

Colección **ESTUDIOS DE DERECHO MERCANTIL • MERCATURA**
Dirigida por **JOSÉ MIGUEL EMBID IRUJO**

LA
AUTOPREFERENCIA
(*SELF-PREFERENCING*)
EN MERCADOS DIGITALES

BEATRIZ JIMENA TAMAYO VELASCO

Editorial Comares



LA AUTOPREFERENCIA (*SELF-PREFERENCING*)
EN MERCADOS DIGITALES

BEATRIZ JIMENA TAMAYO VELASCO

LA AUTOPREFERENCIA
(*SELF-PREFERENCING*)
EN MERCADOS DIGITALES

GRANADA, 2026

BIBLIOTECA COMARES DE CIENCIA JURÍDICA

•
MERCATURA

Colección Estudios de Derecho Mercantil

dirigida por

José Miguel Embid Irujo

70

CONSEJO EDITORIAL

Prof. Niccolò Abriani (*Universidad de Florencia, Italia*)

Profesora María Fernanda Vasquez Palma (*Universidad de Talca, Chile*)

Prof. Pablo Girgado Perandones (*Universitat Rovira i Virgili, Tarragona*)

Prof. Ángel García Vidal (*Universidad de Santiago de Compostela*)

Este trabajo se ha elaborado en el marco del Proyecto PID2022-139741OB-C21,
«La consolidación de la revolución digital y sus desafíos: adaptación de las
estrategias competitivas de los operadores económicos y de las normas ordenadoras
de los mercados», del Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España

© Beatriz Jimena Tamayo Velasco

© Editorial Comares, 2026

Polígono Juncaril

C/ Baza, parcela 208

18220 Albolote (Granada) España

Tlf. 958 46 53 82

E-mail: libreriacomares@comares.com • <http://www.comares.com>
<https://www.facebook.com/comares> • <https://twitter.com/comareseditor>
<https://www.instagram.com/editorialcomares>

ISBN: 979-13-7033-061-3 • Depósito legal: Gr. 359/2026

IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN: COMARES

SUMARIO

ABREVIATURAS	XI
RESUMEN.....	XIII
INTRODUCCIÓN	XV

PARTE PRIMERA

LA AUTOPREFERENCIA VISTA DESDE EL DERECHO *ANTITRUST*

CAPÍTULO PRIMERO

APROXIMACIÓN A LA AUTOPREFERENCIA: CARACTERIZACIÓN, CONTEXTO Y RELEVANCIA ACTUAL.....	3
I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. EL FENÓMENO DE LA AUTOPREFERENCIA. CARACTERIZACIÓN Y RELEVANCIA ACTUAL.....	5
III. LA AUTOPREFERENCIA EN LA GRAN DISTRIBUCIÓN: ANTECEDENTES HISTÓRICOS	10
1. El poder de compra en la gran distribución comercial	10
2. Competencia vertical y teoría económica de la negociación.....	17
3. Poder de compra, intermediación y el rol de los guardianes de acceso.....	26
IV. AUTOPREFERENCIA Y MARCAS BLANCAS	30
V. LA AUTOPREFERENCIA EN MERCADOS DIGITALES	35
1. Plataformas y mercados de doble cara: concepto y características	36
2. Tipología de plataformas	41
3. Las relaciones plataforma-empresa (P2B) en entornos digitales: naturaleza y características ..	44
4. Efectos de la digitalización sobre las plataformas.....	47
VI. POSIBILIDADES JURÍDICAS DE INTERVENCIÓN FRENTE A LA AUTOPREFERENCIA.....	52
1. Límites del Derecho de defensa de la competencia en mercados digitales.....	52
2. Más allá del Derecho de defensa de la competencia: regulación <i>ex ante</i> y abuso de dependencia económica.....	58
VII. CONCLUSIONES	63

