

Discurso de apertura

XXII Día de la Competencia: “Defensa de la Libre Competencia en los mercados digitales”

Jorge Grunberg Pilowsky

Fiscal Nacional Económico

11 de diciembre de 2025

Bienvenidos a la XXII versión del Día de la Competencia.

Quisiera comenzar por transmitirles la gran alegría que representa para quienes formamos parte de la FNE el tener la oportunidad de realizar nuevamente este evento de manera presencial.

Desde 2018 que no lo conseguíamos y hoy, la comunidad de libre competencia, nos reunimos cara a cara para conversar, discutir y pensar acerca de un tema de inmensa trascendencia para nuestro sistema en la actualidad, al igual que lo es para las jurisdicciones más destacadas en la materia: libre competencia y mercados digitales.

(I)

Este es el tercer Día de la Competencia que tengo la oportunidad de inaugurar. En los dos años anteriores los temas que abordamos fueron “libre competencia y mercado del trabajo” y “precios algorítmicos y colusión”.

La elección de todos estos temas ciertamente no ha sido una casualidad. Ellos muestran que la FNE tiene un propósito firme y decidido de ponerse a tono para abordar de manera muy seria los desafíos ineludibles que en la actualidad tenemos las agencias encargadas de defender y promover la libre competencia en los mercados.

Sin descuidar nuestra preocupación por los denominados mercados tradicionales, durante el último tiempo en la FNE hemos sido capaces de ser parte de la

conversación y del debate que tienen las agencias líderes a nivel mundial. Y lo más importante, de actuar en beneficio de todos los chilenos y chilenas.

En el ámbito de los mercados laborales, hemos reafirmado que ellos forman parte de aquellos en que se aplica nuestra ley de libre competencia contemplada en el Decreto Ley N°211 de 1973 (**“DL 211”**).

Hemos puesto nuestro foco principalmente en conductas de colusión, en comportamientos intrínsecamente anticompetitivos como los acuerdos o prácticas concertadas entre competidores para fijar remuneraciones o para no disputarse trabajadores. También hemos sostenido que nos inquietan los intercambios de información sensible entre empresas competidoras sobre condiciones de contratación, que reducen la incertidumbre inherente al proceso competitivo.

Durante este año 2025, hemos desarrollado un valioso programa de *advocacy*, liderado por nuestra División Anticartel, que ha incluido una campaña en redes sociales, una sección especial en nuestra página web y, lo más importante, una serie de reuniones con actores representativos de mercados laborales que nos preocupan especialmente, incluyendo hasta ahora a sindicatos, asociaciones de trabajadores y colegios profesionales, en sectores tan diversos como agricultura, minería, salud, construcción, bancario y aeronáutico. Durante las semanas que vienen sumaremos a asociaciones gremiales y empresariales para poder interactuar con todos los agentes económicos y escuchar atentamente sus perspectivas.

De la forma silenciosa y eficaz que nos caracteriza, no les quiepa duda alguna que pronto tendremos novedades en el *enforcement* en este ámbito, porque estamos trabajando para ello.

Por otra parte, en materia de precios algorítmicos y colusión, hemos afirmado que la FNE se encuentra preparada para detectar colusiones algorítmicas y perseguirlas, con el mismo rigor y con la misma fuerza con la que hemos operado respecto de colusiones en los mercados tradicionales.

Por ello es que la Unidad de Inteligencia de la FNE, creada en 2020, ha sido potenciada y durante 2026 seguirá creciendo por la vía de incorporar más

profesionales. Porque la ciencia de datos y la programación llegaron para quedarse entre nuestros funcionarios, que hoy no sólo son abogados y economistas. Actualmente, esta Unidad dedica gran parte de su trabajo y tiempo a esta materia y, en conjunto con nuestra División Anticarteles, estamos impulsando activamente este tema y llevando adelante las primeras investigaciones.

Las empresas tienen el deber de no poner la tecnología al servicio de propósitos anticompetitivos. Y nos encargaremos de que ello se cumpla.

