



Arquitectura normativa estratificada para integrar evidencia comportamental en mercados digitales

Stratified Normative Design for the Integration of Behavioral Evidence Within Digital Market Regulation

FERNANDO A. RAMOS-ZAGA

Universidad César Vallejo, Lima, Perú

Correo electrónico: fernandozaga@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6301-9460>

Resumen

El derecho de la competencia se sustenta en la racionalidad plena, cuya validez descriptiva ha sido erosionada por la economía del comportamiento, generando tensión entre realismo empírico y estabilidad institucional. En este artículo el objetivo es analizar la viabilidad conceptual de una arquitectura normativa estratificada para integrar evidencia comportamental en mercados digitales. Los resultados proponen un modelo de dos niveles, presunción de racionalidad y modulador comportamental, que incorpora sesgos mediante umbrales probatorios y explica defaults, *dark patterns* y colusión algorítmica, identificando además límites institucionales. La conclusión sugiere que este enfoque concilia coherencia jurídica y realismo comportamental.

Palabras clave

Economía del comportamiento, Derecho de la competencia, Arquitectura normativa estratificada, Racionalidad acotada, Mercados digitales.

Abstract

Competition law has traditionally relied on full rationality, whose descriptive validity has been challenged by behavioral economics, creating tension between empirical realism and institutional stability. This article examines the conceptual viability of a stratified normative architecture to integrate behavioral evidence in digital markets. The findings advance a two-level model, a presumption of rationality and a behavioral modulator, incorporating cognitive biases through graduated evidentiary thresholds and explaining defaults, dark patterns, and algorithmic collusion, while identifying institutional limits. The analysis suggests that this approach reconciles legal coherence with behavioral realism.

Keywords

Behavioral Economics, Competition Law, Stratified Normative Architecture, Bounded Rationality, Digital Markets.

1. Introducción

La regulación de la competencia económica se ha edificado históricamente sobre los cimientos teóricos del modelo de elección racional, un paradigma que presupone agentes dotados de capacidades ilimitadas para procesar información, ponderar alternativas y la maximizar la utilidad esperada (Posner, 1979). Esta herencia intelectual, consolidada bajo la influencia de la escuela de Chicago durante la segunda mitad del siglo XX, proporcionó al derecho antimonopolio un marco



analítico parsimonioso que permitió construir categorías sustantivas como la definición de mercado relevante, la evaluación de poder de mercado, el control de concentraciones y la tipificación de conductas colusorias con un grado razonable de coherencia y previsibilidad (Bork, 1978). La racionalidad plena no operó únicamente como hipótesis descriptiva del comportamiento económico, sino como estándar prescriptivo para la intervención regulatoria: si los agentes actúan racionalmente, los mercados tienden hacia equilibrios eficientes y la intervención estatal resulta justificada solo ante fallas estructurales claramente identificables (Easterbrook, 1984).

No obstante, la acumulación progresiva de evidencia empírica que proviene de la economía del comportamiento ha sometido este paradigma a un cuestionamiento que resulta ya ineludible. Desde los trabajos seminales sobre racionalidad acotada (Simon, 1955) y la formalización de la teoría prospectiva (Kahneman & Tversky, 1979), se ha documentado con rigor experimental que los agentes económicos se desvían de los postulados neoclásicos de forma sistemática y predecible. Fenómenos como la aversión a la pérdida, los efectos de encuadre, el descuento hiperbólico y el sesgo del *statu quo* no constituyen anomalías marginales, sino patrones recurrentes que afectan tanto las decisiones de consumo como las estrategias empresariales (Thaler, 2015; Kahneman et al., 2011). La cuestión que se plantea al derecho de la competencia no es, por tanto, si estos hallazgos poseen relevancia, sino cómo integrarlos en un marco regulatorio que preserve la estabilidad institucional y la seguridad jurídica que el Estado de derecho exige.

