

Índice General

Página

INTRODUCCIÓN

JERÓNIMO MAILLO GONZÁLEZ-ORÚS Y DANIEL ESCODA VILLACORTA	21
---	----

CAPÍTULO 1

LA DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE EN LOS MERCADOS DIGITALES

ENRIQUE CAÑIZARES Y VALERIO SODANO	25
1. El papel de la definición del mercado relevante	25
2. El caso de las plataformas de varios lados	30
2.1. <i>La definición de un mercado único o mercados separados....</i>	32
2.2. <i>La aplicación del test SSNIP a las plataformas de varios lados.....</i>	37
3. El caso de los productos de precio cero	39
4. El caso de los ecosistemas digitales.....	44
5. Conclusiones.....	50

CAPÍTULO 2

PODER DE MERCADO Y POSICIÓN DE DOMINIO EN LOS MERCADOS DIGITALES

PABLO VELASCO SANZO	53
1. Introducción.....	53

	<i>Página</i>
2. Los mercados digitales y el derecho de la competencia	55
3. Características de los mercados digitales relevantes para el análisis de competencia	58
3.1. <i> Mercados de dos caras o multilaterales (“multi-sided markets”)</i>	<i>58</i>
3.2. <i> Efectos de red (“network effects”)</i>	<i>61</i>
3.3. <i> Multiconexión (multi-homing)</i>	<i>64</i>
3.4. <i> Economías de escala</i>	<i>66</i>
3.5. <i> Efectos de aprendizaje (“feedback effects”)</i>	<i>67</i>
3.6. <i> El ganador se lo queda todo o la teoría del primer entrante (“Winner takes it all”)</i>	<i>69</i>
4. Potenciales problemas de competencia en los mercados digitales	69
5. Conclusiones	74
6. bibliografía	75

CAPÍTULO 3

NUEVAS FORMAS DE COLABORACIÓN HORIZONTAL ANTICOMPETITIVA: COLUSIÓN ALGORÍTMICA Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS POR LA IA

FERNANDO DíEZ ESTELLA	77
1. Introducción: mercados digitales y fijación de precios	77
2. Funcionamiento de los algoritmos respecto a los precios.....	80
2.1. <i> Concepto y enfoques posibles.....</i>	<i>80</i>
2.2. <i> Diversas clasificaciones propuestas</i>	<i>84</i>
2.3. <i> La perspectiva regulatoria</i>	<i>87</i>
3. El Derecho de Competencia frente a la colusión algorítmica.	90
3.1. <i> Las Teorías del daño antitrust</i>	<i>90</i>
3.1.1. <i> El algoritmo en el esquema hub & spoke</i>	<i>92</i>
3.1.2. <i> Colusión algorítmica explícita</i>	<i>96</i>
3.1.3. <i> Colusión algorítmica tácita.....</i>	<i>98</i>

	<i>Página</i>
3.2. <i>La tipificación de la conducta</i>	102
3.3. <i>Problemas prácticos de enforcement</i>	104
3.3.1. <i>Detección de la conducta infractora</i>	104
3.3.2. <i>Atribución de responsabilidad</i>	108
4. Otros ejemplos prácticos de fijación de precios por la IA	111
5. Valoración final y conclusiones	114
6. Bibliografía	116

CAPÍTULO 4

ACUERDOS VERTICALES EN MERCADOS DIGITALES

AITOR ZURIMENDI ISLA	125
1. Restricciones verticales en mercados digitales y de distribución online	125
2. Efectos económicos de los acuerdos verticales en mercados digitales	132
2.1. <i>Efectos anticompetitivos: riesgos exclusionarios, de auto-preferencia y de geoblocking</i>	132
2.2. <i>Potenciales efectos procompetitivos: el denominado parasitismo de certificado online</i>	135
3. ¿Responde el reglamento 720/2022 a la realidad digital?	137
3.1. <i>Regla general: cuota de mercado y poder de mercado en el mundo digital</i>	137
3.2. <i>Restricciones relativas a la distribución online en la distribución selectiva y exclusiva. El geoblocking</i>	141
3.3. <i>Las cláusulas de paridad</i>	145

