

CONVERGENCIA DE LA PROTECCIÓN DE DATOS Y LA LIBRE COMPETENCIA EN LA ECONOMÍA DIGITAL

Javiera Sepúlveda A.

Convergencia de la protección de datos y la libre competencia en la economía digital

Agosto 2023



Javiera Sepúlveda A.

Abogada de la Pontificia Universidad Católica, Máster en Derecho Comercial con especialización en Derecho Informático de la Universidad de Melbourne, Australia. Javiera es socia del estudio jurídico BITLAW, Co-chair para Chile de la International Association of Privacy Professionals, y ha dedicado toda su carrera a la práctica de contratación de tecnologías y protección de datos.

Abstract: Este artículo examina la tendencia a la convergencia entre el derecho de la libre competencia y la regulación de protección de datos, en el contexto de la economía digital. En particular, se analiza cómo ciertas formas de uso de datos pueden incidir en la generación de efectos anticompetitivos, especialmente sobre variables distintas a precio (como la calidad o la privacidad). En este marco, se analizan las barreras de entrada, el abuso de posición dominante y el análisis de fusiones, repasando casos de la Unión Europea y otras jurisdicciones.

I. INTRODUCCIÓN

El concepto de “economía digital” ha evolucionado sustancialmente desde sus orígenes atribuidos al profesor Don Tapscott, quien ya en el año 1996 preveía cómo internet impulsaría la proliferación de nuevos modelos de negocios basados en el acceso a la información.¹ En el desarrollo de esta evolución se ha visto manifestada la verdadera calidad de materia prima que los datos tienen para la economía y, en consecuencia, la relevancia que han adquirido las actividades de recolección de datos, las infraestructuras de almacenamiento, las capacidades de procesamiento, y el uso y analítica de los grandes volúmenes de información disponibles, junto a las normativas que los regulan.

El G20² ha conceptualizado la economía digital como una amplia gama de actividades económicas que incluyen el uso de la información y el conocimiento como factor clave de producción; las redes de información modernas como espacios de actividad; y el uso efectivo de la información y las tecnologías de la comunicación como un importante impulsor del crecimiento productivo y la optimización estructural de la economía.³

La economía digital basada en datos y el reconocimiento de estos como activos que adquieren cada vez más valor por la sofisticación que han alcanzado las tecnologías que son capaces de procesar y de obtener resultados determinantes en la cadena de producción —cuyos casos de uso son aparentemente inagotables— representa desafíos regulatorios desde distintas áreas del derecho, con especial relevancia en el derecho a la protección de los datos personales de los individuos cuya información se transa y utiliza como bien económico.

1 Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, 1996.

2 El Grupo de los Veinte (G20) es el principal foro para la cooperación económica internacional. Desempeña un papel importante en la configuración y el fortalecimiento de la arquitectura y la gobernanza globales en todos los principales temas económicos internacionales. El G20 está integrado por 19 países (Argentina, Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Alemania, India, Indonesia, Italia, Japón, República de Corea, México, Rusia, Arabia Saudita, Sudáfrica, Turquía y Estados Unidos) y la Unión Europea. Los miembros del G20 representan alrededor del 85 % del PIB mundial, más del 75 % del comercio mundial y alrededor de dos tercios de la población mundial. Fuente <https://www.g20.org/en/>

3 Rumana Bukht y Richard Heeks, *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*, 2017. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732

Los datos personales, es decir, cualquier información relativa a una persona natural identificada o identificable, tienen la potencialidad de representar ventajas competitivas para los actores del mercado, toda vez que permiten conocer —con mayor o menor profundidad, dependiendo de la cantidad y calidad de la data— el comportamiento de los individuos y sus preferencias de consumo, lo que en definitiva habilita la segmentación, creación de perfiles y direccionamiento de publicidad, y las mejoras en la precisión de la oferta de productos y servicios.

En este contexto, el uso indebido o abusivo de aquella ventaja competitiva, podría no solo resultar en infracciones a los estatutos protectores de la privacidad de las personas, sino también en algunas de las conductas que atentan contra la libre competencia, especialmente en lo que se refiere al abuso de una posición dominante;⁴ considerando no solo los volúmenes de datos recolectados si no también las diferencias en la implementación de las soluciones e infraestructuras tecnológicas que utilizan aquellos actores y que, en definitiva, permiten otorgar valor a la data.

Por otro lado, el acceso y procesamiento de grandes volúmenes de datos, no solo tiene impactos en la oferta, sino que también puede generar consecuencias positivas en la demanda.⁵ Esto, pues la disminución en las asimetrías de información entre consumidores y proveedores, puede mejorar las condiciones de oferta de productos y servicios. Por ejemplo, la existencia de herramientas de comparación otorga mayores elementos para que los consumidores ejerzan su libertad de elección y, cambien fácilmente de proveedor (en la medida en que no existan altos costos de cambio⁶). Esta dinámica, a su vez, incentiva a los competidores a mejorar su oferta, lo que refleja un beneficio para la competencia.⁷

En suma, la economía digital presenta desafíos regulatorios en los que, por la complejidad de los modelos de negocio, confluyen cada vez con mayor frecuencia las regulaciones de protección de datos y la libre competencia; y sus alcances y criterios de aplicación ante consultas o controversias, han sido abordados de manera desigual por las autoridades en el panorama internacional.

En este artículo se analiza la idea de convergencia de estos dos estatutos protectores y el desarrollo de la literatura en los últimos años en torno al cruce de ambas regulaciones. Asimismo, se revisa la manifestación de esta convergencia en ciertas conductas sancionadas por la regulación antimonopólica y el criterio de aplicación de las autoridades de competencia en ciertos casos emblemáticos.