A pesar de este avance, persiste una brecha relevante en la literatura. Mientras que la economía del comportamiento ha desarrollado una base empírica robusta para el estudio de decisiones individuales, su integración en el derecho de la competencia carece de un marco analítico unificado que permita traducir estos hallazgos en criterios jurídicos operativos. Por un lado, se ha cuestionado que la evidencia comportamental posea poder predictivo suficiente para guiar la intervención regulatoria de manera consistente (Devlin & Jacobs, 2014; Wright & Stone, 2012). Por otro, las propuestas de incorporación suelen adoptar un carácter fragmentario, lo que dificulta su articulación con los principios de seguridad jurídica y coherencia institucional que estructuran el sistema antimonopolio (Rebonato, 2012).

Las implicaciones de esta brecha trascienden el plano teórico. En los mercados digitales, donde las decisiones de los usuarios se producen en entornos de alta complejidad informativa y diseño estratégico de la elección, la interacción entre la arquitectura de decisión y el poder de mercado adquiere una relevancia sistémica. La evidencia empírica muestra que fenómenos como la inercia en la elección no operan de manera uniforme, sino que dependen de factores como los costos de cambio, la experiencia previa y las características del entorno competitivo, lo que puede generar tanto resultados eficientes como distorsiones persistentes (Ashby & Teodorescu, 2019). En este contexto, la presunción de racionalidad como único estándar analítico es insuficiente para capturar la heterogeneidad de los efectos observados.

Desde una perspectiva metodológica, este trabajo se inscribe en un paradigma jurídico-económico de carácter analítico, con un enfoque cualitativo y un diseño teórico-conceptual. Se trata de una investigación de alcance explicativo y propositivo, orientada a examinar la viabilidad de integrar evidencia comportamental en el análisis antimonopolio mediante la construcción de un marco conceptual estructurado. El método empleado consistió en revisar de forma crítica de la literatura relevante, sistematizar sus aportes y elaborar una propuesta analítica que permita articularlos de manera coherente.

En este contexto, el objetivo es analizar la viabilidad conceptual y operativa de una arquitectura normativa estratificada como marco de integración de la evidencia comportamental en el derecho de la competencia, con especial énfasis a la evaluación de conductas empresariales en mercados digitales, bajo criterios de seguridad jurídica y estabilidad institucional. La relevancia

de este objetivo radica en su potencial para contribuir a la construcción de un enfoque que, sin abandonar la parsimonia del modelo racional, incorpore de manera disciplinada los hallazgos empíricos sobre el comportamiento económico.

La estructura del artículo responde a esta lógica analítica. En primer lugar, se examinan los límites descriptivos del modelo de racionalidad plena en el análisis antimonopolio. En segundo lugar, se analizan las condiciones bajo las cuales los sesgos cognitivos se transmiten o se neutralizan en el ámbito de la gobernanza corporativa. A continuación, se desarrolla la propuesta de una arquitectura normativa estratificada que articula ambos niveles de análisis. Finalmente, se evalúa la aplicabilidad de este modelo en mercados digitales, así como sus principales límites institucionales, con el fin de valorar su utilidad como herramienta para el análisis contemporáneo del derecho de la competencia.

2. Insuficiencia descriptiva del modelo de racionalidad plena en el análisis antimonopolio

El modelo de elección racional que sustenta el análisis antimonopolio convencional descansa sobre supuestos axiomáticos cuya solidez empírica ha sido erosionada por quienes se dedican a la investigación de las ciencias del comportamiento. La teoría de la utilidad esperada (von Neumann & Morgenstern, 1944) postula preferencias completas, transitivas y estables, procesamiento exhaustivo de la información y selección de la alternativa que maximiza la función de utilidad sujeta a restricciones presupuestarias. Trasladado al derecho de la competencia por la escuela de Chicago, este modelo interpreta las conductas del mercado como respuestas óptimas a incentivos de precios y cantidades, y atribuye las desviaciones del equilibrio competitivo a fallas estructurales del mercado antes que a limitaciones cognitivas de los agentes (Bork, 1978; Posner, 1979).

Frente a este marco, la primera fractura significativa en este edificio teórico provino del concepto de racionalidad acotada, introducido para capturar la observación de que los seres humanos no optimizan, sino que satisfacen; esto lo llevan a cabo operando con modelos simplificados de la realidad debido a limitaciones inherentes en sus capacidades de cálculo, memoria y atención (Simon, 1955). Esta noción, aunque inicialmente recibida con escepticismo en la economía convencional, encontró respaldo experimental decisivo con la demostración de que las decisiones bajo incertidumbre se desvían sistemáticamente de las predicciones de la teoría de la utilidad esperada.

