

CASOS LIBRE COMPETENCIA

PROGRAMA UC - LIBRE
COMPETENCIA

N°11 - JULIO 2021

CASOS DE LIBRE COMPETENCIA N°11 - JUNIO 2021



FACULTAD DE DERECHO
PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CHILE

Australian Competition and Consumer Commission v Google LLC

1. RESUMEN DEL CASO

La autoridad de competencia australiana acusa a Google de engañar a los consumidores sobre la recolección, almacenamiento y utilización de datos personales relativos a su ubicación a través de dispositivos móviles Android entre enero de 2017 y diciembre de 2018, en contravención a la *Competition and Consumer Act* y a la *Australian Consumer Law*.

La Corte Federal Australiana estableció que la empresa habría informado falsamente a los usuarios durante el proceso de configuración de sus cuentas. Según explicó la Corte, Google anunció que sólo recolectaría datos personales desde el historial de ubicación de los dispositivos cuando éste se encontraba activado. Sin embargo, lo que no explicó Google a los usuarios es que existía otra aplicación (denominada “Web & App Activity”) que también recopilaba datos cuando se encontraba activada, cuestión que no fue debidamente explicitada.

Además, se distinguió a tres clases de usuarios afectados, dependiendo de la época durante el uso y configuración de su dispositivo en que sus datos se vieron maliciosamente expuestos sin su consentimiento.

Habiendo sido condenada la empresa en la presente sentencia – y de ser confirmada la misma –, la autoridad de competencia deberá buscar la indemnización de perjuicios para los consumidores afectados en otro proceso posterior.

2. FICHA JURIPRUDENCIAL

ÓRGANO COMPETENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Corte Federal de Australia.
TIPO DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda colectiva por infraacción a las normas de competencia y consumo.
CONDUCTA	<ul style="list-style-type: none"> • Engaño a los consumidores, recolección de datos personales.
PARTES	<ul style="list-style-type: none"> • Australian Competition and Consumer Commission con Google LLC y Google Australia PTY Ltd.
ROL	<ul style="list-style-type: none"> • NSD 1760 of 2019
N° SENTENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • N/A
FECHA	<ul style="list-style-type: none"> • 16 de abril de 2021
RESULTADO	<ul style="list-style-type: none"> • Condenatorio. Google fue condenado como responsable de engañar a los consumidores y la autoridad de competencia buscará que se indemnicen perjuicios, lo cual deberá efectuarse en una instancia posterior.
HECHOS	<ul style="list-style-type: none"> • Google es proveedor de un abanico de productos y servicios de software para los consumidores de Australia, entre los que se encuentra el sistema operativo Android OS. Si bien para utilizar la mayoría de esos productos no es necesario tener una Cuenta Google, para otros (como YouTube y Google Maps) es imprescindible. En este contexto, durante el proceso de configuración inicial de dichas cuentas la empresa engañó intencionalmente a los consumidores acerca de la forma en que sus datos personales sobre su ubicación eran recolectados y utilizados, así como la manera en que podía evitarse. Todo lo anterior ocurrió durante el periodo comprendido entre enero de 2017 y diciembre de 2018.
MERCADO RELEVANTE	<ul style="list-style-type: none"> • Usuarios de dispositivos móviles Android en Australia durante el periodo comprendido entre enero de 2017 y diciembre de 2018.
TEORÍA DE DAÑO APLICADA POR LA AUTORIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyándose en evidencia empírica proporcionada durante el juicio por destacados economistas expertos en economía de la conducta y extensa prueba documental requerida a la empresa.

Administración Estatal de Regulación del Mercado de China con Alibaba

3. RESUMEN DEL CASO

La autoridad de competencia China sancionó a Alibaba por incurrir en prácticas exclusorias desde el año 2015, abusando de su posición dominante en el comercio electrónico al evitar que quienes vendieran productos en su plataforma pudieran hacerlo en otras. Según explicó la autoridad, la conducta dañó gravemente la competencia del retail online, afectó la innovación en la economía de internet y perjudicó los intereses de los consumidores, infringiendo la Ley Antimonopolio.

En el marco de su investigación iniciada en diciembre de 2020, el órgano llevó a cabo inspecciones e investigaciones in situ, recopilando una amplísima cantidad de prueba documental de parte de la empresa y de otras plataformas y operadores dentro de la plataforma. Todo lo anterior fue objeto de una verificación en profundidad y de un análisis de Big Data por expertos técnicos, permitiendo tener por acreditada la infracción.

En concreto, los operadores de la plataforma se vieron impedidos de abrir tiendas online y de participar en otras promociones de plataformas competidoras, restringiendo su posición en el mercado y consolidando la posición dominante de Alibaba en el mercado.

La Administración Estatal de Regulación de Mercado aplicó una multa del 4% de sus ventas durante el periodo en que se cometió la infracción, monto que ascendió a US\$2.8 billones.