II. CRUCE DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LAS NORMATIVAS DE PROTECCIÓN DE DATOS Y LIBRE COMPETENCIA

Hasta hace poco más de una década, la mirada normativa y el foco de la doctrina en Europa —continente que ha llevado la delantera en el desarrollo regulatorio de estas materias— recaían con mayor determinación sobre la protección del individuo como titular de datos personales y en la preocupación de la legalidad de la recolección de los datos por parte de las compañías que, a propósito de la prestación de sus servicios o venta de productos, comenzaban a recopilar grandes volúmenes de datos. Con el aumento del valor de los *datasets*, las autoridades y reguladores buscaron, en primer lugar, fiscalizar el cumplimiento de las bases de legalidad para el tratamiento de datos, esto es, los supuestos legales o los escenarios en los que

4 Catalina Frigeiro, *Mecanismos de regulación de datos personales: Una mirada desde el análisis económico del derecho*, 2018. Disponible en <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/50578/54758>

5 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. Disponible en <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

6 Los costos de cambio tenderán a ser más bajos cuando existe interoperabilidad y portabilidad.

7 Luciana Macedo, *Desafíos de la Libre Competencia en Iberoamérica*, 2019.

la legislación permite a un agente (usualmente denominado 'responsable' o 'controlador'⁸) recoger datos personales para su posterior tratamiento.⁹ En este contexto, la discusión se centró en cómo los actores más relevantes de los mercados digitales accedían a estos datos, desarrollando discusiones en torno a los requisitos del consentimiento entregado por los consumidores (cómo, cuándo y por qué medios debía obtenerse), las finalidades del tratamiento de datos y sus periodos de retención. Esto daba cuenta de la importancia de la privacidad como un derecho humano, y de una preocupación fundada en el individuo en su calidad de titular, con facultades de controlar cómo terceros acceden y utilizan sus datos.

Las ideas incipientes en la problemática o el impacto que la protección de datos personales podía tener en los mercados y, en particular, en las cuestiones de competencia, no comenzaron si no a gestarse cerca del año 2007, a propósito de la evaluación que tuvo que llevar a cabo la Comisión Europea¹⁰ respecto de la fusión entre Google y DoubleClick (compañía de publicidad online). En esta evaluación se levantaron por primera vez argumentos en torno a que, la combinación de los activos de información que contenían datos personales de los usuarios de ambas compañías, podría resultar en una nueva entidad que detentare una posición que no podrían replicar sus competidores.¹¹

Desde entonces, se han evaluado con cada vez más frecuencia por las agencias de competencia en el mundo, si las cuestiones de la privacidad pueden, por ejemplo, considerarse como un factor relevante para la revisión de fusiones entre dos o más compañías cuyas actividades involucran tratamiento de datos.

Una de las primeras preguntas que se han planteado los autores para esta determinación es si la regulación de libre competencia es o no un instrumento apropiado y efectivo para abordar algunas de las preocupaciones de privacidad.¹² Se ha entendido que las normas sobre libre competencia buscan que los oferentes de bienes y servicios en un mercado determinado compitan libremente entre ellos, respetando las reglas que el marco regulatorio impone y que, por tanto, su objetivo final es la eficiencia en los mercados en armonía con el bienestar de los consumidores.¹³

Así, el argumento que hacen los defensores de ampliar el alcance de las leyes de competencia para incorporar aspectos de la protección de datos personales es que la regulación de competencia busca, al final del día, la protección de los consumidores y, por lo tanto, debiese incluir consideraciones de privacidad en cuanto tienen la potencialidad de afectar el bienestar del consumidor.¹⁴

En esta misma línea, algunos expertos señalan que la privacidad es también un atributo de la de la competencia no basada en precios, como lo son, por ejemplo, la calidad de los productos o su variedad. Así, en casos de operaciones de concentración que resultan en la disminución de la protección de los datos

8 Artículo 4 del reglamento General de protección de Datos de la Unión Europea, "Responsable: la persona física o jurídica, autoridad pública, servicio u otro organismo, que solo o junto con otros, determine los fines y medios del tratamiento...". 2016. Disponible en https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.119.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2016:119:TOC

9 La Comisión Europea vigila e investiga las prácticas, fusiones y ayudas estatales anticompetitivas, a fin de garantizar condiciones de competencia equitativas para las empresas de la Unión Europea y asegurar una oferta amplia y precios equitativos para los consumidores. Fuente https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/competition_es

10 Artículo 6 del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea, *relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos*, 2016. Disponible en https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.119.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2016:119:TOC

11 Comisión Europea, Decisión de 11 de marzo de 2008, COMP/M.4731 – Google/DoubleClick.

https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731_20080311_20682_en.pdf

12 Shilpi Bhattacharya y Miriam C. Buiten, *Privacy as a Competition Law concern? Lessons From facebook/Whatsapp*, 2014. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3785134

13 Felipe Irarrázabal, *El sistema chileno de defensa de la libre competencia*, Fiscalía Nacional Económica, 2011. Disponible en https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2011/05/OTRO_0001_2010.pdf

14 Fred H Cate, Christopher Kuner, Christopher Millard, Dan Jerker B. Svantesson y Orla Lynskey, *When Two Worlds Collide: The Interface Between Competition Law and Data Protection*, 2014. Disponible en <https://www.repository.law.indiana.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=3626&context=facpub>

personales de los individuos, se termina afectando un atributo de la competencia distinto al precio, pero que podría tener igual relevancia en virtud de la legislación antimonopólica.¹⁵ La afectación de la protección de los datos personales de los usuarios bien podría agregarse a la lista de variables competitivas, bajo el supuesto de que la privacidad es un componente importante en el bienestar del consumidor.¹⁶

