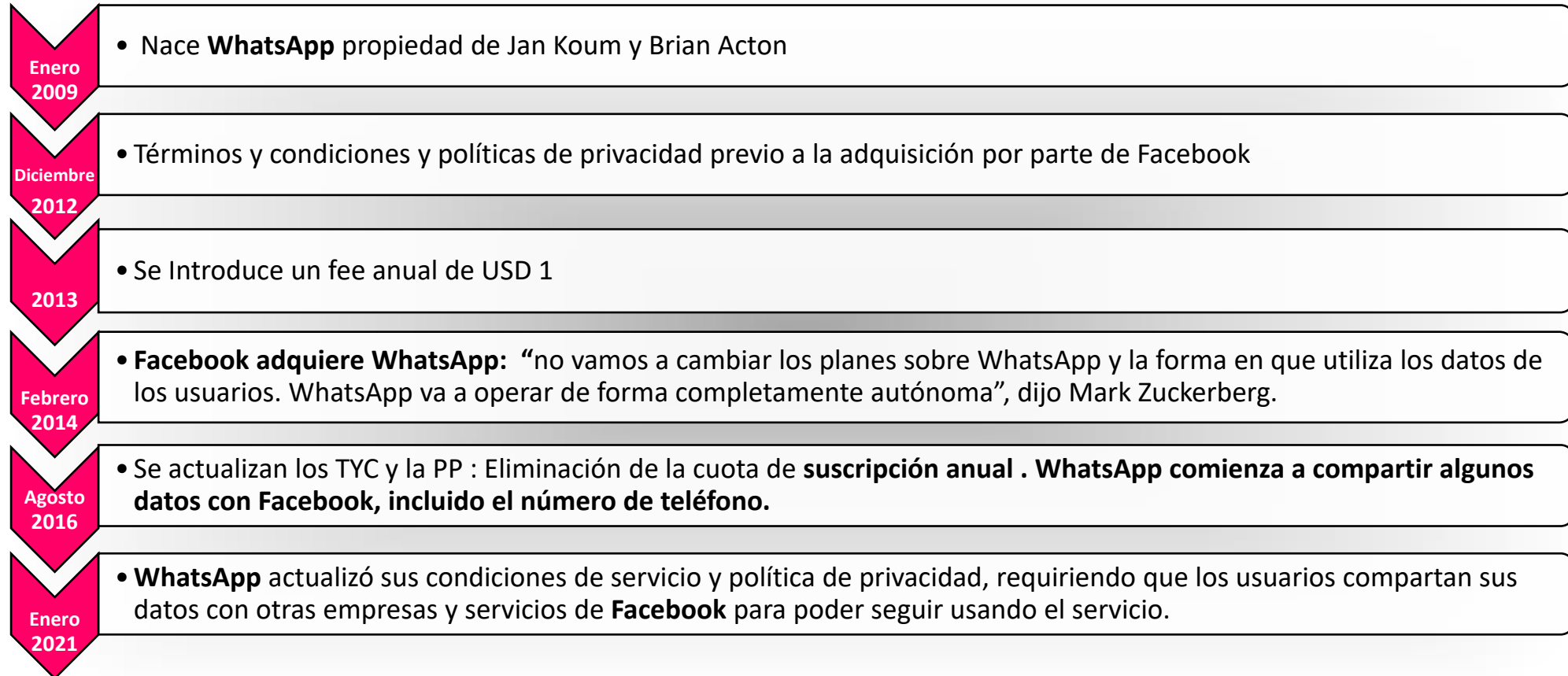




*INTRODUCCIÓN*  
**CASO WHATSAPP | FACEBOOK**



- ✓ **Comunicación instantánea** con familiares, amigos , empresas, compañeros/as de trabajo , etc.
- ✓ Enviar fotos, archivos, mensajes de voz, videos, stickers, etc.
- ✓ Crear grupos y comunidades de comunicación interna.



