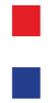




SISTEMA ECONÓMICO
LATINOAMERICANO
Y DEL CARIBE



TETÁ ÑEMUREKO
MOHENDAHA
Aty
Comisión
NACIONAL DE
LA COMPETENCIA

 **GOBIERNO
NACIONAL**



UNCTAD

Informe de relatoría

X Reunión Anual del Grupo de Trabajo sobre Comercio y Competencia de América Latina y el Caribe

Recuperación Económica

*Asunción, Paraguay
20 y 21 de octubre
SP/XRAGTCCALC/IR-22*

Copyright © SELA, octubre de 2022. Todos los derechos reservados.
Impreso en la Secretaría Permanente del SELA, Caracas, Venezuela.

La autorización para reproducir total o parcialmente este documento debe solicitarse a la oficina de Prensa y Difusión de la Secretaría Permanente del SELA (sela@sela.org). Los Estados Miembros y sus instituciones gubernamentales pueden reproducir este documento sin autorización previa. Sólo se les solicita que mencionen la fuente e informen a esta Secretaría de tal reproducción.

C O N T E N I D O

I.	INFORMACIÓN GENERAL	1
II.	RESUMEN DE LAS PRESENTACIONES	3
III.	CONCLUSIONES	5
IV.	RECOMENDACIONES	10

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. [La X Reunión Anual del Grupo de Trabajo sobre Comercio y Competencia de América Latina y el Caribe](#), organizada por la Secretaría Permanente del Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA), en alianza con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Comisión Nacional de la Competencia (CONACOM) y con el apoyo del Ministerio de Industria y Comercio del Paraguay, se llevó a cabo en Asunción, Paraguay, los días 20 y 21 de octubre de 2022.

2. En esta oportunidad, la reunión del GTCC, en línea con los objetivos trazados por los organizadores: i) presentó un panorama del comercio electrónico y de la economía digital en la región tras la pandemia y su incidencia en el proceso de recuperación económica; ii) identificó y debatió en torno a las fortalezas y las debilidades que afronta la región con miras a potenciar el dinamismo de su economía y iii) propició un espacio para una discusión propositiva que facilitó el análisis, el aprendizaje y el intercambio de buenas prácticas referidas a la regulación y a la promoción del comercio electrónico y de la economía digital en la región.

Participaron representantes de los siguientes Estados miembros del SELA: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Paraguay como país anfitrión. Asistieron también representantes de los siguientes organismos regionales: CAF-banco de desarrollo de América Latina, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL) y la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), *Computer and Communications Industry Association* (CCIA), Cámara Paraguaya de Comercio Electrónico (CAPACE), GAMES Economics, Asociación de Pymes, Microempresas y Emprendimientos para el Comercio Electrónico (APPCE) y Meta.

Las palabras de apertura estuvieron a cargo de Rolando Díaz, Presidente de CONACOM, de Juan Luis Crucelegui, Jefe de Fortalecimiento de Capacidades y Servicios Consultivos del Departamento de Políticas de Competencia y Consumidor de la UNCTAD y del Embajador Clarems Endara, Secretario Permanente del SELA.

3. El Sr. Rolando Díaz dió la bienvenida a la audiencia, agradeció a la UNCTAD y al SELA por su contribución a la realización de la reunión y expresó su complacencia por tener la posibilidad de un evento presencial. Comentó que tenía confianza en que al finalizar la reunión mucho habría de ser lo que personalmente y, sobre todo, profesionalmente, los asistentes habrían compartido y que al regresar al día a día podrían incorporar a sus labores ideas y reflexiones discutidas y compartidas durante los intercambios desarrollados a lo largo de las dos jornadas de trabajo.
4. A continuación, el Sr. Juan Luis Crucelegui señaló que esta reunión era el único foro en el que las autoridades de competencia y de comercio se reúnen para debatir sobre temas que afectan tanto a la competencia como al comercio en el ámbito de ALC y que, por su parte, la UNCTAD seguirá, gustosamente, apoyando al GTCC y manteniendo el trabajo conjunto con el SELA. Aludió a las ventajas que han surgido con la digitalización para las empresas, para los consumidores y para la economía en general. Sin embargo, expresó que hay una serie de retos por enfrentar como lo es, precisamente, el crecimiento exponencial de la digitalización el cual, a su vez, ha dado origen al crecimiento también exponencial de las empresas que manejan las plataformas digitales como Amazon, Alibaba, y Mercado Libre,