Por otro lado, ciertos opositores a incluir consideraciones de privacidad en la aplicación de las normas antimonopólicas señalan que examinar aspectos de protección de datos personales en los análisis de competencia sería inconsistente con los objetivos propios de la libre competencia, pues la privacidad es difícil de cuantificar en comparación con los factores tradicionales, como el precio y la producción. En este sentido, las autoridades de competencia se enfrentarían a escenarios muy complejos tratando de determinar el efecto que pueden tener en el bienestar del consumidor, por ejemplo, las modificaciones a las políticas de privacidad que regulan el tratamiento de datos de los usuarios o los cambios en los estándares de seguridad de la información de una empresa. Esta preocupación se profundiza por la variedad de conceptos de lo que se entiende por privacidad, los distintos grados de protección entregados por regulaciones sectoriales, y las opiniones diversas de los consumidores sobre lo que consideran como nivel adecuado de protección de sus datos.¹⁷

III. CÓMO EL TRATAMIENTO INDEBIDO DE DATOS PUEDE RESULTAR EN CONDUCTAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA

Se han detectado escenarios donde el uso inapropiado de los datos pueda dar lugar o facilitar conductas contrarias a la libre competencia, como la configuración de monopolios, el abuso de poder de mercado, la creación de barreras de entrada o el aumento de la concentración en los mercados.¹⁸

a. Los datos como barrera de entrada a algunos mercados

Si bien existe disenso en los autores por una definición de las barreras de entrada a un mercado, en términos generales, pueden entenderse como los elementos o factores que obstaculizan el ingreso de nuevas empresas a un mercado relevante.¹⁹

Si consideramos los datos personales como una materia prima necesaria para la producción de algunos bienes y servicios, podrían existir escenarios donde, en su calidad de activo, constituyan una barrera de entrada -ya sea estructural o estratégica²⁰- a algunos mercados. Esta situación ocurrirá en todos aquellos casos en que los potenciales aspirantes a entrar a un mercado no puedan recopilar datos en un volumen y calidad semejante a la que tienen aquellos quienes ya participan en el mercado (es decir, los incumbentes).²¹

15 Maureen Ohlhausen y Alexander Okuliar, *Competition, Consumer Protection and the Right (Approach) to Privacy*, 2015. Disponible en https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/686541/ohlhausenokuliaralj.pdf

16 Daniel Sokol y Roisin Comerford, *Does antitrust have a role to play in regulating big data?*, 2016. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2723693

17 Darren Tucker, *The Proper Role of Privacy in Merger Review*, 2015. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2614046

18 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

19 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), *Herramientas para la evaluación de la competencia, Volumen II: Guía, 2011*. Disponible en <https://www.oecd.org/daf/competition/98765433.pdf>

20 Los datos podrían constituir una barrera estructural en mercados con altos efectos de red (típicamente mercados de dos lados, como los de plataformas digitales). Por otra parte, los datos pueden dar lugar a barreras estratégicas (o artificiales) cuando el agente económico que se beneficia de ellos adopta medidas orientadas a restringir su acceso o réplica por parte de otros agentes.

21 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

Este fue uno de los principales argumentos de los propulsores de la Ley Fintech²² en Chile, que además de entregar un marco normativo hasta entonces inexistente para el desarrollo de esta industria, crea un sistema de Finanzas Abiertas, en el que actores que históricamente han detentado la data de clientes financieros, estarán obligados a *disponibilizarla* —previo consentimiento del titular— a los nuevos competidores del mercado financiero tecnológico, o en general, a aquellas instituciones que califiquen como proveedores de servicios financieros basados en información, según la misma normativa²³.

Otra manifestación de barrera de entrada en relación con el tratamiento de datos puede darse en la prohibición u obstáculos que algunos proveedores imponen a los titulares respecto de la movilidad o portabilidad de sus datos²⁴ para entregarlos a un nuevo proveedor de servicios, como podría ocurrir con los servicios de correo electrónico o las plataformas de redes sociales. Al respecto, el Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR, por sus siglas en inglés), recogió el derecho de portabilidad de los titulares de datos para requerir al responsable del tratamiento la entrega de sus datos personales en un formato estructurado, de uso común y lectura mecánica, con la finalidad de transmitirlos a otro responsable del tratamiento (sin que lo impida el responsable al que se los hubiera entregado originalmente).²⁵

b. Abuso de la posición dominante

Algunas autoridades antimonopolio han considerado que los bajos estándares de privacidad pueden ser un síntoma de abuso de una posición dominante. Esto, especialmente en mercados donde las empresas infringen sistemáticamente las normas de protección de datos personales sin enfrentarse a restricciones competitivas en respuesta.²⁶ La OCDE también reconoce el potencial que el poder de mercado puede tener para ser utilizado por una empresa para buscar disminuir unilateralmente la calidad de sus servicios con respecto a la privacidad, la seguridad de los datos, el contenido publicitario, la flexibilidad de cambio de proveedores, o cualquier otra dimensión a la que el consumidor le otorgue valor.²⁷

La posición dominante de una empresa, conferirá a aquella la capacidad de aumentar los precios de manera rentable, pero también puede proporcionar el poder de causar una disminución en la calidad de los servicios que ofrece, incluida la protección que ofrece respecto de los datos personales que trata²⁸. En esta línea, se esperaría que la promoción de la competencia eleve la calidad de la protección de datos en aquellos mercados donde las herramientas o preferencias de privacidad son relevantes en la competencia.²⁹

