



**Comisión Económica para América
Latina y el Caribe**



**UNITED NATIONS CONFERENCE ON
TRADE AND DEVELOPMENT**
PROSPERITY FOR ALL

- LA POLÍTICA DE COMPETENCIA ANTE LA CRISIS DEL COVID-19 Y LA REACTIVACIÓN -

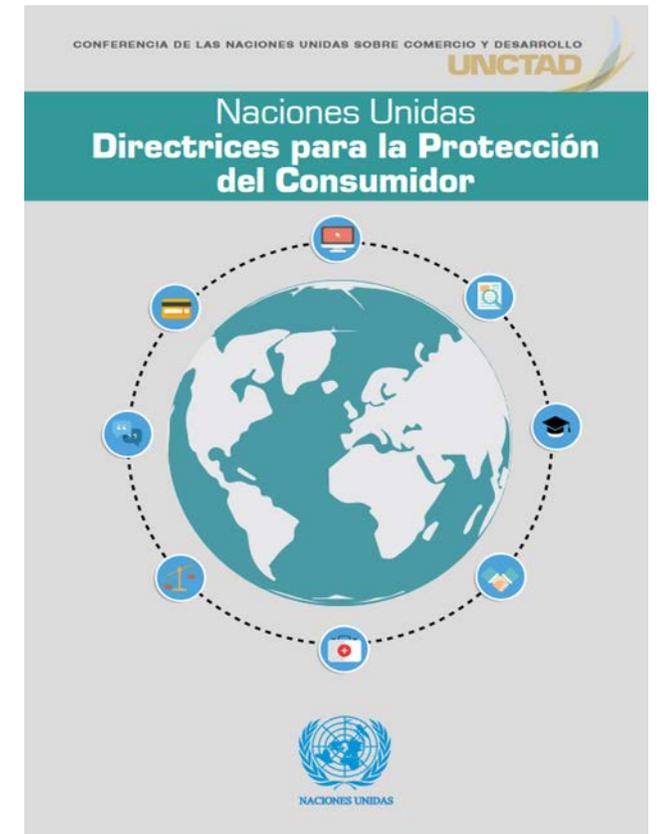
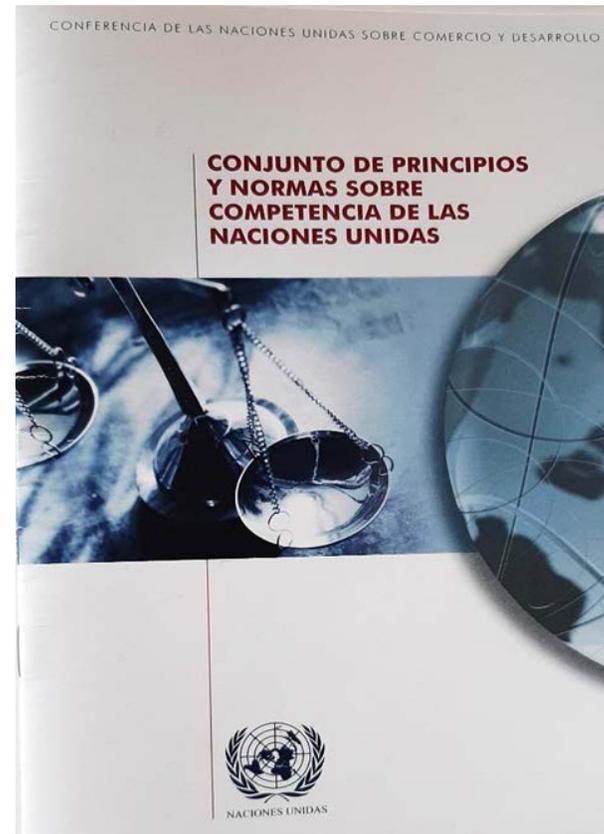
Teresa Moreira

**Jefa, Servicio de Política de Competencia y de Protección del
Consumidor, UNCTAD**

UNCTAD - Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo



- La guardiana de los únicos instrumentos acordados internacionalmente en estos asuntos - el **Conjunto de Principios y Normas sobre Competencia de las Naciones Unidas** (1980) y las **Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor** (1985, rev. 1999 y 2015);
- Papel único **ayudando a los países en desarrollo y los países con economías en transición a utilizar mejor la competencia y la protección del consumidor como herramientas para lograr el crecimiento económico y el desarrollo sostenible y inclusivo.**