2

entre otras que, aunque facilitan mucho la comunicación, el trabajo y el comercio, ha sometido a este último a una serie de riesgos. Finalmente, señaló que se requiere tomar medidas frente al enorme crecimiento económico de las plataformas mundiales y que esta reunión era una oportunidad para discutir los riesgos presentes en esta situación y expresó su esperanza porque de esa discusión se derivaran conclusiones y posibles soluciones que pudieran ser aplicables para hacer frente a esos riesgos.

5. Seguidamente, el Embajador Clarems Endara, Secretario Permanente del SELA, dio la bienvenida a la audiencia y reconoció y agradeció a CONACOM su esfuerzo para concretar esta reunión, tan solo un día después de cumplir con los compromiso del Día Nacional de la Competencia, celebrado el 19 de octubre. También agradeció al gobierno nacional de Paraguay por su contribución y, en general, a los países y a las organizaciones representadas en la audiencia. Saludó la posibilidad de que el GTCC pudiera volver a reunirse presencialmente. Seguidamente, hizo referencia a la encuesta hecha por el SELA entre sus países miembros. Esencialmente, dijo, se les preguntó que esfuerzos estaban haciendo que quisieran exteriorizar con una proyección de región, más allá de la individualidad, "principal debilidad nuestra", como se constató durante la pandemia, puntualizó. El propósito, explicó, era promover la convergencia entre los países para trabajar de manera conjunta.

Lo interesante de las respuestas obtenidas, expresó, es que la gran mayoría de los países señalaron tres retos comunes para ser enfrentados: recuperación económica, digitalización y desarrollo social. Como respuesta a tal requerimiento, explicó, el SELA se ha propuesto armar planes de que son transversales a dos pilares: la recuperación económica y la digitalización. En el caso específico del comercio electrónico, explicó, que este ha tenido un crecimiento muy relevante en la región. Recordó que en medio de la pandemia se aceleraron los procesos de intercomunicación electrónica y que, en las fronteras, por ejemplo, no habiendo podido activarse una ventanilla única para la comunicación entre las autoridades aduaneras, la misma fue sustituida por WhatsApp y la transmisión de documentos JPG.

Posteriormente, agregó, que tanto los gobiernos como las organizaciones modernizaron sus sistemas y consideraron la posibilidad de tener una ventanilla única. Seguidamente, acotó que esta reflexión sirve de base para iniciar este debate de una manera muy constructiva porque el "proceso de aceleración de procesos" en el comercio electrónico es irreversible y tiene potencialidad para concentrarse en una coordinación más precisa, de eliminar sesgos que pudieran derivarse de la competencia o de las distorsiones del propio comercio. Añadió que se estaba frente a un reto muy importante y que combinar competencia y comercio es algo muy singular y que constituye un patrimonio que "no deberíamos descuidar".

Llamó a intensificar los trabajos más allá de la reunión anual presencial mediante trabajos en el interín que refuercen los criterios tanto académicos y científicos y, sobre todo, las posiciones comunes como región, que aprovechen las mejores prácticas no solo de los países sino de las de organismos como el SIECA, la CAN, y del propio MERCOSUR. El solo intercambio de información o de buenas prácticas puede traducirse en significativos ahorros fiscales, puntualizó. Aludió a la experiencia del SELA que ahora cuenta con un foro permanente en el que se intercambian experiencias de manera de poder alivianar la carga, y, posteriormente, empezar a generar una base de diagnóstico común para tener un grupo de trabajo permanente que vaya evolucionando, primero en propuestas de políticas

públicas, y, posteriormente, en propuestas para normar determinadas actividades que tengan carácter regional.