22 Ley 21.521 *que promueve la competencia e inclusión financiera a través de la innovación y la tecnología en la prestación de servicios financieros*, publicada el 4 de enero de 2023. Disponible en <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1187323>

23 Para una explicación acerca del sistema de finanzas abiertas desde un punto de vista de libre competencia, ver Ana María Montoya, Rosario Celedón y Valentina Novoa, *Finanzas Abiertas y Acceso a Infraestructura Financiera: Políticas Públicas para Promover la Innovación, Competencia e Inclusión Financiera en América Latina*, Investigaciones CeCo, 2022. Disponible en <https://centrocompetencia.com/celedon-montoya-novoa-finanzas-abiertas-y-acceso-a-infraestructura-financiera/>

24 Damien Geradin y Monica Kuschewsky, *Competition Law and Personal Data: Preliminary Thoughts on a Complex Issue*, 2013. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2216088

25 Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea, *relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos*, 2016. Disponible en https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.119.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2016:119:TOC

26 Peter Hustinx, *Data Protection and Competition: Interfaces and Interaction at the Data Protection Law in the Context of Competition Law Investigations*, 2013. Disponible en https://edps.europa.eu/sites/default/files/publication/13-06-13_speech_cb_brussels_en.pdf

27 OCDE, *Quality considerations in digital zero-price markets*, 2018. Disponible en <https://www.oecd.org/daf/competition/quality-considerations-in-the-zero-price-economy.htm>

28 En este aspecto, Dina Srinivasan ha sugerido que en la evolución de la política de tratamiento de datos de Facebook se observaría una relación de causalidad entre la consolidación de la dominancia y la degradación de los estándares de privacidad. Ver Dina Srinivasan, *The Antitrust Case Against Facebook*, 2019, disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3247362. Asimismo, ver nota CeCo “*La historia del monopolio de datos de Meta, según Dina Srinivasan*” (2023).

29 Erika Douglas, *Digital Crossroads: The intersection of competition law and data privacy*, 2021. Disponible en https://iapp.org/media/pdf/resource_center/Digital_Crossroads_The_Intersection_Competition_Law_Data_Privacy.pdf

Otra manifestación del abuso de poder dominante puede verificarse con el poder y control que las grandes empresas digitales ejercen sobre los entornos en línea, lo que se ha convertido en un tema de preocupación para autoridades de privacidad y competencia. En este contexto, estas compañías tienen la capacidad de desarrollar reglas de comportamiento de los usuarios y actuar como verdaderos árbitros en las decisiones permitidas, conductas prohibidas y acceso a sitios web populares y otras plataformas, tomando un rol de cuasi-reguladores.³⁰ La doctrina y las autoridades de competencia han denominado a estos actores como *gatekeepers* ya que tienen la potencialidad de cumplir verdaderas funciones de “guardianes” de las plataformas digitales.

Ante esta particular preocupación, entró en vigor recientemente la nueva [Ley de Mercados Digitales](#) de la Unión Europea (DMA, por sus siglas en inglés), que fija nuevas normas antimonopolio para estas grandes plataformas de internet, denominadas *gatekeepers*.³¹

El objetivo de la normativa, es aumentar la disputabilidad (o *contestabilidad*) de los mercados digitales y poner fin a las prácticas desleales de las plataformas que sirven de enlace entre las empresas y los consumidores, para lo cual fija conductas permitidas y prohibidas en materia de libre competencia. Por ejemplo, se prohíbe combinar los datos personales que adquieren estas compañías de los usuarios a través de los múltiples servicios que ofrecen (a no ser que exista un consentimiento previo de los titulares), y se les exige dar acceso a las empresas a los datos generados por sus clientes en sus plataformas. En casos de incumplimiento de forma reiterada, la Comisión Europea podrá imponer a estas compañías multas de hasta el 20% de su facturación mundial y, en último término, forzar a una reestructuración de las empresas,³² lo que da cuenta de la preocupación de las autoridades de competencia en el poder de mercado adquirido por este tipo de actores.

c. Concentración en los mercados

Las operaciones de concentración pueden producir efectos positivos en el crecimiento económico de los países si tienen como resultado el aprovechamiento de sinergias, la disminución de costos y la mayor eficiencia lograda mediante el intercambio de datos. No obstante, para que se logren estos efectos, los beneficios de la concentración deben traspasarse a los consumidores.³³ En este sentido, las combinaciones de activos de la información como consecuencia de una operación de concentración podrían generar beneficios en los consumidores, si aquella combinación resulta en la mejora o mayor innovación en la oferta de productos y servicios.

No obstante, existe consenso respecto de los riesgos que puede representar la concentración de compañías *datadriven*, cuya manifestación más simple es la eliminación de la competencia mediante la fusión de dos o más actores que, antes del perfeccionamiento de la operación, tenían calidad de competidores con bases de datos propias y separadas.

Las autoridades de competencia también han considerado una serie de teorías de fusión más complejas relacionadas con los datos, que consideran:

- (i) Si la acumulación o combinación de datos que surge de una fusión proporciona una ventaja competitiva, como la creación de barreras a la entrada o a la expansión de competidores, mayor poder de mercado, o mayor riesgo de coordinación entre competidores; y

30 Erika Douglas, *Digital Crossroads: The intersection of competition law and data privacy*, 2021. Disponible en https://iapp.org/media/pdf/resource_center/Digital_Crossroads_The_Intersection_Competition_Law_Data_Privacy.pdf

31 Ver nota de CeCo: “El Mapa de CeCo para entender la Digital Markets Act” (2022).

32 Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector, 2022. Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R1925>