UNCTAD TOOLBOX (2019)

- **POLÍTICAS Y MARCOS DE COMPETENCIA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR:** mejorar la eficiencia del mercado y el bienestar del consumidor (desde finales de los 90 - nacional; enfoque regional desde 2003);
- **REVISIONES VOLUNTARIAS DE LA COMPETICIÓN Y LEYES Y POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR:** compartir las mejores prácticas para los países en desarrollo (desde 2005; 26 Revisiones por pares, incluida 2 Revisiones regionales de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental - 28 países cubiertos)

UNCTAD TOOLBOX

DELIVERING RESULTS
THIRD EDITION



Proyectos recientes de COOPERACIÓN TÉCNICA 2017-2020



**Proyectos apoyados
financieramente por Suiza,
Suecia, Unión Europea,
Secretaría de la ASEAN,
GIZ (Alemania),
Luxemburgo, Japón, China
y *Development Account* de
la ONU**



MEDICIÓN DEL VALOR EN LA ECONOMÍA DIGITAL

Es necesario hacer más para mejorar las mediciones



Se necesitan **definiciones convenidas** del valor en la economía digital



Necesidades de recopilar **estadísticas oficiales**

¿Qué sabemos de la dimensión y el alcance de la economía digital?

Economía digital mundial las estimaciones varían:

Definición restringida



Definición amplia



Estados Unidos: se estima que en 2017 la economía digital representó un:

Definición restringida



Definición amplia



China: se estima que en 2017 la economía digital representó un:

Definición restringida



Definición amplia



EL VALOR EN LA ECONOMÍA DIGITAL

¿Cómo crear valor a partir de los datos digitales?

Los datos digitales son un recurso económico cada vez más valioso, pero solo pueden monetizarse una vez transformados en inteligencia digital.



La cadena de valor de los datos

Transformar datos en inteligencia digital

Analizar

Almacenar

Recopilar

Monetización de los datos

Venta de publicidad selectiva en línea (por ejemplo Google, Facebook)

Operación de plataformas de comercio electrónico (Amazon, Alibaba, Uber, Airbnb)

Transformación de bienes tradicionales en servicios rentables (Mobike, Rolls Royce)

Alquiler de servicios en la nube (Amazon Web Services, Tencent, MyJohnDeere)

De los datos a la creación de valor

Cuatro dimensiones para tener en cuenta

Distribución del valor

Margen de ascenso en la cadena

Gobernanza de la creación de valor

Creación de valor frente a captura de valor

Considerar a los distintos actores

Al evaluar las posibilidades de creación de valor han de considerarse los posibles efectos en los distintos actores:

Individuales

Pequeñas y medianas empresas

Gobiernos

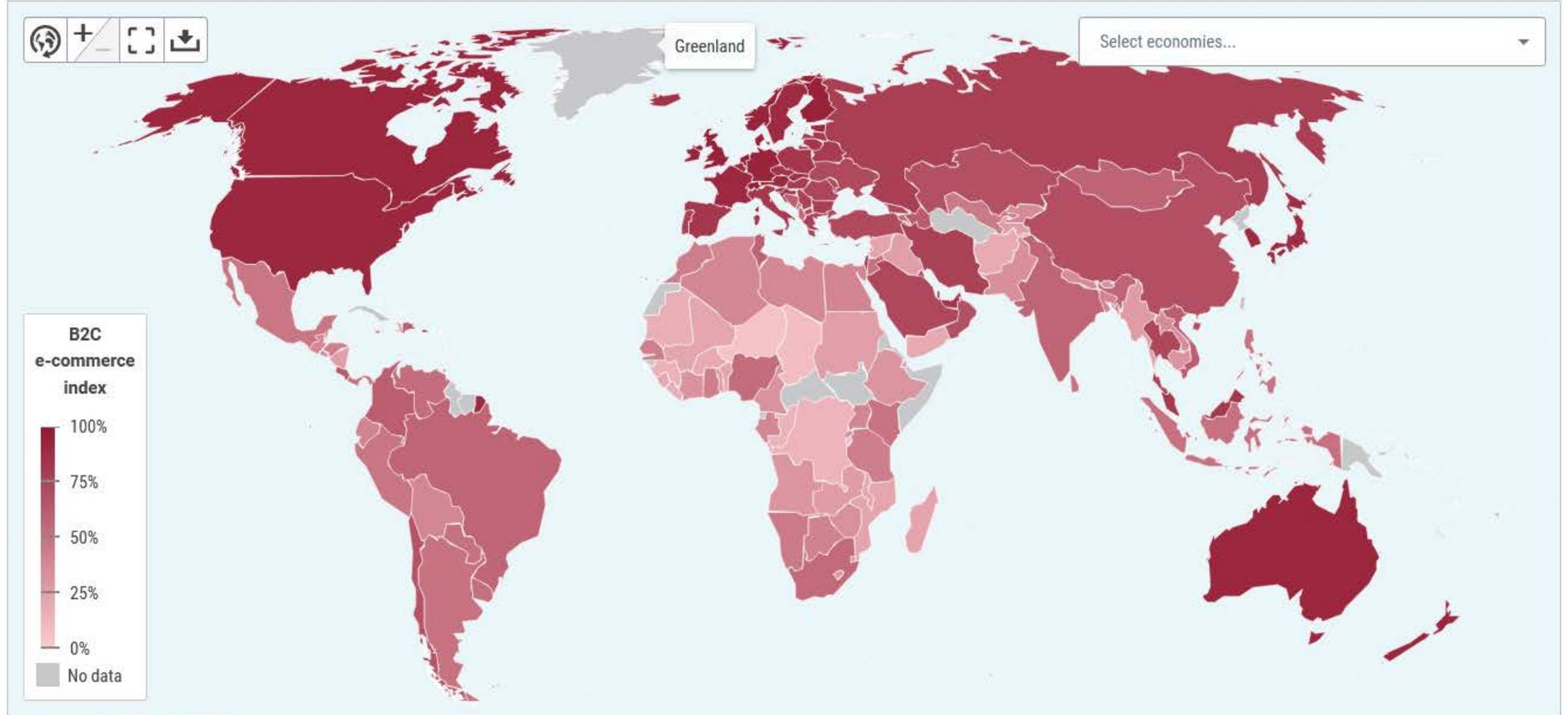
Efectos en la economía en conjunto

La disrupción digital genera tanto oportunidades como desafíos para los países en desarrollo. Su impacto neto dependerá del nivel de desarrollo y del grado de preparación de los países y de las partes interesadas dentro de estos. Las políticas que se adopten y se apliquen determinarán los resultados.

PRUEBAS DEL VALOR DEL MERCADO DE DATOS



Map 1. UNCTAD B2C e-commerce index, 2019



Sources: UNCTAD (2019b).



- **El creciente poder de las plataformas de mercado tiene implicaciones globales:**
 - La concentración del mercado y el posible comportamiento abusivo del poder de mercado;
 - La Protección del Consumidor en línea;
 - La protección de Datos y los problemas de Privacidad.



Brote de crisis en un nuevo panorama digital

- Algunas comparaciones con la situación en el momento de la crisis financiera de 2008 ayudan a ilustrar qué tan rápido ha cambiado el panorama digital.
- Si bien el iPhone se introdujo en 2007 y las primeras versiones de Android en 2008, ahora hay más de 3.200 millones de usuarios de teléfonos inteligentes.
- El número de usuarios de Internet aumentó de 1.600 millones a 4.100 millones, y la penetración de usuarios de Internet del 23% al 54%.
- El número de usuarios de Facebook ha crecido de 100 millones a 2.4 mil millones.
- El número de compradores en línea se ha más que duplicado y el valor del comercio electrónico de empresa a consumidor (B2C) ha aumentado de menos de \$ 1 billón a más de \$ 3.8 billones.
- El tráfico del Protocolo global de Internet (un proxy para los flujos de datos) ha aumentado de 4.000 GB por segundo a 100.000 GB por segundo.
- El valor de mercado combinado de Amazon, Apple, Facebook, Google y Microsoft, que fue de aproximadamente \$ 500 mil millones en 2008, alcanzó su punto máximo antes de que estallara la crisis de COVID-19 en más de \$ 7.5 billones.

