FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

En lo principal: Interpone Requerimiento en contra de Apple Inc. **En el primer otrosí**: Señala filial para efectos que indica. **En el segundo otrosí**: Designa receptores judiciales. **En el tercer otrosí**: Personería. **En el cuarto otrosí**: Patrocinio y poder. **En el quinto otrosí**: Forma de notificación.

H. TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA

Jorge Grunberg Pilowsky, Fiscal Nacional Económico, en representación de la **Fiscalía Nacional Económica** (en adelante, "**FNE**" o "**Fiscalía**"), ambos domiciliados para estos efectos en calle Huérfanos N°670, piso 8, comuna de Santiago, al H. Tribunal respetuosamente digo:

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 3°, 5°, 18 y siguientes, 26, 39 y en las demás normas pertinentes del Decreto con Fuerza de Ley N°1, de 2004, del entonces Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado del Decreto Ley N°211 de 1973, que fija normas para la defensa de la libre competencia (en adelante, "**DL 211**"), y fundado en los antecedentes de hecho, de derecho y económicos que a continuación se expondrán, interpongo Requerimiento en contra de **Apple Inc.** (en adelante, indistintamente, "**Apple**" o "**Requerida**"), sociedad constituida y existente bajo las leyes del Estado de California, Estados Unidos de América, representada convencional e indistintamente por Diego Ferrada Walker, Rodrigo Díaz de Valdés Balbontín, Ignacio Naudon Dell'Oro, Juan Ignacio Donoso Stegen, Arantxa Ereche Tuzzini y Alexis Muñoz Fuentes, todos domiciliados para estos efectos en Avenida Andrés Bello N°2457, Piso 19, comuna de Providencia.

La Requerida ha infringido el artículo 3° incisos primero y segundo letra b) del DL 211 al ejecutar un abuso de posición dominante consistente en la implementación de prácticas que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia, o tienen la aptitud para ello, en el mercado de distribución de aplicaciones y en el mercado de distribución de bienes digitales de pago dentro de las aplicaciones, en ambos casos en el sistema operativo iOS[1], a nivel nacional, al menos desde el año 2019 a la actualidad.

[1] En adelante, todas las referencias a "bienes digitales" incluyen bienes y servicios de tal naturaleza sujetos a un pago previo.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

Respecto al primer mercado, la Requerida ha impedido la descarga a través del navegador (en adelante, "***sideloading***") tanto de aplicaciones como de tiendas de aplicaciones distintas a su propia tienda, denominada App Store. A su vez, en relación con el segundo mercado, Apple (i) ha obligado a los desarrolladores de aplicaciones a distribuir sus bienes digitales utilizando exclusivamente su sistema de facturación, denominado In-App Purchase (en adelante, "**IAP**"), y (ii) ha prohibido informar y/o redirigir, dentro de la aplicación, a los consumidores a métodos de pago alternativos a dicho sistema de facturación o a promociones fuera de la aplicación (en adelante, "**regla *anti-steering***").

Estas prácticas anticompetitivas han permitido a la Requerida asegurar que la App Store sea el único canal de descarga de aplicaciones[2], y han impedido que desarrolladores y consumidores cuenten con alternativas en la distribución de aplicaciones y de bienes digitales dentro de las aplicaciones, en el contexto del sistema operativo iOS. Lo anterior ha conducido a degradar la experiencia de los consumidores y ha dejado a Apple en condiciones de asegurar ganancias que no obtendría sin estos comportamientos.

En virtud de los antecedentes que se describen en este Requerimiento y de lo que se acreditará en el proceso, solicito al H. Tribunal condenar a la Requerida en los términos indicados en el petitorio de esta presentación.

I. ANTECEDENTES PRELIMINARES

1. Con fecha 8 de junio de 2022, esta Fiscalía recibió una denuncia interpuesta por un particular en contra de Apple y Google LLC (en adelante, "**Google**") por presuntas infracciones al DL 211 en el segmento de la distribución de aplicaciones en dispositivos móviles con sistemas operativos iOS de Apple y Android de Google (en adelante, "**Denuncia**"). Conforme al artículo 41 del mismo cuerpo legal, la Denuncia se sometió a un examen de admisibilidad bajo el Rol N°2706-22 FNE.

2. Con fecha 19 de octubre de 2022, esta FNE dictó la resolución de inicio de investigación, con el objeto de confirmar o descartar la existencia de hechos, actos o convenciones que impidan, restrinjan o entorpezcan la libre competencia, o que tiendan a producir dichos efectos, en el contexto de las políticas comerciales y de operación establecidas por Apple y Google en su relación con los desarrolladores de aplicaciones.

[2] Sin perjuicio de las excepciones indicadas *infra*, las que tienen un peso muy bajo dentro del total de descargas y son controladas por Apple.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

3. En el marco de tal proceso investigativo, la FNE solicitó antecedentes y citó a declarar a la Requerida, a desarrolladores de aplicaciones que distribuyen bienes digitales, empresas procesadoras de pago, plataformas digitales, asociaciones internacionales de desarrolladores de aplicaciones, entre otros. De igual forma, se realizó una encuesta dirigida a usuarios de *smartphones* en Chile, con el objeto de identificar patrones y hábitos de consumo en aplicaciones.

4. Como resultado de dichas diligencias, esta Fiscalía constató que las conductas anticompetitivas atribuibles a Apple, por una parte, y a Google, por otra, presentaban ciertas características particulares que requerían tratarlas de forma separada, razón por la cual se dispuso la desacumulación de ambas investigaciones. Así, esta Fiscalía dictó la Resolución Exenta N°210-2025, en virtud de la cual se llevó a efecto lo anterior, manteniéndose la investigación Rol N°2706-22 FNE sólo respecto de Google y generándose la investigación Rol N°2808-25 FNE respecto de Apple (en adelante, "**Investigación**"). A esta última se trasladaron los antecedentes relativos a Apple y se incorporó en ella una copia de los antecedentes de la investigación Rol N°2706-22 FNE que resultaran pertinentes. Asimismo, se efectuaron nuevas diligencias para recabar antecedentes respecto de los mercados y conductas desarrolladas por Apple, y en particular de sus efectos en la competencia, tales como tomas de declaración y solicitudes de antecedentes adicionales, así como una segunda encuesta sobre el comportamiento de usuarios en ecosistemas digitales.

5. El resultado de la Investigación dio cuenta de los hechos fundantes de este Requerimiento, así como de las características de la industria y los mercados relevantes afectados por las conductas de Apple, todo lo cual pasará a describirse a continuación.

II. HECHOS QUE FUNDAN EL REQUERIMIENTO

II.1. Acerca de Apple, sus dispositivos móviles inteligentes, su sistema operativo, y su tienda de aplicaciones App Store

6. Apple es una compañía tecnológica multinacional especializada en el diseño, manufactura y distribución de productos tecnológicos, y en la prestación de servicios digitales. Entre sus productos tienen especial relevancia su línea de teléfonos inteligentes o *smartphones* denominada iPhone, su línea de *tablets* denominada iPad, y sus computadores personales Macbook o iMac. Entre los servicios que ofrece la compañía destacan aquellos asociados al contenido digital, que incluyen la plataforma de distribución de aplicaciones App Store, el sistema de facturación de transacciones digitales IAP, el

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

servicio de *streaming* de música Apple Music, y el servicio de *streaming* de video Apple TV, por mencionar algunos.

7. El producto más relevante de Apple es el iPhone[3], un *smartphone* lanzado el año 2007 con el objetivo de integrar tres productos: un teléfono móvil, un reproductor de música iPod, y un dispositivo capaz de conectarse a internet. Desde entonces, Apple ha lanzado anualmente nuevas generaciones de este dispositivo, incorporando funcionalidades adicionales. Dicho dispositivo utiliza un sistema operativo de propiedad de la Requerida, denominado iOS[4], integrado en la primera versión de iPhone, que se caracteriza por ser un software de código cerrado[5], solo disponible para el *smartphone* de Apple y no para dispositivos de otros fabricantes.

8. El sistema operativo iOS trae preinstalada la tienda de aplicaciones denominada App Store, propiedad de Apple y única vía permitida por la Requerida para descargar e instalar aplicaciones en los iPhone. Una tienda de aplicaciones es una plataforma de distribución digital de aplicaciones pagadas o gratuitas, que permite a los consumidores buscarlas, adquirirlas o descargarlas dentro de sus dispositivos móviles, y eventualmente actualizarlas. Dada su función, este tipo de plataformas permite intermediar transacciones entre compañías que ofrecen aplicaciones (desarrolladores) y los usuarios de los *smartphones* que descargan y usan dichas aplicaciones (consumidores). Por este motivo, las tiendas de aplicaciones cuentan con dos grupos de usuarios distintos, aunque interrelacionados: los desarrolladores y los usuarios de *smartphones*[6].

9. Adicionalmente, dentro de las aplicaciones disponibles en *smartphones*, los usuarios pueden adquirir y usar bienes digitales. Estos son productos o servicios sin existencia física,

---

[3] En el año 2025, Apple informó ingresos globales por US$ 416.161 millones, de los cuales US$209.586 millones correspondieron a su línea iPhone, representando más del 50% del total. Véase Apple Inc., Form 10-K, Informe Anual 2025, U.S. Securities and Exchange Commission, p. 36. Disponible en https://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0000320193/c636d8a7-8025-47d2-9b13-bcf5465343b3.html [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[4] Hasta el año 2019, el sistema operativo iOS se encontraba integrado tanto en los dispositivos iPhone como en los iPad. A partir de ese año, los dispositivos iPad utilizan un sistema operativo exclusivo para dichas *tablets*, denominado iPadOS.

[5] En contraposición, existen sistemas operativos de código abierto en que el código fuente está disponible a través de una licencia de código abierto que permite a terceros usarlo, modificarlo y distribuirlo, bajo los parámetros de dicha licencia. Un ejemplo de ello es el sistema operativo Android.

[6] En la literatura económica, este tipo de plataformas han sido descritas como mercados de dos (o múltiples) lados. Se trata de plataformas que prestan servicios a dos o más grupos distintos de usuarios cuyas demandas se encuentran interrelacionadas, de modo que la participación de un grupo puede afectar el valor que la plataforma ofrece a los demás. Ver Rochet & Tirole (2003), "Platform Competition in Two-Sided Markets", Journal of the European Economic Association, Vol. 1, Nº 4, pp. 990–1029.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

tales como suscripciones de pago a servicios de *streaming*, música, videos, libros electrónicos y artículos dentro de aplicaciones, como monedas virtuales, entre otros[7]. Como se verá *infra*, la Requerida controla totalmente la distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones en los dispositivos iPhone, privando a consumidores y desarrolladores de los beneficios de la competencia.

II.2. En el mercado de distribución de aplicaciones dentro del sistema operativo iOS, la Requerida impide el *sideloading* de aplicaciones y tiendas de aplicaciones alternativas

10. Apple impide la descarga a través del navegador tanto de aplicaciones como de tiendas de aplicaciones alternativas a la App Store. Lo anterior ha implicado que tanto desarrolladores como consumidores dependan exclusivamente de esta última como canal de distribución de aplicaciones en el referido sistema operativo, atendido que el *sideloading* no constituye una alternativa disponible. Esta circunstancia asegura la posición dominante de Apple en el mercado de distribución de aplicaciones en los dispositivos iPhone.

11. Como se verá en el siguiente capítulo, la Requerida goza de una posición dominante en el mercado de distribución de aplicaciones en el sistema operativo iOS. En efecto, Apple es el único actor en este mercado, de modo tal que carece de competencia y no enfrenta poder de contrapeso por parte de desarrolladores y usuarios.

12. En términos generales, la distribución de aplicaciones dentro de dispositivos móviles admite técnicamente la existencia de diversos canales, entre los que se encuentran las plataformas de búsqueda, descarga y actualización de programas, denominadas tiendas de aplicaciones[8]; la preinstalación de aplicaciones por parte del respectivo fabricante o de los operadores móviles en virtud de acuerdos comerciales con desarrolladores; y el *sideloading* o descarga directa de aplicaciones desde los sitios web de desarrolladores[9].

13. Sin embargo, Apple establece un canal único para la distribución de aplicaciones dentro del sistema operativo iOS, esto es, su tienda App Store, impidiendo a desarrolladores y usuarios la utilización de cualquier otro mecanismo para tal fin. En particular, tal determinación ha imposibilitado el uso del navegador para descargar aplicaciones y tiendas

[7] La categoría de bienes digitales se utiliza para distinguirlos de los bienes físicos, esto es, aquellos bienes y servicios consumidos fuera de la aplicación y que tienen una existencia material fuera del entorno digital. Tal es el caso de alimentos, transporte o alojamiento, entre otros.

[8] Tales como App Store, Google Play, Aptoide, Epic Games Store, entre otras.

[9] Ver *infra*, capítulo III.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

de aplicaciones alternativas, lo que constituye una de las prácticas anticompetitivas en que ha incurrido la Requerida.

14. La restricción descrita se materializa mediante las reglas de Apple respecto al uso del sistema operativo iOS y el funcionamiento de los dispositivos iPhone. En este sentido, para desarrollar y ofrecer aplicaciones en el sistema operativo iOS, un desarrollador debe aceptar los términos del Apple Developer Program License Agreement (en adelante, "**DPLA**"), instrumento que tiene por objeto otorgar la licencia del *software* y servicios de Apple, y que –en términos generales– regula la relación entre los desarrolladores de aplicaciones y la Requerida.

15. El DPLA, en su Schedule 2, designa a Apple y sus filiales[10] como "agente" para el *marketing* y la entrega de aplicaciones licenciadas ("Licensed Applications") y bienes digitales a usuarios finales[11], de modo tal que la Requerida se establece a sí misma como intermediadora en la descarga de aplicaciones por y en representación del desarrollador, en el sistema operativo iOS[12]. En este sentido, el Schedule 2 dispone que el respectivo desarrollador autoriza e instruye a Apple, entre otras acciones, a comercializar la aplicación, facturar por ellas y por los bienes digitales, y usar la aplicación, su información y metadatos para su *marketing* y distribución[13]. Apple formaliza en estos términos, su calidad de intermediario de las aplicaciones y bienes digitales entre desarrolladores y usuarios[14].

16. En el contexto de esta relación comercial entre Apple y los desarrolladores, la Requerida establece en el DPLA la prohibición de distribuir aplicaciones por canales distintos a la App Store dentro del sistema operativo iOS[15], lo que –atendida su amplitud– incluye la prohibición de *sideloading*:

---

[10] En el caso de desarrolladores chilenos, tal relación se da con Apple Services LATAM LLC. Ver *Exhibit A* del DPLA, sección 1. DPLA y sus anexos, disponibles en: https://developer.apple.com/support/terms/apple-developer-program-license-agreement/ [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[11] Sin perjuicio de que la misma disposición establece que en ciertas regiones Apple y sus filiales tienen la calidad de comisionista, de acuerdo con la sección 1 del Exhibit A del DPLA, en Chile y otros países Apple y sus filiales asumen la calidad de agente. Asimismo, el término "Licensed Application" incluye contenidos, funcionalidades, extensiones, stickers, o servicios ofrecidos en la aplicación. Ver Schedule 2, sección 1.1. (c).

[12] Ver Schedule 2, sección 1.1.: "*Por usted y en su representación*". Traducción libre de: "*for You and on Your behalf*".

[13] Schedule 2, sección 1.2.

[14] Sin perjuicio de que la sección 4 del DPLA indica que Apple puede cambiar los términos de dicho acuerdo en cualquier momento.

[15] Excluyendo ciertos programas excepcionales, tales como Custom App Distribution, dirigido a aplicaciones creadas para organizaciones específicas; TestFlight, destinado a la prueba de

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

"*Como condición para utilizar el software de Apple y cualquier servicio de Apple, Usted acepta que:*
(…) *g. Las Aplicaciones para iOS, iPadOS, tvOS, visionOS y watchOS desarrolladas utilizando el software de Apple solo podrán ser distribuidas si son seleccionadas por Apple (a su entera discreción) para su distribución a través de la App Store, para distribución beta a través de TestFlight, o a través de distribución ad hoc según lo contemplado en este Acuerdo*"[16].

"*Si su Aplicación califica como una Aplicación Licenciada, es elegible para su entrega a usuarios finales a través de la App Store o Custom App Distribution*[17] *por parte de Apple y/o una Filial de Apple*"[18].

"*Salvo por la distribución de Aplicaciones Licenciadas a través de la App Store* (…) *ninguna otra distribución de programas o aplicaciones desarrolladas utilizando el Software de Apple está autorizada o permitida en virtud de este Acuerdo. En ausencia de un acuerdo separado con Apple, Usted acepta no distribuir su Aplicación para iOS, iPadOS, tvOS, visionOS o watchOS a terceros a través de otros métodos de distribución ni habilitar o permitir que otros lo hagan. Usted acepta distribuir sus Productos Cubiertos únicamente de conformidad con los términos de este Acuerdo*"[19].

---

aplicaciones en versión beta con un alcance muy limitado; y Ad Hoc distribution, para la distribución limitada de aplicaciones en dispositivos registrados por el respectivo desarrollador.

[16] DPLA, sección 3.2. Traducción libre de: "*As a condition to using the Apple Software and any Apple Services, You agree that:* (…) *g. Applications for iOS, iPadOS, tvOS, visionOS, and watchOS developed using the Apple Software may be distributed only if selected by Apple (in its sole discretion) for distribution via the App Store, for beta distribution through TestFlight, or through Ad Hoc distribution as contemplated in this Agreement*". En cuanto a TestFlight y Ad Hoc distribution, ver nota al pie anterior. Tanto este como los demás énfasis dentro de citas han sido agregados, salvo que se indique lo contrario.