En concordancia, en la teoría prospectiva se documentó que los individuos ponderan las pérdidas con mayor intensidad que las ganancias de magnitud equivalente, que evalúan los resultados en relación con puntos de referencia subjetivos y que transforman las probabilidades objetivas mediante funciones de ponderación no lineales (Kahneman y Tversky, 1979). Estos hallazgos no constituyeron meras curiosidades de laboratorio; su replicación en contextos de campo ha confirmado su robustez en dominios que van desde las decisiones financieras hasta las elecciones de consumo cotidiano (Camerer et al., 2003).

La relevancia de estas desviaciones para el análisis antimonopolio se manifiesta con particular intensidad cuando se examinan las condiciones bajo las cuales opera el modelo de racionalidad plena. El supuesto de información perfecta, sobre el que descansa la predicción de que los consumidores disciplinan a las empresas mediante la sustitución racional entre productos, es descriptivamente inadecuado en mercados caracterizados por la complejidad informativa, la opacidad contractual y la sobrecarga cognitiva (Gabaix & Laibson, 2006).

Bajo tales condiciones, la investigación sobre atributos ocultos ha demostrado que las empresas pueden explotar estratégicamente la incapacidad de los consumidores para procesar todas las dimensiones relevantes de un producto, diseñando estructuras de precios que maximizan el valor percibido por el consumidor sesgado en lugar del valor real (Grubb, 2015). En los mercados de telecomunicaciones, servicios financieros y suscripciones digitales, la evidencia muestra que los consumidores seleccionan sistemáticamente planes subóptimos debido a la

sobreconfianza en sus predicciones de consumo futuro, un patrón que la competencia entre empresas no corrige, sino que, paradójicamente, intensifica al incentivar el diseño de contratos que explotan esta sobreconfianza (Grubb, 2015).

En un plano complementario, un segundo eje de insuficiencia descriptiva concierne al tratamiento de la incertidumbre temporal en las decisiones económicas. El modelo neoclásico asume que los agentes descuentan el futuro de manera exponencial y consistente en el tiempo, una predicción que la evidencia sobre descuento hiperbólico ha refutado con amplitud (Laibson, 1997). La tendencia de los individuos a sobrevalorar las recompensas inmediatas frente a los beneficios diferidos genera patrones de decisión que el análisis antimonopolio convencional no logra capturar.

En el ámbito de la competencia, este fenómeno tiene implicaciones directas para evaluar prácticas como los contratos con penalizaciones por cancelación anticipada, las ofertas de período introductorio con renovación automática y las estructuras de fidelización que explotan la inercia del consumidor (Stucke, 2013). La persistencia de estos patrones en mercados competitivos constituye una anomalía que el modelo de racionalidad plena solo puede explicar recurriendo a supuestos *ad hoc* sobre costes de transacción o asimetrías informativas, sin reconocer que el problema reside en las propias capacidades cognitivas de los agentes.

Aun así, la objeción según la cual estos hallazgos carecen de validez externa por provenir predominantemente de entornos experimentales merece consideración, pero no resulta concluyente. La investigación de campo en mercados reales ha replicado sistemáticamente los patrones documentados en laboratorio, donde se observa la aversión a la pérdida en transacciones inmobiliarias, efectos de encuadre en la elección de planes de salud y sesgo del *statu quo* en la selección de proveedores de energía (DellaVigna, 2009). Más significativamente, las propias empresas operan sobre la premisa de que estos sesgos son explotables: la inversión creciente en diseño de interfaces, arquitectura de opciones predeterminadas y técnicas de segmentación comportamental presupone que el comportamiento de los consumidores no se ajusta al modelo de racionalidad plena, sino que responde a patrones predecibles de desviación que pueden ser instrumentalizados con fines comerciales (Thaler & Sunstein, 2008).