Trabajo de la UNCTAD sobre COVID-19

Noticias de Competencia y Protección del Consumidor de la UNCTAD

Defending competition in the markets during COVID-19

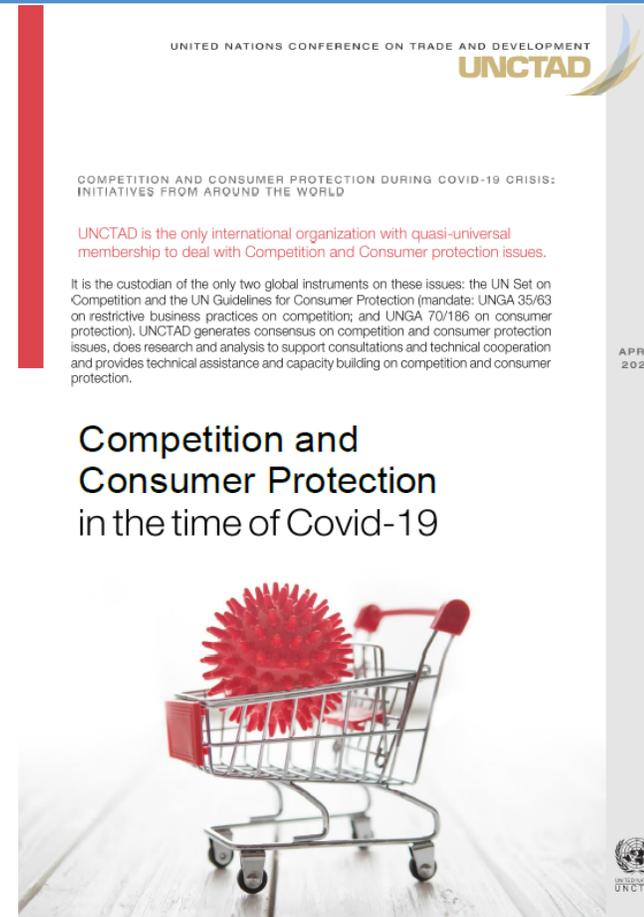
COVID-19: Firmer action needed to better protect consumers

Airlines must respect consumers' rights

Podcasts



Boletín de la UNCTAD de abril de 2020 sobre Competencia y Protección del Consumidor - Edición COVID-19



Aplicación de la ley y política de Competencia durante la crisis de covid-19 en todo el mundo

- ❑ Relacionados con la **aplicación de la ley**: contra los carteles, la vinculación ilegal de productos y los abusos del poder de mercado por parte de empresas que aprovechan la interrupción causada por la pandemia con respecto a los bienes y servicios esenciales.

Nota: la mayoría de los aumentos de precios de máscaras, desinfectantes para manos, productos alimenticios y otras prácticas comerciales desleales generalmente infringen la legislación de protección al consumidor o la legislación económica general.

- Vigilancia fuerte y vigilante del mercado;
 - Advertencias / recomendaciones a las empresas para alentar el cumplimiento;
 - Ajuste temporal de requisitos procesales.
- ❑ **Exenciones**: excepcionalmente, a través de instrumentos sectoriales específicos o directrices para acuerdos de cooperación horizontal entre competidores
 - Para asegurar el suministro de bienes y servicios esenciales durante la cuarentena;
 - Para facilitar proyectos de investigación y desarrollo directamente relacionados con la pandemia: productos farmacéuticos y equipos médicos;
 - Para mantener un marco propicio durante la crisis (propiedad comercial, banca, hospitalidad);
 - Para apoyar a las PYME.



Aplicación de la ley y política de Competencia durante la crisis de Covid-19 en todo el mundo (2)

- ❑ **Control de concentraciones:** el cierre de negocios y la declaración de quiebra ya han comenzado, pero después del verano, se espera que aumenten las fusiones y adquisiciones, lo que posiblemente conduzca a una mayor concentración del mercado.