CAPÍTULO 5

APLICACIÓN DE LA PROHIBICIÓN DEL ABUSO DE POSICIÓN DE DOMINIO EN MERCADOS DIGITALES

ALFONSO LAMADRID DE PABLO Y NIEVES BAYÓN FERNÁNDEZ ...	153
1. Introducción	153

	<i>Página</i>
2. Desarrollos en relación con la aplicación del artículo 102 TFUE en mercados digitales	160
2.1. <i>La relevancia del principio del competidor igualmente eficiente</i>	<i>161</i>
2.2. <i>Intervención del derecho de la competencia en relación con la integración vertical de empresas en posición de dominio.</i>	<i>163</i>
2.3. <i>La evolución de la doctrina sobre negativa a contratar y negativas de acceso por parte de empresas en posición de dominio.....</i>	<i>169</i>
2.4. <i>La emergencia de los abusos basados en la imposición de condiciones no equitativas.....</i>	<i>175</i>
3. Conclusión	181

CAPÍTULO 6

CONTROL DE CONCENTRACIONES EN LA ERA DIGITAL: SUPERAR LAS BRECHAS ENTRE EL REGLAMENTO DE CONCENTRACIONES Y LA DMA

JERÓNIMO MAILLO GONZÁLEZ-ORÚS Y MIGUEL VERDEGUER SEGARRA	183
1. Introducción.....	183
2. Ámbito de aplicación jurisdiccional: especial atención al caso <i>Illumina/Grail</i> y el reto de las <i>Killer Acquisitions</i>	185
2.1. <i>El control de concentraciones en la UE y sus umbrales jurisdiccionales</i>	<i>185</i>
2.2. <i>El auge de las killer acquisitions en la economía digital</i>	<i>188</i>
2.3. <i>El artículo 22 EUMR y el punto de inflexión del caso <i>Illumina/Grail</i></i>	<i>190</i>
2.4. <i>Convergencias necesarias: hacia un control de concentraciones alineado con la estrategia digital europea</i>	<i>196</i>
3. Análisis de compatibilidad: evaluación sustantiva en la economía digital.....	198
3.1. <i>Adecuación del test SIEC al análisis de las concentraciones en los mercados digitales</i>	<i>198</i>

	<i>Página</i>
3.2. <i>El impacto del Informe Draghi: “innovación” y la competitividad de la UE.....</i>	203
4. ¿Aborda la DMA las lagunas del control de concentraciones?	207
4.1. <i>Adquisiciones por debajo de umbral en la economía digital.</i>	207
4.2. <i>La obligación de notificación en la DMA: el artículo 14.....</i>	210
4.3. <i>El Reglamento de Concentraciones y la Ley de Mercados Digitales: ¿Complementariedad o conflicto?.....</i>	212
5. Bibliografía	217

CAPÍTULO 7

AYUDAS DE ESTADO, SERVICIOS DE INTERÉS ECONÓMICO GENERAL Y MERCADOS DIGITALES

JAVIER PORRAS BELARRA.....	225
1. Introducción.....	225
2. Marco jurídico general de las ayudas de Estado en la Unión Europea	226
2.1. <i>Tipos de ayudas y mecanismos de control.....</i>	227
2.1.1. <i>Ayudas que resultan directamente compatibles (art. 107 TFUE, apartado 2).....</i>	227
2.1.2. <i>Ayudas que pueden declararse compatibles (art. 107 TFUE, apartado 3).....</i>	227
2.1.3. <i>Otras formas de ayudas “exentas” de notificación</i>	228
2.2. <i>Evolución y tendencias recientes.....</i>	228
2.2.1. <i>El impacto del programa Next Generation EU</i>	229
2.2.2. <i>Transición ecológica y sostenibilidad como ejes de compatibilidad.....</i>	230
2.2.3. <i>Digitalización, inteligencia artificial y ayudas a la innovación tecnológica</i>	230
2.3. <i>Mayor flexibilidad y orientación hacia objetivos de interés común.....</i>	231
2.4. <i>Hacia un nuevo paradigma de política de ayudas europea ..</i>	232