33 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

- (ii) Si los datos son un insumo necesario para la competencia y, de ser así, si las partes tendrían el incentivo y la capacidad de limitar o excluir el acceso de los rivales a esa data, en el escenario *post* fusión.³⁴

Por otra parte, en el contexto de operaciones de concentración, debe considerarse que cada vez existen más participantes en cadenas de producción del mercado de datos, incorporándose a estos procesos comúnmente *startups* que en muchas ocasiones logran desafiar a las grandes empresas por la innovación -a veces disruptiva- en sus servicios. No obstante, al existir mayor capacidad económica y poder de monitoreo, existirán riesgos anticompetitivos en la forma de *killer acquisitions*, es decir, adquisiciones o fusiones en que las compañías con mayor poder de mercado empujan concentraciones antes de que los emprendimientos alcancen un tamaño relevante con la capacidad de convertirse en competidores reales, actuando como verdaderos depredadores de emprendimientos tecnológicos.³⁵

IV. CASOS REPRESENTATIVOS

Pese al vasto desarrollo de esta problemática, en Europa no ha existido un criterio conteste en la determinación de la aplicación de la regulación de protección de datos en asuntos relacionados con la competencia.

Existen dos casos destacados en que la Comisión Europea y el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, fueron bastante claros en establecer la independencia de ambas regulaciones, evitando profundizar en el análisis de las normas relativas a la protección de datos personales para fundar sus decisiones.

En el año 2014, la Comisión Europea aprobó la compra de WhatsApp por parte de Facebook, señalando expresamente que cualquier preocupación relacionada con la privacidad derivada de la mayor concentración de datos como resultado de esta transacción, no recaía dentro del ámbito de las normas del derecho de libre competencia, sino que de las normas europeas de protección de datos.³⁶

Cuando Facebook notificó la adquisición de WhatsApp en 2014, informó a la Comisión Europea que no podría hacer coincidir automáticamente las cuentas de los usuarios de Facebook con las cuentas de los usuarios de WhatsApp. Sin embargo, en agosto de 2016, WhatsApp anunció actualizaciones a sus términos y condiciones, y a su política de privacidad, incluyendo la posibilidad de vincular números de teléfono de los usuarios de WhatsApp con las identidades de los usuarios de Facebook. En respuesta, la Comisión Europea multó a Facebook en 110 millones de euros por proporcionar información engañosa durante la investigación de la fusión.³⁷

En 2005, el Tribunal de Defensa de la Competencia español concedió una autorización a la compañía Asnef/Equifax para implementar un sistema de intercambio de información, que ponía a disposición de las entidades financieras y crediticias un registro de cumplimiento de los deudores. La Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios presentó un recurso que finalmente anuló la autorización del Tribunal para la implementación del referido sistema, bajo el argumento de existir restricciones a la libre competencia. Asnef/Equifax presentó un recurso de casación ante el Tribunal Supremo, quien elevó una consulta al Tribunal de Justicia de la Unión Europea sobre la potencialidad de que el registro en cuestión pudiera afectar la competencia en la

34 Erika Douglas, *Digital Crossroads: The intersection of competition law and data privacy*, 2021. Disponible en https://iapp.org/media/pdf/resource_center/Digital_Crossroads_The_Intersection_Competition_Law_Data_Privacy.pdf

35 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

36 Comisión Europea, Decisión de compra de Whasatpp por Facebook, 2014. https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf. Para un análisis de la revisión de esta adquisición en EE.UU., ver Macarena Alliende y Sofía O’Ryan, *Adquisiciones de Facebook y Certeza Jurídica: Reflexiones para Chile*, Investigaciones CeCo, 2021. Disponible en https://centrocompetencia.com/wp-content/uploads/2021/02/Alliende-y-ORyan_Adquisiciones-de-Facebook-y-certeza-juridica.pdf.

37 Shilpi Bhattacharya y Miriam C. Buiten, *Privacy as a Competition Law concern? Lessons Fromfacebook/Whatsapp*, 2014.

industria financiera y crediticia. En el fallo, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea señaló que los sistemas de intercambio de información crediticia son beneficiosos para los deudores, en la medida en que reducen su porcentaje de incumplimiento e incluso benefician su movilidad;³⁸ pero estableció que cualquier cuestión relacionada con la sensibilidad de los datos personales no es, como tal, un asunto de derecho de la competencia, y puede resolverse sobre la base de las disposiciones pertinentes que rigen la protección de datos.³⁹

Esta decisión levantó críticas de algunos que proclamaron que se debía construir un mayor consenso sobre el hecho de que no existía ningún obstáculo legal, ni en el marco legislativo de la Unión Europea ni en la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, para incluir estándares de protección de datos en una evaluación de competencia.⁴⁰

Más tarde, en 2016, la misma Comisión Europea consideró el poder adquirido mediante los activos de datos para determinar condiciones al momento de aprobar la fusión entre Microsoft y LinkedIn.