(II)

Y, ahora, en lo relativo al tema que en esta jornada nos convoca, quisiera partir por recordar que el fenómeno de la digitalización ha constituido uno de los cambios económicos y sociales más profundos de las últimas décadas. La tecnología se ha integrado de manera creciente en nuestra vida cotidiana y en sectores esenciales de la economía. Lo observamos en el comercio, la banca, el turismo, el transporte, las finanzas y los medios de comunicación, entre muchos otros. Sin duda, su irrupción ha sido transformadora y, con certeza, lo seguirá siendo cada vez más.

La libre competencia también ha debido adaptarse a este escenario. Si bien el progreso económico siempre ha exigido ajustes en este ámbito del derecho, los cambios propios de los mercados digitales representan, probablemente, desafíos más significativos que los vividos en etapas anteriores del desarrollo industrial.

Estos mercados se caracterizan por la ausencia de costos incrementales tradicionales, por importantes efectos de red, por el manejo de grandes volúmenes de datos y por la posibilidad de operar simultáneamente en distintos lados del mercado, configurando verdaderos ecosistemas. Estas condiciones permiten que el poder de mercado se adquiera, consolide o se pierda con una rapidez que antes no conocíamos.

Podemos constatar que las preocupaciones centrales de las agencias de competencia apuntan, por un lado, a controlar *ex ante* y *ex post* el ejercicio abusivo de poder de mercado de los agentes económicos que participan en estos mercados

y, por otro, a promover una cultura de cumplimiento de la normativa de libre competencia que no desincentive la innovación.

Los desafíos son evidentes. El dinamismo de los mercados digitales ha dado lugar a nuevas formas de conductas anticompetitivas que no siempre pueden ser abordadas con las herramientas tradicionales de análisis. Sin embargo, conviene recordar que varias de estas características ya se han manifestado antes en otros mercados y contamos con experiencias afines que hoy nos ayudan a enfrentarlas.

Apenas asumí en el cargo de Fiscal Nacional Económico, afirmé que los mercados digitales serían una de nuestras prioridades institucionales. Actuar en ellos nos exige rapidez en nuestras investigaciones, eficacia y precisión a la hora de intervenir, y sensibilidad para poder entender negocios dinámicos.

Nuestro desafío en esta materia no pasa sólo por analizar problemas competitivos en mercados que son complejos. Uno de los aprendizajes más claros que se desprende de los casos que durante el último tiempo hemos observado en el derecho comparado, especialmente aquellos vinculados a grandes plataformas, es que la defensa de la competencia también debe ser oportuna. Así, debemos tener la capacidad de adelantarnos y actuar preventivamente, antes de que las estrategias de consolidación de poder de mercado generen situaciones en que intervenir sea extraordinariamente costoso y difícil.

En ese contexto, resulta saludable que se internalice que la protección de la libre competencia y del dinamismo tecnológico no son objetivos contrapuestos, sino que elementos que deben coexistir.

En la Fiscalía Nacional Económica tenemos la firme convicción de que nuestra institucionalidad de libre competencia contemplada en el DL 211 permite abordar apropiadamente los desafíos que nos plantea la economía digital.

De ello da cuenta la experiencia que progresivamente hemos ido adquiriendo en la materia, tanto a propósito de la persecución de las conductas anticompetitivas más graves como son los abusos de posición dominante y la colusión, así como del

ejercicio de las herramientas preventivas más relevantes con que cuenta la FNE como son los estudios de mercado y el control de operaciones de concentración.

La textura abierta del artículo 3º inciso primero del DL 211 en conjunto con la caja de herramientas potente y diversa que nos ha entregado el Congreso Nacional, le otorgan a la Fiscalía Nacional Económica la posibilidad de evaluar y perseguir diversas conductas anticompetitivas en todo tipo de mercados, incluyendo por cierto a los mercados digitales. Esta estructura típica amplia y flexible permite que nuestro sistema institucional de libre competencia pueda aplicar e interpretar la normativa en función de la realidad cambiante de las estrategias y prácticas de los agentes económicos.