Finalizó valorando el sentido colaborativo del trabajo que el SELA tiene con la UNCTAD y, al mismo tiempo, expresó la necesidad de que ese trabajo se oriente a resultados mucho más tangibles que incluyan, además, la elaboración de documentos que puedan ser aprovechados por los gobiernos nacionales y la presentación de propuestas que pudieran ser tomadas en cuenta en sus políticas públicas en algún momento.

6. Las presentaciones de los panelistas, las fotografías, los videos y la lista de participantes están disponibles a través del portal del SELA, en el siguiente enlace: <http://www.sela.org/es/eventos/e/82751/x-grupo-de-trabajo-sobre-comercio-y-competencia-de-alc>

II. RESUMEN DE LAS PRESENTACIONES

Sesión: Diagnóstico sobre los desafíos y oportunidades del comercio electrónico en América Latina y el Caribe tras la pandemia.

Esta sesión fue moderada por Pedro Mancuello, Viceministro de Comercio y Servicios del Ministerio de Comercio del Paraguay, quien dio la bienvenida a la audiencia y valoró el esfuerzo realizado por los organizadores para concretar la reunión. Además, destacó la actuación de la CONACOM, agradeció al Embajador Clarems Endara, Secretario Permanente del SELA, por su contribución a la misma y reiteró el compromiso del GTCC para construir una agenda de trabajo conjunta. Seguidamente, presentó a los panelistas de esta sesión:

7. Ricardo Rozemberg, Especialista Senior del Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL), quien disertó sobre el [Impacto y evolución del comercio electrónico en ALC](#).
8. Nanno Mulder, Jefe de la Unidad de Comercio Sostenible de la División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL, se refirió a [La regulación del comercio electrónico: implicaciones y consideraciones para ALC](#).
9. Ramón Pérez Fermín, Viceministro de Comercio de República Dominicana (RD), habló sobre el [Comercio electrónico y su impacto en el comercio interno](#).
10. Alfredo Worner, Asesor, Departamento E-commerce, Dirección General de Promoción de Exportaciones – ProChile.
11. Jorge Arreola, Director General de Competitividad y Competencia de la Secretaría de Economía de México, presentó la ponencia [La promoción del E-commerce en México](#).
12. Seguidamente, Norman Harris, Asesor Representante en Panamá de la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) explicó las [Plataformas informáticas en apoyo al comercio electrónico](#).

4

Sesión: Plataformas digitales, comercio electrónico y Mipymes. Recomendaciones para mejores prácticas

Esta sesión estuvo moderada por Federico Martínez, abogado, miembro de Mersan Abogados y de la Asociación Paraguaya de Estudios sobre Defensa de la Competencia (APEDEC). Los panelistas que intervinieron fueron los siguientes:

13. Juan Luis Crucelegui, Jefe de Fortalecimiento de Capacidades y Servicios Consultivos del Departamento de Políticas de Competencia y Consumidor de la UNCTAD, se refirió a [La interacción entre las plataformas digitales y las pymes: prácticas recomendadas para las plataformas digitales \(RPD\)](#).
14. Edgar Felipe Arcila, Presidente Ejecutivo de la Asociación de PYMES, Microempresas y Emprendimientos para el Comercio Electrónico (APPCE) de Colombia, habló en torno al [Papel del comercio electrónico en la recuperación económica del país](#).
15. Gustavo Giménez, Presidente y Director Ejecutivo de la Cámara Paraguaya de Comercio Electrónico, disertó sobre [El comercio electrónico en Paraguay](#).
16. María Elena Vásquez, Presidenta de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (PROCOMPETENCIA) de la República Dominicana, desarrolló la ponencia [Plataformas digitales, comercio electrónico y Mipymes](#).
17. Federico Peña, Director Técnico de la Comisión Nacional de la Competencia (CONACOM) de Paraguay, habló sobre los [Desafíos para la libre competencia en las plataformas digitales](#).