CAPÍTULO SEGUNDO

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA AUTOPREFERENCIA EN EL DERECHO <i>ANTITRUST</i> . . .	65
I. INTRODUCCIÓN	65
II. LA EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO APLICADO AL DERECHO ANTITRUST	67
1. Del enfoque estructuralista al paradigma de Chicago en Estados Unidos	67
2. ¿Qué hay más allá de Chicago?	76
3. Integración vertical, restricciones verticales y prácticas de vinculación.	81
III. ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA AUTOPREFERENCIA	93
1. Economía de las plataformas: aspectos preliminares	96
2. El «rol dual» de las plataformas	99
3. Análisis de incentivos y efectos de la autopreferencia sobre el bienestar del consumidor.	101
IV. CONCLUSIONES	116

CAPÍTULO TERCERO

MARCO JURÍDICO DE LA AUTOPREFERENCIA EN EL DERECHO <i>ANTITRUST</i>	119
I. INTRODUCCIÓN	119
II. EL ASUNTO <i>GOOGLE SHOPPING</i>	120
1. La Decisión de la Comisión Europea	120
2. La posición del Tribunal General	122
3. La ratificación del Tribunal de Justicia	123
III. EL CONCEPTO JURÍDICO DE AUTOPREFERENCIA	124
1. Apalancamiento, cierre anticompetitivo de mercado y autopreferencia	124
2. El concepto amplio de autopreferencia. Interacción con la noción de apalancamiento (<i>leveraging</i>)	128
3. El concepto más estricto de autopreferencia.	130
IV. LA TEORÍA DEL DAÑO EN <i>GOOGLE SHOPPING</i>	145
1. Autopreferencia y competencia en los méritos	145
2. La construcción de la teoría del daño en <i>Google Shopping</i>	150
V. CONCLUSIONES	166

PARTE SEGUNDA

LA AUTOPREFERENCIA DESDE OTRAS PERSPECTIVAS JURÍDICAS:
REGULACIÓN Y ABUSO DE DEPENDENCIA ECONÓMICA

CAPÍTULO CUARTO

LA REGULACIÓN DE LOS GUARDIANES DE ACCESO. LA AUTOPREFERENCIA EN EL REGLAMENTO DE MERCADOS DIGITALES DE LA UNIÓN EUROPEA	171
I. INTRODUCCIÓN	171
II. LAS PLATAFORMAS DIGITALES COMO NUEVOS GUARDIANES DE ACCESO.	172
1. La evolución doctrinal y normativa del concepto de guardián de acceso	172
2. Delimitación conceptual del guardián de acceso en mercados digitales frente a figuras afines	176
3. La configuración del guardián de acceso en mercados digitales.	180
III. EL PODER DE INTERMEDIACIÓN DE LOS GUARDIANES DE ACCESO.	183
IV. LA REGULACIÓN DE LOS GUARDIANES DE ACCESO EN MERCADOS DIGITALES. MODELOS DE INTERVENCIÓN PÚBLICA	188
V. LA DÉCIMA REFORMA DE LA <i>GWB</i>	191
VI. EL REGLAMENTO DE MERCADOS DIGITALES DE LA UNIÓN EUROPEA	194

1. Aspectos generales. Contexto, génesis, naturaleza y objetivos	194
2. La designación de los guardianes de acceso en el Reglamento de Mercados Digitales de la Unión Europea	201
3. Dos and don'ts	208
4. La prohibición de autopreferencia en el Reglamento de Mercados Digitales de la Unión Europea	210
5. Aplicación y remedios	214
VII. CONCLUSIONES	220

