



**Desarrollo de capacidades para fortalecer y apoyar
a las agencias encargadas de aplicar la ley**
Washington, DC, Estados Unidos, 25 y 26 de marzo de 2024

Los días 25 y 26 de marzo, representantes de los equipos de mercados digitales y tecnólogos de autoridades de competencia y protección al consumidor participaron en el Foro de Tecnólogos de la Red Internacional de Competencia (ICN, por sus siglas en inglés). Más de veinte agencias se dieron cita con el objetivo de compartir experiencias y promover el incremento de las capacidades digitales y tecnológicas de agencias regulatorias y encargadas de la aplicación de la ley. Se trata de la primera reunión mundial de tecnólogos de agencias de competencia y de protección al consumidor. Este Foro fue organizado por el grupo de tecnólogos de la Red Internacional de Competencia y hospedado por la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos. El proyecto de organizar este Foro fue parte de la misión de ICN de aprovechar los conocimientos y mejores prácticas con los que actualmente cuenta las agencias gubernamentales que comparten un mismo mandato.

Resulta cada vez más importante utilizar las herramientas jurídicas y de aplicación de la ley existentes en casos digitales y tecnológicos, y desarrollar e implementar herramientas y enfoques nuevos o actualizados para fortalecer las investigaciones y las misiones de las agencias. Partiendo del reconocimiento de que la tecnología es una pieza fundamental en la aplicación de las leyes en nuestras respectivas jurisdicciones, en el Foro se debatieron y avanzaron las siguientes conclusiones, que servirán como insumo para el trabajo futuro del grupo de tecnólogos.

Reconocimiento de la necesidad de reforzar capacidades derivada de la creciente digitalización de la economía

- 1. Reconocer que la amplitud tecnológica** – Con la creciente digitalización de la economía, muchas compañías poseen componentes tecnológicos críticos –que abarcan desde infraestructura clave, algoritmos, e inteligencia artificial, hasta modelos de negocios basados en prácticas de recolección y procesamiento de datos. Para analizar el comportamiento de las empresas resulta cada vez más importante contar con la capacidad de comprender mejor los beneficios y riesgos potenciales de la tecnología. Como resultado, las capacidades y conocimientos de los equipos digitales y tecnólogos serán relevantes e importantes para una porción cada vez más importante del trabajo de las agencias.
- 2. Actuar oportunamente**– Ya sea comprobando daños al consumidor o conductas anticompetitivas, poniendo la mira en prácticas ilegales antes de que se generalice su

adopción, o analizando aquellas condiciones de un mercado que podrían llevarlo a un punto de inflexión – la intervención oportuna puede ayudarnos a atajar problemas desde el origen, limitando sus daños, promoviendo más competencia para la innovación, y ahorrando recursos en el largo plazo.

3. **Aplicar un enfoque integral** – es importante incorporar un rango más amplio de habilidades en el trabajo de las agencias, así como fomentar una mayor colaboración entre las disciplinas jurídicas, jurídicas y económicas. Las agencias pueden abordar los casos, la investigación y otras herramientas de política desde una perspectiva interdisciplinaria, según corresponda a los alcances de las misiones de nuestras agencias.
4. **Aplicar un enfoque coordinado** – Es importante valorar la coordinación trans-agencias e intra-agencias, cuando sea el caso, para apoyar la supervisión significativa de los sectores digital y tecnológico por parte de las agencias. Esto puede contribuir a identificar y abordar las interconexiones que existen entre las condiciones que dan lugar a daños, violaciones a la ley o preocupaciones en el marco de nuestros marcos jurídicos aplicables.

Reconocimiento de la necesidad de fortalecer los esfuerzos de aplicación de las leyes mediante el incremento de capacidades técnicas y conocimientos especializados

5. **Establecer y fortalecer el conocimiento tecnológico especializado** – Es esencial que nuestras agencias continúen fortaleciendo sus capacidades digitales y tecnológicas para apoyar las misiones de las agencias y desarrollar las habilidades y capacidades de su personal (internamente o en colaboración estratégica con universidades, por ejemplo). Esto incluye contar con nuevos perfiles e integrarlos en las agencias, como tecnólogos, ingenieros de *software* y *hardware*, gerentes de producto, diseñadores de experiencia de usuario (*UX*), científicos de datos, investigadores, y expertos en materias como *machine learning*, inteligencia artificial, y realidad aumentada y virtual.
6. **Emplear conocimientos especializados en la aplicación de la ley** – Una estrecha integración de conocimientos especializados, herramientas y métodos técnicos reforzará la aplicación de la ley, con el objetivo de proteger a los consumidores y la competencia. Esto permitirá que los equipos de las agencias conduzcan investigaciones de manera más eficiente, rigurosa y expedita, reduciendo las asimetrías de información y los puntos ciegos, y obteniendo remedios más efectivos y mejores resultados. Con los conocimientos especializados adecuados, las agencias de competencia pueden aprovechar al máximo la tecnología con fines de detección, además de desarrollar herramientas más efectivas para la aplicación de la ley.
7. **Fortalecer el *horizon scanning***– El ritmo y volumen de los desarrollos tecnológicos implica que las agencias deben estar alertas y ser receptivas para anticipar problemas y actuar con rapidez. Entre otras herramientas, las iniciativas de *horizon scanning* pueden ser fundamentales para rastrear y poner de relieve nuevos desarrollos, oportunidades, y amenazas de la tecnología, y la manera en que se relacionan con los consumidores y los mercados.

Reconocimiento de la necesidad de fortalecer la cooperación internacional de las agencias a nivel de expertos técnicos

8. **Compartir mejores prácticas** – Las agencias continuarán participando en diálogos a nivel de expertos con el objetivo de desarrollar y compartir mejores prácticas, elevar las misiones de las agencias, y facilitar discusiones *ad hoc* para informar acciones de aplicación de la ley y regulatorias que sean oportunas, relevantes y pertinentes, para proteger la competencia y a consumidores en el marco de economías cada vez más digitalizadas.

Agencias participantes:

Australian Competition and Consumer Commission
Federal Competition Authority, Austria
Competition Bureau, Canadá
Conselho Administrativo de Defesa Econômica, Brasil
Directorate-General for Competition, Comisión Europea
Autorité de la concurrence, Francia
Bundeskartellamt, Alemania
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, Italia
Japan Fair Trade Commission
Malaysia Competition Commission
Comisión Federal de Competencia Económica, Mexico
Autoridade da Concorrência, Portugal
Competition and Consumer Commission of Singapore
Competition Commission of South Africa
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, España
Swedish Competition Authority
Competition Commission, Suiza
Turkish Competition Authority
UK Competition and Markets Authority
U.S. Department of Justice, Antitrust Division
U.S. Federal Trade Commission