Viernes, 21 de octubre de 2022

Sesión: La digitalización de la economía en América Latina: beneficios y riesgos para la competencia

Esta sesión fue moderada por Juan Luis Crucelegui (UNCTAD) y participaron en ella los siguientes panelistas:

18. Guillermo Cabral, especialista de la Dirección de Estudios Macroeconómicos de CAF-banco de desarrollo de América Latina, quien presentó [La digitalización de la Economía en América Latina](#).
19. Krisztian Katona, Vicepresidente de Política Global de Competencia y Regulación de la Asociación de la Industria de la Informática y las Comunicaciones (CCIA, por sus siglas en inglés) quien presentó la ponencia [Comercio electrónico: una vía para la recuperación económica regional](#).
20. Enrique Vergara, Abogado, Académico, ex titular de la Fiscalía Nacional Económica y del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia de Chile, quien se refirió a los [Mercados digitales: el caso UBER Cornership](#).

21. Esteban Greco, Director de GAMES Economics y Consultor internacional en economía regulatoria y de la competencia, y Fernanda Viicens quienes se refirieron al [Análisis de fusiones en mercados digitales de América Latina](#).

FORO I

Mesa Redonda moderada por Juan Luis Crucelegui (UNCTAD), con la participación de los siguientes cuatro panelistas:

22. Marianela López-Galdós, Directora de Políticas Públicas en el Área de Competencia de la empresa META Platforms Inc, habló sobre [La necesidad de establecer una regulación específica como complemento de las reglas de competencia](#).
23. Vicente Lagos, Economista Jefe de la División de Fusiones de la Fiscalía Nacional Económica (FNE) de Chile, habló sobre [La definición del mercado relevante en la economía digital: aspectos a tomar en consideración](#).
24. Diogo Thomson, Superintendente Adjunto del Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) de Brasil, disertó sobre el [El ejercicio del poder de mercado de las plataformas digitales](#).
25. Daniel Escalona, Director Ejecutivo de Concentraciones de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) de México, abordó [El control de fusiones en mercados digitales](#).

Sesión: Presentación de casos prácticos tratados por las autoridades de competencia en el ámbito de la economía digital y el comercio electrónico.

Con la moderación de Rolando Díaz, Presidente de la CONACOM, y la participación de los siguientes panelistas:

28. Humberto Ortiz, Asesor de la Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia (INDECOPI), Perú, quien habló sobre los [Servicios de pago con tarjeta](#).
29. Gerardo Henríquez. Superintendente de Competencia de SC-El Salvador, quien se refirió a la [Política de competencia y plataformas digitales](#).
30. Guido Farbiarz, Instructor y Analista Económico de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) de Argentina, quien analizó [El caso Whatsapp - Facebook](#).

III. CONCLUSIONES

Seguidamente, se indican algunos planteamientos con carácter conclusivo tomados de las exposiciones de los panelistas y de sus intervenciones durante los debates desarrollados en las distintas sesiones.

1. Independientemente de la forma de entrega y de pago, el comercio electrónico (CE) se efectúa a través de medios digitales. Sin embargo, hay quienes lo asocian a bienes y estos

6

solo pueden ser intercambiados físicamente por lo que CE y comercio real de bienes son sinónimos y ambos comparten las mismas dificultades.

