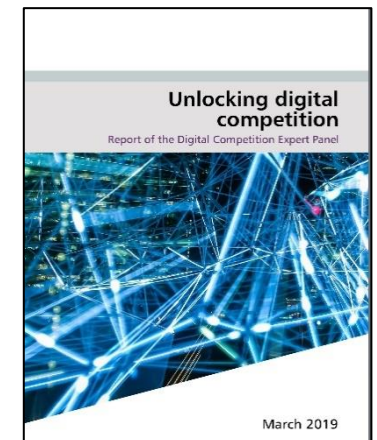
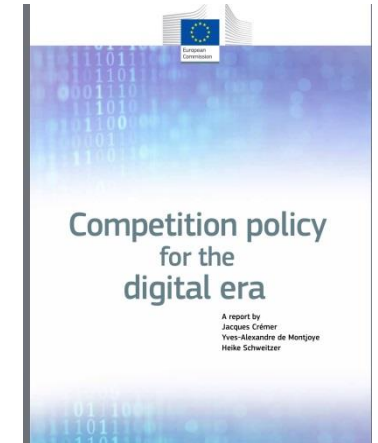
¿De quién son los datos?



- Portabilidad
- Interoperabilidad
- Acceso a los datos



- ¿Estandarización?
- ¿Colaboración y riesgo de coordinación?
- ¿Efectos sobre innovación?





Aproximación precautoria

Relative dependency
Alemania 2019

**Unavoidable trading
partners/intermediation power**
EU panel 2019

However, it is recommended to no longer restrict the scope of protection of § 20 para. 1 GWB ("relative market power") to small and medium-sized enterprises. It has long been recognized that relevant dependencies can also arise for large firms.

Measuring market power.

... even in an apparently fragmented marketplace, there can be market power. This kind of *market power is linked to the concept of "unavoidable trading partner" and has sometimes been called "intermediation power" in the area of platforms.*



Aproximación precautoria/gate keepers

Reversión carga de la prueba

“By placing a high burden on the market participant to prove an absence of negative effects and/or efficiencies associated with normal business conduct, and mandating regulation in the absence of evidenced market failures, the precautionary principle stifles innovation.” (GAI p. 598)

Medidas precautorias

La Comisión Europea impuso recientemente medidas precautorias por primera vez después de décadas en el caso de Broadcom.

¿Ello implica una señal de una tendencia que pudiera extenderse a los mercados digitales?

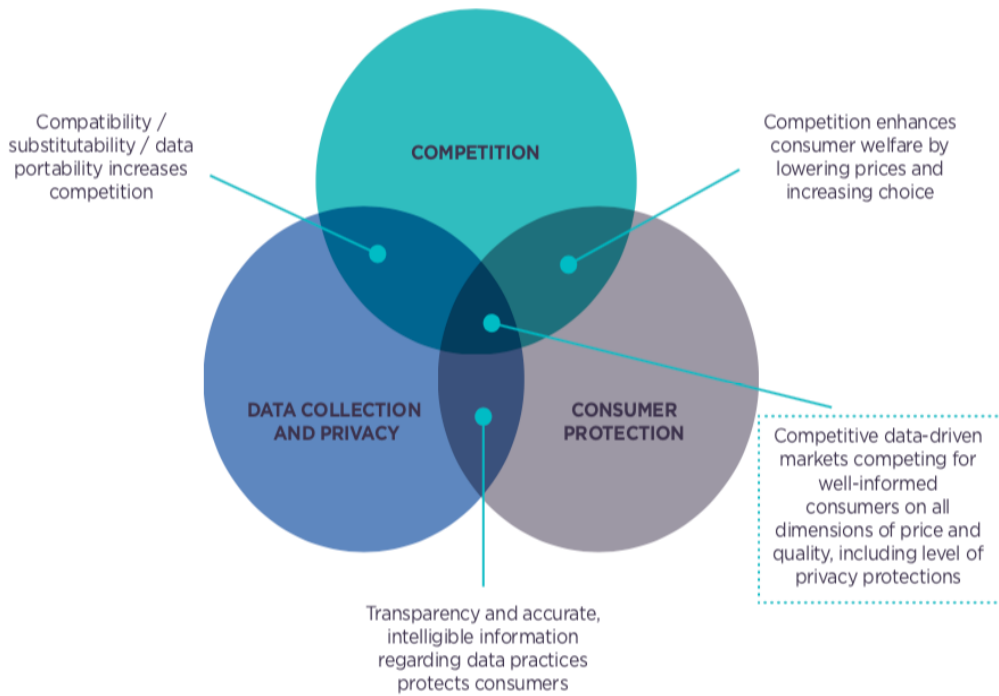


**RETOS de la
COMPETENCIA**
en el **ENTORNO DIGITAL**
2020



**CHALLENGES on
COMPETITION** in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

Dispersión competencias obliga a mayor coordinación



Instituto Federal de Telecomunicaciones



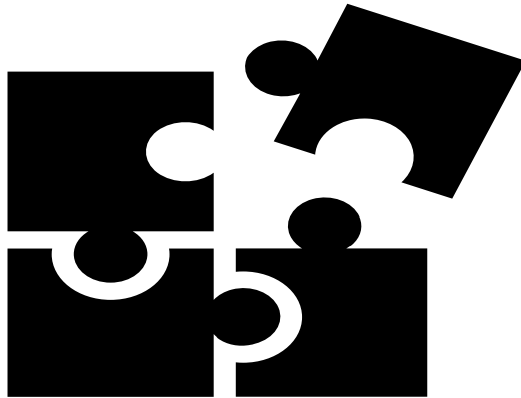


RETOS de la
COMPETENCIA
en el ENTORNO DIGITAL
2020



CHALLENGES on
COMPETITION in the
DIGITAL ENVIRONMENT
2020

- Se necesita mayor análisis y estudios empíricos para evaluar las teorías existentes.
- Enfoque flexible y posición menos intrusiva en mercados.



En México, deseable instancia experta en temas técnicos y tecnológicos complejos con capacidad de anticipar la evolución de los sistemas y el manejo de mega datos que auxilie a (a) labores de desarrollo de capacidades institucionales y de abogacía; (b) opinión calificada en aspectos técnicos; y (c) contribuir en aspectos técnicos necesarios para la definición e implementación de una política de competencia efectiva.