En la evaluación en cuestión, la Comisión identificó dos principales preocupaciones: (i) la combinación de datos que poseían ambas compañías podrían aumentar el poder de mercado de la entidad fusionada en el mercado de datos o aumentar las barreras de entrada para los competidores que necesitan estos datos para competir, obligándolos a recopilar un conjunto de datos más grande para competir con la entidad fusionada, e (ii) incluso si los datos no se combinaran, las empresas podrían haber estado compitiendo antes de la fusión sobre la base de los datos que controlaban; competencia que podría ser eliminada por la concentración.⁴¹

La Comisión desestimó estas preocupaciones por varios motivos. El más interesante es que consideró que difícilmente la combinación de sus respectivas bases de datos resultaría en un aumento de las barreras de entrada para otros competidores, ya que seguiría habiendo una gran cantidad de datos de usuarios de Internet disponibles para fines publicitarios que no estarían bajo el control exclusivo de Microsoft.⁴²

Por el contrario, otras agencias de competencia han tenido una opinión distinta y han aplicado directamente normas de privacidad en la determinación de conductas contrarias a la libre competencia. Así ocurrió durante 2019, con el *Bundeskartellamt* alemán, que impuso restricciones a Facebook por abuso de posición dominante. La decisión estableció que los términos de uso de Facebook y la forma y la medida en que recopilaba y utilizaba los datos constituían una violación a las normas europeas de protección de datos y resultaban en detrimento de los usuarios. La práctica de Facebook de recopilar sin restricciones los datos de los usuarios de diferentes fuentes, incluyendo sitios web de terceros y otros de sus servicios, combinarlos y asignarlos a una cuenta sin el consentimiento válidamente otorgado por los usuarios se definió como un abuso de explotación según la ley de competencia alemana⁴³. En la opinión del *Bundeskartellamt* la ley de competencia debe garantizar que los consumidores puedan disfrutar de una elección libre y significativa

38 Olivia Altmayer, *The Tipping Point – Reevaluating the ASNEFEQUIFAX Separation of Competition of Data Privacy Law in the Wake of the 2017 Equifax Data Breach*, 2018. Disponible en <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/njilb/vol39/iss1/2/>

39 Asnef-Equifax, *Servicios de Información sobre Solvencia y Crédito, SL v Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc)*, 2006. Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:62005CJ0238>

40 Giovanni Butarelli, *This is not an article on data protection and competition law*, 2019. Disponible en https://edps.europa.eu/sites/default/files/publication/19-03-11_cpi_butarelli_en.pdf

41 Case M.8124 – Microsoft / LinkedIn *Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) in conjunction with Article 6(2) of Council Regulation No 139/20041 and Article 57 of the Agreement on the European Economic Area*, 2016. Disponible en https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m8124_1349_5.pdf

42 Case M.8124 – Microsoft / LinkedIn *Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) in conjunction with Article 6(2) of Council Regulation No 139/20041 and Article 57 of the Agreement on the European Economic Area*, 2016. Disponible en https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m8124_1349_5.pdf

43 Al respecto, ver notas de CeCo “*Privacidad y libre competencia: el caso Facebook en Alemania*” (2019) y “*El traspie de Facebook ante el Tribunal Supremo Alemán*” (2020).

y un nivel decente de innovación.⁴⁴ Esta decisión es la primera que, finalmente, integra las implicancias de protección de datos en el ámbito antimonopolio, y ha sido objeto de varias instancias procesales posteriores que están aún en desarrollo.⁴⁵

En julio pasado, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea se pronunció respecto de una consulta realizada por Tribunal Superior Regional de Düsseldorf para aclarar, entre otras cosas, si la autoridad local de libre competencia podía verificar el cumplimiento del GDPR en una actividad de tratamiento de datos personales a propósito del examen de abuso de posición dominante⁴⁶, a lo que el TJUE respondió afirmativamente, indicando que la legislación no prohíbe que una autoridad de competencia pueda tomar conocimiento de un incumplimiento a la legislación de protección de datos personales en el contexto de su análisis de libre competencia. A mayor abundamiento, el Tribunal recalca que, una interpretación contraria, es decir, excluir las normas de protección de datos del análisis de abuso de posición dominante por parte de las autoridades de libre competencia, podría terminar afectando la eficacia del derecho de la competencia.⁴⁷

Por otra parte, el 26 de octubre de 2022, la Junta de Competencia de Turquía dictaminó también que Meta abusó de su posición dominante al combinar los datos que recopila de sus servicios básicos (Facebook, Instagram y WhatsApp) y, por lo tanto, impedir que los competidores operen en los mercados antes mencionados y perturbar la competencia al crear barreras de entrada al mercado. Por su conducta abusiva, la Junta impuso a Meta una sanción monetaria administrativa de aproximadamente 18,6 millones de euros.⁴⁸

En el caso chileno, ya en el año 2008 el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, al resolver la consulta sobre la fusión entre Falabella y D&S, estableció criterios para determinar si los intercambios o sinergias de información pueden constituir una barrera a la entrada al mercado. En la resolución, el Tribunal señala que este sería un caso de sinergias de información, asociadas al desarrollo de bases de datos sobre los patrones de consumo y endeudamiento, mediante tarjetas no bancarias y programas de fidelización, de los clientes del retail integrado. Esta información permite perfeccionar las estrategias de comercialización y de competencia respecto de otros operadores del *retail*.⁴⁹

Por otro lado, en el mismo caso, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia constató algunas posibles fuentes de poder de mercado vinculadas a la concentración de datos⁵⁰, como la posibilidad de desarrollar bases de datos sobre patrones de consumo, difícilmente replicables por competidores que operen a escalas menores y con más bajos grados de integración y la posibilidad de desarrollar estrategias de ventas atadas, utilizando los distintos segmentos de *retail* bajo control de un operador integrado, desincentivando así la compra de ofertas de competidores que operen a menores escalas.⁵¹

44 Artículo de Prensa "Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining users' data from different sources," February 7, 2019. Disponible en https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html?nn=3591568

45 Giovanni Butarelli, *This is not an article on data protection and competition law*, https://edps.europa.eu/sites/default/files/publication/19-03-11_cpi_butarelli_en.pdf

46 Alba Rivera Martínez, *Getting Clued into the interplay between data protection and competition law in case C251/21 Meta and Others*, 2023. <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2023/07/05/getting-clued-into-the-interplay-between-data-protection-regulation-and-competition-law-in-case-c-252-21-meta-platforms-and-others-conditions-generales-dutilisation-dun-reseau-social/>

47 Ver nota CeCo "Competencia y datos personales: Una innecesaria atadura en la reciente sentencia del TJUE en el caso "Facebook". Disponible en <https://centrocompetencia.com/competencia-datos-personales-innecesaria-atadura-reciente-sentencia-tjue-caso-facebook/> (2023).