	<i>Página</i>
3. Los Servicios de Interés Económico General	232
3.1. <i>Concepto y base jurídica.....</i>	233
3.2. <i>Compensación de servicio público y ayudas de Estado</i>	233
3.3. <i>Jurisprudencia Altmark Trans (C-280/00): los cuatro criterios</i>	236
3.4. <i>Paquete SIEG de la Comisión Europea</i>	238
4. Competencia y regulación en los mercados digitales.....	244
4.1. <i>Instrumentos regulatorios europeos recientes.....</i>	245
4.2. <i>Problemas específicos de competencia</i>	246
5. Interacción entre ayudas de Estado, SIEG y mercados digi- tales.....	247
5.1. <i>Compatibilidad de ayudas de Estado en sectores digitales ...</i>	248
5.2. <i>Ayudas para desplegar infraestructura digital (banda an- cha, 5G, IA).....</i>	249
5.3. <i>Reglas de compatibilidad y evaluación económica</i>	250
5.4. <i>Riesgos de falsear la competencia en mercados emergentes .</i>	251
5.5. <i>Los SIEG en el contexto digital.....</i>	252
5.5.1. <i>Plataformas públicas o servicios digitales universales (conectividad rural)</i>	252
5.5.2. <i>Garantía de acceso y neutralidad tecnológi- ca.....</i>	253
5.5.3. <i>Equilibrio entre intervención pública y com- petencia efectiva.....</i>	253
5.5.4. <i>Dificultad de delimitar “servicio económico de interés general” en entornos digitales</i>	253
5.5.5. <i>Problemas de transparencia y selectividad en ayudas tecnológicas.....</i>	254
5.6. <i>Conclusión del Abogado General Pitruzzella en el asunto C-465/20 P (Comisión c. Irlanda, Apple Sales International y Apple Operations Europe)</i>	254
6. Conclusiones.....	256
7. Bibliografía	257
8. Legislación y jurisprudencia	259

CAPÍTULO 8

LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DIGITALES BÁSICOS DE PLATAFORMA

DANIEL ESCODA VILLACORTA.....	261
1. Introducción.....	261
2. La disputabilidad y la equidad de los mercados digitales en la Unión Europea como bienes jurídicos a proteger.....	263
2.1. <i>Relación con la normativa de Competencia.....</i>	266
3. Ámbito objetivo. Los servicios digitales regulados.....	268
3.1. <i>Concepto y tipos de servicios básicos de plataforma.....</i>	268
3.2. <i>Motivaciones para su regulación</i>	270
3.3. <i>Ampliación de la lista a nuevos servicios básicos de plataforma La Inteligencia Artificial</i>	271
4. Ámbito subjetivo. Los guardianes de acceso	273
4.1. <i>Requisitos materiales. Empresa con poder de mercado</i>	273
4.2. <i>Requisito formal. Designación por la Comisión Europea</i>	277
5. Obligaciones y prohibiciones a los guardianes de acceso	278
5.1. <i>Riesgos a neutralizar y fallos de mercado a reparar</i>	279
5.2. <i>Tipología de obligaciones</i>	280
6. Gobernanza del Reglamento de Mercados Digitales. Poderes y competencias para asegurar su cumplimiento	285
6.1. <i>La Comisión Europea</i>	286
6.2. <i>Los Estados Miembros.....</i>	290
6.2.1. <i>Autoridades de competencia nacionales.....</i>	291
6.2.2. <i>Órganos jurisdiccionales.....</i>	292
6.3. <i>Grupo de Alto Nivel.....</i>	294
6.4. <i>Comité Consultivo sobre Mercados Digitales</i>	295
6.5. <i>Tribunal de Justicia de la UE</i>	295
7. Procedimientos de aplicación del Reglamento de Mercados Digitales.....	296
7.1. <i>Designación de los guardianes de acceso.....</i>	297