Lo anterior es especialmente relevante en sectores dinámicos, como los mercados digitales, donde con frecuencia surgen conductas que no están expresamente mencionadas en las letras a) a d) del artículo 3º inciso segundo del DL 211, pero que igualmente pueden afectar o amenazar la libre competencia.

(III)

Tratándose de conductas de abusos de posición dominante, la FNE se ha estado desplegando proactivamente en el resguardo de la libre competencia en los mercados digitales, mediante investigaciones en industrias como el avisaje¹, el hospedaje² y la mensajería digital³.

¹ Véanse: Informe y Resolución de Archivo, de fecha 26 de mayo de 2025, “Denuncia en contra de Portal Inmobiliario por abusos en el mercado de las publicaciones de inmuebles”. Rol N°2739-23 FNE. Disponibles, respectivamente, en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2025/07/inpu_004_2025-Rol-2739-23.pdf, y https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2025/07/arch_006_2025-2739-23.pdf [últimas visitas: 11 de diciembre de 2025].

² En la Resolución de Cierre del Estudio sobre el Mercado del Hospedaje, la Fiscalía indicó que se había dado inicio a una investigación relativa a posibles infracciones a la libre competencia derivadas de la aplicación de cláusulas de nación más favorecida en el mercado de las agencias de viaje online. Véase: Resolución de Cierre, Estudio sobre el Mercado del Hospedaje (EM09-2023), párrafo 5. Disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2024/04/01.Resolucion_Cierre_EM08-1.pdf [última visita: 11 de diciembre de 2025].

³ Véanse: Informe y Resolución de archivo, de fecha 15 de septiembre de 2025, “Investigación en contra de Facebook y WhatsApp por eventuales conductas anticompetitivas”. Rol N°2660-21 FNE. Disponibles, respectivamente, en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2025/09/inpu_009_2025-Rol-2660-21-WA.pdf y https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2025/09/arch_011_2025-2660-21-WA.pdf [últimas visitas: 11 de diciembre de 2025].

Con respecto a esta última, en septiembre pasado la Fiscalía archivó una investigación iniciada en 2021 en contra de Whatsapp y Meta, por un eventual abuso de posición dominante en virtud de la actualización de sus Términos y Condiciones y de su Política de Privacidad.

Si bien la Fiscalía no identificó la existencia de una conducta anticompetitiva, puesto que los cambios no implicaron un aumento en el uso de la información de usuarios que pudiera afectar el proceso competitivo, el caso pone de relieve cómo el análisis en los mercados digitales exige una evaluación rigurosa de la relación entre el tratamiento de datos personales y la libre competencia. En ese sentido, las empresas que cuentan con poder de mercado pueden tener incentivos a recolectar información con la finalidad de explotar su posición de dominio, lo que puede conllevar riesgos desde una perspectiva competitiva.

El hito más destacado en materia de conductas unilaterales consiste en el requerimiento que presentó la Fiscalía en contra de Google en mayo de este año⁴.

De acuerdo con el análisis presentado al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, Google ha impuesto, al menos desde 2019, restricciones a la distribución de aplicaciones por canales distintos a Google Play, exigiendo a los fabricantes de dispositivos móviles la preinstalación de su tienda de aplicaciones en un lugar preferente y obstaculizando la instalación de aplicaciones y tiendas de aplicaciones alternativas.

Asimismo, Google ha obligado a los desarrolladores de aplicaciones a distribuir sus bienes digitales, utilizando exclusivamente su sistema de facturación propio, prohibiendo informar y/o redirigir a los consumidores a métodos de pago alternativos.

Estas prácticas son particularmente graves para la libre competencia, atendido el poder de mercado sustancial y la posición dominante con que cuenta Google en los mercados afectados.

⁴ Véase: FNE, “FNE acusa a Google por abuso de posición dominante y pide al TDLC multa de US\$ 89 millones”. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/fne-acusa-a-google-por-abuso-de-posicion-dominante-y-pide-al-tdlc-multa-de-us-89-millones/> [última visita: 11 de diciembre de 2025].