48 Simru Tayfun y Efe Utku, *Turkey's Competition Board Fines Meta EUR 18.6 Million For The Abuse Of Its Dominant Position Through The Collection Of Personal Data*, 2022. Disponible en <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/1244740/turkey39s-competition-board-fines-meta-eur-186-million-for-the-abuse-of-its-dominant-position-through-the-collection-of-personal-data>

49 Resolución N° 24/2008 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, 31 de enero de 2008. Disponible en http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2011/03/reso_0024_2008.pdf

50 Cabe señalar que este aspecto (los riesgos anticompetitivos asociados a la concentración de datos) también fue analizado en la operación de concentración entre Uber y Cornershop, aprobada el 29 de mayo de 2020. En ella, la Fiscalía Nacional Económica, entre otras cosas, revisó si acaso "la concentración de datos e información de usuarios que aporte una ventaja competitiva que tornen a la entidad fusionada incontestable para los competidores", evaluándose si "si la información que adquiriría la entidad fusionada constituiría un insumo replicable por los competidores y si resultaría el insumo principal para competir en los mercados afectados" (Informe de aprobación, Rol FNE F217-2019 p. 43, disponible en https://centrocompetencia.com/wp-content/uploads/2022/04/Informe_F217_2020.pdf).

51 María Francisca Labbé, *Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia*, 2020. <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>

V. CONCLUSIÓN

Tanto la regulación antimonopolio como la de privacidad persiguen la protección de aquellos ámbitos de la actividad humana que permiten a los individuos ejercer de manera significativa sus derechos y libertades.⁵² Desde este punto de vista, abordar decisiones jurídicas en materia de competencia con un foco comprensivo y recogiendo el potencial impacto de los asuntos relacionados con el tratamiento de datos personales, no es más que volver a la esencia del objeto de ambas normativas.

Debido a su alto contenido técnico y especificidad, la aplicación de la protección de datos debe estar en primer lugar en manos de las autoridades de protección de datos (esto es, agencias sectoriales especializadas). No obstante, eso no ha impedido ni debería impedir que las autoridades de competencia puedan basar sus análisis en la protección de datos, pues se presentarán ocasiones donde ambas variables estén tan estrechamente entrelazadas que será necesario ampliar su alcance para abordar algunos de los mayores desafíos de la economía digital.

Así, la importancia de considerar la privacidad en el alcance de la aplicación de las regulaciones de libre competencia, radica en que este factor hoy es, indudablemente, un parámetro competitivo. Luego, y como se ha determinado, la protección de datos personales se garantiza de mejor manera en un entorno competitivo, por lo que existen entonces argumentos para que la normativa de libre competencia sea utilizada como una herramienta más en favor de la privacidad.⁵³

52 Giovanni Butarelli, This is not an article on data protection and competition law, 2019. https://edps.europa.eu/sites/default/files/publication/19-03-11_cpi_butarelli_en.pdf

53 Shilpi Bhattacharya y Miriam C. Buiten, *Privacy as a Competition Law concern? Lessons From facebook/Whatsapp*, 2014. Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3785134

REFERENCIAS

1. *Adquisición de Cornershop por parte de Uber Technologies Inc.*, FNE Rol F217-2019, Informe de aprobación (2020) p. 43. Disponible en: https://centrocompetencia.com/wp-content/uploads/2022/04/Informe_F217_2020.pdf.
2. Alba Rivera Martinez, *Getting Clued into the interplay between data protection and competition law in case C251/21 Meta and Others* (2023). Disponible en: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2023/07/05/getting-clued-into-the-interplay-between-data-protection-regulation-and-competition-law-in-case-c-252-21-meta-platforms-and-others-conditions-generales-dutilisation-dun-reseau-social/>
3. Ana María Montoya, Rosario Celedón y Valentina Novoa, *Finanzas Abiertas y Acceso a Infraestructura Financiera: Políticas Públicas para Promover la Innovación, Competencia e Inclusión Financiera en América Latina*, Investigaciones CeCo UAI (2022). Disponible en: <https://centrocompetencia.com/celedon-montoya-novoa-finanzas-abiertas-y-acceso-a-infraestructura-financiera/>
4. Asnef-Equifax, *Servicios de Información sobre Solvencia y Crédito, SL v Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc)* (2006). Disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:62005CJ0238>
5. Bundeskartellamt, *Bunderskartellamt prohibits Facebook from combining users' data from different sources* (2019). Disponible en: https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html?nn=3591568
6. Catalina Frigeiro. "Mecanismos de regulación de datos personales: una mirada desde el análisis económico del derecho", *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 7(2) (2018): 45-80. Disponible en: <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/50578/54758>
7. Cate H., Fred; Kuner, Christopher; Millard, Christopher; Jerker B., Dan; Lynskey, Orla. "When Two Worlds Collide: The Interface Between Competition Law and Data Protection" *Maurer School of Law Digital Repository* (2014). <https://www.repository.law.indiana.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=3626&context=facpub>
8. CeCo UAI, "Competencia y datos personales: Una innecesaria atadura en la reciente sentencia del TJUE en el caso Facebook" (2023). Disponible en: <https://centrocompetencia.com/competencia-datos-personales-innecesaria-atadura-reciente-sentencia-tjue-caso-facebook/>
9. CeCo UAI, "El Mapa de CeCo para entender la Digital Markets Act" (2022). Disponible en: <https://centrocompetencia.com/el-mapa-de-ceco-para-entender-la-digital-markets-act/>
10. CeCo UAI, "La historia del monopolio de datos de Meta, según Dina Srinivasan" (2023). Disponible en: <https://centrocompetencia.com/historia-monopolio-datos-meta-dina-srinivasan/>
11. CeCo UAI, "Privacidad y libre competencia: el caso Facebook en Alemania" (2020). Disponible en: <https://centrocompetencia.com/privacidad-y-libre-competencia-el-caso-facebook-en-alemania/>
12. Comisión Europea, *Commission decision pursuant to Article 6(1)(b) in conjunction with Article 6(2) of Council Regulation No 139/20041 and Article 57 of the Agreement on the European Economic Area* (2016), https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m8124_1349_5.pdf
13. Comisión Europea, *Decisión de compra de WhatsApp por Facebook* (2014), https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf.