[17] En cuanto a la Custom App Distribution, ver nota al pie 15.

[18] DPLA, sección 7.1. Traducción libre de: "*If Your Application qualifies as a Licensed Application, it is eligible for delivery to end users via the App Store or Custom App Distribution by Apple and/or an Apple Subsidiary*".

[19] DPLA, Sección 7.6. Traducción libre de: "*Except for the distribution of Licensed Applications through the App Store* (…) *no other distribution of programs or applications developed using the Apple Software is authorized or permitted hereunder. In the absence of a separate agreement with Apple, You agree not to distribute Your Application for iOS, iPadOS, tvOS, visionOS, or watchOS to third parties via other distribution methods or to enable or permit others to do so. You agree to distribute Your Covered Products only in accordance with the terms of this Agreement*". A su vez, "Productos Cubiertos" se define en DPLA, sección 1.2, como "*sus aplicaciones, bibliotecas, pases, extensiones de Safari, notificaciones push de Safari, y/o implementaciones FPS desarrolladas bajo este acuerdo*". Traducción libre de: "*Your Applications, Libraries, Passes, Safari Extensions, Safari Push Notifications, and/or FPS implementations developed under this Agreement*". Cabe hacer presente que el sistema operativo iOS sólo admite aplicaciones desarrolladas mediante el *software* de Apple. Ver DPLA, sección 1.2, en particular las definiciones de "Application" y "Program Requirements". El fragmento eliminado en el párrafo citado en el cuerpo lista diversas excepciones que constituyen canales de distribución distintos a la App Store, los que sin embargo representan casos de distribución acotada y sometida de cualquier manera al control de Apple: "(…) *o Custom App Distribution de conformidad con las Secciones 7.1 y 7.2, la distribución de Aplicaciones para su uso en Dispositivos Registrados según lo establecido en la Sección 7.3 (distribución ad hoc), la distribución de Aplicaciones para pruebas beta a través de TestFlight según lo establecido en la Sección 7.4, la distribución de Bibliotecas de conformidad con la Sección 7.5, la distribución de Pases de conformidad con el Anexo 5, la entrega de Notificaciones Push de Safari en macOS, la distribución de Extensiones de Safari en macOS, la distribución de Aplicaciones y bibliotecas desarrolladas para macOS, y/o según lo permitido de otro modo en este Acuerdo* (…)". Traducción libre de: "(…) *or Custom App Distribution in accordance with Sections 7.1 and 7.2, the distribution of Applications for use on Registered Devices as set forth in Section 7.3 (Ad Hoc Distribution), the distribution of*

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

17. De forma consistente con la disposición anterior, el DPLA también prohíbe que desde aplicaciones se pueda descargar o instalar, a su vez, código ejecutable –es decir, *software* o aplicaciones–[20], lo que impide que estas puedan operar, directa o indirectamente, como una tienda de aplicaciones en *iPhone* o que los navegadores permitan su descarga desde internet.

18. La configuración del sistema operativo se encuentra, desde luego, alineada con las disposiciones antes comentadas, de modo tal que impide incurrir en las referidas prohibiciones.

19. La conducta recién descrita ha asegurado que la App Store sea el único canal de distribución de aplicaciones para usuarios de dispositivos con sistema operativo iOS, lo que impide que los desarrolladores ofrezcan sus aplicaciones a través de canales alternativos,

---

Applications for beta testing through TestFlight as set forth in Section 7.4, the distribution of Libraries in accordance with Section 7.5, the distribution of Passes in accordance with Attachment 5, the delivery of Safari Push Notifications on macOS, the distribution of Safari Extensions on macOS, the distribution of Applications and libraries developed for macOS, and/or as otherwise permitted herein (…)".

[20] DPLA, sección 3.3.1.B: "*Salvo por lo establecido en el párrafo siguiente, una aplicación no podrá descargar ni instalar código ejecutable*" Traducción libre de: "*Except as set forth in the next paragraph, an Application may not download or install executable code*".

Agrega la misma disposición: "*El código interpretado podrá ser descargado a una aplicación únicamente en la medida en que dicho código: (a) no cambie el propósito principal de la aplicación al proporcionar características o funcionalidades que sean inconsistentes con el propósito previsto y anunciado de la aplicación (b) no eluda la firma digital, el sandbox u otras funciones de seguridad del sistema operativo; y (c) para Aplicaciones distribuidas en la App Store, no cree una tienda o escaparate digital para otras Aplicaciones*". Traducción libre de: "*Interpreted code may be downloaded to an Application but only so long as such code: (a) does not change the primary purpose of the Application by providing features or functionality that are inconsistent with the intended and advertised purpose of the Application (b) does not bypass signing, sandbox, or other security features of the OS; and (c) for Applications distributed on the App Store, does not create a store or storefront for other Applications".*

Una disposición complementaria impide que las aplicaciones puedan proveer características o funcionalidades adicionales sin la intermediación de la App Store: "*Sin la aprobación previa por escrito de Apple o según lo permitido en la Sección 3.3.9(A) (In-App Purchase API), una aplicación no podrá proporcionar, desbloquear o habilitar características o funcionalidades adicionales a través de mecanismos de distribución distintos a la App Store, Custom App Distribution o TestFlight*". Traducción libre de: "*Without Apple's prior written approval or as permitted under Section 3.3.9(A) (In-App Purchase API), an Application may not provide, unlock or enable additional features or functionality through distribution mechanisms other than the App Store, Custom App Distribution or TestFlight*". Sección 3.3.1(C).

Asimismo, las App Review Guidelines de Apple, instrumento vinculante para desarrolladores que regula el proceso de revisión de aplicaciones y actualizaciones antes de ser aceptadas por la App Store, califica como conducta "inaceptable": "*(i) Crear una interfaz para mostrar aplicaciones, extensiones o complementos de terceros similar a la App Store o como una colección de interés general*". Traducción libre de: "*(i) Creating an interface for displaying third-party apps, extensions, or plug-ins similar to the App Store or as a general-interest collection*". Sección 3.2.2.(i) https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

y que los consumidores accedan a ellos. En este sentido, la prohibición impuesta por Apple ha evitado que la App Store enfrente competencia de cualquier otro canal de distribución de aplicaciones para el sistema operativo iOS.

20. La prohibición de *sideloading* reduce las opciones de consumo de los usuarios, atendido que los referidos canales alternativos pueden ofrecer aplicaciones no disponibles en la App Store[21] u operar como tiendas especializadas. Asimismo, el comportamiento de Apple imposibilita el surgimiento de competidores en la distribución de aplicaciones que puedan diferenciarse a través de servicios innovadores o de mayor calidad. En este sentido, Apple inhibe la competencia en base a atributos distintos al precio, tales como innovación en sistemas de monetización[22], el nivel de control del desarrollador sobre su relación con el usuario, o la elección de sistemas de pago y facturación, a lo que se suman atributos ya mencionados como la disponibilidad de otras aplicaciones o la creación de tiendas de nicho.

21. En aquellas jurisdicciones en que, por motivos regulatorios o judiciales, ha quedado sin efecto la prohibición de *sideloading*, existen tiendas de aplicaciones alternativas para iOS[23]. Lo anterior confirma que, tal como fue explicado previamente, la distribución de aplicaciones dentro de dispositivos móviles admite técnicamente la existencia de diversos canales y, de hecho, existe disposición a entrar al referido mercado por parte de distintos actores.

22. Asimismo, la prohibición de *sideloading* establecida por Apple garantiza que esta empresa mantenga un control absoluto sobre el canal de acceso a las aplicaciones en dispositivos iPhone y, como consecuencia de lo anterior, sobre las condiciones de comercialización de bienes digitales dentro de tales aplicaciones, en tanto Apple determina el sistema de facturación utilizado, el que –como se verá *infra*– es el propio[24]. Así, la práctica acusada permite a Apple mantener su rol como intermediario exclusivo entre desarrolladores y consumidores a lo largo de toda la cadena de provisión de aplicaciones y

[21] A modo de ejemplo, las tiendas disponibles en jurisdicciones en que se ha dejado sin efecto esta prohibición cumplen con tales características. Así, Aptoide iOS está enfocada en juegos no disponibles en la App Store, y Epic Games Store en videojuegos.

[22] Por ejemplo, existen tiendas de aplicaciones que se basan en sistemas de suscripción, tales como Builds.io.

[23] Sólo a modo de ejemplo, Aptoide y Epic Games Store se encuentran disponibles en Brasil, Europa y Japón. Asimismo, tras la entrada en vigencia de la Digital Markets Act en la Unión Europa, en dicha jurisdicción se admite la descarga directa de aplicaciones vía *sideloading*.

[24] Apple sostiene que el IAP no es sólo un sistema de facturación o de procesamiento de pagos, sino que integra otros servicios asociados a la venta y post-venta, relación con el usuario, tributación, etc. Con todo, el hecho de que el IAP exceda el mero procesamiento de pagos no impide calificarlo como un sistema de facturación.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

contenido o servicios digitales dentro de ellas, lo que le asegura la extracción de rentas en el mercado *aguas abajo* de distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones, atendido que no es disciplinado por ningún competidor actual o potencial al momento de fijar su comisión[25].

23. Durante la Investigación, Apple ha justificado la prohibición de *sideloading* en la protección de la seguridad y privacidad de sus usuarios. La Requerida ha sostenido que este sería un atributo valorado por los consumidores; que "*el iPhone es un dispositivo profundamente personal en el que los usuarios almacenarían y gestionarían información altamente sensible* (…)"; que su entorno de seguridad se funda en "*un enfoque de protección en múltiples capas*", una de las cuales es el "*proceso de revisión de aplicaciones* [disponibles en la App Store] *que combina evaluaciones humanas y automatizadas para verificar tanto el correcto funcionamiento de las aplicaciones como el cumplimiento de las directrices de Apple*"; que esto permite "*mitigar los riesgos de malware, fraude, prácticas engañosas, uso indebido de datos y otras amenazas*"; y que la distribución centralizada permite a Apple "*tomar medidas oportunas y eficaces en respuesta a las infracciones de sus directrices o a los riesgos para la seguridad y la privacidad*"[26]. Agrega que el proceso de revisión de aplicaciones ha conducido al rechazo de casi 2 millones de aplicaciones, incluyendo más de 100 mil por motivos de seguridad y más de 30 mil por fraude[27].

---

[25] Por regla general, en sistemas operativos que permiten la coexistencia de métodos alternativos de descargas de aplicaciones y *softwares*, los sistemas de facturación presentan comisiones más convenientes. A modo de ejemplo, en el sistema operativo iOS, en la Unión Europea, Japón y Brasil, jurisdicciones en que se ha dejado sin efecto esta prohibición, la tienda Epic Games Store cobra un 12% de comisión, sólo después de que la aplicación haya alcanzado USD 1 millón en ingresos anuales; mientras que la tienda Onside cobra una comisión estándar de 10%. A diferencia de lo anterior, la App Store cobra tarifas de servicio que ascienden, por regla general, al 30% del precio de la aplicación pagada o de bienes digitales dentro de las aplicaciones, sin perjuicio de excepciones y programas especiales que contemplan una comisión del 15%. Por su parte, las tiendas que distribuyen videojuegos para computadores personales también permiten ilustrar esta diferencia. Así, Microsoft Store, tienda disponible en el sistema operativo Windows, cobra una comisión de 12% para aplicaciones de juegos y 15% para las demás; Steam, cobra una comisión escalonada entre 20% y 30%, dependiendo de los ingresos del desarrollador; y Epic Games Store, cobra una comisión de 12% por pagos facilitados a través de su sistema de facturación, mientras que no cobra comisión si el desarrollador elige usar un sistema de facturación propio. La misma exención se aplica sobre el primer millón de dólares vendidos en una aplicación. Por lo demás, el ingreso de Epic Games Store, con una amplia escala y sin restricciones para su descarga y uso en computadores personales, probablemente incentivó una reducción de las comisiones en tiendas competidoras. En efecto, Steam redujo sus tarifas algunos días antes del ingreso de la Epic Games Store. A su vez, Microsoft Store, dos años y medio después de este hito, había reducido sus comisiones por aplicaciones de juegos al mismo nivel de Epic Games Store. Respecto a plataformas para PC, ver Corte Federal de Australia, sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc [2025] FCA 900, párrafos 151 a 159, y 5251 a 5255.

[26] Respecto a todo, ver Presentación de Apple de fecha 24 de abril de 2026.

[27] Ibid, pp. 2 y 3.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

24. Sin embargo, como se acreditará, los antecedentes recabados por esta Fiscalía dan cuenta de que la prohibición impuesta por Apple de acceder a aplicaciones o tiendas de aplicaciones a través de *sideloading* no resulta proporcional, en tanto el objetivo de preservar la seguridad de los usuarios puede ser logrado por medios menos lesivos para la competencia que los que la Requerida ha implementado.

25. En efecto, la distribución centralizada de aplicaciones no es indispensable para garantizar la seguridad y la integridad de los dispositivos o del sistema operativo, toda vez que una parte significativa de las medidas de seguridad de iOS son independientes del canal de distribución de las aplicaciones.

26. Gran parte de las medidas de seguridad de los *smartphones* de Apple se adoptan a nivel del sistema operativo, ya que restringen las capacidades de las aplicaciones instaladas para actuar en este, mitigando así el riesgo que supone, por ejemplo, el *malware* u otras formas de código malicioso[28]; se aíslan los procesos de cada aplicación, lo que protege los datos de cada una de las restantes; y se verifica la firma del código, lo que exige que las aplicaciones estén certificadas y procedan de entidades de confianza[29]. Estas medidas no dependen del canal de distribución, de modo que los mismos estándares y mecanismos de seguridad podrían implementarse respecto de aplicaciones provenientes de canales alternativos.

27. Por otra parte, nada obsta que aplicaciones disponibles en tiendas alternativas o sitios web también puedan ser objeto de procesos de revisión según sus propias reglas y

---

[28] Toma de declaración de Apple, de fecha 19 de marzo de 2026: "*de modo que la firma de código es en realidad parte del hardware, el software y los servicios. Así, el hardware no ejecuta código no firmado o no verificado. El sistema operativo ayuda a hacer cumplir esa política, y la revisión de aplicaciones por sobre ello garantiza que el código que no desarrollamos internamente, pero que se envía a la App Store, sea revisado adecuadamente antes de ser firmado para su distribución. De esta forma, todos estos elementos trabajan juntos. Ninguno de ellos podría realmente sostenerse por sí solo*". Traducción libre de: "*Oh, so code signing is actually part of the hardware, software, and services. So the hardware does not run unsigned or untrusted code. The operating system helps to enforce that policy, and then app review on top of that ensures that code that we don't build ourselves internally but that gets submitted to the app store is reviewed appropriately before it gets signed for distribution. And so all of them work together. No parts of that would really stand on their own*".

[29] Presentación de Apple de fecha 24 de abril de 2026. Cabe hacer presente que en las jurisdicciones que admiten canales de distribución alternativos, el proceso de certificación *ex ante* o notarización implica la firma y encriptación de las aplicaciones que se pueden utilizar dentro del sistema operativo: "*Apple cifra y firma todas las aplicaciones de iOS e iPadOS destinadas a la distribución alternativa para ayudar a proteger la propiedad intelectual de los desarrolladores y garantizar que los usuarios obtengan aplicaciones de partes conocidas*". Traducción libre de: "*Apple encrypts and signs all iOS and iPadOS apps intended for alternative distribution to help protect developers' intellectual property and ensure that users get apps from known parties*". Disponible en: https://developer.apple.com/support/apps-in-the-eu/ [fecha de última consulta: 23 de noviembre 2026].

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

políticas[30]. Precisamente, este es uno de los atributos de calidad en virtud de los cuales pueden competir los referidos canales[31].

28. En ese sentido, es posible implementar medidas de ciberseguridad alternativas y menos restrictivas de la competencia. A modo de ejemplo, existen tiendas de aplicaciones que efectúan escaneos automatizados de *malware*[32], y en otras jurisdicciones Apple ha

[30] En la Unión Europea, donde existen tiendas de aplicaciones alternativas, Apple ha sostenido que: "*Operar una tienda alternativa de aplicaciones requiere una responsabilidad significativa y la supervisión de la experiencia del usuario, incluyendo pautas de contenido y procesos de moderación, medidas antifraude para prevenir estafas, políticas transparentes de recopilación de datos y la capacidad de gestionar disputas de pagos y reembolsos. Para mantener los estándares de experiencia del usuario, Apple autorizará a los desarrolladores de tiendas a través de la Habilitación para Tiendas de Aplicaciones Alternativas para distribuir una aplicación dedicada a las tiendas tras cumplir con criterios específicos y comprometerse con requisitos continuos que ayuden a proteger a usuarios y desarrolladores*". Traducción libre: "*Operating an alternative app marketplace requires significant responsibility and oversight of the user experience, including content guidelines and moderation processes, anti-fraud measures to prevent scams, transparent data collection policies, and the ability to manage payment disputes and refunds. To uphold user experience standards, Apple will authorize marketplace developers through the Alternative App Marketplace Entitlement to distribute a dedicated marketplace app after meeting specific criteria and committing to ongoing requirements that help protect users and developers*". Lo anterior, incluye el deber de "*realizar un monitoreo y detección continuos de aplicaciones, actividades en aplicaciones o desarrolladores fraudulentos, maliciosos o ilegales en su tienda alternativa de aplicaciones" e "implementar un mecanismo para revisar las aplicaciones de otros desarrolladores por infracción de propiedad intelectual antes de distribuirlas a través de su tienda alternativa de aplicaciones*". Traducción libre de: "*engage in ongoing monitoring and detection of fraudulent, malicious, or illegal apps, activity in apps, or developers in your alternative app Marketplace*", y de "*implement a mechanism for reviewing other developers' apps for intellectual property infringement prior to distributing them through your alternative app marketplace*". Disponible en: https://developer.apple.com/support/alternative-app-marketplace-in-the-eu [fecha de última consulta: 23 de noviembre 2026].