2. La pandemia enseñó que había que acelerar la transformación digital para impulsar un crecimiento real y, al mismo tiempo, evidenció las limitaciones a superar.
3. El CE fue muy útil durante la pandemia y ahora, en la postpandemia, está probando ser igualmente útil como una herramienta para generar oportunidades de inclusión, de integración y de eficiencia, tanto en el sector productivo formal, como en el informal.
4. En ALC hay muchas limitaciones para localizar datos consistentes referidos al CE. Tal situación dificulta al analista, el estudio del fenómeno; a la empresa, la toma de decisiones y al gobierno, el diseño de políticas y la intervención de los mercados.
5. El flujo transfronterizo o comercio internacional digital sigue siendo muy marginal y, en términos del comercio exterior, solo representa el 2% de las exportaciones mundiales de mercancías, lo que indica que el CE es todavía un negocio más nacional o interno que transnacional o transfronterizo. La cuota que le corresponde a ALC en el comercio electrónico B2C es muy inferior al porcentaje de la población mundial que concentra y todavía no es una actividad económica tan consolidada como en los países desarrollados, con madurez digital.
6. En la región se aprecian grandes diferencias en la regulación del CE hasta el punto de que países de un mismo esquema de integración tienen grandes diferencias entre sí y no se aprecia ningún interés por converger en esta materia.
7. Un hecho positivo en materia de digitalización en ALC es que la Alianza del Pacífico (AP), el MERCOSUR y la CAN tienen una hoja de ruta para promover la integración y que, además, la CEPAL ha ofrecido su concurso para conversar y promover una mayor convergencia entre los tres esquemas de integración subregional.
8. La región tiene un marco regulatorio irregular, de allí que en algunos países y en algunas áreas haya un número alto de medidas potencialmente restrictivas, situación que puede afectar la integración subregional y regional en la medida en que los marcos regulatorios entre los países no son equiparables al establecer restricciones. Igualmente, afecta a las empresas extranjeras que buscan ingresar a los mercados nacionales y, en consecuencia, a las personas y empresas que podrían beneficiarse del comercio electrónico.
9. Las Fintech posibilitan la generación de nuevos modelos de negocios, aplicaciones, procesos o productos con un efecto importante asociado sobre la prestación de servicios financieros.
10. ALC es un jugador marginal en el comercio mundial de servicios modernos o servicios entregados digitalmente y su participación en el CE global es de apenas 2% y, aunque es pequeño, su comercio transfronterizo crece rápido.
11. Las plataformas digitales que actúan como intermediarios entre las empresas (proveedores, anunciantes, proveedores de contenidos, etc.) y los usuarios y consumidores, juegan un papel fundamental en la digitalización de las economías.

12. Los países en desarrollo se pueden beneficiar de la digitalización de sus economías.
13. Los problemas de concentración resultan de la falta de contestabilidad que caracteriza a los mercados en los que operan las plataformas y las consecuencias del poder que ellas detentan resultan más severas para las Mipymes porque estas están menos protegidas por las autoridades y, como consecuencia de ello, los consumidores pierden las ventajas que se derivan de un sistema de competencia efectiva en el mercado.
14. Las *Prácticas recomendadas para las Plataformas Digitales* (RPD) de la UNCTAD están dirigidas a las plataformas que proveen servicios específicos indispensables para las empresas y que por ello se caracterizan por ser plataformas esenciales y casi imprescindibles, debido a su especial importancia en la conexión con determinados servicios específicos en uno o más países.
15. Las RPD constituyen un complemento de las regulaciones existentes o en preparación e incluso pueden servir de guía para los países que desean establecer una regulación o un instrumento voluntario de *soft law* que contribuya a fortalecer una cultura más proclive a fomentar la competencia y a confrontar, de forma más efectiva, los complejos problemas que se derivan de la aplicación de una regulación en este ámbito. Igualmente, estas normas también orientan a los Estados miembros, a las asociaciones de Mipymes y a las plataformas digitales para garantizar que los mercados digitales sean justos y contestables (entrada y salida libre del mercado) en beneficio de los consumidores, los usuarios y las empresas (en particular, las Mipymes).
16. Cuatro ejemplos de buenas prácticas en el contexto de la economía digital colombiana lo constituyen el *Mipyme Day*, ciberevento en el que "se motiva a los colombianos para que le compren a los colombianos" para ayudar al pequeño empresario nacional y *MiPymStore.com*, un *market place* interno y de *diasinIVA.co* que ha contribuido, significativamente, a reactivar la economía. El cuarto elemento es la propuesta de una reforma dirigida a obligar a las empresas a no repartir las utilidades anuales, sino a reinvertirlas para, de esa manera, contribuir a potenciar la riqueza.
17. Entre algunos desafíos para promover el comercio electrónico se visualizan los siguientes: i) evangelización o adiestramiento del consumidor para que aprenda a comprar en línea; ii) promoción de la inclusión y de la transformación digital de las pymes; iii) facilidades para la bancarización y la obtención de créditos para el pequeño empresario y emprendedor; iv) mayores facilidades para medios de pago digitales tanto nacionales como internacionales; v) promoción del comercio electrónico transfronterizo; y vi) una regulación flexible y moderna.
18. Entre las acciones que contribuirían a impulsar el crecimiento integral de las Mipymes cabe destacar la siguientes: i) promover una cultura de comercio electrónico en la población; ii) apalancar los incentivos para la inversión, promoviendo decididamente la exportación; y iii) diseñar políticas públicas que contribuyan a acelerar el desarrollo de las Mipymes.
19. El CE tiene lugar en plataformas que producen efectos de red que, a su vez, conllevan un gran poder de mercado que puede desembocar en prácticas como abuso de posición dominante o *winner takes it all* (El ganador se lo lleva todo).