La referencia esperada a la "defensa de la empresa en quiebra" y a los sectores relacionados con el digital exigirá un cuidadoso análisis prospectivo del mercado, justificando la imposición de las condiciones necesarias para promover la competencia y contribuir a la igualdad de condiciones, es decir, para las PYME, cuando sea posible.

- ❑ **Abogacía:** los paquetes de recuperación económica lanzados por los gobiernos con cantidades significativas de fondos públicos brindan una oportunidad única para que las Autoridades de Competencia aboguen por un enfoque procompetitivo traducido en compromisos / condiciones específicas impuestas a las empresas y sectores económicos específicos.

Este papel de las Autoridades de Competencia aún no se ha explorado completamente con respecto a nueva legislación, nacionalización prevista y cualquier reestructuración considerada inevitable en la crisis posterior a COVID 19.



La Política de la Competencia y los retos de la Economía Digital

- **¿Ajustar la legislación y los conceptos (bienestar del consumidor)? análisis de precios (consumer choice, privacidad, protección de datos e innovación); nuevos criterios para la evaluación del poder de mercado; actualización de umbrales de fusión;**
- **Mejorar la experiencia y las herramientas (análisis más rápido; uso de compromisos, acuerdos, medidas provisionales; ajuste de remedios);**
- **Cooperación / coordinación con otras autoridades;**
- **Regulación específica (nueva)? Para complementar y / o reemplazar la aplicación de la ley de competencia? Orientación de las empresas (prácticas verticales y horizontales) para la orientación comercial y una mayor previsibilidad;**
- **Cooperación internacional.**

Post COVID-19 crisis:

Las Autoridades de Competencia deben interactuar más con otros organismos públicos: Agencias de Consumidores; Reguladores sectoriales; Autoridades de mercados públicos; Autoridades de protección de datos - para decisiones más sólidas y más efectivas;

La abogacía es clave: las Autoridades de Competencia deben participar activamente en el diseño y la implementación de medidas de recuperación económica para promover entornos empresariales competitivos a nivel nacional, con el objetivo de mercados que funcionen bien y sean accesibles, a través de la definición de objetivos apropiados y no criterios y condiciones discriminatorias para subsidios, préstamos, garantías estatales, etc.

Las Autoridades de Competencia deberían centrarse en el **monitoreo cercano del mercado**, para analizar la concentración del mercado y para evitar el abuso de dominio por parte de las empresas receptoras de ayudas estatales y otros actores relevantes.

También deben mantener una **aplicación de la ley vigorosa contra las prácticas anticompetitivas y abusivas:** mayor **atención a las plataformas digitales.**

OBSERVACIONES FINALES

- ✓ **El impacto de la economía digital va más allá de la competencia en los mercados digitales. Para que los consumidores y las empresas se beneficien de ello, los mercados competitivos con una protección adecuada de los derechos de los consumidores (incluidos sus datos y privacidad) son de suma importancia;**
- ✓ **La formulación de políticas digitales basada en evidencia es necesaria (estudio de nuevos modelos de negocios; análisis de datos; percepciones de comportamiento del consumidor)**
- ✓ **La regulación de aspectos específicos es deseable y debe combinarse con instrumentos de "soft law";**
- ✓ **Mayor y mejor cooperación - bilateral; regional; internacional - es extremadamente necesario: intercambio de información y experiencias; identificación de mejores prácticas; acción conjunta / coordinada contra las prácticas anticompetitivas transfronterizas;**
- ✓ **La UNCTAD está bien posicionada para facilitar esos esfuerzos a través de su maquinaria intergubernamental y su cooperación técnica en las políticas de Competencia y protección del Consumidor.**

**Próxima CONFERENCIA MINISTERIAL
DE LA ONU SOBRE COMPETENCIA Y
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

**(ordenado por la Asamblea General de
la ONU)**





MUCHAS GRACIAS!

teresa.moreira@unctad.org

<http://unctad.org/en/Pages/DITC/CompetitionLaw/Competition-Law-and-Policy.aspx>