- ✓ Mantener contacto con amigos/as y familiares
- ✓ Navegar para pasar el tiempo
- ✓ Compartir fotos y videos
- ✓ Ver videos | Jugar en línea
- ✓ Mantenerse informado con noticias
- ✓ Interactuar con publicaciones de otros usuarios
- ✓ Consumir publicidad



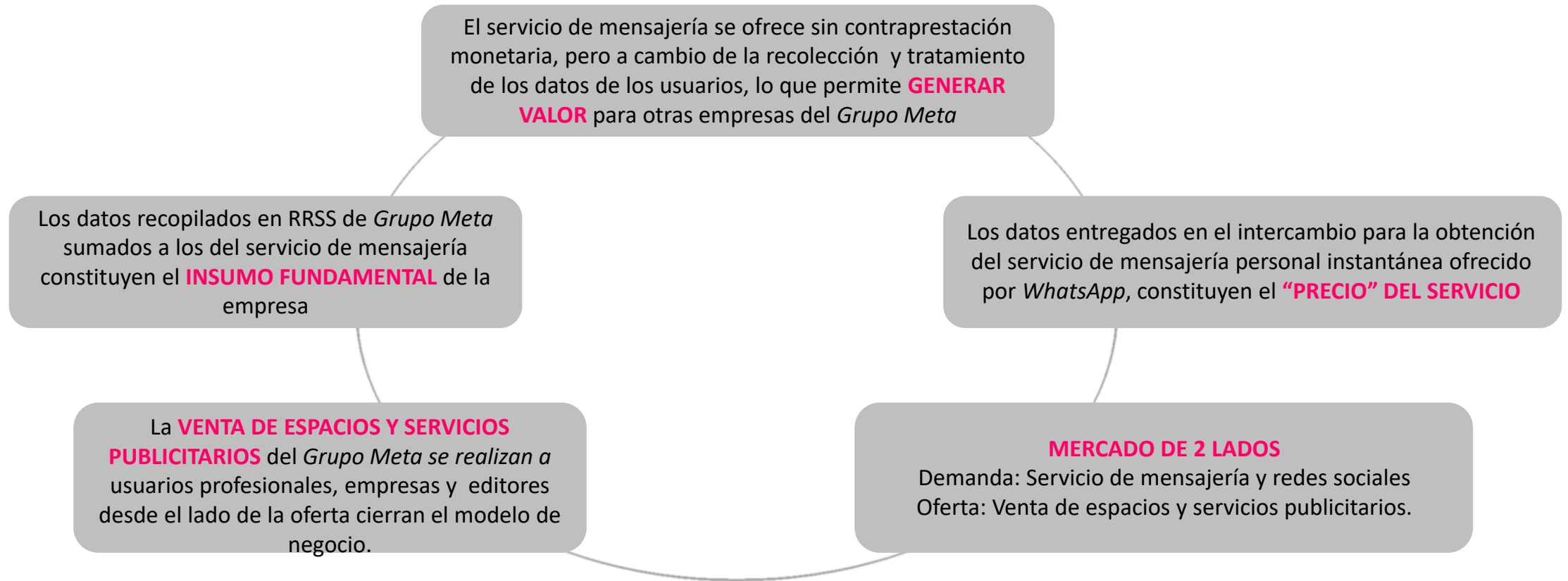


Carga de la batería,  
ubicación, mail,  
nombre, cookies,  
potencia de la  
señal, me gusta (likes),  
intereses de usuarios, etc.



*Perfilamiento  
de usuario*

# Modelo de **Negocio**



# WhatsApp + RRSS

## dentro de la ECONOMÍA DIGITAL

# CARACTERÍSTICAS

Economías de red directas + Zero pricing

Economías de red indirectas

Costos de cambio

Nuevos participantes deben atraer a los usuarios con características innovadoras o de mejor calidad al no existir la variable precio monetario

Mercado de múltiples lados

(reúnen a diferentes grupos de consumidores a través de una plataforma) o están interrelacionados

Una vez que una plataforma alcanza cierto tamaño, puede ser extremadamente difícil para los nuevos participantes más pequeños desafiarlos de manera efectiva.

## Beneficios y Riesgos asociados a estas *plataformas*

### BENEFICIOS



Mercados dinámicos e innovadores



Eficiencias en bienes, servicios y publicidad para usuarios profesionales vinculadas los **intereses** de los usuarios.



Algoritmos pueden ayudar a mejorar decisiones de los consumidores basado en información estructurada más rápida y fácilmente accesible

### RIESGOS



Aumentar o reforzar la **posición de dominio**.