CAPÍTULO QUINTO

LA AUTOPREFERENCIA COMO ABUSO DE DEPENDENCIA ECONÓMICA EN MERCADOS DIGITALES (I).	223
I. INTRODUCCIÓN	223
II. PODER, DEPENDENCIA Y TEORÍA ECONÓMICA DE LA NEGOCIACIÓN	224
1. La relación poder-dependencia desde una perspectiva sociológica	224
2. Abuso de dependencia económica como expresión de la teoría económica de la negociación	227
III. EL PODER RELATIVO DE MERCADO	229
1. Concepto y característica	229
2. Análisis de poder relativo de mercado	231
IV. LA SITUACIÓN DE DEPENDENCIA ECONÓMICA	240
1. El concepto de dependencia económica	241
2. Modalidades de dependencia económica. La dependencia económica debida al poder relativo de intermediación	242
3. Indicadores de dependencia económica en casos de abuso de dependencia económica debida al poder de demanda	246
V. LA DEPENDENCIA ECONÓMICA EN MERCADOS DIGITALES	253
1. La definición de mercado relevante en entornos digitales	253
2. Indicadores de dependencia económica en los mercados digitales	256
VI. CONCLUSIONES	268

CAPÍTULO SEXTO

AUTOPREFERENCIA COMO ABUSO DE DEPENDENCIA ECONÓMICA EN MERCADOS DIGITALES (II).	271
I. INTRODUCCIÓN	271
II. LA REGULACIÓN DEL ABUSO DE DEPENDENCIA ECONÓMICA. ORÍGENES Y NOVEDADES EN MERCADOS DIGITALES	272
1. El abuso de dependencia económica en Europa	272
2. El abuso de superior posición negociadora fuera de Europa	285
3. Superior posición de negociación y dependencia económica: delimitación conceptual	291
4. Abuso de dependencia económica y mercados digitales	294
III. LA AUTOPREFERENCIA COMO EXPLOTACIÓN ABUSIVA DE UNA SITUACIÓN DE DEPENDENCIA ECONÓMICA	304
1. El concepto de abuso ante una situación de dependencia económica	304
2. Caracterización de la autopreferencia como explotación abusiva de una situación de dependencia económica	314
IV. CONCLUSIONES	322
BIBLIOGRAFÍA	325

ABREVIATURAS

AAVV	Autores varios
AICOA	American Innovation and Choice Online Act
ANC(s)	Autoridad(es) Nacional(es) de la Competencia
API(s)	Application Programming Interfaces
aptdo.	Apartado
art.	Artículo
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BATNA	Best Alternative to a Negotiated Agreement
BEUC	<i>Bureau Européen des Unions de Consommateurs</i> (Oficina Europea de Uniones de Consumidores)
BGH	<i>Bundesgerichtshof</i> (Tribunal Supremo Federal de Alemania)
c.	contra
CERRE	Centre on Regulation in Europe
<i>cit.</i>	Citado anteriormente
CMA	Competition and Markets Authority
CNC	Comisión Nacional de la Competencia
CNMC	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia
Coord./coords.	Coordinador/coordinadores
Dir./dirs.	Director/directores
ECN	European Competition Network
ed./eds.	Editor/editores
EEMM	Estados Miembros de la Unión Europea
EEUU	Estados Unidos
<i>et al.</i>	Y otros
FTC	Federal Trade Commission

FTCA	Federal Trade Commission Act
GSCOP	Grocery Supply Code of Practice
GWB	<i>Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen</i> (Ley alemana contra las restricciones de la competencia)
<i>Ibid.</i>	En el mismo lugar
ICN	International Competition Network
JFTC	Japanese Federal Trade Commission
LCD	Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal
LDC	Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia
n.	Nota al pie de página
n.º	número
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
OFT	Office of Fair Trading
p./pp.	Página/páginas
P2B	Platform to Business
párr./ párs.	Párrafo/párrafos
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
RGPD	Reglamento General de Protección de Datos de la UE
RMD	Reglamento de Mercados Digitales de la UE
RPA	Robinson Patman Act
SCIN	Servicios de Comunicaciones Interpersonales No Numéricos
SMS	Strategic Market Status
ss.	Siguientes
STJUE	Sentencia del TJUE
TG	Tribunal General
TJUE	Tribunal de Justicia de la UE
TPI	Tribunal de Primera Instancia de la UE
TS	Tribunal Supremo
UE	Unión Europea
v.	Versus
vol.	Volumen