	<i>Página</i>
7.2. <i>Procedimientos de incumplimiento y sancionadores.....</i>	298
7.3. <i>Determinación del ámbito material de las obligaciones</i>	300
8. Conclusiones.....	304
9. Anexos.....	306
9.1. <i>Tabla sistemática de obligaciones de los guardianes de acceso.....</i>	306
9.2. <i>Tabla de asuntos de aplicación Reglamento de Mercados Digitales</i>	310
9.2.1. <i>Asuntos que finalizaron con designaciones de guardianes de acceso.....</i>	310
9.2.2. <i>Asuntos que finalizaron con la no designación de guardián de acceso al no ser puerta de acceso importante a usuarios.....</i>	311
9.2.3. <i>Procedimientos de infracción.....</i>	313
9.2.4. <i>Procedimientos de determinación del ámbito material de las obligaciones</i>	314
10. Bibliografía	314

CAPÍTULO 9

EL REGLAMENTO DE DATOS (DATA ACT) Y NORMATIVA ANÁLOGA COMO HERRAMIENTAS PARA DINAMIZAR LOS MERCADOS DE BIG DATA

EUGENIO OLMEDO PERALTA.....	317
1. La política europea para la era digital, la estrategia de datos y la creación de un mercado único europeo de datos	317
2. Fallos en el mercado de datos y necesidad de intervención normativa.....	321
2.1. <i>Dominio del mercado por pocas empresas y acaparamiento de datos por parte de grandes plataformas.....</i>	322
2.2. <i>Posiciones monopolísticas en la obtención de datos</i>	324
2.3. <i>Costes de transacción</i>	324
2.4. <i>Obstáculos técnicos</i>	325

	<i>Página</i>
3. El Reglamento de Datos	325
3.1. <i>Fundamento y objetivos</i>	<i>326</i>
3.2. <i>Derechos de acceso y obligaciones de portabilidad: Sujetos implicados.....</i>	<i>328</i>
3.3. <i>Prohibición de cláusulas abusivas y prácticas desleales.....</i>	<i>331</i>
3.4. <i>Cambio de proveedor de servicios de tratamiento de datos ..</i>	<i>333</i>
3.5. <i>Obligaciones de interoperabilidad</i>	<i>335</i>
3.6. <i>Aplicación de la norma.....</i>	<i>335</i>
4. El Reglamento de gobernanza de datos (Data Governance Act).....	336
5. Relación con otros instrumentos para crear un mercado de datos competitivo.....	337
5.1. <i>Otros deberes de portabilidad y derechos de acceso</i>	<i>337</i>
5.2. <i>La creación de Espacios Comunes de Datos</i>	<i>338</i>
5.3. <i>El control de la equidad en los intercambios de datos B2B y P2B.....</i>	<i>339</i>
5.4. <i>Obligaciones específicas de los gatekeepers en el Reglamento de Mercados Digitales</i>	<i>342</i>
6. Solución contractual: la intermediación de pools de datos..	344
7. La aplicación del Derecho de la competencia ante prácticas anticompetitivas en el mercado de los datos	345
8. Bibliografía	347

CAPÍTULO 10

LA EVOLUCIÓN DEL MARCO REGULADOR DE LAS TELECOMUNICACIONES EN LA UE: PASADO, PRESENTE Y FUTURO

JAVIER MONTERO RODRÍGUEZ.....	351
1. Introducción.....	351
2. Un análisis crítico de la evolución de la regulación del sector: Desde el Libro Verde de 1987 hasta la revisión de 2009.	355
2.1. <i>Los inicios.....</i>	<i>355</i>

	<i>Página</i>
2.2. <i>El marco de 2002</i>	360
2.3. <i>La revisión de 2009</i>	363
3. El Código Europeo de Comunicaciones Electrónicas de 2019	365
3.1. <i>El porqué</i>	365
3.2. <i>El marco temporal</i>	371
3.3. <i>Conectividad y redes</i>	375
3.4. <i>La definición de mercados</i>	378
3.5. <i>Acuerdos de coinversión</i>	383
3.6. <i>Acceso simétrico</i>	388
4. Et quid nunc? ¿Y a partir de ahora qué?	393