Vulneración de la privacidad lesiona el **bienestar del consumidor**



En determinado punto de masa crítica, la recopilación y capacidad de procesamiento de información puede ser una **barrera a la entrada**

# Background *internacional*

2014

- The Electronic Privacy Information Center (EPIC) y The Center for Digital Democracy (CDD) presentaron una denuncia ante la FTC referida al uso y la transferencia de datos de WhatsApp INC a Facebook Inc. para publicidad dirigida y otros fines. Al respecto, la FTC notificó a Facebook y WhatsApp que deben cumplir con los compromisos asumidos sobre privacidad para con sus usuarios . En 2020 la FTC solicitó a la Corte del distrito de Columbia dictar sentencia definitiva por violación a la Ley Sherman.

2014/  
2017

- Case M. 7217 ( Merger Procedure ) / Case M 8228 – Facebook /Whatsapp : Imposición de 2 multas de 55 M de Euros No. 139/2004 por el suministro de información engañosa o incorrecta.

2019

- Decisión de medida interina de la Agencia Alemana de competencia ( Sección 32 de la German Competition Act ): Prohibición de implementar los términos y condiciones y la política de privacidad.

2021

- Decisión Agencia Turca de Competencia: Medida interina: Suspensión de la actualización ( Basada en el art.9 Competition Act). Teoría del daño similar a la de Argentina.
- Decisión Agencia India de Competencia – Argumento de la posición dominante , el mercado relevante del servicio, investigación sobre el incremento en la recolección de datos

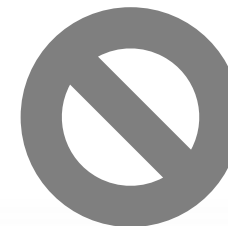




# **CASO WHATSAPP | FACEBOOK**

*EXPEDIENTE EX-2021-61157211- -APN-DGD#MDP*





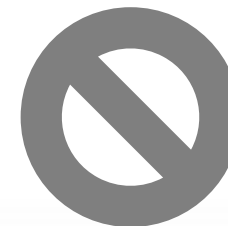
- La medida tutelar ordenó a WhatsApp que : **se abstenga de implementar y/o suspenda la actualización de las condiciones de servicio y política de privacidad de la aplicación**, anunciada para entrar en vigencia el 15 de mayo de 2021; se abstenga de intercambiar datos de sus usuarios con otras empresas del grupo Facebook (hoy Meta Platforms) y/o con terceros; y que comunique a sus usuarios, a través de la aplicación WhatsApp o mediante el sitio web oficial de la compañía, el texto completo de la decisión adoptada.



Actualización de las Condiciones de servicio y Políticas de privacidad de la aplicación *WhatsApp* implica una **modificación de las reglas de intercambio**.



Objetivo: investigar el comportamiento de WhatsApp en el mercado en relación al servicio de mensajería “WhatsApp Messenger”.

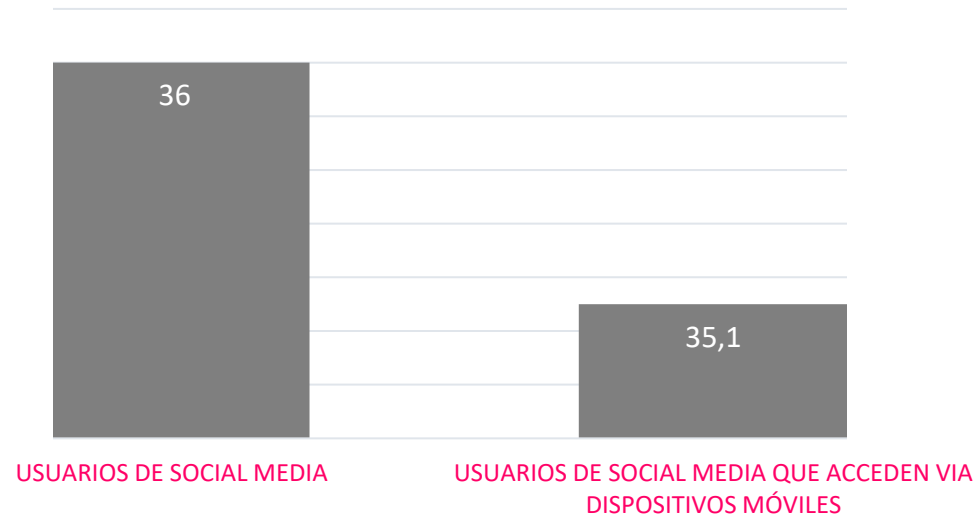


Evitar o disminuir los posibles efectos anticompetitivos en el **mercado argentino** derivados del comportamiento de las empresas que directa o indirectamente participan en el negocio del mencionado servicio de mensajería ( APD Art 1° y 3° de la LDC).