8

20. Entre los retos que las autoridades de competencia deben afrontar en la economía digital, destacan los siguientes: i) necesidad de entendimiento de los nuevos modelos de negocio basados en nuevas tecnologías; ii) necesidad de transformar la manera de encarar los problemas de los nuevos modelos de negocio, con especial referencia a las plataformas digitales; iii) necesidad de una aproximación ágil y flexible de los marcos regulatorios, que faciliten su adaptación al dinamismo propio de los mercados digitales; y iv) la promoción de soluciones que impulsen la innovación en las empresas que operan en los mercados digitales.
21. Los efectos de red de las plataformas no son considerados anticompetitivos ya que promueven un aumento en la calidad y el valor que ofrecen los bienes y servicios, pero este efecto puede tener un impacto en detrimento de la competencia al momento de elevar las barreras de entrada o aumentar los costos de sustitución, resultando en que una plataforma emerja como dominante.
22. El CE se ha posicionado, a nivel mundial y regional, como uno de los mayores espacios de comercio.
23. En ALC la brecha en infraestructura digital se está acrecentando debido a: i) retrasos en el nivel de inversión y calidad del servicio de telecomunicaciones; a pesar de avances como la inversión, la cobertura de redes móviles y el mejoramiento de la velocidad de redes de banda ancha en ALC; ii) la cobertura de redes móviles, especialmente 4G, está alcanzando los niveles de países de la OCDE, pero la cobertura de 5G y de fibra óptica todavía muestra un rezago; y iii) aunque existe una mejora en las velocidades de descarga, se acrecienta la brecha en relación a los niveles promedio de los países miembros de la OCDE.
24. Cualquier nueva regulación de las plataformas digitales debe tener en cuenta su posible impacto en áreas como la privacidad de datos, la seguridad nacional, la ciberseguridad y la propiedad intelectual. Tal impacto puede ser perjudicial para la competencia, para los consumidores y para la innovación y, por ende, para la economía en general. Adicionalmente, debe ser sometida a un exhaustivo análisis costo-beneficio.
25. Es de la mayor importancia que las autoridades de competencia promuevan un diálogo entre sí y con la participación de todos los actores involucrados, que permita identificar oportunidades y retos que puedan presentarse en la digitalización de la economía. Cualquier medida que se adopte en este diálogo debe beneficiar al consumidor.
26. ALC debe considerar una integración de política pública entre agencias con un enfoque regional, para lo cual es crucial entender profundamente las iniciativas de otras jurisdicciones y tener presente que la reglamentación excesiva sería perjudicial para la innovación y, en general, para la economía de la región.
27. La regulación excesiva reduce la capacidad de maniobra de las autoridades de competencia, especialmente, en materia de fusiones en la que el análisis prospectivo o conjetural es clave pero que es mucho más complejo en un mercado digital.
28. La digitalización en la región ha evolucionado, aunque lentamente, y la brecha con regiones de madurez digital no se ha reducido, lo que la ubica en un estado de digitalización intermedio.