[31] En este sentido, el sitio web de Aptoide informa: "*Antes de que una aplicación para iOS se publique en nuestras tiendas de aplicaciones —Aptoide en la UE y AppArena en Japón—, es revisada manualmente por nuestro equipo de control de calidad. El objetivo es garantizar que su aplicación se instale, ejecute y funcione de la manera que los usuarios esperan. Las secciones siguientes ofrecen una visión general de los aspectos que evaluamos para que sepa qué preparar; no constituyen una lista de verificación exhaustiva*". Traducción libre de: "*Before an iOS app is published on our marketplaces — Aptoide in the EU and AppArena in Japan — it is reviewed by hand by our QA team. The goal is to make sure your app installs, runs, and behaves the way users expect. The sections below give a high-level overview of the areas we look at so you know what to prepare — they are not an exhaustive checklist*". Disponible en: https://docs.connect.aptoide.com/docs/ios-app-review-process [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026]. Por su parte, el sitio web de Epic Games Store indica: "*Una vez completado el Paso 3 (Finalizar y probar configuraciones), podrá enviar su producto para la revisión del equipo de la Epic Games Store. / Durante este paso, el equipo de la Epic Games Store revisa el contenido que ha añadido a la presencia de su producto en la Epic Games Store y los archivos binarios de su producto para garantizar que todo cumpla con las pautas de contenido y los requisitos de distribución de la Epic Games Store*". Traducción libre de: "*When you have completed Step 3. Finalize and Test Configurations, you can submit your product for review by the Epic Games Store team. / During this step, the Epic Games Store team reviews the content you have added to your product's Epic Games Store presence, and your product binaries to ensure everything meets the Epic Games Store content guidelines and requirements for distribution*". Disponible en: https://dev.epicgames.com/docs/epic-games-store/get-started/get-started-steps/submit-for-final-review [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[32] En el caso de Aptoide, ver https://en.aptoide.com/company/faq/is-aptoide-safe-trusted [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

implementado procesos de certificación *ex ante* o notarización de toda aplicación instalable en el sistema operativo iOS, con independencia del canal de distribución[33].

29. De esta forma, si bien las restricciones impuestas por Apple en principio podrían perseguir objetivos legítimos, particularmente en materia de seguridad y privacidad, estas no justifican una eliminación total de la competencia en el mercado de distribución de aplicaciones, prohibiendo incluso el *sideloading*, en circunstancias que existen alternativas viables y menos restrictivas de la competencia para alcanzar niveles suficientes de protección en un sistema descentralizado de distribución de aplicaciones. En consecuencia, la prohibición de canales de distribución alternativos a la App Store constituye una medida desproporcionada en relación con los fines invocados.

30. En suma, la prohibición de *sideloading* de aplicaciones y tiendas de aplicaciones tiene la aptitud de producir efectos anticompetitivos, sin justificaciones o eficiencias que compensen pérdidas de bienestar en dicho mercado, y permiten además a Apple imponer condiciones abusivas en el mercado *aguas abajo* y mantener su posición dominante en este, afectando tanto a los desarrolladores de aplicaciones y proveedores de servicios que dependen de la distribución en *smartphones* Apple para llegar a los usuarios, como a los consumidores de tales aplicaciones que ven limitadas sus opciones de descarga.

II.3. En el mercado de distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones en el sistema operativo iOS, Apple obliga el uso de su propio sistema de facturación y prohíbe el redireccionamiento hacia canales de compra alternativos

31. Como se expuso *supra*, Apple impide el *sideloading* de aplicaciones y tiendas de aplicaciones, lo que determina que, para los usuarios de *smartphones* con sistema operativo iOS en Chile, la App Store sea el único canal para acceder a estas. Ahora bien, esta Fiscalía también logró identificar prácticas abusivas ejecutadas por la Requerida que inciden en la forma en que los consumidores adquieren bienes digitales dentro del sistema operativo iOS. En particular, Apple ha obligado a los desarrolladores de aplicaciones a distribuir sus bienes digitales utilizando exclusivamente el mecanismo integrado de la App Store; y ha prohibido a los desarrolladores informar y/o redirigir a los consumidores, dentro de la aplicación, hacia otros canales de distribución de bienes digitales.

[33] De acuerdo con información pública, este mecanismo es utilizado en Brasil, Japón y la Unión Europea.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

32. Como se verá en el siguiente capítulo, Apple cuenta con una posición dominante en el mercado de distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones (también denominado, *in-app*) en el sistema operativo iOS, concentrando una participación monopólica, protegida tanto por las restricciones impuestas en el mercado *aguas arriba*, que convierten a la App Store en el único canal de descarga de aplicaciones, como por las prácticas que se describirán a continuación. Asimismo, la Requerida no enfrenta un poder de contrapeso suficiente por parte de desarrolladores ni consumidores.

33. En términos generales, la adquisición de bienes digitales destinados a ser consumidos dentro de una aplicación puede efectuarse dentro de la respectiva aplicación −mediante uno o más mecanismos integrados que permitan completar la transacción sin abandonar dicho entorno−, o fuera de ella −por ejemplo, a través del sitio web del desarrollador−. Para la adquisición dentro de la respectiva aplicación, Apple incluye dentro de su App Store su sistema de facturación IAP. Este contempla una combinación de *software*, servicios e interfaces de programación de aplicaciones (en adelante, "**API**"), que –entre otras funciones– permite certificar y registrar las transacciones, gestionar las compras y suscripciones de los usuarios, procesar los pagos, y determinar las operaciones respecto de las cuales, a juicio de la Requerida, corresponde una remuneración a Apple[34]. En suma, intermedia íntegramente la transacción entre desarrollador y usuario.

34. En este contexto, se han podido identificar dos restricciones anticompetitivas ejecutadas en el mercado de distribución de bienes digitales *in-app* dentro del sistema operativo iOS: la obligatoriedad de uso del IAP y la regla *anti-steering*.

II.3.1. Obligatoriedad de uso del IAP

35. La primera restricción identificada consiste en imponer a los desarrolladores, que ofrecen bienes digitales a través de aplicaciones distribuidas en el sistema operativo iOS, la obligación de utilizar IAP como mecanismo para la comercialización de tales bienes, impidiendo que integren en sus aplicaciones mecanismos propios o de terceros para tales efectos.

36. La obligación de utilizar IAP se encuentra establecida en el DPLA y sus anexos, instrumento que –como se señaló– regula la relación entre los desarrolladores y la Requerida. En particular, el DPLA contiene disposiciones que impiden la distribución de funcionalidades adicionales (típicamente comercializadas como bien digital) mediante

[34] Respuesta de Apple de fecha 2 de abril de 2025 al Oficio Ord. N°355-2025.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

mecanismos distintos al IAP o que fueren expresamente aprobados por Apple; y que obligan al uso de la IAP para la venta de suscripciones:

> "*Sin la aprobación previa por escrito de Apple o según lo permitido en la Sección 3.3.9(A) (In-App Purchase API), una aplicación no podrá proporcionar, desbloquear o habilitar características o funcionalidades adicionales a través de mecanismos de distribución distintos a la App Store, Custom App Distribution o TestFlight*"[35].
>
> "*Los servicios de suscripción adquiridos dentro de las Aplicaciones Licenciadas deben utilizar In-App Purchase*"[36].

37. A su vez, la sección 3.1.1 de las App Review Guidelines de Apple (en adelante, "**Guidelines**"), instrumento vinculante para desarrolladores que establece el proceso de revisión de aplicaciones y actualizaciones antes de ser aceptadas por la App Store, regula expresamente el uso del sistema IAP para la adquisición de bienes digitales dentro de las aplicaciones. En particular, exige a los desarrolladores que pretendan habilitar funcionalidades o contenido dentro de una aplicación −tales como suscripciones, niveles de juegos, acceso a contenido premium, etc.− utilizar obligatoriamente IAP, sin que puedan recurrir a mecanismos propios o de terceros para esos efectos; y que los productos canjeables por bienes digitales deben seguir la misma regla:

> "*Si desea desbloquear características o funcionalidades dentro de su aplicación, (a modo de ejemplo: suscripciones, monedas del juego, niveles de juego, acceso a contenido premium, o desbloquear una versión completa), debe utilizar in-app purchase. Las aplicaciones no pueden utilizar sus propios mecanismos para desbloquear contenido o funcionalidad, tales como claves de licencia, marcadores de realidad aumentada, códigos QR, criptomonedas y billeteras de criptomonedas, etc.*
>
> (…)
>
> *Las tarjetas de regalo digitales, certificados, vales y cupones que pueden canjearse por bienes o servicios digitales solo se pueden vender en su aplicación utilizando in-app purchase*"[37].

38. Como consecuencia de lo anterior, los desarrolladores que comercializan aplicaciones pagadas o bienes digitales dentro de las aplicaciones en el sistema operativo

---

[35] Sección 3.3.1 C. del DPLA. Traducción libre de: "*Without Apple's prior written approval or as permitted under Section 3.3.9(A) (In-App Purchase API), an Application may not provide, unlock or enable additional features or functionality through distribution mechanisms other than the App Store, Custom App Distribution or TestFlight*".

[36] Sección 3.11 del Schedule 2 del DPLA. Traducción libre de: "*Subscription services purchased within Licensed Applications must use In-App Purchase*".

[37] Traducción libre de: "*If you want to unlock features or functionality within your app, (by way of example: subscriptions, in-game currencies, game levels, access to premium content, or unlocking a full version), you must use in-app purchase. Apps may not use their own mechanisms to unlock content or functionality, such as license keys, augmented reality markers, QR codes, cryptocurrencies and cryptocurrency wallets, etc.* (…) *Digital gift cards, certificates, vouchers, and coupons which can be redeemed for digital goods or services can only be sold in your app using in-app purchase*".

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

iOS deben necesariamente utilizar el IAP, quedando sujetos a las tarifas determinadas por Apple:

Tabla N°1: Tarifas de servicio App Store

Tipo de tarifa de servicio	Tarifa de servicio
Aplicaciones pagadas y bienes digitales	**30%** sobre las ventas de aplicaciones pagadas y compras de bienes digitales mediante IAP. **15%** para desarrolladores elegibles y admitidos en el App Store Small Business Program, mientras sus ingresos netos no superen el umbral de USD 1 millón establecido por Apple.
Suscripciones	**30%** durante el primer año de suscripción pagada del usuario. **15%** para las renovaciones posteriores una vez que el usuario haya acumulado más de un año de servicio pagado dentro de un mismo grupo de suscripciones[38].
Programas especiales	**15%** para transacciones elegibles bajo determinados programas especiales, entre ellos el Apple Video Partner Program, Mini Apps Partner Program y News Partner Program.

Fuente: Elaboración propia en base a antecedentes entregados por Apple durante la Investigación[39].

39. Tal como se advierte en la tabla, Apple ha diseñado un esquema que distribuye de manera diferenciada las supuestas cargas asociadas al financiamiento de la plataforma, imponiendo comisiones únicamente a determinadas categorías de desarrolladores −aquellos que comercializan bienes digitales−, mientras otros pueden utilizar la misma infraestructura de distribución sin quedar sujetos a una carga equivalente −por ejemplo, aquellos que comercializan bienes físicos−.

40. La obligación de usar el IAP se impone contractualmente a los desarrolladores, pero sus efectos competitivos no solo afectan a este segmento, sino que además se proyectan directamente sobre los consumidores, en tanto son éstos quienes ven restringidas las alternativas bajo las cuales pueden adquirir bienes digitales dentro de iOS. En particular, la utilización obligatoria de este sistema de comercialización de bienes digitales ha limitado el desarrollo y la incorporación de nuevas funcionalidades por parte de los desarrolladores, y ha impedido el uso de sistemas de facturación y venta de bienes digitales que involucren menores costos para aquellos.

[38] Los grupos de suscripciones son conjuntos de modalidades de suscripción definidos por el respectivo desarrollador.

[39] Cabe hacer presente que, adicionalmente, para distribuir aplicaciones a través de la App Store, los desarrolladores deben encontrarse inscritos en el Apple Developer Program, cuya membresía se encuentra sujeta al pago de una tarifa anual de USD 99. El pago de esta tarifa habilita al desarrollador para presentar aplicaciones y sus posteriores actualizaciones al proceso de revisión de Apple, sin que exista una tarifa adicional por la presentación de cada aplicación.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

41. En ausencia de dicha obligación, distintos sistemas de facturación propios de los desarrolladores o provistos –total o parcialmente– por terceros podrían competir con el IAP en atributos relevantes para usuarios y desarrolladores, tales como precios, medios de pago disponibles, facilidades de uso, seguridad, y calidad de la experiencia de compra. En efecto, existen sistemas de facturación y gestión de suscripciones que permiten integrar y utilizar distintos proveedores de servicios y procesamiento de pagos, otorgando a los desarrolladores la posibilidad de escoger entre ellos o combinarlos de acuerdo con variables como el medio de pago, moneda, ubicación del usuario o desempeño del proveedor[40]. Al excluir dichas alternativas, Apple restringe las opciones entre las cuales los consumidores podrían escoger dentro de la aplicación.

42. En este sentido, en el marco de la Investigación, algunos desarrolladores plantearon que la prohibición de disponer de métodos de pagos propios o alternativos dentro de la aplicación ha introducido fricciones en el proceso de compra, que se traducen en una experiencia de usuario considerablemente peor que la que existiría en ausencia de las restricciones impuestas por Apple[41].

---

[40] Conforme al Estudio de Mercado sobre Comercio Electrónico de esta Fiscalía, p. 45: "*en cuanto a los medios de pago en línea, cabe relevar estos incluyen tanto instrumentos tradicionales digitalizados (como tarjetas de crédito y débito) como soluciones más recientes, tales como billeteras digitales, transferencias electrónicas inmediatas y sistemas de pago integrados en plataformas. La interoperabilidad, seguridad y rapidez de estos sistemas resultan determinantes para la experiencia del usuario y el desarrollo del comercio electrónico. En este contexto, la competencia entre proveedores de servicios de pago, así como las condiciones de acceso a infraestructuras críticas (como redes de tarjetas), pueden tener implicancias relevantes para el desarrollo de esta industria*". Disponible en: https://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2026/07/EM1024FNE_Informe_Final.pdf. En similar sentido, la Competition and Markets Authority, autoridad de competencia del Reino Unido, ha sostenido en su Estudio de Mercado sobre Ecosistemas Móviles: "*En ausencia de los requisitos de los sistemas de pago de Apple y Google, los desarrolladores de aplicaciones podrían elegir a terceros denominados «proveedores de servicios de pago» o PSP (como Adyen, PayPal y Stripe) para procesar pagos dentro de las aplicaciones* (…). *Dichos servicios podrían incluir tanto los necesarios para procesar pagos —por ejemplo, a través de redes de tarjetas o mediante otros medios como la facturación con el operador (carrier billing)— como diversos servicios adicionales de software para recaudar el pago en el punto de venta, detectar fraudes y analizar datos de transacciones*". Traducción libre de: "*In the absence of Apple's and Google's payment system requirements, app developers would be able to choose third parties referred to as 'payment service providers' or PSPs (such as Adyen, PayPal and Stripe) to process in-app payments* (…). *Such services might include both the services required to process payments, for example via the card networks, or through other means such as carrier billing, and various other software services to collect the payment at the point of sale and detect fraud and analyse transaction data*". Competition and Markets Authority, *Mobile ecosystems: Market study final report*, 10 de junio de 2022 (en adelante, "**Estudio de mercado de ecosistemas móviles CMA**"), apéndice H, p. H12. Disponible en: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/62a0d1b68fa8f5039b2078e5/Appendix_H_-_In-app_purchase_rules_in_Apples_and_Googles_app_stores.pdf [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[41] A modo de ejemplo, véase respuesta de un desarrollador de fecha 25 de febrero de 2025 al Oficio Ord. N°2-2025.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

43. Por su parte, otros desarrolladores han sostenido que los costos asociados al sistema de facturación exigido por Apple reducen los recursos disponibles para mejorar sus servicios, desarrollar nuevas funcionalidades o generar mayores beneficios para creadores y usuarios[42].

44. Como corolario de lo anterior, el uso obligatorio del IAP ha impedido a los desarrolladores gestionar de manera directa las transacciones con los usuarios dentro de la aplicación. En efecto, al intermediar Apple dicho aspecto de la relación con los usuarios, estos quedan sujetos a mecanismos distintos de aquellos que el desarrollador podría ofrecer directamente para gestionar pagos, reembolsos, cancelaciones, modificaciones de suscripciones o comunicaciones relacionadas con la cuenta.