CAPÍTULO 11

LA REGULACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL. DEL *SOFT LAW* A LA IMPLOSIÓN NORMATIVA

LEOPOLDO ABAD ALCALÁ.....	411
1. Introducción	411
2. La regulación europea de la IA	424
3. Ámbito de aplicación del REIA	430
4. Sistemas de IA prohibidos en el REIA	434
5. Sistemas de IA de alto riesgo en el REIA	438
5.1. <i>Sistematización de los sistemas de IA de alto riesgo</i>	438
5.2. <i>Requisitos de los sistemas de IA de alto riesgo</i>	441
5.2.1. <i>Cumplimiento de los requisitos</i>	441
5.2.2. <i>Datos y gobernanza de datos</i>	443
5.2.3. <i>Documentación técnica</i>	447
5.2.4. <i>Conservación de registros</i>	447
5.2.5. <i>Transparencia y comunicación de la información a los responsables del despliegue</i>	448
5.2.6. <i>Supervisión humana</i>	449
5.2.7. <i>Precisión, solidez y ciberseguridad</i>	450

	<i>Página</i>
6. Obligaciones de los operadores en el REIA	450
6.1. <i>Obligaciones de los proveedores</i>	<i>450</i>
6.2. <i>Obligaciones de los importadores</i>	<i>453</i>
6.3. <i>Obligaciones de los distribuidores</i>	<i>454</i>
6.4. <i>Obligaciones de los responsables del despliegue de los sistemas de IA de alto riesgo</i>	<i>454</i>
6.5. <i>Evaluación de impacto relativa a los derechos fundamentales para los sistemas de IA de alto riesgo</i>	<i>456</i>
7. Organismos de control de la conformidad en el REIA.....	457
7.1. <i>De organismos de evaluación de la conformidad a organismos notificados a través de las autoridades notificantes</i>	<i>457</i>
7.2. <i>Obligaciones de transparencia de los proveedores y responsables del despliegue de determinados sistemas de IA.....</i>	<i>462</i>
8. La regulación de los modelos de IA de uso general en el REIA	467
9. Medidas de apoyo a la innovación: la regulación de los sandbox	470
10. La gobernanza de la IA a nivel comunitario y nacional.....	472
11. Vigilancia poscomercialización, intercambio de información, vigilancia del mercado en el REIA	478
12. Modelo sancionador en el REIA	481
13. A modo de conclusión (provisional)	485
14. Bibliografía	487

CAPÍTULO 12

NORMATIVA AUDIOVISUAL Y DERECHOS DE EMISIÓN EN EXCLUSIVA A TRAVÉS DE REDES DE COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS

ALFONSO MUÑIZ VIGIL	497
1. El Derecho Audiovisual: concepto y alcance.....	497
2. Principales aspectos de la regulación audiovisual.....	500
2.1. <i>La Ley 13/2022</i>	<i>500</i>

	<i><u>Página</u></i>
2.1.1. Los principios generales de la comunicación audiovisual	501
2.1.2. Las obligaciones establecidas en la Ley 13/2022.....	502
2.1.3. Las plataformas de intercambio de video y los usuarios de especial relevancia.....	505
2.1.4. Supervisión y sanción	506
2.2. <i>Otra normativa relevante</i>	506
3. Los elementos comunes al negocio audiovisual	507
4. Los contenidos como elemento fundamental del negocio....	509
4.1. <i>La venta de los contenidos: las licencias para la explotación en exclusiva del contenido en un determinado territorio</i>	<i>510</i>
4.2. <i>La licitación de los derechos de retransmisión de los eventos deportivos en directo.....</i>	<i>511</i>
4.3. <i>La compra de los contenidos. Los límites establecidos por las autoridades de competencia</i>	<i>514</i>
4.4. <i>Otros usos: los breves resúmenes de eventos de interés general</i>	<i>516</i>
4.5. <i>La lucha contra la piratería</i>	<i>518</i>