En virtud de lo anterior, la FNE solicitó al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia que sancione a Google con una multa de aproximadamente \$89 millones de dólares, además de que le exija cumplir con una serie de medidas preventivas, correctivas o prohibitivas, entre las que se encuentran: no condicionar el acceso a sus servicios a la preinstalación de Google Play, permitir tiendas y sistemas de pago alternativos, eliminar acciones que desincentiven su uso, y no imponer a futuro nuevas restricciones que limiten la libre competencia.

(IV)

Otro aspecto importante de nuestra institucionalidad es la facultad de la FNE de suscribir acuerdos extrajudiciales con agentes económicos involucrados en sus investigaciones. Esta herramienta permite resolver en plazos razonables problemas detectados en nuestras investigaciones, a través de remedios obligatorios, efectivos y exigibles una vez aprobados por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.

En los mercados digitales, esta herramienta resulta particularmente valiosa, puesto que se requiere que las autoridades de competencia sean cautelosas en la elección de las diversas formas de intervención, debido a su rápida evolución y ciclos de innovación frecuentes. Ello obliga a buscar soluciones eficaces y eficientes que no desincentiven la innovación pero que, a la vez, propicien una competencia intensa.

Un caso reciente en que aplicamos esta facultad corresponde a los tres acuerdos extrajudiciales celebrados con Uber Eats, PedidosYa y Rappi en noviembre de 2023, que dieron término a la investigación sobre restricciones verticales en el mercado de plataformas de *delivery*⁵.

En dicha investigación, la FNE identificó la existencia generalizada de cláusulas de nación más favorecida o de paridad de precios, que impedían a los restaurantes ofrecer sus productos a menores precios en otros canales de venta, generando

⁵ Véase: FNE, “TDLC aprueba acuerdos extrajudiciales firmados entre la FNE y las plataformas Uber Eats, PedidosYa y Rappi que eliminan las cláusulas de nación más favorecida en contratos con restaurantes”. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/tclc-aprueba-acuerdos-extrajudiciales-firmados-entre-la-fne-y-las-plataformas-uber-eats-pedidosya-y-rappi-que-eliminan-las-clausulas-de-nacion-mas-favorec/> [última visita: 11 de diciembre de 2025].

riesgos anticompetitivos como disminución de la competencia entre las plataformas y aumentos de precios para los consumidores. Así, en virtud de dichos acuerdos extrajudiciales se acordó la eliminación de ese tipo de cláusulas.

Como resultado de la aprobación de estos acuerdos extrajudiciales por parte del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, se produjo un resultado virtuoso, que permitió cautelar adecuadamente la libre competencia en el mercado de plataformas de *delivery*, mediante la adopción de medidas factibles, proporcionales y suficientes para neutralizar los riesgos anticompetitivos descritos, sin afectar la innovación ni el dinamismo propio de estos mercados.

En lo sucesivo, seguiremos utilizando la herramienta de los acuerdos extrajudiciales para solucionar problemas de libre competencia en los mercados digitales en la medida que corresponda. Como lo hemos dicho en otras oportunidades, este tipo de soluciones no estará disponible para todos los casos ni para todas las conductas anticompetitivas.

Por otra parte, es necesario que los agentes económicos internalicen que en ciertos casos, como por ejemplo aquellos en que existe mayor claridad acerca de la nocividad de una conducta por haber sido previamente abordada por nuestra institucionalidad, la FNE exigirá que dentro de los compromisos que asuman las partes investigadas se contemplen pagos a beneficio a fiscal con el objeto de cautelar la libre competencia en los mercados afectados.

(V)

En materia de colusión, en junio de este año presentamos un requerimiento en contra de las plataformas de reparto Delivery Hero -matriz de Pedidos Ya- y Glovo, por haber celebrado y ejecutado un acuerdo internacional de reparto de mercados, que generó la salida de Glovo del mercado chileno en 2019⁶.

⁶ Véase: FNE, “FNE pide al TDLC multa de más de US\$ 74 millones para matriz de Pedidos Ya y Glovo por acuerdo internacional de reparto de mercados que ocasionó la salida de esta última de Chile”. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/fne-pide-al-tdlc-multa-de-mas-de-us-74-millones-para-matriz-de-pedidos-ya-y-glovo-por-acuerdo-internacional-de-reparto-de-mercados-que-ocasiono-la-salida-de-esta-ultima-de-chile/> [última visita: 11 de diciembre de 2025].