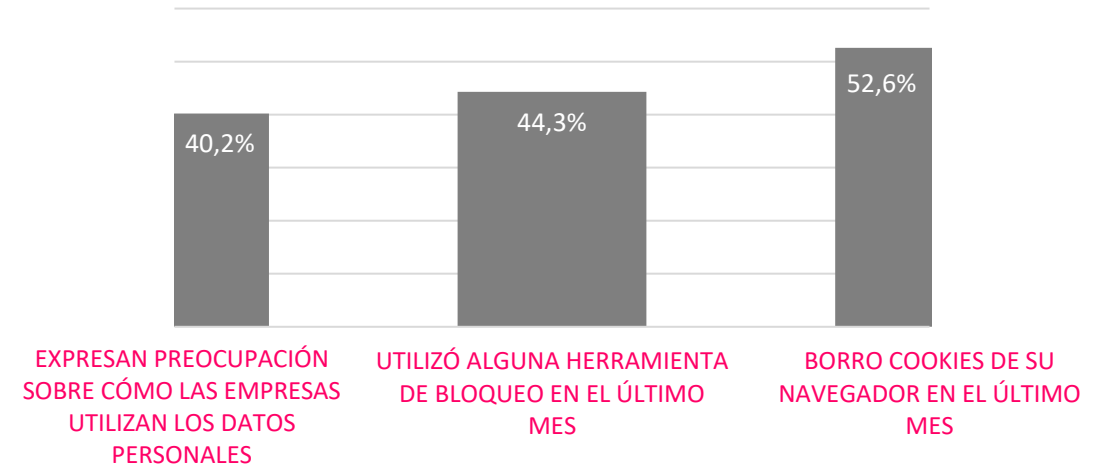
**LA CNDC INTERPRETÓ QUE EL USUARIO VERÍA COMPROMETIDA SU LIBERTAD DE ELECCIÓN A LA HORA DE ACEPTAR O RECHAZAR LAS NUEVAS CONDICIONES DE SERVICIO Y POLÍTICAS DE PRIVACIDAD DE WHATSAPP.**

- Requerimiento de **EXPLICACIONES A LAS EMPRESAS INVESTIGADAS** en el marco del traslado del art 38 de la LDC. Las explicaciones no lograron desvirtuar la teoría del daño.
- Investigación del **MERCADO RELEVANTE** desde el punto de vista de la funcionalidad y sustituibilidad del servicio.
- Investigación de **BARRERAS A LA ENTRADA** en los mercados de publicidad online y mensajería instantánea.
- Investigación sobre **DEGRADACIÓN EN LA CALIDAD**, vía una **recopilación incremental** de datos que lesiona la privacidad y el bienestar del consumidor.
- Investigación sobre la **DEGRADACIÓN EN LA CALIDAD** a los usuarios que no aceptaron la actualización 2021.
- **REQUIREMIENTO DE COLABORACIÓN** a: Asociaciones de consumidores, consultoras especializadas, especialistas en derecho informático , Institutos público-privados vinculados a seguridad informática, empresas de telefonía móvil, etc.
- **TOMA DE AUDIENCIAS** testimoniales.