RESUMEN

El fenómeno de la autopreferencia constituye una de las manifestaciones más controvertidas y paradigmáticas del poder estructural que ejercen las grandes plataformas digitales sobre los mercados que intermedian. Pese a su evidente potencial anticompetitivo, el marco del Derecho de defensa de la competencia tradicional resulta en muchos casos insuficiente para captar la complejidad inherente a esta conducta. El análisis de la autopreferencia desde una doble perspectiva económica y jurídica pone de relieve las limitaciones del clásico enfoque *antitrust*, basado exclusivamente en la estricta noción de abuso de posición dominante, y exige explorar vías complementarias. En este contexto, la noción de abuso de dependencia económica y la regulación económica de las plataformas digitales pueden constituir vías complementarias eficaces para captar las distintas facetas del fenómeno y ofrecer una respuesta más adecuada a los desequilibrios derivados de la posición estructural de las plataformas en los mercados digitales contemporáneos.

ABSTRACT

The phenomenon of self-preferencing constitutes one of the most controversial and paradigmatic manifestations of the structural power exerted by large digital platforms over the markets they intermedate. Despite its obvious anticompetitive potential, the framework of traditional antitrust law often proves insufficient to capture the inherent complexity of this phenomenon. An analysis of self-preferencing from both economic and legal perspectives highlights the limitations of the classic antitrust approach, based exclusively on the strict notion of abuse of dominant position, and calls for the exploration of complementary avenues. In this context, the notion of abuse of economic dependence and the economic regulation of digital platforms may serve as effective complementary mechanisms to capture the various facets of the phenomenon and provide a more adequate response to the imbalances arising from the structural position of platforms in contemporary digital markets.

INTRODUCCIÓN

El creciente poder económico adquirido y ejercido por unas pocas plataformas tecnológicas en los últimos años ha generado una discusión que ha movilizado a sectores doctrinales desde distintas disciplinas jurídicas. Entre las manifestaciones más representativas de este poder se encuentra la autopreferencia (*self-preferencing*), que constituye nuestro objeto de estudio. El debate en torno a esta práctica se ha desarrollado principalmente en el ámbito del Derecho de defensa de la competencia, donde, sin embargo, carece de un recorrido doctrinal y jurisprudencial consolidado. De hecho, suele considerarse que dicho recorrido se inicia con el caso *Google Shopping*, lo que ha contribuido a anudar la problemática de la autopreferencia a los mercados digitales. No obstante, y pese a que el término es de acuñación reciente, el fenómeno subyacente no es nuevo ni exclusivo del entorno digital. El trato preferente que un intermediario otorga a sus propios productos o servicios ha sido históricamente documentado en numerosos sectores económicos. Lo que es innegable, en cualquier caso, es que esta práctica se presenta en el entorno online con una intensidad y complejidad inéditas, fruto de los rasgos estructurales de la economía digital y del elevado grado de poder que han llegado a acumular sus principales actores.

La elección de este tema atiende a razones diversas. Una de las más relevantes es, evidentemente, el momento histórico en el que se inscribe. En un contexto donde el control del poder de las grandes plataformas tecnológicas —en especial, las denominadas GAFAM: Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft— constituye uno de los grandes desafíos jurídicos a nivel global, la autopreferencia se ha convertido en uno de los emblemas visibles de la actuación de estas empresas. En efecto, esta práctica constituye la expresión más evidente del conflicto de interés derivado del rol dual de muchas de estas plataformas, por cuanto compiten en los mismos mercados que intermedian. La autopreferencia representa, en última instancia, un abuso de la confianza que los usuarios profesionales depositan en un trato neutral y no discriminatorio por parte de la plataforma en la que operan.