Este acuerdo se materializó mediante contratos de transferencia de activos firmados por ambas empresas, que además incorporaron cláusulas de no competencia por tres años, buscando asegurar la permanencia del reparto de mercados pactado. La salida de Glovo redujo la presión competitiva en un sector digital que adquirió especial relevancia durante la pandemia, afectando también la diversidad de servicios disponibles para los consumidores.

Este caso representa la primera colusión acusada por la FNE en el ámbito de los mercados digitales. Hemos acusado un acuerdo internacional de reparto de mercados. Se trata de un caso desafiante en que la FNE ha sido capaz de actuar con firmeza y decisión, sin utilizar las facultades intrusivas para detectar carteles o contar con una delación compensada.

Además, me parece relevante destacar que nuestro requerimiento en este caso fue interpuesto ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia antes que se conociera el resultado de la investigación que llevaba la Comisión Europea en contra de estas mismas empresas por una conducta análoga. Ello, me parece que refleja de manera muy clara la forma decidida en que estamos actuando para cumplir nuestro mandato legal de defender la libre competencia en los mercados digitales.

(VI)

A continuación, quisiera referirme a los estudios sobre la evolución competitiva de los mercados.

Esta herramienta es clave en el ámbito digital, porque nos permite comprender en detalle cómo funcionan estos mercados y cómo se están transformando, lo que a su vez habilita intervenciones tempranas. A partir de estos estudios, podemos emitir recomendaciones a organismos públicos y agentes económicos, proponer cambios legales o reglamentarios, o iniciar investigaciones de oficio cuando los antecedentes lo justifiquen.

En este punto, quisiera recalcar una convicción que hemos ido consolidando en los últimos años en la FNE. Si queremos que la libre competencia siga siendo una

garantía efectiva para las chilenas y chilenos, no podemos dar la espalda al desarrollo tecnológico ni a la innovación. En la actualidad, una parte creciente de nuestra vida cotidiana transcurre en los mercados digitales.

En ese contexto, permítanme explicar por qué hemos decidido iniciar un estudio de mercado sobre el comercio electrónico de bienes físicos durables en Chile⁷, qué consideramos oportuno observar desde la perspectiva de la libre competencia, cuáles son las particularidades de este mercado y qué estamos haciendo concretamente en este estudio.

En primer lugar, ¿por qué estudiar los mercados digitales, y en particular el comercio electrónico?

La primera razón es porque son mercados que se han convertido, en muy poco tiempo, en piezas centrales del sistema económico. Para millones de consumidores, la primera vitrina ya no es un local comercial ubicado en la calle o un centro comercial, sino la pantalla del teléfono. Para miles de empresas y emprendedores, el principal canal de ventas es una plataforma digital. Y para la economía en su conjunto, el comercio electrónico es hoy un pilar que aporta crecimiento, productividad y oportunidades de entrada para nuevos actores.

Pero el hecho de que un mercado sea dinámico, innovador y tecnológicamente sofisticado no significa, por sí mismo, que sea competitivo. Y la experiencia comparada nos lo recuerda con fuerza.

En otras jurisdicciones, autoridades de libre competencia han identificado una serie de riesgos en el funcionamiento del comercio electrónico: cláusulas de nación más favorecida o de paridad de precios que impiden o restringen a los vendedores la posibilidad de ofrecer mejores condiciones en otros canales; prácticas de auto-preferencia de plataformas que intermedian y al mismo tiempo compiten con los mismos vendedores; esquemas de exclusividad que pueden cerrar el mercado a

⁷ Véase: FNE, “FNE inicia estudio de mercado sobre comercio electrónico”. Disponible en: <https://www.fne.gob.cl/fne-inicia-estudio-de-mercado-sobre-comercio-electronico/> [última visita: 11 de diciembre de 2025].

nuevos entrantes; estructuras de comisiones y condiciones comerciales que, en la práctica, dejan a los vendedores con muy poco margen de negociación.