Con todo, conviene delimitar con precisión el alcance de esta crítica. La insuficiencia descriptiva del modelo de racionalidad plena no equivale a su inutilidad analítica. Como herramienta de primer orden para generar predicciones sobre el comportamiento agregado de los mercados, el modelo neoclásico conserva una parsimonia que ningún enfoque alternativo ha logrado replicar con éxito comparable (Devlin & Jacobs, 2014). Desde esta delimitación, el tema no reside en abandonar la racionalidad como presunción operativa, sino en reconocer que su capacidad explicativa se degrada significativamente bajo condiciones específicas de complejidad informativa, asimetría cognitiva y diseño estratégico del entorno decisional. La fragmentación epistemológica de la economía del comportamiento, señalada reiteradamente como su principal debilidad prescriptiva (Rebonato, 2012), no invalida la solidez de sus hallazgos descriptivos; simplemente indica que la integración de estos hallazgos en el análisis jurídico requiere un marco diferenciado que no pretenda sustituir la racionalidad como estándar por defecto, sino complementarla con moduladores contextuales empíricamente justificados.

Sobre esta base, el análisis precedente muestra que la insuficiencia descriptiva del modelo de racionalidad plena no justifica su abandono, sino su reubicación como presunción operativa dentro de un esquema analítico más amplio. La evidencia comportamental introduce una dimensión explicativa adicional que no puede integrarse sin considerar previamente cómo los sesgos cognitivos operan más allá del individuo. A partir de esta exigencia, resulta necesario trasladar el foco hacia el nivel organizacional para examinar bajo qué condiciones los sesgos se transmiten, se transforman o se neutralizan en la empresa. La sección siguiente aborda precisamente esta

cuestión, analizando la mediación de la gobernanza corporativa en la configuración del comportamiento económico relevante para el derecho de la competencia.

3. Transmisión, transformación y neutralización de sesgos cognitivos en la gobernanza corporativa

A partir de este desplazamiento analítico, el traslado de los hallazgos de la economía del comportamiento desde el plano individual al organizacional constituye uno de los desafíos más complejos y menos resueltos en la literatura sobre derecho de la competencia. La empresa, concebida en el modelo neoclásico como una función de producción que transforma insumos en productos para maximizar beneficios, opera en la realidad como una organización compuesta por individuos cuyos procesos de decisión están sujetos a las mismas limitaciones cognitivas documentadas en la investigación comportamental (Cyert & March, 1963). No obstante, la relación entre los sesgos individuales de los directivos y las decisiones corporativas no es lineal ni mecánica: las estructuras de gobernanza, los procedimientos de deliberación colectiva y las presiones competitivas del mercado pueden amplificar, transformar o neutralizar estos sesgos a través de mecanismos que requieren un análisis diferenciado.

Como punto de entrada empírico, la evidencia sobre el exceso de confianza en la toma de decisiones empresariales proporciona un punto de entrada particularmente ilustrativo. Malmendier y Tate (2005) han documentado que los directivos de empresas tienden a sobreestimar la probabilidad de éxito de las estrategias que emprenden, la precisión de sus estimaciones sobre variables futuras y su capacidad relativa frente a los competidores

Tal sesgo, lejos de ser corregido por las estructuras de gobernanza corporativa, puede verse amplificado por dinámicas organizacionales como la selección de personal que privilegia la confianza sobre la calibración, los sistemas de incentivos que recompensan la asunción de riesgos y las culturas corporativas que penalizan la expresión de dudas o la presentación de escenarios adversos (Langevoort, 2001). En el ámbito específico del derecho de la competencia, el exceso de confianza de los altos directivos ha sido identificado como un factor explicativo del por qué las fusiones destruyen el valor para los accionistas, un fenómeno que la presunción neoclásica de eficiencia en las operaciones de concentración no logra reflejar adecuadamente (Stucke, 2013).