45. Respecto a este punto, durante la Investigación, uno de los desarrolladores explicó que, cuando una transacción se realiza a través de IAP, Apple obtiene información individualizada relevante sobre el usuario, pero no permite que el desarrollador la recopile directamente, y solo entrega dicha información de manera general y agregada[43]. Según indicó, esta limitación puede generar dificultades adicionales para los propios usuarios, por ejemplo, al obstaculizar la vinculación de compras o suscripciones previamente realizadas con una nueva cuenta creada por el mismo consumidor[44].

46. En ese sentido, los antecedentes recabados dan cuenta de que el uso obligatorio de IAP limita el acceso de los desarrolladores a información relevante respecto de las transacciones efectuadas por sus propios clientes, dificultando tanto la gestión de la relación comercial como determinadas funciones vinculadas a la seguridad y continuidad del servicio.

47. Asimismo, al determinar unilateralmente el mecanismo mediante el cual deben efectuarse las compras de bienes digitales dentro de las aplicaciones, Apple limita la capacidad de los desarrolladores para ofrecer precios más competitivos a través de otros canales de venta dentro de la aplicación e innovar con nuevas formas de adquisición, adaptar el proceso de compra a las características particulares de sus servicios o usuarios, y desarrollar soluciones destinadas a resolver problemas específicos de estos. De esta manera, la obligación de utilizar IAP suprime la competencia entre mecanismos de adquisición dentro de las aplicaciones. Como consecuencia de lo anterior, los usuarios se

[42] A modo de ejemplo, véase respuesta de un desarrollador de fecha 10 de junio de 2025 al Oficio Ord. N°981-2025.

[43] Respuesta de un desarrollador de fecha 4 de marzo de 2025 al Oficio Ord. N°2-2025.

[44] Toma de declaración de un desarrollador de fecha 4 de septiembre de 2025.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

ven privados de opciones que podrían ajustarse mejor a sus preferencias o que ofrezcan condiciones más favorables.

48. La Requerida ha sostenido que el IAP no constituye un servicio de procesamiento de pagos, sino un sistema destinado a registrar y gestionar las transacciones digitales realizadas en la App Store, permitiéndole identificar aquellas operaciones respecto de las cuales corresponde el pago de la comisión asociada a la administración de la tienda y a la provisión de su plataforma tecnológica[45]. Según lo informado por Apple, este sistema habilita diversas funcionalidades vinculadas a la experiencia de los usuarios, entre ellas *Family Sharing*, los permisos de "Preguntar para comprar" para menores de edad, la gestión y restauración de suscripciones y compras, el acceso al historial de transacciones, así como la emisión de facturas y comprobantes[46]. A ello se agregan funciones de seguridad, como el almacenamiento protegido de la información de pago en servidores.

49. En este contexto, Apple ha intentado justificar la obligatoriedad del IAP, entre otras razones, en la seguridad y privacidad de los usuarios, la prevención del fraude, la facilidad de uso y la necesidad de obtener una remuneración por las tecnologías, herramientas y servicios que provee a los desarrolladores[47]. Sin embargo, tales objetivos no la habilitan para impedir que los consumidores puedan escoger entre el IAP y mecanismos alternativos de adquisición. Si el IAP ofrece mayores garantías de seguridad, privacidad, facilidad de uso o confianza, dichos atributos debieran permitirle prevalecer por sus propios méritos frente a otras opciones, incluso si se considerase que Apple debe ser remunerada por tales servicios. La exclusión de mecanismos alternativos, en cambio, priva al consumidor de la posibilidad de valorar esas diferencias y decidir qué mecanismo satisface mejor sus preferencias.

50. Por otro lado, la justificación basada en que el uso obligatorio del IAP preserva la seguridad y privacidad del usuario tampoco se sostiene al considerar que Apple establece el uso de sistemas alternativos de pago *in-app*, para otras categorías de bienes, dentro del sistema operativo iOS. La distinción que las propias Guidelines establecen entre los bienes digitales, por un lado, y los físicos, por otro, resulta ilustrativa a este respecto. Mientras Apple exige el uso de IAP para la adquisición de bienes digitales, los desarrolladores que ofrecen bienes físicos deben comercializar estos a través de mecanismos de compra y facturación distintos del IAP. Esta circunstancia demuestra, al menos, que la utilización

[45] Respuesta de Apple de fecha 2 de abril de 2025 al Oficio Ord. N°355-2025.

[46] Respuesta de Apple de fecha 18 de agosto de 2022 al Oficio Ord. N°1147-2022.

[47] Presentación de Apple de fecha 24 de abril de 2026.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

exclusiva de IAP no constituye una condición técnicamente indispensable para que una transacción pueda efectuarse de manera segura y confiable dentro del sistema operativo iOS[48].

II.3.2. Regla *anti-steering*

51. En segundo lugar, y como complemento a la obligación de utilizar IAP, Apple ha impuesto la regla *anti-steering*, la cual prohíbe informar y/o redirigir a métodos de pago alternativos a su propio sistema de facturación, así como a promociones fuera de la aplicación. En virtud de ella, Apple prohíbe que los desarrolladores dentro de la aplicación proporcionen a los consumidores un enlace directo a una página web que contenga un método de compra alternativo al IAP, y que informen a los consumidores acerca de la existencia y condiciones de formas alternativas de pago por los bienes digitales que consumirán dentro de la aplicación que utilizarán en sus iPhone.

52. De acuerdo con disposiciones expresas de las Guidelines, la regla *anti-steering* es consecuencia de la obligación de uso del IAP como único mecanismo para la comercialización de bienes digitales dentro del sistema operativo iOS. Como se mencionó a propósito de dicha práctica, Apple prohíbe que las aplicaciones usen sus mecanismos propios para desbloquear contenidos o funcionalidades (sección 3.1.1 de las Guidelines). Asimismo, a propósito de la obligación de Apple de permitir *links* a otros métodos de compra en jurisdicciones en que se ha adoptado esta medida a partir de decisiones judiciales, regulatorias, o acuerdos con autoridades[49], las Guidelines establecen expresamente que en el resto de los territorios –incluido Chile– los desarrolladores no pueden incorporar herramientas que dirijan a los usuarios a mecanismos de compra distintos al IAP:

> "*Las entitlements* [habilitación, en este caso, para incorporar enlaces a otros métodos de compra] *están limitadas al uso únicamente en tiendas específicas de la App Store, y sólo en ciertas plataformas en cada una de esas tiendas. En todas las demás tiendas, excepto en la tienda de los Estados Unidos, donde esta prohibición no rige, las aplicaciones y sus metadatos no pueden incluir botones, enlaces externos u otros*

[48] En este mismo sentido, la distinción del régimen aplicable a bienes físicos y digitales restó plausibilidad a las justificaciones de seguridad. Ver Corte Federal de Australia, sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc [2025] FCA 900, párrafos 2029, 2030, 5544 a 5546, y 6107. Asimismo, esta distinción ha sido considerada una determinación selectiva acerca del tipo de bienes respecto de los cuales es menos complejo y más beneficioso cobrar. Ver Corte Federal de Australia, sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc [2025] FCA 900, párrafos 3979 y 3980.

[49] Tales como la Unión Europea, Japón y Brasil.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

llamados a la acción que dirijan a los clientes a mecanismos de compra distintos de in-app purchase"[50].

53. Incluso en aquellos casos en que se permite a ciertos tipos de aplicaciones usar métodos de compra fuera de ella[51], Apple prohíbe promover, dentro de la aplicación, que el usuario recurra a mecanismos alternativos de comercialización:

"*Las aplicaciones de esta sección no pueden, dentro de la aplicación, incentivar a los usuarios a utilizar un método de compra distinto de in-app purchase, excepto para las aplicaciones en la tienda de los Estados Unidos y según lo establecido en las secciones 3.1.1(a) y 3.1.3(a). Los desarrolladores pueden enviar comunicaciones fuera de la aplicación a su base de usuarios sobre métodos de compra distintos de in-app purchase*"[52].

54. La regla *anti-steering* impide que los consumidores conozcan, por medio de la aplicación –esto es, el principal canal de información para sus usuarios–, la existencia de una alternativa de compra fuera de esta, que comparen sus condiciones y precios con aquellos disponibles mediante IAP, y que reciban información acerca de dónde y cómo efectuar esa adquisición, así como también imposibilita que accedan directamente a dichas alternativas mediante enlaces u otros mecanismos de redireccionamiento. De esta forma, la decisión de compra del consumidor deja de producirse sobre la base del conjunto de alternativas realmente disponibles, dado que Apple inhibe la posibilidad de obtener información respecto de estas. A su vez, los desarrolladores interesados en ofrecer sus

---

[50] Sección 3.1.1(a) de las *Guidelines*. Traducción libre de: "*The entitlements are limited to use only in specific storefronts of the App Store, and only on certain platforms in each of those storefronts. In all other storefronts, except for the United States storefront, where this prohibition does not apply, apps and their metadata may not include buttons, external links, or other calls to action that direct customers to purchasing mechanisms other than in-app purchase*".

[51] Estos métodos de compra fuera de la aplicación son: a) *reader apps*, que permiten acceder a contenido o suscripciones adquiridos previamente (revistas, periódicos, libros, audio, música y video), y que pueden solicitar un *entitlement* para incluir un enlace informativo a su sitio web; b) servicios multiplataforma, que pueden dar acceso a contenido, suscripciones o funciones adquiridos en otras plataformas o en la web (como en el caso de bienes digitales adquiridos a propósito de juegos en una consola, que pueden ser luego utilizados al jugar en el dispositivo móvil), categoría que tiene como condición que esos ítems estén también disponibles como compra integrada (IAP) dentro de la aplicación; c) servicios empresariales, vendidos directamente a organizaciones o grupos para sus empleados o estudiantes; d) servicios entre personas, es decir, servicios en tiempo real entre dos individuos, como tutorías, consultas médicas o entrenamiento físico; e) bienes y servicios consumidos fuera de la aplicación (o bienes físicos), respecto de los cuales es obligatorio el uso de un método de facturación distinto al IAP; f) Free Stand-alone Apps, que funcionan como complemento de una herramienta web de pago, siempre que no contengan compras ni llamados a comprar fuera de la aplicación; y g) aplicaciones de gestión publicitaria, destinadas a que los anunciantes compren y administren campañas en distintos medios sin exhibir los anuncios en la propia aplicación.

[52] Sección 3.1.3 de las *Guidelines*. Traducción libre de: "*Apps in this section cannot, within the app, encourage users to use a purchasing method other than in-app purchase, except for apps on the United States storefront and as set forth in 3.1.1(a) and 3.1.3(a). Developers can send communications outside of the app to their user base about purchasing methods other than in-app purchase*".

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

bienes digitales mediante canales alternativos deben hacerlo mediante modalidades que tienen un menor alcance y eficacia respecto a los usuarios dispuestos a adquirir bienes digitales[53].

55. En este sentido, un desarrollador señaló ante esta Fiscalía que estas disposiciones "*limitan severamente la capacidad de los desarrolladores de aplicaciones para informar a sus usuarios acerca de posibilidades de compra fuera de la aplicación*"[54], incluso cuando dichas alternativas pueden ofrecer condiciones más favorables. A modo de ejemplo, el precio de la suscripción mensual de YouTube Premium individual por su sitio web es 23,6% más barato que el del plan adquirido a través del IAP. A su vez, en el caso de Roblox, por el mismo precio el sitio web permite adquirir un 25% más de sus monedas digitales Robux que el canal IAP. Sin embargo, las restricciones impuestas por Apple impiden comunicar esta diferencia a los usuarios dentro de la aplicación para iOS.

56. Así, la regla *anti-steering* constituye un mecanismo de bloqueo de cualquier tipo de presión competitiva ejercida sobre Apple con el objetivo de maximizar la extracción de rentas derivadas de comisiones por la distribución de bienes digitales[55]. En suma, Apple no sólo monopoliza la distribución de las aplicaciones, sino que luego obliga a usar su sistema de pago, e impide que se difunda la existencia de mecanismos de compra alternativos que operan fuera de la aplicación.

57. Por otro lado, la prohibición de incorporar botones, enlaces u otros mecanismos de redireccionamiento genera además un daño competitivo no monetario para los consumidores, asociado a las fricciones en las distintas etapas del proceso de compra. Por

[53] Apple ha utilizado como parte de sus defensas el hecho de que los desarrolladores pueden comunicarse con los usuarios fuera de la aplicación, especialmente mediante correos electrónicos y otras actividades de *marketing*. Sin embargo, la Comisión Europea rechazó este argumento al considerar que la existencia de canales externos de comunicación no compensaba las restricciones impuestas dentro de la aplicación. En particular, concluyó que mecanismos como el correo electrónico, la publicidad o las búsquedas realizadas por iniciativa del propio usuario constituían medios menos eficaces para transmitir información sobre alternativas de suscripción, dado que no alcanzaban necesariamente al consumidor en el momento en que éste se encontraba utilizando el servicio y podía estar evaluando la contratación de una suscripción. A juicio de la Comisión, la información proporcionada dentro de la aplicación posee, por ello, un valor particular para la decisión de compra del usuario, de modo que la mera posibilidad de acceder a información fuera de ella no neutralizaba el deterioro de la experiencia ni la restricción a su capacidad de elección producidos por las reglas *anti-steering*. Ver Comisión Europea, decisión de 4 de marzo de 2024, Apple – App Store Practices (music streaming), Caso AT.40437.

[54] Respuesta de un desarrollador de fecha 4 de marzo de 2025 al Oficio Ord. N°2-2025. Traducción libre de: "*These provisions severely limit app developers' ability to inform their users about out-of-app purchasing possibilities, even where those other purchasing possibilities would result in lower prices for users*".

[55] Con todo, tal presión competitiva provendría de un sustituto imperfecto de las compras *in-app*, tal como se detalla en el capítulo III.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

un lado, impiden el acceso a información relevante acerca de otros canales de comercialización; y, por otro, obligan a los usuarios que conocen la existencia de tales canales y tienen disposición a adquirir el bien digital por vías alternativas a abandonar la aplicación, identificar por sus propios medios el sitio del proveedor, encontrar la oferta correspondiente, y completar allí la transacción antes de retornar a la aplicación. Estos pasos adicionales introducen costos de búsqueda que degradan la experiencia del usuario y reducen la efectividad de alternativas que formalmente están disponibles fuera de la aplicación y pueden ser más atractivas[56].

58. Estas fricciones no solo deterioran la experiencia de aquellos consumidores que finalmente logran adquirir el bien digital por una vía alternativa. También pueden provocar que algunos usuarios abandonen el proceso de compra, no contraten el servicio de su preferencia o no realicen la adquisición en absoluto, impidiendo así que se concreten transacciones que habrían sido beneficiosas tanto para consumidores como para proveedores[57].

59. Apple ha sostenido que la regla *anti-steering* es necesaria, entre otras razones, para preservar una experiencia segura y confiable para los usuarios, así como para evitar que se eluda la remuneración que percibe por la operación de la App Store y prevenir el aprovechamiento gratuito de sus inversiones[58]. Asimismo, la Requerida ha sostenido que los usuarios y desarrolladores pueden realizar transacciones a través de múltiples canales, incluidos otros dispositivos, y el sitio web del desarrollador, poniendo como ejemplo las *reader apps*[59]. Sin embargo, tales justificaciones no permiten concluir que las restricciones resulten necesarias ni proporcionales para alcanzar dichos objetivos.

60. En efecto, si los consumidores valoran la seguridad, facilidad de uso, privacidad y confiabilidad que Apple atribuye al IAP, la posibilidad de que sean informados acerca de alternativas de adquisición disponibles fuera de la aplicación no les impide continuar utilizando dicho sistema, en la medida que el sistema integrado de Apple sea elegido por los usuarios en virtud de sus méritos. Así, la regla *anti-steering* sacrifica

[56] Los daños competitivos no monetarios comprenden tanto las fricciones asociadas al proceso de contratación como una reducción efectiva de la capacidad de elección de los consumidores. Esta categoría de daños competitivos ha sido expresamente reconocida por la Comisión Europea en el caso Apple – App Store Practices (music streaming), al analizar los efectos de las reglas *anti-steering* sobre los usuarios en el sistema operativo iOS. Ver Comisión Europea, decisión de 4 de marzo de 2024, Apple – App Store Practices (music streaming), Caso AT.40437.

[57] Respuesta de un desarrollador de fecha 10 de junio de 2025 al Oficio Ord. N°981-2025.

[58] Presentación de Apple de fecha 24 de abril de 2026 y toma de declaración de Apple, de fecha 19 de marzo de 2026.

[59] Presentación de Apple de fecha 24 de abril de 2026.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

desproporcionadamente el interés de los consumidores en adoptar una decisión informada y efectiva respecto de dónde y bajo qué condiciones adquirir bienes digitales.

61. A su vez, las propias políticas de Apple resultan inconsistentes con la pretendida justificación basada en prevenir el aprovechamiento gratuito de sus inversiones. En este sentido, la Requerida permite formalmente y bajo ciertas condiciones la compra de bienes digitales fuera de la aplicación sin mediar el pago de una comisión. Así ocurre en el caso de los servicios multiplataforma y, como se verá, de las *reader apps*. En ausencia de pago de comisión en esa clase de transacciones, carece de sentido sostener que la información acerca de la posibilidad y condiciones de dicha compra fomente la elusión de una inexistente remuneración de Apple para tales casos. Lo anterior demuestra que la práctica acusada sólo distorsiona el proceso competitivo sin una justificación necesaria y proporcionada.