29. Con respecto a las fusiones se determinó que: i) los jugadores tradicionales buscan adquirir jugadores digitales disruptivos; ii) las agencias de competencia están incorporando en el análisis las nuevas teorías del daño de la economía digital; iii) existe la convivencia de lo *offline* y lo *online* en el mismo mercado relevante o como presión competitiva; y iv) la definición de los umbrales de notificación establece diferencias entre los países para abordar compras de empresas nacientes, competidores potenciales y *killer acquisitions*.
30. Existen razones de eficiencia y pro-competitivas por las cuales un gran jugador digital puede estar interesado en comprar una *start-up* (Adquisición de talento o de un complemento para la plataforma que ya ha sido desarrollado eficientemente por la *start-up*)
31. En casos en los que las *start-ups* no pueden continuar con su proyecto y la adquirente tiene incentivos para desarrollarlo, la fusión puede ser pro-competitiva.
32. Una aplicación extendida de las teorías de daño podría desalentar la innovación de *start-ups* que se desarrollan con el objetivo de monetizar sus creaciones a través de la venta a jugadores con mayor capacidad financiera
33. América Latina y el Caribe se caracteriza por la necesidad de inversión e innovación y el escaso acceso al mercado de capitales.
34. La digitalización de las economías, especialmente, la de las menos desarrolladas, beneficia por igual a los gobiernos, a las empresas y a las plataformas digitales más grandes y conviene a todos que las economías menores implementen políticas para promover la digitalización, sobre todo de las pymes en tanto que columna vertebral de todas las economías.
35. Las plataformas digitales son intermediarios entre negocios, proveedores, anunciantes, usuarios, especialmente, con los consumidores, de allí su importancia para la promoción de la muy necesaria digitalización de economía.
36. En muchos países, hay importantes cuellos de botella en todo lo referente a la estructura de telecomunicaciones y, sin competencia a nivel de los proveedores de Internet, es poco probable que se pueda dar una competencia en la economía digital y que las economías de los países menos desarrollados puedan digitalizarse.
37. El cuello de botella número uno para las pymes es la falta de competencia en la provisión de internet, un problema cuya solución es determinante para poder avanzar en materia de digitalización de la economía.
38. Las regulaciones inflexibles que no pueden adaptarse a una economía digital tan cambiante y dinámica como la que se está desarrollando en la actualidad, perjudicarán a las pymes y, eventualmente, al consumidor.
39. Lo realmente importante en la economía digital es que la economía crezca y se reduzca la pobreza, que las pymes se desarrollen, para lo cual la premisa es diseñar e implementar oportunamente políticas que promuevan su digitalización.

10

40. La afirmación de que en la economía digital no hay competencia es inexacta. La provisión de Internet es uno de los ámbitos más fuertemente competidos que existe y donde los usuarios, por lo general, dependen de un solo proveedor.
41. En la economía digital la innovación lleva a más a la competencia y no la competencia a la innovación, porque muchas veces es la innovación la que es disruptiva, inducida por lo que los usuarios demandan.
42. La interoperabilidad será fundamental en el metaverso¹ para que el usuario pueda utilizar varias plataformas a la vez.
43. Las conversaciones sobre regulaciones deben ser precedidas por la discusión de los aspectos técnicos involucrados.
44. Tres factores han cambiado la forma en que tradicionalmente se define el mercado relevante: i) la existencia, en múltiples plataformas, de más de un mercado relevante; ii) muchos servicios digitales con precio cero; y iii) el límite difuso entre los mercados.
45. Los mercados digitales tienen un gran potencial inclusivo para la región que no debe ser descartado por su importancia para la economía.
46. La cooperación regional es un elemento clave para analizar la situación de ALC en lo concerniente al aprovechamiento del comercio y a los mercados digitales.
47. El análisis de plataformas digitales ha implicado la incorporación de nuevos elementos: i) definición del mercado relevante: diversos enfoques (mono y multi-mercado); ii) evaluación del poder de mercado y barreras a la entrada: efectos de red indirectos, el uso paralelo de múltiples servicios digitales (*multihoming*) y los costos de cambio para los usuarios (*switching costs*); y iii) acceso a información privilegiada como mecanismo para consolidar una posición de mercado.

IV. RECOMENDACIONES

A partir de las presentaciones y las intervenciones de los panelistas en los debates, se extrajeron las siguientes recomendaciones:

1. Las agencias de competencia deben ser promotoras de buenas prácticas administrativas en sus atribuciones reguladoras de las plataformas mediante el impulso de la protección de los datos personales; la promoción de estudios y observatorios que permitan visualizar las condiciones e irregularidades del mercado; y el acompañamiento a través de programas de transformación digital y promoción de la libre y leal competencia.
2. Las autoridades de competencia también deben contribuir con la defensa, apoyo y acompañamiento de las Mipymes.