4. FICHA JURIPRUDENCIAL

ÓRGANO COMPETENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Administración Estatal de Regulación del Mercado de China.
TIPO DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Sanción administrativa por infracción a la ley anti monopolio.
CONDUCTA	<ul style="list-style-type: none"> • Abuso de posición dominante.
PARTES	<ul style="list-style-type: none"> • Alibaba Group Holdings Co., Ltd.
ROL	<ul style="list-style-type: none"> • N/A
N° SENTENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Decisión sobre sanciones administrativas N° 28 de 2021.
FECHA	<ul style="list-style-type: none"> • 10 de abril de 2021
RESULTADO	<ul style="list-style-type: none"> • Condenatorio. Multa del del 4% de sus ventas durante el periodo descrito (US\$2.8 billones).
FECHA	<ul style="list-style-type: none"> • Alibaba es proveedor de servicios de la plataforma minorista de red, elemento clave para atraer a los consumidores y mejorar la competitividad. Del mismo modo, cuantos más operadores se reúnan en la plataforma, más podrán atraer a más consumidores y crear efectos de red positivos que mantendrán la plataforma comercializable. Mediante una serie de acuerdos impuesto por la empresa desde 2015, se estipula directamente que no se pueden abrir tiendas en otras plataformas competitivas ni participar en otras actividades promocionales de plataformas competitivas.
MERCADO RELEVANTE	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de plataformas en línea para mercado minorista en China. El órgano determinó que lo anterior se refiere a las instalaciones comerciales de red, con coincidencia de transacciones, divulgación de información y otros servicios proporcionados por los operadores de plataformas minorista dered para los operadores y consumidores de la plataforma., incluida la visualización de información sobre productos básicos, la promoción de marketing, la búsqueda y procesamiento de pedidos, los servicios logísticos, la liquidación de pagos, la evaluación de productos básicos, soporte de post venta, etc.
TEORÍA DE DAÑO APLICADA POR LA AUTORIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • El órgano consideró particularmente la alta cuota de mercado a largo plazo y el alto grado de reconocimiento del mercado de adherencia del consumidor, así como los altos costos de migración de los operadores de la plataforma.

Federal Trade Commission con Zoom Video Communications Inc.

5. RESUMEN DEL CASO

La Federal Trade Commission (FTC) inició una investigación en contra de Zoom Video Communications Inc., por infringir las provisiones de la Federal Trade Commission Act (FTC Act). En concreto la FTC acusó a Zoom de engaños en cuanto al cifrado de extremo a extremo; al nivel del cifrado; a la seguridad del almacenaje en la nube; además de burlar las garantías de privacidad y seguridad de terceros; y de revelar características de su instalador.

El Buro para la Protección del Consumidor (BCP) presentó un reclamo en el que acusa a Zoom de violaciones a la FTC Act. El BCP alcanzó un acuerdo con Zoom, en virtud del cual esta última asumió una serie de compromisos. Según explica el acuerdo alcanzado, los compromisos asumidos por Zoom no constituyen aceptación ni negación de las acusaciones, pero sí una admisión de los hechos necesarios para poder establecer jurisdicción.

Entre los compromisos asumidos por Zoom, se encuentran (i) la prohibición de describir de manera engañosa sus productos; (ii) implementar un programa para la seguridad de la información; (iii) que un tercero evalúe sus programas; (iv) que coopere con asesores externos; (v) que se certifique anualmente; (vi) que emita reportes para incidentes confidenciales; (vii) que entregue por 5 años una copia de estos compromisos a todos los nuevos altos cargos de la empresa ; (viii) que emita reportes y notificaciones de compliance; (ix) que mantenga por 5 años los registros de los datos más importantes; y, (x) que tenga monitores de compliance.

Estos compromisos serán efectivos desde que son publicados en la página de la FTC (ftc.gov) y tendrán una duración de 20 años desde el 19 de enero de 2021, fecha en la que se dispuso el acuerdo, o 20 años desde la última fecha en que la Comisión de los Estados Unidos haya presentado un reclamo por violaciones a estos compromisos ante una Corte Federal, este reclamo no afectará a aquellos compromisos que tengan una duración menor a 20 años y si se determina que no existen tales violaciones la fecha de término será la original de 20 años como si no se hubiese presentado el reclamo.