En Estados Unidos, algunas ambiciosas propuestas legislativas —promovidas (aunque no finalmente adoptadas) entre 2020 y 2022— han tratado de abordar explícitamente este fenómeno, bien atacando a sus raíces estructurales —la *Ending Platform Monopolies Act*, al impedir que las plataformas operen simultáneamente como intermediarias y competidoras en sus propios mercados, actuaba directamente sobre el conflicto de interés inherente a ese rol dual— bien a sus manifestaciones sintomáticas —la *American Innovation and Choice Online Act*, por su parte, contenía una prohibición directa de la autopreferencia—. En Europa, el Reglamento de Mercados Digitales —junto con otras reformas *antitrust* y marcos regulatorios nacionales— ha regulado la autopreferencia entre otras manifestaciones del poder ejercido por los denominados guardianes de acceso (*gatekeepers*).

Pese a esta relevancia normativa, la doctrina sigue ofreciendo un tratamiento fragmentado e incompleto de la autopreferencia, tanto de su naturaleza jurídica, como de su contenido y delimitación respecto de otras prácticas similares. Esta imprecisión conceptual ha llevado incluso a considerar que la autopreferencia no es más que un epíteto retórico, carente de densidad y significado jurídico.

Más allá de esta combinación de actualidad y oportunidad, el interés jurídico que suscita la autopreferencia reside en su naturaleza híbrida, que la sitúa en una zona fronteriza entre distintas ramas del ordenamiento jurídico. La autopreferencia constituye una evidente manifestación de deslealtad empresarial, en la medida en que contradice los principios de neutralidad y buena fe que deben regir la labor de un intermediario. De hecho, en sectores como el de la distribución minorista de bienes de consumo —donde se ha estudiado en profundidad este fenómeno y con el que estableceremos frecuentes paralelismos— esta práctica ha sido fundamentalmente estudiada bajo la óptica de la deslealtad.

Al mismo tiempo, la autopreferencia presenta un elevado potencial anticompetitivo. Esto es especialmente cierto si, en lugar de enfocarnos en los efectos inmediatos sobre el precio, atendemos a parámetros competitivos distintos —como innovación, calidad o variedad— en un horizonte temporal más amplio.

Desde esta perspectiva, la autopreferencia se sitúa en la intersección entre Derecho de competencia desleal y el Derecho *antitrust*, lo que ofrece la posibilidad de explorar la delicada y compleja cuestión de las relaciones entre estas dos disciplinas jurídicas que, pese a su evolución separada e independiente, protegen un mismo bien jurídico: la competencia.

En esta zona de confluencia surgen soluciones jurídicas híbridas, situadas a caballo entre ambas ramas jurídicas, entre las que destacamos la figura del abuso de dependencia económica. La ubicación sistemática de esta herramienta jurídica —que capta abusos producidos en relaciones verticales entre socios comerciales— es especialmente compleja precisamente porque es un reflejo práctico de la discusión teórica sobre los distintos fines que se atribuyen al Derecho de defensa de la competencia. Este debate siempre inacabado sobre los fines y metas del Derecho *antitrust*

se reactiva cíclicamente: si hace un par de décadas la globalización fue uno de sus catalizadores, resurge ahora con renovada intensidad a la luz de la digitalización económica.

El abuso de dependencia económica no se acomoda a la lógica de un Derecho *antitrust* enfocado exclusivamente en la persecución de aquellas prácticas que, por restringir artificialmente la producción, perjudican a la eficiencia económica (lo que equivale a una lectura restrictiva del significado del «bienestar del consumidor»). En efecto, los abusos verticales sancionados por esta figura repercuten directamente sobre los socios comerciales y solo indirectamente sobre los consumidores, por lo que puede llegar a ser percibido como un mecanismo de protección de competidores más que de la competencia en sí misma. En cambio, el abuso de dependencia económica sí podría encajar en un Derecho *antitrust* orientado hacia la preservación del proceso competitivo como medio para la consecución de esa eficiencia económica.