¹ Metaverso, una plataforma donde la combinación de tecnologías inmersivas (como la realidad virtual y la realidad aumentada) con las redes sociales permitirán tener una experiencia virtual casi tan atractiva como la interacción en la vida real.

3. En su cometido de aplicar la norma correctamente, los reguladores de competencia, deben:
i) promover el entendimiento de los nuevos modelos de negocio basados en nuevas tecnologías; ii) transformar la manera de encarar los problemas de los nuevos modelos de negocio, con especial referencia a las plataformas digitales; iii) promover un enfoque ágil y flexible de los marcos regulatorios, que faciliten su adaptación al dinamismo propio de los mercados digitales; y iv) promover soluciones que impulsen la innovación en las empresas que operan en los mercados digitales.
4. Los países latinoamericanos y caribeños deben hacer un mayor esfuerzo para avanzar hacia la homogenización regulatoria de la economía digital entre los esquemas de integración el cual sería un paso decisivo hacia la conformación de un mercado digital latinoamericano integrado.
5. Resolver las brechas de cobertura, acceso y barreras de asequibilidad económica mediante iniciativas integrales de inclusión digital.
6. Aumentar la inversión en infraestructura digital para acomodar el creciente tráfico generado por el uso de tecnologías y para soportar redes de alta velocidad.
7. Resolver la brecha de capital humano, tanto en términos de la formación básica como en la generación de masa crítica; en investigadores y desarrolladores de software en tecnologías avanzadas y en inteligencia artificial y realidad virtual.
8. Acelerar la tasa de innovación por parte de las empresas y de los gobiernos de la región mediante el incremento de la inversión pública y, principalmente, privada en I+D+i para alcanzar niveles de masa crítica.
9. Impulsar la transformación digital de procesos productivos, especialmente en el sector de Pymes.
10. Impulsar procesos de transformación digital del Estado aprovechando el potencial de las tecnologías emergentes, los datos y la innovación pública.
11. Desarrollar la economía circular y la biodiversidad positiva mediante el uso de tecnologías digitales que contribuyan a la Agenda Verde.
12. Es esencial que las autoridades de competencia en la región fijen directrices a través de guías internas que no limiten la competencia y admitan la modalidad de comercio en las plataformas digitales o a través de ellas.
13. Generar información cuantitativa comparable que permita medir la magnitud del comercio electrónico doméstico y transfronterizo, a los efectos de pensar políticas públicas para promover el sector.
14. Reforzar las medidas de facilitación de comercio de bienes mediante la estandarización de procedimientos aduaneros, la digitalización de las aduanas locales y la conexión electrónica entre operadores logísticos.

12

15. Mejorar el desempeño en términos de velocidad y previsibilidad de entrega de los servicios postales en la “última milla”.
16. Mejorar la calidad de la infraestructura y conectividad del ecosistema digital.
17. Ampliar la cobertura de acceso a los servicios de tecnologías de información y comunicaciones.
18. Incorporar en el modelo de negocios de las plataformas electrónicas la opción de operaciones internacionales.
19. Fomentar la convergencia de las agendas digitales de cada uno de los procesos de integración regional.
20. Para impulsar el crecimiento integral de las Mipymes, los gobiernos de la región deberán: i) apalancar los incentivos para la inversión, promoviendo decididamente la exportación (solo el 13% exporta); ii) promover una cultura de comercio electrónico en la población; y iii) diseñar políticas públicas que contribuyan a acelerar su desarrollo y crecimiento.
21. ALC debe considerar una integración de política pública entre agencias con un enfoque regional, para lo cual es crucial entender profundamente las iniciativas de otras jurisdicciones y tener presente que la reglamentación excesiva sería perjudicial para la innovación y, en general, para la economía de la región.

V. PROPUESTA DE TEMA Y SEDE PARA LA XI REUNIÓN DEL GTCC EN 2023

Durante el desarrollo de la reunión, se acordó que el tema de discusión para la próxima reunión del GTCC sea: “La competencia, regulación e impacto en el comercio de las nuevas tecnologías en los mercados financieros”. La República Dominicana, a través de PROCOMPENIA se ofreció como sede de la XI contando con el apoyo del Viceministerio de Comercio.