62. En cuanto a la justificación ofrecida por Apple fundada en la posibilidad de adquirir contenido digital a través del sitio web del desarrollador en las denominadas *reader apps*, cabe hacer presente que estas no morigeran los efectos anticompetitivos de la regla *anti-steering* ni, menos aún, dicha circunstancia constituye una justificación. Dicha categoría de aplicaciones opera bajo la modalidad de "lectura" o "solo consumo", y su contenido corresponde a revistas, periódicos, libros, audio, música o video. La condición de *reader app* permite que el IAP se encuentre deshabilitado, y los usuarios pueden acceder al contenido o suscripciones en la aplicación en la medida que las adquieran por otras vías, por ejemplo, en la página web del desarrollador.

63. En un inicio, las *reader apps* no podían informar a los usuarios dónde debían efectuar la compra. No obstante, tras el acuerdo alcanzado con la autoridad de competencia japonesa, Apple anunció en septiembre de 2021 una excepción para esta categoría de aplicaciones, consistente en la implementación del External Link Account Entitlement, que les autorizó incorporar un enlace a la página web del desarrollador para crear o administrar una cuenta, aunque sujeto a condiciones específicas[60] y sin eliminar la regla *anti-steering*

[60] De acuerdo con información publicada por Apple: "*Cualquier enlace proporcionado en una aplicación de lectura debe:* (…) *• Abrir una nueva ventana en el navegador predeterminado del dispositivo y no podrá abrir una web view; • No transmitir parámetros adicionales en la URL, con el fin de proteger al usuario (por ejemplo, su privacidad);* (…) *• No incluir, ni ser utilizado con, un lenguaje que contenga el precio de los artículos disponibles en el sitio web (un lenguaje aceptable incluye «vaya a example.com para crear o administrar su cuenta»); • Estar formateado como un enlace HTML estándar (es decir, texto azul subrayado) y contener el nombre de dominio del sitio web; • Mostrarse solo una vez por página de la aplicación y debe mostrar el mismo mensaje en cada ocasión*". Traducción libre de: "*Any link provided in a reader app must:* (…) *• Open a new window in the default browser on the device, and may not open a web view; • Not pass additional parameters in the URL, in order to protect the user (for example, their privacy);* (…) *• Not include, or be used with,*

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

con carácter general. Esta medida fue aplicada a nivel global, incluyendo por lo tanto a Chile[61].

64. Con todo, la posibilidad de convertirse en una aplicación de sólo consumo no se encuentra disponible para todos los desarrolladores. Como se señaló, Apple circunscribe la categoría de *reader app* a aquellas cuya funcionalidad principal consiste en proveer revistas, periódicos, libros, audios, música o vídeo, excluyendo de este régimen a aplicaciones que comercializan otras categorías de bienes digitales, como ocurre, por ejemplo, con los videojuegos. Estos últimos, entre 2019 y 2024, representaron el 42% de los ingresos de Apple derivados de la App Store[62]. De esta forma, las propias reglas de Apple establecen un tratamiento diferenciado entre desarrolladores según la naturaleza del contenido que ofrecen. Mientras algunos de estos pueden estructurar su aplicación como una *reader app*; otros desarrolladores que igualmente comercializan bienes digitales no pueden acogerse a esa modalidad[63].

65. Incluso respecto de los desarrolladores que califican para operar bajo esta modalidad, la posibilidad de prescindir de IAP no constituye una alternativa igualmente viable para todos ellos. Esta condición depende, en buena medida, de que los consumidores conozcan previamente la existencia del servicio y estén dispuestos a abandonar la aplicación para dirigirse al sitio web del desarrollador y efectuar allí la compra. Por ello, esta alternativa resulta comparativamente más accesible para proveedores que cuentan con una base significativa de usuarios o un reconocimiento de marca, mientras que desarrolladores menos consolidados pueden enfrentar mayores dificultades para convertir a los usuarios hacia mecanismos externos de adquisición.

66. Por lo demás, incluso en el caso de desarrolladores que salven estos obstáculos, su desenvolvimiento no es equivalente a aquellos que comercializan bienes digitales mediante un mecanismo *in-app*, dado que la gestión de los bienes digitales, el contacto con sus usuarios, modificaciones en las suscripciones y, en general, toda vinculación entre usuarios

---

language that includes the price of items available on the website (acceptable language includes 'go to example.com to create or manage your account'); • Be formatted like a standard HTML link (i.e., blue underlined text) and contain the domain name of the website; • Be displayed only once per app page, and must display the same message in each instance". Disponible en: https://developer.apple.com/support/reader-apps/ [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[61] Contemplada en Sección 3.1.3(a) de las Guidelines.

[62] Según los datos aportados por la Requerida en su respuesta del 27 de junio de 2025 al Oficio Reservado N°155-2025.

[63] Sección 3.1.3(a) de las Guidelines.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

y desarrolladores debe realizarse fuera de la aplicación, en su página web, imponiendo una nueva fricción, esta vez en la etapa de post-venta y relación permanente con el usuario.

67. Por último, la regla *anti-steering* no se ve morigerada por las *reader apps* y su External Link Account Entitlement, en tanto incluso en este último caso –y, en general, cuando se permite a ciertos tipos de aplicaciones usar métodos de compra distintos al IAP– Apple prohíbe promover, dentro de la aplicación, que el usuario los utilice.

68. En suma, la utilidad práctica de la excepción de *reader apps* depende de características propias de cada desarrollador, pudiendo beneficiar especialmente a aquellos que cuentan con una posición suficientemente consolidada como para conducir a sus usuarios hacia canales externos. Esta asimetría se traduce en menos alternativas y una experiencia degradada para los consumidores, particularmente respecto de servicios ofrecidos por desarrolladores con menor capacidad para consolidar la transacción fuera de la aplicación.

69. Spotify es un ejemplo de aplicación que funciona bajo la modalidad de *reader app*. En 2016, la compañía optó por retirar la posibilidad de contratar suscripciones directamente dentro de su aplicación para iOS, con el objeto de evitar lo que consideró desventajas competitivas derivadas del pago de la comisión asociada al IAP[64]. Esta decisión, sin embargo, también generó costos relevantes, dado que Spotify dejó de poder convertir usuarios a suscripciones pagadas dentro de la propia aplicación y, debido a la regla *anti-steering*, tampoco podía informar dentro de la aplicación sobre promociones, precios o mecanismos de contratación disponibles fuera de ella[65].

70. Por lo demás, la existencia de las *reader apps* y su External Link Account Entitlement debilita también las justificaciones de Apple para la regla *anti-steering*, en el sentido de que Apple ya permite el uso de mecanismos de compra alternativos al IAP, a través del respectivo sitio web, sin significativas brechas de seguridad.

***

[64] Respuesta de Spotify de fecha 10 de junio de 2025 al Oficio Ord. N°981-2025.

[65] Ibid. Por el contrario, en EE.UU., durante el periodo en que quedó sin efecto la regla *anti-steering*, aumentaron las tasas de conversión de usuarios del sistema operativo iOS a suscripciones. Asimismo, es posible constatar que al administrar la suscripción de Spotify dentro de la aplicación en el sistema operativo iOS, el desarrollador advierte expresamente al usuario: "*No se puede cambiar tu plan desde la aplicación. Sí, sabemos que no es lo ideal*".

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

71. La efectividad de las restricciones impuestas por Apple se encuentra garantizada mediante el proceso de revisión de aplicaciones de la App Store, al cual deben someterse tanto las nuevas aplicaciones como luego sus actualizaciones. En virtud de las Guidelines, Apple puede rechazar aquellas aplicaciones o actualizaciones que estime contrarias a las reglas relativas a IAP y a los mecanismos alternativos de adquisición de bienes digitales.

72. Este proceso otorga a Apple un amplio margen de discrecionalidad, ya que una parte de los criterios empleados no responde a parámetros precisos, sino que a estándares abiertos cuya apreciación corresponde a la propia Requerida. A ello se suma que las propias Guidelines son calificadas por Apple como un documento dinámico, susceptible de incorporar nuevas reglas cuando surjan nuevas aplicaciones o cuestiones no previstas[66]. En este sentido, la Requerida no solo establece unilateralmente las condiciones de acceso a la App Store, sino que conserva un grado significativo de discrecionalidad para interpretarlas y aplicarlas.

73. Finalmente, se ha podido constatar un efecto concreto de la aplicación conjunta de la obligación de uso del IAP y la regla *anti-steering* como mecanismos que Apple utiliza para mantener su control absoluto sobre la comercialización de bienes digitales, maximizando las rentas que por esta vía puede capturar. Tal es el caso de Mercado Libre, plataforma de comercio electrónico, que en 2021 incorporó a su programa de fidelización beneficios asociados a servicios de *streaming*, los que incluían descuentos para contratar determinadas plataformas y, en otros casos, el acceso gratuito a suscripciones como parte del nivel contratado por el usuario. Sin embargo, a pesar de que Mercado Libre tenía la capacidad de procesar mediante sus propios mecanismos de pago las transacciones relativas a los bienes físicos comercializados a través de su aplicación, Apple negó la posibilidad de incorporar a su programa de fidelización beneficios que involucraran contenido digital de terceros[67].

74. El proceso de revisión muestra con especial claridad el alcance de estas restricciones. Inicialmente, Apple rechazó la posibilidad de que Mercado Libre permitiera contratar directamente desde su aplicación el nivel de su programa de fidelización que comprendía suscripciones y descuentos asociados a servicios digitales de terceros, invocando las reglas relativas al uso obligatorio de IAP. Mercado Libre modificó entonces el mecanismo y propuso limitar su aplicación a informar acerca de esos beneficios,

---

[66] En la introducción de las Guidelines, Apple señala que estas constituyen un "*documento vivo*" ("*living document*") y que la aparición de nuevas aplicaciones que planteen nuevas cuestiones puede dar lugar a nuevas reglas "*en cualquier momento*" ("*at any time*").

[67] Aporte de antecedentes de Mercado Libre a la Investigación de fecha 3 de febrero de 2023.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

incorporando un enlace que permitiera completar la contratación en su sitio web. Esta alternativa también fue rechazada, esta vez en aplicación de la regla *anti-steering*. A ello se agregó posteriormente la objeción de que las suscripciones serían utilizadas fuera de la aplicación de Mercado Libre, supuesto para el cual el DPLA habría impedido utilizar el IAP. En ese sentido, la aplicación conjunta de estas disposiciones determinó que Mercado Libre no podía procesar directamente la transacción mediante sus propios medios de pago, tampoco podía recurrir a IAP para comercializar un servicio destinado a ser utilizado fuera de su aplicación y, al mismo tiempo, tenía restringida la posibilidad de dirigir al usuario hacia un canal externo donde pudiera contratarlo[68].

75. El caso permite apreciar el efecto concreto de las restricciones de Apple en el mercado *aguas abajo*. La Requerida determina qué formas de intermediación pueden desarrollarse dentro del sistema operativo iOS y limita la posibilidad de que plataformas que ya mantienen una relación comercial con sus usuarios incorporen a su oferta bienes digitales de terceros. Desde la perspectiva del consumidor, ello se traduce en la pérdida de ofertas que combinen distintos servicios o aprovechen descuentos y beneficios asociados a programas de fidelización, como ocurrió precisamente con aquella diseñada por Mercado Libre. En una dimensión prospectiva, estas reglas dificultan además que plataformas con una base relevante de usuarios y capacidades propias de intermediación evolucionen hacia canales alternativos de distribución de bienes digitales, lo que tiene un impacto en la innovación respecto a nuevos modelos de negocio. Al reducir las posibilidades de que surjan intermediarios capaces de disputar esa función, las restricciones contribuyen a preservar el control de Apple sobre las condiciones de acceso a los usuarios de iOS y pueden privar a estos últimos de la mayor variedad de ofertas y presión competitiva que esos canales alternativos podrían generar. En suma, constituye una forma de clausurar la más mínima competencia potencial en la intermediación de bienes digitales.

76. En definitiva, Apple utiliza el control que ejerce sobre la App Store para determinar el modo en que los consumidores pueden adquirir bienes digitales y la información que reciben acerca de estos. La obligación de utilizar IAP impide que dentro de las aplicaciones los usuarios puedan escoger entre distintos mecanismos de adquisición; mientras que la regla *anti-steering* reduce la presión competitiva que podrían ejercer sobre Apple las alternativas disponibles fuera de las aplicaciones, al dificultar que los consumidores las conozcan y accedan a ellas. Ambas restricciones tienen la aptitud de reducir la capacidad

[68] De acuerdo con lo informado por Mercado Libre, desde octubre de 2025, Apple ha permitido de *facto* la posibilidad de vender el programa de fidelización, el que incluye servicios de *streaming*, sin posibilidad de hacer difusión al respecto dentro de la aplicación. Respuesta de Mercado Libre de fecha 23 de septiembre de 2026 al Oficio Ord. N°1874-2026.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

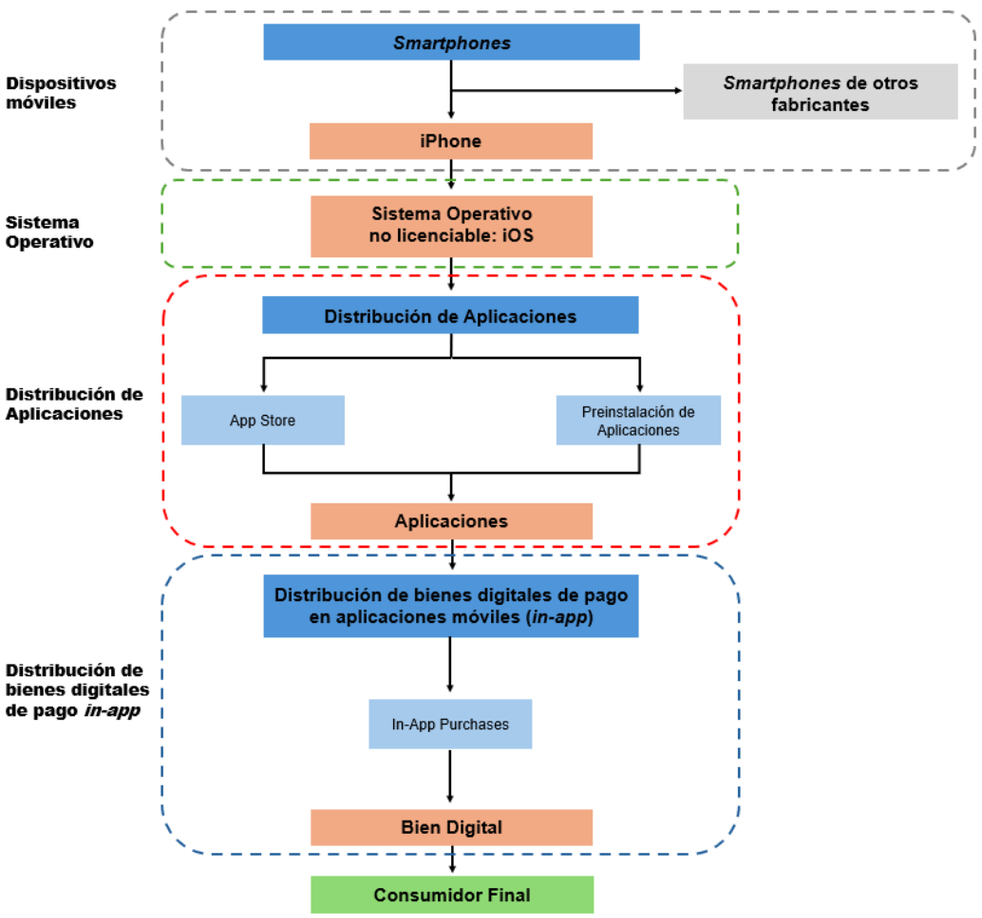
de elección de los consumidores, impedir la posibilidad de que se ofrezcan comisiones competitivas y frustrar transacciones que habrían tenido lugar en ausencia de dichas restricciones. Lo anterior tiende a degradar la experiencia de compra de los usuarios y, a su vez, permite a la Requerida obtener ganancias en el servicio de distribución de bienes digitales que no alcanzaría sin estos comportamientos.

III. INDUSTRIA Y MERCADOS EN LOS QUE INCIDEN LAS INFRACCIONES

III.1. Los ecosistemas móviles

77. Los ecosistemas móviles agrupan una serie de productos y servicios digitales relacionados, abarcando desde la fabricación de *smartphones* y el desarrollo de un sistema operativo, hasta la distribución de bienes digitales que se ofrecen dentro de las aplicaciones. En la siguiente Figura N°1 se muestran los segmentos de los ecosistemas móviles, con foco en el caso de Apple.

Figura N°1: Segmentos de los ecosistemas móviles



Fuente: Elaboración propia.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

78. El primer segmento de un ecosistema móvil corresponde al de los *smartphones*, esto es, equipos electrónicos portátiles de propósito general, cuyo *hardware* permite una amplia gama de funciones, entre las que se encuentra la realización de llamadas telefónicas, la conexión a Internet, y el acceso a servicios y contenido digital.

79. Los *smartphones* cuentan con un sistema operativo integrado, que permite habilitar el uso del *hardware*. En otras palabras, los sistemas operativos constituyen el *software* que proporciona funcionalidades básicas, tales como controles de botones, comandos táctiles y de movimiento, así como la interfaz de usuario, que incluye íconos y otros elementos visuales. También facilitan operaciones más sofisticadas en los dispositivos, como la geolocalización por GPS y el uso de la cámara, entre otras[69].