En resumen, esta naturaleza mixta que caracteriza a la autopreferencia permite repensar los límites del Derecho de defensa de la competencia y explorar su articulación con otras soluciones jurídicas cuyas relaciones con el *antitrust* han sido siempre controvertidas. En este punto, dicho fenómeno no solo conecta con la regulación económica (en la que se ha concentrado la mayor parte de la discusión por parte de la doctrina especializada) sino también, y muy especialmente, con el abuso de dependencia económica, concebido como una solución idónea para abordar los abusos que derivan de los desequilibrios de poder en relaciones verticales entre socios comerciales.

A la hora de delimitar nuestro objeto de estudio, tomaremos como punto de partida el marco interpretativo proporcionado por el Derecho de defensa de la competencia. Pese a ser el referente inicial, el Derecho *antitrust* no agota las posibilidades de intervención frente a la autopreferencia. De hecho, a lo largo del texto se mostrará la insuficiencia de esta disciplina para captar la complejidad intrínseca del fenómeno de la autopreferencia, lo cual justifica la necesidad de recurrir a vías complementarias. En particular, nos centraremos en dos aproximaciones jurídicas que comparten un rasgo fundamental: su preocupación por las situaciones de dependencia económica. Por un lado, abordaremos la regulación *ex ante* de las plataformas que ostentan un poder cualificado de intermediación, enfocándonos especialmente en el marco jurídico de los guardianes de acceso implementado por el Reglamento de mercados Digitales de la Unión Europea. Por otro lado, estudiaremos la figura del abuso de dependencia económica, desarrollada originalmente en varias jurisdicciones europeas para captar ciertos abusos derivados de desequilibrios verticales en sectores como la distribución minorista, pero que puede ser eficazmente adaptada al contexto digital.

Esta delimitación responde a una decisión consciente: centrar el estudio en el tratamiento de la autopreferencia a través del Derecho *antitrust*, la regulación económica y la figura del abuso de dependencia económica. Se han excluido, por razones de extensión y coherencia metodológica, otras perspectivas igualmente relevantes, como la teoría general de contratos o las normas generales de competencia desleal.

El enfoque utilizado adopta una perspectiva claramente europea, tanto por proximidad normativa como por el cariz que ha adquirido la discusión sobre el poder económico de las plataformas digitales en Europa, que ha culminado en la adopción de marcos regulatorios específicos a nivel europeo, como el Reglamento de Mercados Digitales (en adelante, «RDM»), y a nivel nacional, donde destacan las sucesivas reformas de la Ley alemana contra las restricciones de la competencia (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*) o la aprobación en Reino Unido de la *Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024*.

Desde esta óptica, nuestro análisis se enmarca principalmente en el Derecho europeo de defensa de la competencia actual, sin perjuicio de incorporar —cuando resulte relevante— las contribuciones doctrinales y jurisprudenciales procedentes de la experiencia *antitrust* estadounidense, cuya influencia histórica sobre el modelo europeo resulta indiscutible. Como es bien sabido, el Derecho europeo de la competencia fue, en sus orígenes, un producto de importación norteamericana. Su incorporación inicial al ordenamiento jurídico alemán se produjo en el contexto de la ocupación americana tras la Segunda Guerra Mundial, y respondía al objetivo explícito de evitar una nueva cartelización de la economía alemana como la que favoreció el ascenso y consolidación del régimen nazi.

Desde entonces, es evidente que la experiencia *antitrust* estadounidense ha influido y modelado el Derecho europeo de forma significativa. Sin embargo, esta influencia ha de ser matizada. Primero, las diferentes tradiciones jurídicas, sensibilidades sociales y sistemas políticos han dado lugar a modelos que, aunque interactúan entre sí, se han desarrollado de forma diversa. Segundo, aunque la dirección de esta influencia se ha considerado tradicionalmente más bien unidireccional —de Estados Unidos hacia Europa—, puede decirse que, en la actualidad, este flujo es bidireccional. En este sentido, una parte de la doctrina norteamericana encuentra en el modelo europeo de competencia una fuente de inspiración para la política *antitrust* estadounidense.