## USUARIOS DE SOCIAL MEDIA EN MILLONES DE PERSONAS

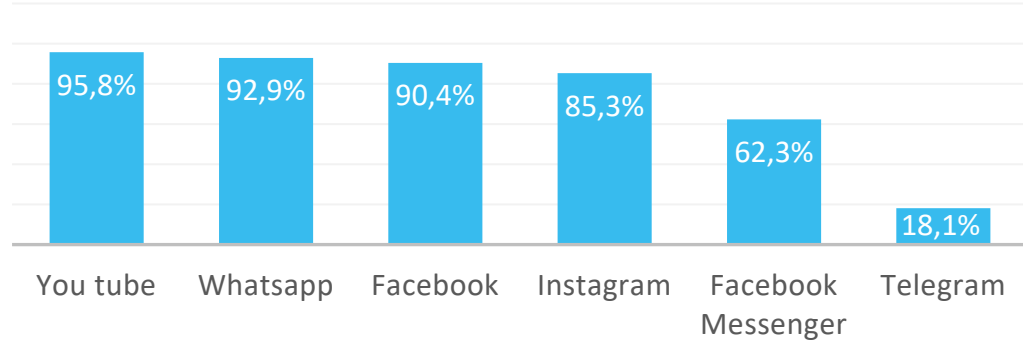


## PRIVACIDAD EN LÍNEA Y BIENESTAR USUARIOS ADULTOS

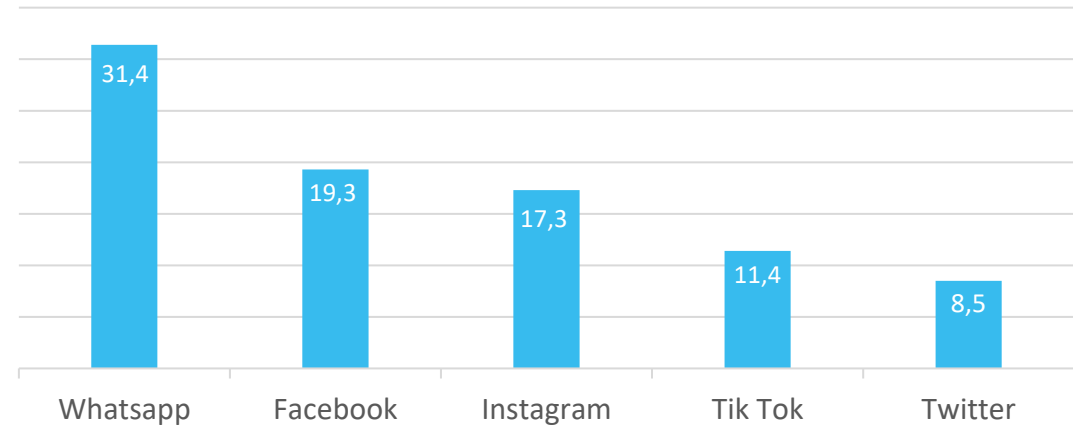


Fuente: Elaboración propia en base a datos de We Are Social y Hootsuite de enero 2021 Nota: El mercado de social media es mas amplio que el de mensajería instantánea.

PLATAFORMAS DE SOCIAL MEDIA MAS UTILIZADAS/  
PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE USUARIOS DE  
INTERNET



RANKING SOCIAL MEDIA / USO PROMEDIO MENSUAL EN HORAS



Fuente: Elaboración propia en base a datos de We Are Social y Hootsuite de enero 2021 Nota: El mercado de social media es mas amplio que el de mensajería instantánea.

# Instrucción I **POLÍTICA DE PRIVACIDAD DE WP**

## Información que recopilamos

- Datos varios e información recopilada automáticamente

## Cómo usamos la información

- Protección, seguridad, integridad
- Trabajo conjunto con empresas de Meta

## Cookies

- Como la usa la empresa y gestión por parte del usuario

## Legislación, descargos de responsabilidad.

- Litigios, responsabilidades de la empresa ante controversias.

**“El respeto a tu privacidad se encuentra codificado en nuestro ADN”.**



# Instrucción I Teoría del daño **EXPLOTATIVA**

**EXCESIVIDAD O RECOLECCIÓN INCREMENTAL DE LOS DATOS**

**AUSENCIA DE AUTOGOBIERNO DE DATOS**

**TÓMALO O DÉJALO + DEGRADACIÓN DEL SERVICIO**

# Instrucción I Teoría del daño **EXPLOTATIVA**

**EXCLUSIÓN DE POTENCIALES COMPETIDORES DEL GRUPO META  
EN EL MERCADO DE PUBLICIDAD ONLINE**

**CONSOLIDAR E INCREMENTAR POSICIÓN DE DOMINIO EN EL  
MERCADO DE PUBLICIDAD ONLINE**



Comisión Nacional  
de Defensa de la Competencia

*Muchas gracias.*