80. De esta forma, el segundo segmento de los ecosistemas móviles corresponde a aquel relacionado con el sistema operativo. Dentro del universo de sistemas operativos para *smartphones* es posible distinguir dos grupos: (i) no licenciables, que únicamente son preinstalados en *smartphones* de la misma empresa pues no son puestos a disposición de terceros fabricantes, como es el caso de iOS, de propiedad de Apple; y (ii) licenciables, que pueden ser preinstalados por diferentes fabricantes de *smartphones*, siendo este el caso de Android, de propiedad de Google.

81. Sobre los sistemas operativos se ejecutan las aplicaciones, las que corresponden a programas diseñados para proporcionar funcionalidades adicionales o permitir el acceso a contenido específico mediante un *smartphone*[70]. En otras palabras, las aplicaciones utilizan las funcionalidades y recursos del dispositivo móvil y de su sistema operativo[71] para ampliar

---

[69] La provisión de sistemas operativos incluye una actualización del *software* de forma regular, tanto para proporcionar mejoras en la funcionalidad, como para corregir errores técnicos y proteger los dispositivos contra virus y *malware*.

[70] Cabe señalar que, de acuerdo con los antecedentes recopilados en la Investigación, las aplicaciones web no representan un sustituto de las aplicaciones nativas pues presentan menores funcionalidades en relación con las últimas. Además, las soluciones basadas en la web presentan limitaciones en materia de distribución y descubrimiento en relación con las tiendas de aplicaciones. La jurisprudencia comparada confirma esta conclusión. Por ejemplo, la autoridad de competencia de Brasil señala, a partir de la experiencia comparada, que "*las aplicaciones web no ejercen una presión competitiva significativa sobre las aplicaciones nativas en el ecosistema de Apple, debido a un conjunto de restricciones técnicas y funcionales impuestas de manera estratégica*". Traducción libre de: "*web apps do not exert significant competitive pressure on native apps in the Apple ecosystem due to a set of strategically imposed technical and functional restrictions*". Véase Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil (CADE), voto del Comisionado Victor Oliveira Fernandes del 14 de mayo de 2025, Apple Inc. y Apple Services LATAM LLC., Recurso nº 08700.009932/2024-18, párrafo 62. Documento disponible en: https://www.gov.br/cade/en/matters/news/cade-upholds-interim-measure-against-apple/copy_of_AppleAppealCADEsDecisionEnligshversion.pdf [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[71] Las aplicaciones son diseñadas para ejecutarse en un determinado sistema operativo.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

las posibilidades de uso, permitiendo, por ejemplo, consultar noticias, jugar, utilizar servicios de mapas, comunicarse, acceder a contenido en *streaming*, entre muchas otras[72].

82. Así, en este contexto, es posible identificar un tercer segmento dentro de los ecosistemas móviles relacionado con la distribución de aplicaciones. En este segmento se encuentran los distintos canales que permiten conectar a los desarrolladores de aplicaciones con los consumidores finales.

83. Los mecanismos, canales y condiciones de distribución de aplicaciones dependen del sistema operativo, pudiendo agruparse en:

(i) Preinstalación de aplicaciones: los fabricantes de *smartphones* pueden instalar aplicaciones directamente en el mismo, antes de su adquisición por el cliente final, permitiendo así que las aplicaciones estén disponibles para su uso inmediato al iniciarlo por primera vez[73]. En el caso de los iPhone, solo se preinstalan aplicaciones de las que Apple es propietaria[74].

(ii) Tiendas de aplicaciones: son aplicaciones cuya función es ofrecer a su vez un catálogo de aplicaciones creadas por desarrolladores a los usuarios de los *smartphones*, permitiendo búsqueda de aplicaciones, su descarga y actualización. Así, las tiendas de aplicaciones corresponden a mercados de dos lados, donde interactúan distintos tipos de usuarios y, por tanto, están sujetas a efectos indirectos de red[75]. Estas tiendas pueden ser propiedad del creador del sistema operativo y/o del fabricante del dispositivo, como es el caso del App Store en el sistema operativo iOS; o también pueden ser de propiedad de un tercero (por ejemplo, Epic Games Store de la compañía homónima, la que puede operar en

[72] Algunos ejemplos comunes incluyen aplicaciones de redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, aplicaciones de mensajería como WhatsApp y Telegram, aplicaciones de navegación como Google Maps y Waze, y aplicaciones de productividad como Microsoft Word y Google Drive.

[73] También es posible que empresas de telecomunicaciones preinstalen aplicaciones en los dispositivos que comercializan.

[74] Estudio de mercado de ecosistemas móviles CMA, párr. 6.60, p. 198. Documento disponible en: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/63f61bc0d3bf7f62e8c34a02/Mobile_Ecosystems_Final_Report_amended_2.pdf [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026].

[75] Estas plataformas presentan efectos indirectos de red, o externalidades de red entre grupos, que se producen cuando el valor que un grupo de usuarios obtiene de participar en la plataforma depende del número o nivel de participación de usuarios pertenecientes a otro grupo dentro de la misma. Véase Armstrong, M. (2006), "Competition in Two-Sided Markets", *RAND Journal of Economics*, Vol. 37, No. 3, pp. 668-691 (en adelante, "**Armstrong (2006)**").

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

smartphones Android[76]). Según lo señalado *supra*, en Chile los dispositivos iPhone solo tienen la posibilidad de utilizar la tienda de aplicaciones App Store.

(iii) Descarga por medio de sitios web o *sideloading*: se da en aquellos casos en que los usuarios descargan aplicaciones, o tiendas de aplicaciones, directamente desde un navegador web dentro de un *smartphone*[77]. En Chile, esta opción no está permitida en los dispositivos iPhone.

84. Una vez instalada una aplicación −que en el caso de un iPhone se realiza exclusivamente a través de la App Store−, los usuarios pueden acceder, a través de ella, a bienes digitales. Estos corresponden a contenido, funcionalidades o servicios que son consumidos en formato digital cuya adquisición requiere de un pago, ya sea por única vez o de manera recurrente. Entre estos se encuentran, por ejemplo, suscripciones a servicios de *streaming*, libros electrónicos, bienes virtuales utilizados en videojuegos, entre otros.

85. En este sentido, es posible identificar el segmento de la distribución de bienes digitales en las aplicaciones móviles. Este comprende los mecanismos utilizados por los desarrolladores para poner a disposición de los consumidores dicho tipo de productos.

86. En términos generales, los mecanismos de distribución de bienes digitales *in-app* pueden incluir: (i) el sistema de facturación dispuesto por el propio desarrollador y/o (ii) el sistema de facturación incluido dentro de las tiendas de aplicaciones.

87. En el primer mecanismo, el desarrollador tiene control sobre la experiencia del usuario, haciendo uso de un procesador de pago de su elección, de interfaces específicas y de servicios de post venta. En estos casos, los desarrolladores también pueden negociar las comisiones de los servicios necesarios para la distribución de sus bienes digitales[78].

88. Por su parte, en los mecanismos establecidos por las tiendas de aplicaciones, el desarrollador pierde, parcial o completamente, la relación directa con el usuario, y debe

[76] Sin perjuicio de las significativas fricciones para la instalación y funcionamiento de tiendas de aplicaciones de terceros en dicho sistema operativo.

[77] Este método, a diferencia de las tiendas de aplicaciones, no proporciona necesariamente un catálogo que facilite el descubrimiento de nuevas aplicaciones, por lo que requiere que el consumidor conozca de antemano la aplicación que desea instalar.

[78] Uno de los desarrolladores que aportó información en el marco de la Investigación, indicó que las comisiones que se le aplican al distribuir bienes digitales a través del navegador van desde el 4% al 8%, dependiendo del procesador de pagos. Véase la respuesta de fecha 10 de marzo de 2025 al Oficio Ord. N°2-2025.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

pagar las tarifas o comisiones asociadas y ceñirse a las condiciones impuestas por la tienda de aplicaciones[79].

89. La posibilidad de elección del mecanismo de adquisición de bienes digitales por parte de los desarrolladores varía según el canal de distribución de la respectiva aplicación. Así, para aquellas aplicaciones descargadas desde una tienda, es esta la que decide los posibles sistemas de adquisición habilitados para el pago *in-app*. En el caso del sistema operativo iOS, la App Store establece el uso obligatorio del sistema In-App Purchase o IAP.

III.2. Mercados relevantes afectados

90. Conforme ha sido expuesto en esta presentación, las prácticas de Apple inciden en al menos dos mercados: (i) el mercado de distribución de aplicaciones en el sistema operativo iOS, ubicado *aguas arriba*, y (ii) el mercado de distribución de bienes digitales de pago *in-app* en el sistema operativo iOS, ubicado *aguas abajo*. A continuación, se analizarán tales mercados y cómo participa en ellos la Requerida.

III.2.1. Mercado *aguas arriba*: distribución de aplicaciones móviles dentro del sistema operativo iOS

91. Las alternativas de distribución de aplicaciones móviles están determinadas por el sistema operativo del dispositivo. Así, en el caso de los usuarios de *smartphones* con sistema operativo iOS, estos solo pueden acceder a los métodos de distribución que Apple permite. Como se ha señalado *supra*, el único método de distribución de aplicaciones permitido por la Requerida en sus *smartphones* en Chile es a través de la App Store.

92. En ausencia de métodos de distribución de aplicaciones alternativos dentro del sistema operativo iOS, corresponde evaluar si las alternativas disponibles en otros sistemas operativos, como Android, ejercen una presión competitiva suficiente como para considerarlas parte del mismo mercado relevante del producto. A este respecto, es posible concluir que, tanto para los desarrolladores de aplicaciones como para los usuarios finales de *smartphones*, los mecanismos de distribución de aplicaciones en otros sistemas operativos no son sustituibles entre sí.

[79] Como se señaló *supra*, en el caso de iOS, Apple cobra entre un 15% y 30% por las transacciones de bienes digitales *in-app*.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

93. En efecto, respecto a los consumidores, la mayoría tiende a concentrar su utilización en un único *smartphone* –y, en consecuencia, un único sistema operativo–, fenómeno conocido como *single-homing*[80]. Por lo tanto, para que un usuario sustituya la tienda de aplicaciones –desde la App Store a la Google Play Store, por ejemplo– debe cambiar de sistema operativo y, por consiguiente, de *smartphone*, lo que supone un costo relevante para el mismo.

94. Con todo, al elegir su *smartphone*, los consumidores consideran principalmente características propias de aquel como su precio, capacidad de almacenamiento, procesador o duración de batería, y no las condiciones de distribución de aplicaciones o de bienes digitales dentro de estas[81]. Incluso, si dichas condiciones fueran consideradas al momento de la compra, los consumidores se enfrentan a relevantes costos de información. En particular, un consumidor no puede determinar de manera confiable el precio total del producto a lo largo de su ciclo de vida, debido a que no puede predecir con certeza las aplicaciones o contenidos dentro de aplicaciones que eventualmente podría comprar. Asimismo, sus preferencias y patrones pueden cambiar durante la vida útil del dispositivo, especialmente a medida que surgen nuevas aplicaciones y funcionalidades[82].

95. Además, la Investigación ha confirmado que una vez que un consumidor elige un *smartphone* con un sistema operativo específico, existen costos de cambio al momento de su renovación que incluyen, al menos, el aprendizaje del funcionamiento del nuevo sistema operativo, la transferencia ineficiente o incompleta de información y/o contenido, y la pérdida de interoperabilidad con otros productos pertenecientes a su ecosistema actual[83].

---

[80] Así lo han señalado diversos desarrolladores en el transcurso de la Investigación. También ha sido destacado por la Agencia Australiana de Competencia en su estudio: "Digital Platform Services Inquiry, Interim Report N°2 App Marketplaces" de marzo del año 2021, p. 34. Documento disponible en: https://www.accc.gov.au/about-us/publications/serial-publications/digital-platform-services-inquiry-2020-25-reports/digital-platform-services-inquiry-march-2021-interim-report [fecha de última consulta: 23 de noviembre de 2026]. En el mismo sentido, Corte Federal de Australia, sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc [2025] FCA 900, párrafo 3430.

[81] Así dan cuenta los resultados de la encuesta realizada por esta Fiscalía, donde los atributos relacionados con las aplicaciones −como variedad de aplicaciones, precio de las aplicaciones y el precio del contenido de las aplicaciones− figuran como los factores que con menor frecuencia fueron considerados como relevantes para elegir el *smartphone* actual. Mientras que, más del 80% de los encuestados declaró que las características técnicas del dispositivo eran un elemento relevante para la elección. Estos resultados son congruentes con aquellos aportados por un fabricante de *smartphones* durante la Investigación, conforme a los cuales las características intrínsecas del dispositivo como el precio, memoria y velocidad del procesador se identificaban como los principales *drivers* de compra.

[82] Comisión Europea, decisión de 4 de marzo de 2024, Apple – App Store Practices (music streaming), Caso AT.40437, párrafos 424 y 477.

[83] Esta circunstancia ha sido advertida por diversos desarrolladores consultados en el marco de la Investigación y fue confirmada con los resultados de la encuesta realizada por esta Fiscalía. En el mismo sentido, véase el Estudio de mercado de ecosistemas móviles CMA, párrafo 3.89.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

En consecuencia, es altamente probable que un consumidor decida continuar con su *smartphone* y que adquiera uno con el mismo sistema operativo cuando reemplace el anterior. Así dan cuenta los antecedentes recopilados durante la Investigación, los que indican que menos del 10% de los usuarios de *smartphones* cambian de sistema operativo[84].

96. Por su parte, los desarrolladores han señalado a esta Fiscalía que no son sustituibles los sistemas operativos, debido a que la exclusión de uno de estos ecosistemas implicaría la pérdida de una proporción relevante de usuarios[85]. A mayor abundamiento, los distintos sistemas operativos apuntan a diversos segmentos de la población, lo que redunda en distintos niveles de gasto en bienes digitales[86]. En consecuencia, y considerando que iOS y Android utilizan distintos lenguajes de programación e infraestructura de soporte, los desarrolladores deben crear una versión distinta de su aplicación para cada sistema operativo.

97. De todo lo anterior se puede concluir que no existe sustituibilidad entre los mecanismos de distribución de aplicaciones en distintos sistemas operativos, por lo que el mercado relevante del producto *aguas arriba* corresponde al de la distribución de aplicaciones en el sistema operativo iOS.

---

[84] La baja tasa de cambio entre sistemas operativos no es un resultado exclusivo de Chile, otras autoridades también han observado la baja tasa de cambio entre sistemas operativos móviles. A modo de ejemplo, la Competition and Markets Authority de Reino Unido señaló: "*Los usuarios rara vez cambian entre dispositivos iOS y Android, debido a la existencia de importantes barreras percibidas para el cambio, como la pérdida de la capacidad de conectarse con otros dispositivos inteligentes personales. Estas preocupaciones son más pronunciadas entre los usuarios de Apple*". Traducción libre de: "*Users rarely switch between iOS and Android devices – with material perceived barriers to switching such as losing the ability to connect to other personal smart devices. These concerns are higher among Apple users*". Véase Estudio de mercado de ecosistemas móviles CMA, p. 28.

[85] En efecto, los antecedentes recopilados en el marco de la Investigación indican que tanto el ecosistema de Apple como el de Google son relevantes en términos de los ingresos provenientes de la venta de bienes digitales. En la literatura especializada se denominan "cuellos de botella competitivos" aquellos mercados de plataformas en que un grupo realiza *single-homing*, mientras que el otro realiza *multi-homing*. En tal escenario, para acceder a los miembros del grupo que realiza *single-homing*, los agentes del lado *multi-homing* deben operar en cada una de las plataformas en que aquellos se encuentran. Como consecuencia, cada plataforma controla de manera exclusiva el acceso a sus propios usuarios *single-homing*, adquiriendo una posición de monopolio respecto de dicho acceso frente al lado de usuarios *multi-homing*. Véase Armstrong (2006).

[86] En el contexto de la Investigación se ha indicado que los *smartphones* de la marca Apple son preferidos por usuarios con mayores niveles de ingreso, los que, a su vez, tienen un mayor gasto en promedio por compras dentro de las aplicaciones. Además, dichos usuarios se caracterizarían por ser más fieles a la marca Apple.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

98. En cuanto a la dimensión geográfica del mercado relevante afectado, esta es de alcance nacional, en tanto las restricciones impuestas por Apple operan respecto de todos los dispositivos iPhone comercializados dentro de Chile.

99. Como se señaló *supra*, la App Store es la única tienda de aplicaciones autorizada en el sistema operativo iOS en Chile[87]. Asimismo, Apple no permite el *sideloading* de tiendas de aplicaciones ni de aplicaciones, y tampoco preinstala aplicaciones de terceros. Por tanto, los consumidores chilenos solo pueden descargar aplicaciones a través de la tienda de aplicaciones de propiedad de Apple.

100. De esta forma, en el mercado relevante definido, la Requerida exhibe una posición monopólica, con una participación de mercado del 100%.

101. Es importante destacar que el comportamiento de Apple impide el surgimiento de canales de distribución de aplicaciones alternativos, lo que le permite mantener su carácter monopólico. A lo anterior, se suma la falta de poder de contrapeso de usuarios y de desarrolladores −quienes no cuentan con la posibilidad de negociar las políticas que gobiernan a los dispositivos iPhone[88]−, los efectos de red indirectos inherentes a este tipo de industrias tecnológicas, y los costos hundidos derivados de inversión en innovación.