En lo que a nosotros respecta, debe destacarse que Europa no solo ha asumido un cierto liderazgo en la adopción de marcos jurídicos para la regulación del poder económico de las plataformas digitales, sino que también ha desarrollado históricamente soluciones jurídicas inexistentes en el Derecho estadounidense, como el abuso de dependencia económica. Esta figura —originaria del Derecho alemán y posteriormente extendida a otros países europeos como Francia, Italia o España— ha sido objeto de renovado interés y de reformas específicas a la luz de la digitalización económica. Como hemos anticipado y tendremos ocasión de comprobar, en todas estas aproximaciones jurídicas subyace una preocupación común por las relaciones entre poder y dependencia que caracterizan la interacción entre las plataformas digitales y sus usuarios profesionales, lo que justifica plenamente la atención que este texto dedicará a dichas herramientas normativas.

Delimitado nuestro objeto de estudio, podríamos decir que perseguimos dos grandes objetivos. El primero de ellos es caracterizar a la autopreferencia y

contextualizarla en el Derecho *antitrust* desde una perspectiva jurídica y económica. Sin embargo, más allá de la relevancia que pueda tener por sí misma, como conducta individualmente considerada, la autopreferencia es un síntoma de la profunda asimetría que caracteriza las relaciones verticales entre plataformas y usuarios (profesionales); una expresión paradigmática del ejercicio de poder por estas grandes empresas tecnológicas. Desde esta perspectiva, la autopreferencia puede servirnos como hilo conductor para explorar otras soluciones jurídicas que pueden probarse eficaces para abordar las consecuencias perniciosas del ejercicio de dicho poder. De esta forma, el segundo objetivo tiene que ver con la articulación de la respuesta jurídica frente al ejercicio de poder económico por las grandes plataformas digitales.

En coherencia con estos dos grandes ejes, la tesis se estructura en dos partes claramente diferenciadas pero interconectadas entre sí.

La primera parte, compuesta por los tres primeros capítulos, aborda el fenómeno de la autopreferencia en el marco del Derecho de defensa de la competencia. El Capítulo I presenta algunos aspectos preliminares y conceptuales imprescindibles para la comprensión del fenómeno, incluyendo sus antecedentes históricos, con especial atención a su conexión con ciertas prácticas comerciales documentadas en el sector de la distribución minorista.

El Capítulo II contiene, fundamentalmente, un análisis económico de la autopreferencia en el contexto del Derecho *antitrust*, empleando modelos teóricos y estudios empíricos que revelan la ambigüedad de sus efectos sobre la competencia: junto con las eficiencias que pueden producirse en un corto plazo, suelen describirse efectos potencialmente negativos en el largo plazo sobre parámetros como la innovación, la calidad o la variedad de productos o servicios en el mercado. El pensamiento económico presenta una importancia crucial en el Derecho de defensa de la competencia, pues sobre sus postulados se han sustentado las distintas posiciones o interpretaciones doctrinales y el marco jurídico vigente. Ahora bien, nuestro análisis económico no se limita al contenido de este Capítulo, pues, en buena medida, también informa la segunda parte de la Tesis, donde ciertos fundamentos económicos son imprescindibles para comprender la lógica tanto del abuso de dependencia económica como de la regulación *ex ante*.

El Capítulo III, por su parte, se centra en el análisis normativo de la autopreferencia, señalando la ausencia de una definición jurídica uniforme y de un test legal adscrito a esta conducta que facilite su integración en el Derecho *antitrust*.