En paralelo, se ha observado cómo el uso intensivo de algoritmos y datos puede facilitar estrategias de fijación de precios que, si bien pueden generar eficiencias en ciertos contextos, también pueden facilitar conductas coordinadas o discriminaciones de precios que terminan perjudicando a los consumidores.

Es decir, el comercio electrónico no es necesariamente un territorio libre de problemas de competencia. Es, más bien, una cancha donde se combinan innovaciones procompetitivas con nuevas estrategias en que se pueden configurar riesgos para la competencia, las que merecen analizarse en forma detenida y proactiva.

Dicho eso, permítanme detenerme en las particularidades del comercio electrónico como mercado.

En primer lugar, y como ya mencioné, se trata de un mercado que ha crecido muy rápido. En pocos años, las ventas *online* de bienes físicos durables han pasado de ser marginales a representar una fracción significativa del comercio minorista en Chile.

Este crecimiento se aceleró con la pandemia del COVID-19 y no constituyó un fenómeno transitorio que se revirtió después; la relevancia del comercio electrónico llegó para quedarse. Hoy, los hogares de distintos grupos socioeconómicos y de diversas regiones del país utilizan el canal *online* de manera cotidiana.

En segundo lugar, se trata de mercados que, de acuerdo con lo propuesto por algunos autores, presentan características propias de los mercados de dos lados. Un *marketplace* es, al mismo tiempo, una vitrina para vendedores que quieren llegar a más consumidores y una puerta de entrada para consumidores que buscan variedad, precios competitivos y conveniencia. La plataforma intermedia estas dos caras, diseña las reglas del juego, fija comisiones, define condiciones de acceso y establece los mecanismos de búsqueda, recomendación y ranking.

Esta estructura genera fuertes efectos de red. Es decir, mientras más vendedores participan, más atractivo es el *marketplace* para los consumidores; y mientras más consumidores lo usan, más interesante se vuelve para los vendedores. Esta combinación explica por qué algunas plataformas pueden crecer muy rápido y por qué, una vez que alcanzan cierta escala, puede resultar difícil competir con ellas, incluso para actores eficientes.

En tercer lugar, el comercio electrónico es un mercado intensivo en tecnología y en datos. Requiere sistemas sofisticados de gestión de inventario, motores de búsqueda, algoritmos de recomendación, sistemas de pagos seguros, herramientas de publicidad y marketing digital, y capacidades de analítica avanzada sobre el comportamiento de los usuarios. La información que se genera en cada interacción tiene valor competitivo, y el acceso asimétrico a esos datos puede despegar aún más a plataformas incumbentes de sus competidores actuales o potenciales.

Todo esto configura un entorno competitivo complejo, donde el dinamismo y la innovación coexisten con riesgos de coordinación, de exclusión y de explotación que debemos tomar en serio.

En este contexto, quisiera explicar brevemente qué estamos haciendo en el Estudio de Mercado sobre Comercio Electrónico y por qué lo consideramos especialmente relevante.

Nuestro objetivo central es comprender cómo está funcionando, desde la perspectiva de la libre competencia, el comercio electrónico de bienes físicos durables en Chile. Queremos identificar si existen áreas en las que el mercado no esté operando de manera adecuada, o en las que se observen riesgos significativos que ameriten recomendaciones de política pública, ajustes regulatorios o eventuales acciones por parte de la FNE.

Para ello, hemos diseñado un arduo esfuerzo de levantamiento de información.

En primer lugar, hemos solicitado información detallada a los diversos actores más importantes de este mercado. Me refiero a los principales *marketplaces*, a grandes

retailers omnicanal, a operadores logísticos relevantes y a otros intermediarios que cumplen funciones esenciales en la cadena de valor del comercio electrónico.

En segundo lugar, hemos enviado una encuesta a cientos de miles de consumidores a lo largo del país. A través de ella, buscamos entender cómo eligen la plataforma en la que compran, qué tan sensibles son al precio, qué valoran en términos de tiempos de entrega, servicio al cliente y políticas de devolución, y hasta qué punto perciben que pueden cambiar de plataforma o de canal cuando no están conformes con las condiciones que se les ofrecen.