102. Estos aspectos permiten concluir que Apple goza de un poder de mercado sustancial, lo que le permite actuar con independencia de competidores, desarrolladores y usuarios, atendido que no recibe presión competitiva ni poder de contrapeso eficaz.

---

[87] Tras cambios regulatorios o acuerdos con autoridades de competencia, Apple ha permitido la instalación de tiendas de aplicaciones alternativas en algunos territorios. En particular, las tiendas de aplicaciones de terceros pueden ser descargadas vía *sideloading* en Japón, Brasil y la Unión Europea. Además, en la Unión Europea, los usuarios de dispositivos iOS pueden descargar e instalar aplicaciones directamente desde la página del desarrollador, sin la necesidad de pasar por una tienda de aplicaciones.

[88] La literatura destaca que incluso actores consolidados y de gran envergadura tienen dificultades para resistirse a las condiciones que imponen los orquestadores de ecosistemas móviles, que median en la relación entre los clientes y sus servicios. En concreto, Jacobides y Lianos dan cuenta de esta dinámica para el caso particular de Apple al señalar que, en el caso de Tinder, este debe aceptar las condiciones impuestas o arriesgarse a mermar drásticamente su atractivo al perder a los usuarios de Apple, lo que restaría valor a su propia red. Lo anterior en consideración a que es poco probable que los usuarios de Apple utilicen un teléfono Android, los proveedores de productos complementarios (como aplicaciones) son fácilmente sustituibles, y los efectos de red fomentan que los usuarios permanezcan en el ecosistema de Apple. Véase Jacobides y Lianos, “Ecosystems and competition law in theory and practice”, Industrial and Corporate Change, 2021, 30, pp. 1199-1229.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

III.2.2. Mercado *aguas abajo*: distribución de bienes digitales de pago *in-app* dentro del sistema operativo iOS

103. Como se señaló *supra*, el método de distribución de la aplicación determina las opciones y condiciones en las que se pueden distribuir los bienes digitales *in-app*. Así, la posición monopólica de la App Store en el mercado de distribución de aplicaciones se traduce, *aguas abajo*, en la facultad de decidir los sistemas de facturación *in-app* habilitados para las aplicaciones que se distribuyen en iOS, y de determinar el tipo de información sobre los bienes digitales que se puede entregar a los usuarios. Como se ha señalado, el sistema IAP establecido por la App Store es el único sistema de facturación dentro del sistema operativo iOS, lo que además es reforzado por la regla *anti-steering*.

104. En ausencia de métodos alternativos de distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones, corresponde analizar si las compras efectuadas por canales externos a estas constituyen un sustituto suficientemente cercano para ejercer una presión competitiva tal que amerite incluirlas en el mismo mercado relevante.

105. La principal alternativa disponible actualmente al sistema IAP para la adquisición de bienes digitales sería la compra en las páginas web de los respectivos desarrolladores. Sin embargo, la compra a través de este canal presenta obstáculos que perjudican la experiencia del consumidor y reducen significativamente la probabilidad de que se concrete la transacción. Por una parte, la adquisición por este canal requiere que el usuario, fuera de la aplicación, realice una serie de pasos adicionales con respecto al pago *in-app* que desalientan la compra[89]. Y además, requiere que conozca que existe esta alternativa, en un contexto en que la regla *anti-steering* justamente prohíbe a los desarrolladores informar de ofertas o redirigir a los usuarios a sus sitios web.

106. De este modo, en las condiciones actuales establecidas por Apple, las ventas de bienes digitales realizadas en las páginas de los desarrolladores no constituyen una alternativa suficientemente cercana al sistema IAP, en tanto no permite que el consumidor complete la transacción y acceda al contenido de manera fluida, sin interrumpir su interacción con la aplicación[90].

---

[89] Estos pasos adicionales incluyen, al menos, salir de la aplicación, entrar al navegador, buscar la página del desarrollador, ingresar usuario y clave, agregar los bienes digitales que desean ser adquiridos, agregar el método de pago, procesar el pago y volver a la aplicación.

[90] Esta característica es fundamental para la experiencia del consumidor, quien espera poder adquirir el contenido sin salir de la aplicación. En este sentido, véase la respuesta de un desarrollador con fecha de 04 de marzo de 2025 al Oficio Ord. N°2-2025 en donde señala: "*Existe además una fricción relativa significativa al momento de descargar aplicaciones móviles o adquirir contenido o monedas*

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

107. Así, en base a los antecedentes de la Investigación se ha identificado que el mercado relevante del producto *aguas abajo* es el mercado de distribución de bienes digitales de pago *in-app* dentro del sistema operativo iOS.

108. En cuanto a la dimensión geográfica, al igual que el mercado *aguas arriba*, esta es de alcance nacional, en tanto las restricciones impuestas por la Requerida operan respecto de todos los *smartphones* Apple distribuidos dentro de Chile.

109. Como se ha señalado, el sistema IAP presente en la App Store es el único canal viable para la comercialización de bienes digitales en Chile dentro del sistema operativo iOS[91], donde Apple exhibe una posición monopólica al concentrar el 100% de las ventas de bienes digitales *in-app*.

110. Esta posición dominante es robusta al no existir alternativas de distribución de aplicaciones a la App Store en el sistema operativo iOS ni tampoco la posibilidad de comunicar o redirigir a los consumidores a alternativas a IAP para realizar la distribución de bienes digitales dentro de las aplicaciones. Así, las restricciones impuestas por la Requerida impiden cualquier entrada significativa al mercado, fortaleciendo, a la vez, su posición en el mismo.

* * *

111. Finalmente, la definición de ambos mercados relevantes es consistente con pronunciamientos de autoridades y tribunales de diversas jurisdicciones, como el Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil[92], el Tribunal de Apelaciones de

---

dentro de la aplicación desde cualquier ubicación distinta de las propias tiendas de aplicaciones (como, por ejemplo, una opción basada en la web). La realidad actual para los desarrolladores de aplicaciones móviles es que las expectativas de los consumidores en cuanto a tiempo y facilidad de uso hacen necesario que la App Store y/o la Google Play Store sean opciones disponibles para la descarga de aplicaciones o para compras dentro de las aplicaciones, a fin de poder competir". Traducción libre de: "*There is also significant relative friction to downloading mobile applications or purchasing in-app content or currency from any location (such as a web-based option) other than the app stores themselves. The current reality for the mobile application developer is that consumer experience expectations for time and friction necessitate that Apple App Store and/or Google Play Store be options for app download or in-app purchases in order to compete*".

[91] Esto contrasta con lo que ocurre en la venta de bienes físicos dentro de las aplicaciones, como alimentos o transporte. De hecho, Apple prohíbe específicamente utilizar IAP para el pago de dichos bienes.

[92] Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil (CADE), decisión de junio de 2025, Recurso Voluntario nº 08700.009932/2024-18, párrafo 247.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

Competencia del Reino Unido[93] y la Corte Federal de Australia[94], los que coinciden en aspectos centrales del análisis desarrollado por esta Fiscalía[95].

112. Tales órganos, primero, han reconocido la existencia de un mercado de distribución de aplicaciones circunscrito al ecosistema Apple, aislado de la distribución de aplicaciones en otros sistemas operativos. Asimismo, en sus decisiones han distinguido la distribución de aplicaciones propiamente tal de las transacciones de bienes digitales *in-app*. Finalmente, en aquellos casos en que se ha analizado la presión competitiva ejercida por sistemas de facturación externos a las aplicaciones, estos no han sido considerados sustitutos suficientes para ampliar los mercados definidos en torno a las transacciones *in-app*.

IV. EL DERECHO

113. La Requerida, mediante la ejecución de los hechos que se han descrito en esta presentación, ha infringido el artículo 3° incisos primero y segundo letra b) del DL 211, conforme al cual:

> "*El que ejecute o celebre, individual o colectivamente, cualquier hecho, acto o convención que impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o que tienda a producir dichos efectos, será sancionado con las medidas señaladas en el artículo 26 de la presente ley, sin perjuicio de las medidas preventivas, correctivas o prohibitivas que respecto de dichos hechos, actos o convenciones puedan disponerse en cada caso.*
>
> *Se considerarán, entre otros, como hechos, actos o convenciones que impiden, restringen o entorpecen la libre competencia o que tienden a producir dichos efectos, los siguientes:*
>
> (…)
>
> *b) La explotación abusiva por parte de un agente económico, o un conjunto de ellos, de una posición dominante en el mercado, fijando precios de compra o de venta, imponiendo a una venta la de otro producto, asignando zonas o cuotas de mercado o imponiendo a otros abusos semejantes*".

114. De acuerdo con la jurisprudencia del H. Tribunal, para que una conducta pueda ser sancionada como un abuso de posición dominante deben concurrir dos elementos: (i) un

[93] Tribunal de Apelaciones de Competencia del Reino Unido, sentencia del 23 de octubre de 2025, Dr. Rachael Kent v. Apple Inc. CAT 67 (Caso 1403/7/7/21), párrafo 308.

[94] Corte Federal de Australia, sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc [2025] FCA 900, párrafo 51.

[95] Si bien, tales decisiones responden a marcos normativos o circunstancias que no son necesariamente idénticas a las del presente caso, resultan informativas respecto de las dinámicas competitivas que caracterizan a los ecosistemas móviles.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

elemento estructural, dado por la posición de dominio del infractor, y (ii) un elemento conductual, constituido por el comportamiento abusivo de tal agente económico[96].

115. En cuanto al elemento estructural, la posición dominante supone que el agente cuenta con un poder de mercado sustantivo que le permite actuar con independencia de competidores, clientes y proveedores, en ausencia de una presión competitiva eficaz que discipline su comportamiento. Para determinar su existencia, el H. Tribunal ha considerado, entre otros elementos, la participación y concentración del mercado, las barreras a la entrada y expansión, y el poder de contrapeso de los clientes[97].

116. Como se ha expuesto a lo largo de esta presentación, la Requerida cuenta con posición dominante en los mercados de distribución de aplicaciones y de distribución de bienes digitales de pago *in-app*, en ambos casos dentro del sistema operativo iOS a nivel nacional. Esta posición se sustenta tanto por las participaciones que alcanza Apple en dichos mercados, como por la existencia de barreras a la entrada infranqueables, y la ausencia de un poder de contrapeso suficiente por parte de desarrolladores y consumidores.

117. La jurisprudencia[98] y la doctrina[99] han reconocido que sobre una empresa con posición dominante recae una especial responsabilidad de no restringir la competencia con su comportamiento. El alcance de esta responsabilidad debe determinarse atendiendo a las circunstancias específicas del caso −entre ellas, al grado de poder de mercado del agente dominante−, puesto que una conducta ejecutada por una empresa con un elevado poder de mercado presenta una mayor aptitud para producir efectos contrarios a la libre competencia[100]. Dicha responsabilidad es aún más intensa si se trata de un agente

---

[96] A modo de ejemplo, Sentencia TDLC N°216/2026, c. 131° y 132°; Sentencia TDLC N°212/2026, c. 108°; y Sentencia TDLC N°174/2020, c. 88°. En un sentido similar, la Excma. Corte Suprema en Sentencia Rol N°58.909-2016, de fecha 8 de enero de 2018, c. 6°, y Sentencia Rol N°19.938-2024, de fecha 26 de mayo de 2025, c. 3°.

[97] Sentencia TDLC N°204/2025, c. 143°; y Sentencia TDLC N°174/2020, c. 88°.

[98] Sentencia TDLC N°206/2025, c. 128°; Sentencia TDLC N°204/2025, c. 136° y 210°; Sentencia TDLC N°191/2024, c. 122°; Sentencia TDLC N°174/2020, c. 89°; Sentencia TDLC N°124/2012, c. 24°; Sentencia TDLC N°115/2011, c. 62°. En el mismo sentido, Sentencia de la Excma. Corte Suprema, Rol N°19.938-2024, de fecha 26 de mayo de 2025, c. 3°. Previamente, la Excma. Corte Suprema ya había declarado que un actor dominante debía desenvolverse con el cuidado necesario para no incurrir en ilícitos anticompetitivos y que debía prever los efectos de su comportamiento en el mercado. Sentencia de la Excma. Corte Suprema, Rol N°11.968-2011, de fecha 4 de diciembre de 2012, c. 18° y 19°.

[99] O'DONOGHUE QC, R. y PADILLA, J. (2020), *The Law and Economics of Article 102 TFEU.* Hart Publishing, 3ª ed., pp. 264-265.

[100] Sentencia TDLC N°204/2025, c. 136°; y Sentencia TDLC N°115/2011, c. 62°.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

monopólico, como es el caso de Apple en los mercados afectados, lo que lleva a que el estándar de conducta exigible sea superior.

118. En cuanto al elemento conductual, las condiciones impuestas por Apple en los mercados antes referidos constituyen comportamientos abusivos, en tanto han producido, o han tendido a producir, efectos contrarios a la libre competencia. Estas conductas inciden tanto sobre las posibilidades de acceso y distribución de aplicaciones dentro del sistema operativo iOS, como sobre las condiciones bajo las cuales los consumidores pueden adquirir bienes digitales una vez que acceden a ellas.

119. En el mercado de distribución de aplicaciones, Apple ha prohibido la descarga de aplicaciones y tiendas de aplicaciones a través de *sideloading*. Esta restricción ha impedido que existan canales de distribución alternativos a la App Store, lo que a su vez ha suprimido cualquier posibilidad de presión competitiva en tal mercado.

120. Por su parte, en el mercado de distribución de bienes digitales de pago *in-app*, Apple ha impuesto dos restricciones que, aunque distinguibles una de otra, operan de manera complementaria. En primer lugar, obliga a los desarrolladores que comercializan bienes digitales dentro de sus aplicaciones a utilizar IAP, impidiendo que mecanismos alternativos puedan competir directamente y que el consumidor pueda optar por alguno de ellos. Al impedir la incorporación de sistemas alternativos dentro de las aplicaciones, Apple restringe las condiciones bajo las cuales los usuarios pueden adquirir bienes digitales.

121. En segundo lugar, mediante la regla *anti-steering*, Apple prohíbe que los desarrolladores dentro de la aplicación proporcionen a los consumidores un enlace directo a una página web que contenga un método de compra alternativo al IAP, y que informen a los consumidores acerca de la existencia de formas alternativas de pagar por los bienes digitales que consumirán dentro de la aplicación que utilizarán en sus dispositivos iPhone, así como eventualmente de ofertas en tales canales. Producto de dicha limitación, los consumidores ven reducida su capacidad para conocer y comparar las alternativas realmente disponibles, y enfrentan dificultades para acceder directamente a ellas mediante enlaces u otros mecanismos de redireccionamiento. Estas restricciones pueden producir tanto daños competitivos monetarios −cuando impiden al consumidor conocer alternativas disponibles a menores precios− como daños competitivos no monetarios derivados de mayores costos de búsqueda y una experiencia de contratación degradada. La Comisión

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

Europea constató precisamente este tipo de afectaciones respecto de las reglas *anti-steering* aplicadas por Apple a los servicios de *streaming* de música[101].

122. Cabe hacer presente que, si bien cada práctica es apta para afectar la libre competencia, la real extensión del daño viene dada por el efecto acumulativo de las restricciones en cada uno de los mercados involucrados[102].

123. Una vez constatada la existencia de un abuso, la empresa que goza de posición dominante puede proporcionar una justificación a su comportamiento o acreditar que éste produce eficiencias que contrarresten cualquier eventual efecto anticompetitivo, correspondiéndole alegar y acreditar tales aspectos[103].

124. La justificación se refiere a alguna razón objetiva, desde el punto de vista económico, que explique adecuadamente su conducta. Por su parte las eficiencias, para ser atendibles, deben: (i) resultar veraces; (ii) servir de contrapeso efectivo a los riesgos y/o efectos anticompetitivos generados por la restricción; y (iii) ser logradas únicamente mediante la conducta anticompetitiva, lo que significa verificar si existen alternativas realistas y menos restrictivas de la competencia[104].

125. Como hemos indicado al describir los hechos, durante la Investigación, la Requerida ha intentado ofrecer algunas justificaciones a la implementación de estas restricciones. Sin embargo, tal como se expresó en el capítulo II, esta FNE ha podido constatar −como también lo podrá hacer el H. Tribunal en este proceso judicial− que ninguna de las razones esgrimidas por la Requerida constituye una razón objetiva o una justificación de eficiencia desde el punto de vista de la libre competencia, por lo que su comportamiento debe ser calificado como anticompetitivo.

126. En suma, la Requerida ha ejecutado un abuso de posición dominante mediante las prácticas descritas a lo largo del Requerimiento.

---

[101] Comisión Europea, decisión de 4 de marzo de 2024, Apple – App Store Practices (music streaming), Caso AT.40437.

[102] A modo ejemplar, se ha señalado que "[l]*a combinación de restricciones verticales tenderá a incrementar los efectos y/o riesgos anticompetitivos*". FNE, "Guía para el Análisis de Restricciones Verticales" (2014), p. 15.

[103] Sentencia TDLC N°209/2026, c. 167°; y, Sentencia TDLC N°204/2025, c. 173°.

