

Economía Digital / Regulación Digital / Tendencias Digitales

Desafiando a las grandes tecnológicas: competencia y regulación

Expansión (España)

Edward Corcoran / Fernando Soto

Tras un ascenso meteórico a la cima de la lista de firmas más valiosas del mundo, las grandes tecnológicas están bajo una presión creciente. Además de las diversas implicaciones democráticas, sociales y fiscales, su gran poder económico y su posible impacto negativo sobre la competencia e innovación las ponen en el centro del debate político.

Las autoridades europeas, que han aplicado con mayor rigor la política antimonopolios -imponiendo multas por 8.000 millones de euros a Google, además de valorar medidas sobre Amazon y Facebook-, se sitúan en la vanguardia. A pesar de esto, varias voces apuntan a una reacción tardía, sólo años después de que el perjuicio se haya producido.

En respuesta, están en marcha diversos planes de trabajo para actualizar la política de competencia. Alemania ha propuesto cambios en su ley nacional, y la Comisión Europea ha señalado que revisará su enfoque, por ejemplo con modificaciones respecto a cómo se definen los mercados digitales.

Asimismo, está emergiendo un consenso sobre la necesidad de abordar los problemas preventivamente en lugar de esperar a recoger platos rotos. Hasta ahora se ha reservado este tipo de intervención para sectores específicos, como telecomunicaciones o energía. Al respecto, la Comisión Europea anunció la semana pasada una estrategia digital en la que explorará una nueva regulación, avanzando sobre una iniciativa reciente que intenta mejorar la transparencia acerca de cómo actúan las plataformas. Más que señalar a estas con el dedo acusador sólo por el hecho de ser grandes, el objetivo es sentar las bases para impulsar un campo de juego justo que fomente el desarrollo del sector digital.

La pregunta es cómo lograrlo. El desafío será equilibrar los evidentes beneficios que ya proporcionan grandes tecnológicas, con los costes a la competencia e innovación que podrían desprenderse de su presencia cada vez más hegemónica. En este contexto, ¿cuáles son los problemas y qué podemos esperar de la regulación?

Primero, las plataformas digitales son eslabones esenciales de la nueva economía: controlan el acceso a los mercados y establecen condiciones para operar en los mismos. Si desarrollas una *app*, pasas por un *app store*. Si vendes por Internet, tus potenciales clientes te encontrarán a través de Google o Amazon. Entonces, ¿cómo asegurar que las plataformas no abusen de este rol para discriminar en favor de sus propios servicios? Una propuesta es asegurar la neutralidad en los términos de acceso que evite ventajas artificiales que restrinjan la competencia al interior de ellas y en mercados conectados.

Segundo, a medida que las plataformas exitosas crecen, se retroalimentan con los llamados efectos de red. El mayor tamaño de estas es un atributo valorado: lo que quiere un usuario es encontrar un contacto en WhatsApp. Y con su tamaño y posición como eslabón, acumulan una gran cantidad de datos críticos, permitiendo mejorar sus servicios y atraer nuevos usuarios. Todo lo anterior puede generar eficiencias, pero también dificulta la aparición de competidores, incluso por los elevados costes para el usuario a migrar a nuevas plataformas. ¿Quién podría competir hoy con un servicio de buscadores o en la distribución de publicidad dirigida?

Una solución a este posible fallo de mercado podría ser dar el acceso de terceros a datos esenciales para incentivar la entrada de potenciales competidores. Alternativamente, una solución complementaria puede ser permitir a los usuarios mover sus datos -en un formato y calidad estandarizada- de una empresa a otra, o incluso requerir que los servicios sean interoperables. Además, esto conseguiría dar más control a las personas sobre sus datos y facilitar un acceso más diverso a la materia prima de la innovación digital.

En definitiva, la Comisión está reaccionando al fuerte interés público y político con un enfoque de política de competencia más activo y actualizado, pero por otro lado queda por ver si las nuevas medidas regulatorias serán lo suficientemente efectivas como para abordar los problemas subyacentes derivados de las grandes plataformas y ecosistemas del entorno digital.

Es más, las grandes plataformas digitales operan de forma transfronteriza y la mayoría se origina fuera de Europa. Esto significa que como sociedad global debemos ir más allá de esfuerzos unilaterales y buscar acuerdos multilaterales. Una tarea difícil en nuestros tiempos.

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.

INTERESADOS DIRIGIRSE A:

BBVA Research: Calle Azul, 4. Edificio La Vela – 4ª y 5ª planta. 28050 Madrid (España).
Tel.: +34 91 374 60 00 y +34 91 537 70 00 / Fax: +34 91 374 30 25
bbvaresearch@bbva.com www.bbvaresearch.com