También hemos tomado contacto y solicitado antecedentes a muestras amplias de vendedores o *sellers*, esto es, pequeñas, medianas y grandes empresas que utilizan plataformas de comercio electrónico para llegar a sus clientes.

Finalmente, hemos sostenido entrevistas en profundidad con decenas de personas que trabajan en este ecosistema, porque ellos conocen en detalle la operación diaria y la dinámica del negocio.

¿Por qué es importante todo este esfuerzo?

Porque la forma en que funcione el comercio electrónico dependerá, en buena medida, de cuán accesible sea el mercado para los nuevos emprendimientos y cuán protegidos estén los consumidores frente a prácticas que, por la vía de restringir la competencia, puedan terminar encareciendo sus compras o reduciendo sus opciones reales.

Si este estudio nos muestra que el mercado está funcionando razonablemente bien, podremos confirmarlo con evidencia y brindar certezas a los agentes económicos y a la población. Si, en cambio, detectamos ámbitos en los que la libre competencia está siendo limitada o amenazada, tendremos una base sólida para recomendar ajustes regulatorios y/o proponer cambios en ciertas prácticas que se dan en el mercado, o bien de iniciar investigaciones de oficio en caso de que los antecedentes lo justifiquen.

En cualquiera de esos escenarios, el resultado será el mismo: un mejor entendimiento de un mercado que ya es central para la vida económica del país y una institucionalidad de libre competencia que se toma en serio el desafío de acompañar la transformación digital con una política de competencia clara, previsible y efectiva.

Ese es el compromiso que hemos asumido en la FNE. Y ese es el espíritu con el que estamos llevando adelante el Estudio de Mercado sobre Comercio Electrónico: con rigor técnico, con apertura al diálogo, con mirada preventiva y, sobre todo, con la convicción de que la libre competencia en los mercados digitales no es un lujo, sino una condición básica para que el bienestar que promete el desarrollo tecnológico llegue, efectivamente, a todas y todos.

(VII)

En la FNE somos conscientes de la discusión que tiene lugar a nivel mundial a propósito de la adopción de una regulación *ex-ante* para resguardar la libre competencia en los mercados digitales, particularmente en la Unión Europea.

Si bien estamos siguiendo con interés lo que ocurre en ese continente, por ahora nos parece que no es claro que la solución a los problemas competitivos de los mercados digitales sea, sin más, trasplantar a Chile este complejo entramado normativo destinado a regular a las denominadas *Big Tech*.

En la FNE estamos convencidos de que nuestra institucionalidad de libre competencia es capaz de lidiar con los desafíos que nos plantea la economía digital. Y hemos estado dando un testimonio claro de ello.

En ese contexto, la elección de nuestro invitado de hoy no es casual. El Profesor de la Escuela de Derecho y de la Escuela de Negocios de la Universidad de Pennsylvania, Herbert Hovenkamp, proviene de EE.UU., una jurisdicción que desde hace años y con mucha fuerza ha estado aplicando su legislación de libre competencia para hacer frente a los problemas competitivos que ocurren en los mercados digitales.

El Profesor Hovenkamp es un prolífico autor de diversas y muy influyentes publicaciones en materias de derecho de la competencia. Es conocido en los Estados Unidos como el “*Decano del Antitrust*” y en el año 2008 recibió de parte de la División Antitrust del Departamento de Justicia el Premio John Sherman por sus contribuciones de toda una vida al derecho de la competencia.

En su más reciente libro, titulado “*Tech Monopoly*”, publicado en 2024 aborda cuestiones centrales acerca del rol que le cabe al derecho de la competencia en los mercados digitales.

Para la FNE es un honor y un privilegio poder contar en este XXII Día de la Competencia con un académico de su trayectoria y prestigio, a fin de reflexionar sobre estos temas tan relevantes para nuestra institucionalidad. Le agradecemos especialmente su generosidad al haber aceptado nuestra invitación.

A continuación, los dejo con el Profesor Herbert Hovenkamp.

Muchas gracias.