6. FICHA JURIPRUDENCIAL

ÓRGANO COMPETENTE	<ul style="list-style-type: none"> Federal Trade Commission.
TIPO DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Agreement Containing Consent Order.
CONDUCTA	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas injustas o engaños, afectando el comercio y violando la Sección 5(a) de la Federal Trade Commission Act, 15 U.S.C. 45(A).
PARTES	<ul style="list-style-type: none"> Zoom.
ROL	<ul style="list-style-type: none"> 192-3167.
N° SENTENCIA	<ul style="list-style-type: none"> DOCKET NO. C-4731.
FECHA	<ul style="list-style-type: none"> 1 de febrero de 2021
RESULTADO	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo entre Zoom y la Federal Trade Commission.
HECHOS	<ul style="list-style-type: none"> Zoom falló en aplicar programas de seguridad que protegieran tanto a la compañía como a sus usuarios e incurrió en prácticas engañosas con respecto a sus protocolos de seguridad, de la misma manera aquella información que reportaba a sus usuarios no era correcta respecto a estos protocolos, esto llevo a la FTC a llevar una investigación en contra de Zoom la que llegó a un acuerdo con el objeto de eliminar estas fallas la que tendría una duración por a lo menos 20 años.
MERCADO RELEVANTE	<ul style="list-style-type: none"> El comercio como lo define la Sección 4 de la Federal Trade Commission Act, esto es el comercio entre Estados de Estados Unidos o con naciones extranjeras, o con cualquier territorio, esto fue establecido en el reclamo de la FTC y no fue controvertido a lo largo del proceso.
TEORÍA DE DAÑO APLICADA POR LA AUTORIDAD	<ul style="list-style-type: none"> La FTC a través de una investigación pudo encontrar que Zoom realmente no aplicaba la seguridad necesaria para la información que esta obtiene, así como para las videoconferencias que realiza y transgredía los permisos de aplicaciones de terceros con su instalador, es por esto que se propuso una Orden de Consentimiento, en la que Zoom se obligaría a adoptar ciertas actitudes y a realizar ciertos hechos por un plazo determinado sin la necesidad de judicializar el caso.

Sindicato de Trabajadores Independientes Chile Taxis con Uber Chile, Cabify e Easy Taxi

7. RESUMEN DEL CASO

En la causa ROL C N°319-17 acumulados los autos de la causa ROL C N° 320-17, el sindicato de Trabajadores Independientes Chile Taxis y Sandra Ruiz García presentaron una demanda en contra de Uber Chile, Uber International B.V., Cabify, e Easy Taxi, por (i) competencia desleal; (ii) precios predatorios; y (iii) abuso de posición dominante. Conforme a la demanda, las demandadas competirían sin someterse a exigencias y costos que si deben asumir los taxistas. Además, a juicio de las demandantes, las demandadas habrían incurrido en una serie de infracciones a la normativa tributaria y de transporte de pasajeros que le otorgarían ventajas competitivas ilegítimas.

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia rechazó ambas demandas, con costas. En su sentencia, el tribunal estimó que no se aportaron pruebas suficientes acerca de las acusaciones relativas a un abuso de posición dominante y al cobro de precios predatorios, en particular en lo relativo a la estructura, características y condiciones de competencia del o de los mercados en que incidirían las conductas imputadas. De la misma manera, no se logró corroborar que las demandadas tuvieran posición dominante de la cual hubieren podido abusar bajo las distintas definiciones del mercado relevante, o que tuvieran una razonable expectativa de alcanzarla.

En cuanto a la competencia desleal, el Tribunal señaló que el requisito de prejudicialidad es necesario para configurar la hipótesis de la normativa de competencia desleal, de esta manera y como fue corroborado por fallos de la Excma. Corte Suprema (STC N° 88/2009, c. 80°) el juzgamiento en esta sede de infracciones a normativas distintas a las de libre competencia exige que sea anteriormente conocida y declarada por la autoridad competente a través de decisión firme y ejecutoriada y dando además cumplimiento a los requisitos generales del inciso primero y letra C del artículo 3°, así como al mandato legal del artículo 18 N° 1 del DL 211, relativo a las atribuciones y deberes del TDLC.

8. FICHA JURIPRUDENCIAL

ÓRGANO COMPETENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Tribunal de Defensa de la Libre Competencia.
TIPO DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda.
CONDUCTA	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia Desleal, Precios Predatorios, Abuso de Posición Dominante.
PARTES	<ul style="list-style-type: none"> • Sindicato de Trabajadores Independientes Chile Taxis, Cabify, Uber Chile, Easy Taxi, Uber International B.V., Grupo de taxistas, Sandra Ruiz García.
ROL	<ul style="list-style-type: none"> • C N° 319-2017 y C N° 320-2017.
N° SENTENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • N° 176/2021.
FECHA	<ul style="list-style-type: none"> • 5 de marzo de 2021
RESULTADO	<ul style="list-style-type: none"> • Se rechazan las demandas Interpuestas por el Sindicato de Trabajadores independientes y Grupo de taxistas.
HECHOS	<ul style="list-style-type: none"> • No se lograron acreditar las conductas imputadas con los antecedentes aportados, así no es posible probar las conductas señaladas, además en cuanto a competencia desleal es necesario el requisito de prejudicialidad para que el tribunal pueda conocer sobre esa materia.
MERCADO RELEVANTE	<ul style="list-style-type: none"> • Debido a la diferencia que existe entre empresas habría más de un mercado relevante, el propuesto por la demandante es el transporte remunerado público de pasajeros y por parte de las demandadas es el transporte individual remunerado de pasajeros en vehículos livianos, privados y públicos o empresas de redes de transporte basadas en aplicaciones móviles. De esta manera no fue posible establecer solo un mercado relevante y el demandante no aportó los antecedentes que permitieran acreditar sus acusaciones.
TEORÍA DE DAÑO APLICADA POR LA AUTORIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • No se pudo hacer un análisis exhaustivo debido a que la parte demandante no aportó los antecedentes necesarios que permitieran probar sus acusaciones.