[104] FNE, "Guía para el Análisis de Restricciones Verticales" (2014), p. 20 y 23.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

V. SANCIONES Y MEDIDAS SOLICITADAS

127. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3° del DL 211, las conductas contrarias a la libre competencia serán sancionadas con las medidas señaladas en el artículo 26 del mismo cuerpo legal, sin perjuicio de las medidas preventivas, correctivas o prohibitivas que adicionalmente pueda disponer el H. Tribunal. En el presente caso, junto con que se declare que la Requerida ha infringido el artículo 3° incisos primero y segundo letra b) del DL 211, la FNE solicita la imposición de sanciones y medidas que resulten proporcionales a la magnitud y gravedad de la conducta ilícita, y que cuenten con suficiente eficacia disuasiva.

V.1. Multa solicitada en contra de la Requerida

128. De conformidad con lo establecido en el artículo 26 letra c) del DL 211, dentro de las circunstancias que se han de considerar para la determinación de la multa se encuentra el beneficio económico obtenido con motivo de la infracción, la gravedad de la conducta, la capacidad económica del infractor y el efecto disuasivo de la sanción. Además, teniendo en consideración, por un lado, que los criterios del artículo 26 del DL 211 no son taxativos, y, por otro lado, la existencia de directrices establecidas en la Guía Interna para Solicitudes de Multa de la FNE de 2019 (en adelante, "**Guía de Multas**"), también resulta pertinente considerar para determinar la multa, la conciencia de ilicitud del comportamiento, la duración del ilícito denunciado, y la afectación o restricción a la innovación.

129. En cuanto a la gravedad de la conducta se debe tener en cuenta que la Requerida: (i) exhibe una posición monopólica en los mercados en que inciden las conductas acusadas, debiendo actuar, por lo tanto, sujeta a un especial deber de cuidado, y (ii) que las restricciones descritas en el Requerimiento han producido o tendido a producir una serie de efectos anticompetitivos en los dos mercados afectados, lo que incluso impacta en la estructura de éstos.

130. Además de la gravedad de la conducta, y de conformidad con el artículo 26 letra c) del DL 211, debe ser considerado también el efecto disuasivo de la multa al momento de determinar su magnitud. En este sentido, nuestra Excma. Corte Suprema ha señalado:

> "*Preciso es hacer constar, además, que en esta materia es del todo relevante el efecto disuasivo que se espera de la sanción que se imponga, en tanto desincentive de*

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

persistir en conductas como las investigadas, pese a la potencialidad de beneficios que pudieran significar"[105].

131. Respecto a su posición dominante, como se expuso previamente, la Requerida ha concentrado el 100% de la participación de mercado, tanto en la distribución de aplicaciones, como en la venta de bienes digitales dentro de las aplicaciones, ambos en el sistema operativo iOS y a nivel nacional. Asimismo, los potenciales competidores enfrentan significativas barreras a la entrada por los efectos de red, costos hundidos derivados de inversión en innovación, y las mismas restricciones que impone la Requerida. A lo anterior se suma la falta de poder de contrapeso de desarrolladores y usuarios, quienes no cuentan con la posibilidad de negociar las políticas que gobiernan el ecosistema de Apple.

132. Además, existen antecedentes que revelan que la Requerida tendría conocimiento de la ilicitud de su actuar, a raíz de la existencia de precedentes en otras jurisdicciones, por hechos similares a los acusados en este Requerimiento, que demuestran el carácter anticompetitivo de las conductas acusadas[106]. No obstante, Apple decidió mantener las restricciones en Chile, al igual que en las demás jurisdicciones en las que no ha sido compelida a dejarlas sin efecto, o no ha acordado con la respectiva autoridad su supresión o modificación.

133. Asimismo, es necesario considerar que, durante el periodo acusado, Apple concentró la totalidad de las ventas en los mercados concernidos, pues la propia naturaleza de las conductas acusadas impide el ingreso de nuevos competidores que pudieran contrarrestar su poder de mercado.

134. Adicionalmente, las conductas han afectado o, al menos, han tenido la aptitud de afectar la innovación en los mercados de distribución de aplicaciones y de distribución de bienes digitales *in-app*, ambos en el sistema operativo iOS, en donde la competencia incide en la eficiencia asignativa y también en los incentivos a introducir nuevos y mejores productos, servicios, procesos de producción y modelos de negocio, lo que en definitiva aumenta el bienestar de los consumidores.

---

[105] Al respecto, sentencia de la Excma. Corte Suprema, en causa Rol N°7600-22, de fecha 26 de julio de 2023, c. 21°. En el mismo sentido Sentencia de la Excma. Corte Suprema en causa Rol N°19.938-24, de fecha 26 de mayo de 2025, c. 21°.

[106] Así es el caso de las sentencias en contra de Apple por parte del Tribunal de Apelaciones de Competencia del Reino Unido (sentencia del 23 de octubre de 2025, Dr. Rachael Kent v. Apple Inc. CAT 67, Caso 1403/7/7/21) y de la sentencia de la Corte Federal de Australia (sentencia del 12 de agosto de 2025, Epic Games, Inc v Apple Inc FCA 900). Además, en el mismo año, Apple llegó a un acuerdo con el Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil, a partir del cual se permite la distribución de tiendas de aplicaciones de terceros y de medios de pagos alternativos *in-app* en iOS.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

135. Por último, el artículo 26 del DL 211 establece que el monto de la multa considerará la capacidad económica del infractor. Según lo ha indicado el H. Tribunal "*la proporcionalidad de la multa aplicable a la infracción acreditada debe ser evaluada en conjunto con la capacidad económica del infractor, en tanto la sanción no puede ser de un monto tal que sea desatendida por la infractora, y debe desincentivar conductas de incumplimiento*"[107]. Así, en este caso particular, se debe tener en especial consideración el tamaño de Apple, empresa que genera cuantiosos ingresos a nivel nacional y mundial[108].

136. Para cuantificar la multa solicitada ante el H. TDLC, esta Fiscalía utiliza una metodología de dos etapas: (i) determinación del Monto Base, y luego (ii) ajuste en consideración de determinadas circunstancias que pueden aumentar o reducir el Monto Base.

137. Así, en razón de las circunstancias señaladas precedentemente, lo prescrito por el artículo 26 letra c) del DL 211 y la aplicación de las directrices establecidas en la Guía de Multas, esta Fiscalía ha determinado un Monto Base de 61.585 Unidades Tributarias Anuales (en adelante, "**UTA**"), equivalente al 20% de las ventas de las líneas de productos y servicios asociados a la infracción durante el periodo acusado, conforme a la información aportada por la propia empresa a la Investigación desarrollada por la FNE[109], por haber abusado de su posición dominante al imponer restricciones que tenían por objeto impedir, restringir y entorpecer la competencia, o tender a producir dichos efectos. Este monto se determinó en atención a la naturaleza del ilícito, el efecto disuasorio de la sanción y el beneficio económico obtenido con motivo de la infracción.

138. El Monto Base se ajusta considerando aquellas circunstancias que, de acuerdo con el artículo 26 letra c) del DL 211 y la Guía de Multas, deben ponderarse para efectos de aumentar o reducir la multa. De esta forma, esta Fiscalía, teniendo en consideración el carácter monopólico de Apple en los mercados en que incide la infracción, la existencia de antecedentes que revelan el conocimiento de la ilicitud en el actuar y la afectación de la innovación en mercados donde el bienestar de los consumidores depende de ella, ha determinado que el Monto Base debe incrementarse en 30.793 UTA, equivalentes al 10%

[107] Sentencia TDLC N°190/2024, c. 124°.

[108] En el contexto de la Investigación, Apple informó ingresos derivados de la App Store para Chile. A nivel global, Apple informó ingresos por US$ 416.161 millones en 2025, de los cuales US$109.158 corresponden a servicios, entre los que se encuentran los ingresos derivados de la App Store. Véase Apple Inc., Form 10-K, Informe Anual 2025, U.S. Securities and Exchange Commission, p. 36.

[109] Se consideran los ingresos informados por Apple derivados de las facturaciones generadas en la tienda App Store de Chile, para transacciones móviles en iPhone.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

de las ventas de las líneas de productos y servicios asociados a la infracción durante el periodo acusado.

139. Así, en definitiva, esta Fiscalía solicita al H. Tribunal que se imponga a Apple una multa de 92.378 UTA, equivalentes al 30% de las ventas de las líneas de productos y servicios asociados a la infracción durante el periodo acusado.

V.2. Medidas preventivas, correctivas y/o prohibitivas solicitadas

140. Consideradas las prácticas descritas en el presente Requerimiento, resulta necesario que el H. Tribunal adopte diversas medidas con el fin de prevenir, corregir y prohibir las restricciones a la competencia identificadas en esta presentación. Tales medidas, como se verá, son proporcionales y resultan indispensables para prevenir las distorsiones al proceso competitivo, tanto en el mercado de distribución de aplicaciones como en el de distribución de bienes digitales *in-app*. En este sentido, atendidos los efectos actuales y potenciales que generan las prácticas de la Requerida sobre la libre competencia, se solicita al H. Tribunal que, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 3° y 26 del DL 211, ordene a Apple implementar las siguientes medidas preventivas, correctivas y/o prohibitivas:

(i) Habilitar la descarga lateral o *sideloading* de aplicaciones y tiendas de aplicaciones de terceros en *smartphones* con el sistema operativo iOS, y permitir su funcionamiento, con expresa prohibición de incluir todo tipo de instancias, acciones o mensajes injustificados y/o desproporcionados que desincentiven o tengan la aptitud para desincentivar tal descarga, así como restricciones técnicas que tengan tal objeto o efecto;

(ii) Permitir a los desarrolladores habilitar el uso de sistemas alternativos de facturación dentro de las aplicaciones, sin perjuicio de mantener, en aquellos casos en que lo requieran, el sistema de facturación de Apple;

(iii) Permitir a los desarrolladores que dentro de la aplicación puedan dirigir a los usuarios a sistemas de facturación fuera de la aplicación sin fricciones o desincentivos al uso de esta alternativa. Esto incluye, al menos, botones, enlaces o cualquier mecanismo equivalente dentro de la aplicación y/o en los flujos de la interfaz de usuario;

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

(iv) Permitir a los desarrolladores informar a los usuarios, dentro y fuera de las aplicaciones, sobre sistemas de facturación alternativos, precios, promociones, y cualquier dato relativo a sus productos y servicios;

(v) Cesar la ejecución de cualquier conducta que, en los términos descritos en el presente Requerimiento, impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o tienda a producir tales efectos; y,

(vi) Dar cumplimiento a estas medidas de buena fe, de manera tal que no podrá imponer ninguna otra restricción técnica o contractual, o condición comercial, que vulnere su propósito.

141. Lo anterior, sin perjuicio que de conformidad al artículo 3° inciso primero del DL 211, el H. Tribunal pueda imponer otras medidas preventivas, correctivas o prohibitivas que estime del caso disponer, incluyendo específicamente aquellas destinadas a facilitar el acceso de los usuarios a nuevos canales de distribución de aplicaciones y de bienes digitales.

142. Finalmente, se solicita que la Requerida sea expresamente condenada en costas.

POR TANTO, con el mérito de lo expuesto y de lo dispuesto en los artículos 1°, 2°, 3°, 5°, 18 y siguientes, 26 y 39 del DL 211, así como las demás normas legales citadas y aplicables,

AL H. TRIBUNAL RESPETUOSAMENTE PIDO: Tener por deducido Requerimiento en contra de Apple, someterlo a tramitación y, en definitiva:

1. Declarar que la Requerida ha infringido el artículo 3º incisos primero y segundo letra b) del DL 211, al ejecutar las conductas descritas en esta presentación;

2. Imponer a Apple una multa ascendente a 92.378 UTA o el monto que el H. Tribunal considere ajustado a derecho; y,

3. Ordenar a la Requerida:

    a. Habilitar la descarga lateral o *sideloading* de aplicaciones y tiendas de aplicaciones de terceros en *smartphones* con el sistema operativo iOS, y permitir su funcionamiento, con expresa prohibición de incluir todo tipo de

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

instancias, acciones o mensajes injustificados y/o desproporcionados que desincentiven o tengan la aptitud para desincentivar tal descarga, así como restricciones técnicas que tengan tal objeto o efecto;

b. Permitir a los desarrolladores habilitar el uso de sistemas alternativos de facturación dentro de las aplicaciones, sin perjuicio de mantener, en aquellos casos en que lo requieran, el sistema de facturación de Apple;

c. Permitir a los desarrolladores que dentro de la aplicación puedan dirigir a los usuarios a sistemas de facturación fuera de la aplicación sin fricciones o desincentivos al uso de esta alternativa. Esto incluye, al menos, botones, enlaces o cualquier mecanismo equivalente dentro de la aplicación y/o en los flujos de la interfaz de usuario;

d. Permitir a los desarrolladores informar a los usuarios, dentro y fuera de las aplicaciones, sobre sistemas de facturación alternativos, precios, promociones, y cualquier dato relativo a sus productos y servicios;

e. Cesar la ejecución de cualquier conducta que, en los términos descritos en el presente Requerimiento, impida, restrinja o entorpezca la libre competencia, o tienda a producir tales efectos; y,

f. Dar cumplimiento a estas medidas de buena fe, de manera tal que no podrá imponer ninguna otra restricción técnica o contractual, o condición comercial, que vulnere su propósito.

4. Establecer cualquier otra medida preventiva, correctiva o prohibitiva que estime del caso disponer, incluyendo específicamente aquellas destinadas a facilitar el acceso de los usuarios a nuevos canales de distribución de aplicaciones y de bienes digitales.

5. Condenar a la Requerida al pago de las costas del presente juicio.

PRIMER OTROSÍ: Sin perjuicio de la individualización de la Requerida y sus apoderados en lo principal de esta presentación, para efectos de lo dispuesto en el artículo 21 inciso segundo del DL 211, solicito tener presente que la sociedad Apple Chile Comercial Limitada, RUT N°76.203.916-8, es filial de la Requerida. Su representante es el Sr. Stefan Bernhard Wahlstrom, domiciliado para estos efectos en Cerro El Plomo N°5630, torre 8,

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

piso 20, comuna de Las Condes, quien puede ser notificado alternativamente a los apoderados de Apple indicados en lo principal.

SEGUNDO OTROSÍ: Solicito al H. Tribunal tener presente que, para efectos de practicar la notificación del Requerimiento de autos y de realizar todas aquellas diligencias en las que durante la prosecución del proceso sea necesaria la intervención de un ministro de fe público, y sin perjuicio de la facultad de esta parte de revocar dicha designación o designar nuevos ministros de fe en cualquier momento, señalo los siguientes receptores judiciales:

1. Carmen Balboa Quezada, RUT N°10.367.686-K, domiciliada en calle Compañía Nº1390, oficina 701, Santiago, correo electrónico cbalboaq@gmail.com.

2. Marcos Gacitúa Guerrero, RUT N°10.892.643-0, domiciliado en pasaje Rosa Rodríguez N°1375, oficina 414, Santiago, correo electrónico receptormarcosgacitua@gmail.com.

3. Heric Cendoya Álvarez, RUT N°13.524.658-1, domiciliado en Doctor Sótero del Río N°508, oficina 512, comuna de Santiago, correo electrónico receptorcendoya@hotmail.com.

4. María Leandra Gómez García, RUT N°15.353.199-4, domiciliada en Compañía de Jesús N°1357, piso 9, comuna de Santiago, correo electrónico marialeandragomez.receptora@gmail.com.

TERCER OTROSÍ: Solicito al H. Tribunal tener presente que mi personería para representar a la Fiscalía Nacional Económica consta en el Decreto Supremo N°45, de 2023, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, mediante el cual se me nombra en el cargo de Fiscal Nacional Económico, y que acompaño en este acto.

CUARTO OTROSÍ: Solicito al H. Tribunal tener presente que, en mi calidad de abogado habilitado para el ejercicio de la profesión, asumiré personalmente el patrocinio y la representación judicial de la Fiscalía Nacional Económica en estos autos. Sin perjuicio de lo anterior, por este acto confiero poder a los abogados habilitados para el ejercicio de la profesión Víctor Santelices Ríos, Eduardo Aguilera Valdivia, Adolfo Weber Wenzel y Gastón Gómez Aninat, todos de mi mismo domicilio, los que podrán actuar indistintamente en forma separada o conjunta, y que firman en señal de aceptación.

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl

FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

QUINTO OTROSÍ: En cumplimiento de lo prescrito por el artículo 49 del Código de Procedimiento Civil, fijo como medio de notificación electrónica de esta parte la siguiente casilla de correo electrónico: notificaciones@fne.gob.cl.

Víctor Hugo Santelices Ríos

Firmado digitalmente por Víctor Hugo Santelices Ríos
Fecha: 2026.11.23 18:38:44 -03'00'

Jorge David Grunberg Pilowsky

Firmado digitalmente por Jorge David Grunberg Pilowsky
Fecha: 2026.11.23 18:33:51 -03'00'

Eduardo Andrés Aguilera Valdivia

Firmado digitalmente por Eduardo Andrés Aguilera Valdivia
Fecha: 2026.11.23 18:41:42 -03'00'

Gustavo Adolfo Weber Wenzel

Firmado digitalmente por Gustavo Adolfo Weber Wenzel
Fecha: 2026.11.23 18:43:00 -03'00'

Gastón Alfonso Gómez Aninat

Firmado digitalmente por Gastón Alfonso Gómez Aninat
Fecha: 2026.11.23 18:44:49 -03'00'

Huérfanos N°670.
Pisos 8, 9 y 10.
Santiago de Chile
Tel. (56 2) 27 535 600
www.fne.gob.cl