La conclusión que puede extraerse de esta primera parte es la dificultad para encuadrar la autopreferencia en el paradigma dominante del Derecho *antitrust*, tanto por su ambigüedad en un plano económico como por su imprecisión desde un punto de vista jurídico. Ello conduce a la segunda parte de la Tesis, donde se exploran vías jurídicas alternativas. En esta segunda parte —donde la autopreferencia actúa, según hemos anticipado, como hilo conductor— cobran protagonismo las nociones de poder de mercado y dependencia económica.

El Capítulo IV se dedica al análisis del poder de intermediación ejercido por los denominados guardianes de acceso y del marco regulatorio *ex ante* adoptado en Europa para disciplinar su comportamiento mediante la incorporación de una serie de pautas de conducta entre las que figura una prohibición de incurrir en prácticas de autopreferencia. Los Capítulos V y VI, por su parte, examinan la figura del abuso de dependencia económica como solución jurídica para abordar ciertos abusos verticales que no encajan ni en el Derecho *antitrust* (entendido en sentido estricto) ni en la regulación económica, pero que pueden generar igualmente distorsiones competitivas. La mayor atención que hemos prestado al abuso de dependencia económica obedece al escaso tratamiento doctrinal que ha recibido esta figura en este contexto, especialmente en comparación con la regulación económica.

Como se argumentará, tanto la regulación *ex ante* como el abuso de dependencia económica giran en torno a una misma idea, cual es la existencia de una situación de dependencia económica (ya sea estructural o bilateral) que sitúa al usuario profesional en una posición de vulnerabilidad frente a la plataforma. La elección de la vía jurídica más adecuada dependerá de la intensidad y naturaleza del poder que ejerce la plataforma atendiendo a las circunstancias específicas del caso concreto. Se propone así una aproximación combinada al fenómeno de la autopreferencia, en la que regulación económica, el Derecho de defensa la competencia (en sentido estricto) y el abuso de dependencia económica actúan de forma complementaria, representando distintos niveles de intervención que se activan en función del umbral de poder identificado.

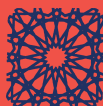
Todo ello pone de manifiesto la necesidad de adoptar un marco jurídico más flexible y plural para abordar adecuadamente estas prácticas, superando las limitaciones de una visión clásica y restrictiva del Derecho *antitrust*.

La autopreferencia constituye una de las expresiones más paradigmáticas de la capacidad de las nuevas plataformas digitales para actuar como una suerte de reguladores privados en los mercados que intermedian. Sin embargo, pese a la centralidad que ha adquirido en el debate jurídico y político contemporáneo, sigue siendo una figura conceptualmente imprecisa y jurídicamente esquiva. Este libro parte de una constatación clara: el Derecho antitrust clásico, construido en Europa en torno a la noción de abuso de posición dominante, resulta insuficiente para captar la complejidad de esta práctica en los entornos digitales actuales.

Lejos de limitarse a describir un fenómeno asociado a casos emblemáticos como Google Shopping, la obra propone una lectura más ambiciosa. La autopreferencia es analizada como la manifestación emblemática de un conflicto de interés estructural inherente al rol dual de las plataformas y como un síntoma de las profundas asimetrías de poder que caracterizan las relaciones entre plataformas y usuarios profesionales. Desde esta premisa, el libro explora críticamente los límites del enfoque antitrust tradicional y abre el campo a soluciones jurídicas complementarias.

La principal originalidad de la obra reside en situar la autopreferencia en la intersección entre el Derecho de la competencia, la regulación económica y la figura —poco explorada en este contexto— del abuso de dependencia económica. A través de un análisis jurídico y económico riguroso, se propone una respuesta escalonada e integral frente a las conductas que pueden dañar la competencia en los nuevos entornos digitales, ajustada a la intensidad y naturaleza del poder económico subyacente en cada caso.

La lectura de este libro ofrece al jurista una herramienta conceptual sólida para repensar los límites del Derecho de defensa de la competencia a la luz de la economía digital y contribuye de forma decisiva al debate sobre cómo articular una tutela eficaz frente a los nuevos poderes privados.



COMARES
editorial