14. Comisión Europea, *Declaring a concentration to be compatible with the common market and the functioning of the EEA Agreement* (2008), https://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4731_20080311_20682_en.pdf
15. *Consulta sobre fusión entre S.A.C.I Falabella y distribución y servicio D&S S.A*, NC-199-07, Resolución TDLC N°24/2008. Disponible en: http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2011/03/reso_0024_2008.pdf
16. Damien Geradin y Monica Kuschewsky, *Competition Law and Personal Data: Preliminary Thoughts on a Complex Issue* (2013).
17. Daniel Sokol y Roisin Comerford, *Does antitrust have a role to play in regulating big data?* (2016). Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2614046
18. Darren Tucker, *The Proper Role of Privacy in Merger Review*, (2015). Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2614046
19. Dina Srinivasan, *The Antitrust Case Against Facebook* (2019). Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3247362
20. Don Tapscott, *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence* (2018).
21. Erika Douglas, *Digital Crossroads: The intersection of competition law and data privacy* (2021). Disponible en: https://iapp.org/media/pdf/resource_center/Digital_Crossroads_The_Intersection_Competition_Law_Data_Privacy.pdf
22. Felipe Irrarázabal, *El sistema chileno de defensa de la libre competencia*, Fiscalía Nacional Económica (2011). Disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2011/05/OTRO_0001_2010.pdf
23. Giovanni Butarelli, *This is not an article on data protection and competition law*, Competition Policy International (CPI) (2019). Disponible en https://edps.europa.eu/sites/default/files/publication/19-03-11_cpi_butarelli_en.pdf
24. Luciana Macedo, *Desafíos de la Libre Competencia en Iberoamérica*, (2019).
25. Macarena Alliende y Sofía O’Ryan, *Adquisiciones de Facebook y Certeza Jurídica: Reflexiones para Chile*, Investigaciones CeCo UAI, 2021. Disponible en https://centrocompetencia.com/wp-content/uploads/2021/02/Alliende-y-ORyan_Adquisiciones-de-Facebook-y-certeza-juridica.pdf
26. María Francisca Labbé. “Big Data, Nuevos desafíos en materia de Libre Competencia”, *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 9(1) (2020). Disponible en: <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/56897/61944>
27. OCDE, *Herramientas para la evaluación de la competencia* (2011), Vol II. Disponible en: <https://www.oecd.org/daf/competition/98765433.pdf>
28. OCDE, *Quality considerations in digital zero-price markets* (2018). Disponible en: <https://www.oecd.org/daf/competition/quality-considerations-in-the-zero-price-economy.htm>
29. Ohlhausen, Maureen; Okuliar Alexander. “Competition, Consumer Protection and the Right (Approach) to Privacy”. *Antitrust Law Journal* (2015). https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/686541/ohlhausenokuliaralj.pdf

30. Olivia Altmayer, "The Tipping Point – Reevaluating the ASNEFEQUIFAX Separation of Competition of Data Privacy Law in the Wake of the 2017 Equifax Data Breach, *Northwestern Journal of International Law & Business* 39(1), (2018) <https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/njilb/vol39/iss1/2/>
31. Rumana Bukht y Richard Heeks, *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy* (2017). Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3431732
32. Shilpi Bhattacharya y Miriam C. Buiten, *Privacy as a Competition Law Concern: Lessons from Facebook/WhatsApp* (2014). Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3785134
33. Simru Tayfun y Efe Utku, *Turkey's Competition Board Fines Meta EUR 18.6 Million For The Abuse Of Its Dominant Position Through The Collection Of Personal Data* (2022). Disponible en: <https://www.mondaq.com/turkey/antitrust-eu-competition-/1244740/turkey39s-competition-board-fines-meta-eur-186-million-for-the-abuse-of-its-dominant-position-through-the-collection-of-personal-data>
34. Unión Europea (EU), *Regulation 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector* (2022). Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R1925>
35. Unión Europea (UE), *Reglamento General de Protección de Datos, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos* (2016). Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2016.119.01.0001.01.ENG&toc=OJ:L:2016:119:TOC



Este documento se encuentra sujeto a los términos y condiciones de uso disponibles en nuestro sitio web:
<http://www.centrocompetencia.com/terminos-y-condiciones/>

Cómo citar este artículo:

Javiera Sepúlveda A., "Convergencia de la protección de datos y la libre competencia en la economía digital", *Investigaciones CeCo* (agosto 2023),

<http://www.centrocompetencia.com/category/investigaciones>

Envíanos tus comentarios y sugerencias a info@centrocompetencia.com
CentroCompetencia UAI – Av. Presidente Errázuriz 3485, Las Condes, Santiago de Chile