Al ampliar el foco analítico, la cuestión adquiere una dimensión adicional cuando se examina el papel de los procesos de deliberación grupal para tomar decisiones corporativas. La investigación en psicología organizacional ha demostrado que los grupos no constituyen necesariamente un correctivo para los sesgos individuales; por el contrario, fenómenos como la polarización grupal y el pensamiento de grupo pueden conducir a decisiones más extremas y menos calibradas que adoptarían los individuos si actuaran de forma aislada (Sunstein, 2002). En el contexto de las decisiones anticompetitivas, esta dinámica es particularmente relevante para comprender la persistencia de conductas colusorias. La participación en acuerdos de fijación de precios o reparto de mercados, que desde una perspectiva de racionalidad plena debería ser disuadida por el análisis de costes y beneficios asociados al riesgo de detección y sanción, se facilita por medio de los mecanismos de conformidad grupal, difusión de responsabilidad y racionalización colectiva que atenúan la percepción individual del riesgo (Stephan, 2010).

Sin embargo, sería un error analítico presuponer que todos los sesgos individuales se transmiten sin filtro a las decisiones corporativas. Las organizaciones disponen de mecanismos institucionales que pueden operar como correctivos parciales, entre ellos están la división del trabajo cognitivo entre departamentos especializados, los procedimientos de revisión y aprobación jerárquica, los sistemas de auditoría interna y la supervisión ejercida por consejos de administración independientes; todos ellos constituyen dispositivos organizacionales cuya función, entre otras, es reducir el impacto de los errores de juicio individuales en las decisiones estratégicas

(Bazerman & Moore, 2013). La cuestión empírica relevante no es si los sesgos se transmiten, sino bajo qué condiciones las estructuras de gobernanza logran neutralizarlos y en qué condiciones fallan en esta función correctora.

Desde un punto de vista de sistematización, la literatura sobre gobernanza corporativa y economía del comportamiento sugiere que la eficacia de estos mecanismos correctivos está condicionada por factores estructurales identificables. La concentración del poder decisorial en un número reducido de ejecutivos, la debilidad de los controles internos, la homogeneidad cognitiva de los órganos de dirección y la existencia de incentivos que alinean los intereses de los directivos con resultados a corto plazo tienden a amplificar la transmisión de sesgos desde el plano individual al organizacional (Malmendier & Tate, 2015). En contraste, la diversidad en la composición de los órganos de gobierno, la existencia de procedimientos estructurados de evaluación de riesgos, la separación funcional entre las instancias de propuesta y decisión y la presencia de mecanismos de rendición de cuentas robustos operan como factores de neutralización que reducen, aunque no eliminan, la incidencia de sesgos cognitivos en las decisiones corporativas (Kahneman et al., 2011).

A partir de esta diferenciación se puede encontrar las implicaciones directas para el análisis antimonopolio. La pretensión de que la economía del comportamiento es irrelevante para estudiar a las empresas porque los mecanismos del mercado disciplinan las decisiones irracionales constituye una generalización que desconoce la heterogeneidad organizacional. La disciplina del mercado opera con mayor eficacia cuando la retroalimentación es rápida, transparente e inequívoca; en los mercados donde los resultados de las decisiones son ambiguos, diferidos en el tiempo o difíciles de atribuir causalmente a elecciones específicas, los sesgos organizacionales pueden persistir durante períodos prolongados sin ser corregidos por la presión competitiva (Tor, 2014).

Simultáneamente, la tesis opuesta según la cual todos los sesgos individuales se trasladan automáticamente a las empresas incurre en un reduccionismo simétrico que ignora la capacidad correctiva de las estructuras institucionales. Una aproximación analíticamente rigurosa exige, por tanto, un examen contextualizado de las condiciones bajo las cuales la gobernanza corporativa amplifica, transforma o neutraliza los sesgos cognitivos de sus integrantes, lo que evita tanto la presunción indiscriminada de la racionalidad corporativa como la imputación mecánica de irracionalidad.

En este marco crítico, el *teorema de irrelevancia*, según el cual la economía del comportamiento carece de implicaciones diferenciadas para la política antimonopolio porque los sesgos afectan por igual a incumbentes y entrantes (Wright & Stone, 2012), merece una consideración específica. Este argumento, aunque formalmente elegante, descansa sobre un supuesto de simetría que la evidencia organizacional no respalda.

En un examen más fino, las empresas incumbentes con poder de mercado significativo disponen de recursos, tiempo y capacidad institucional para diseñar estructuras decisoriales que exploten los sesgos de consumidores y competidores potenciales, mientras que las empresas entrantes, sometidas a restricciones presupuestarias más severas y a la necesidad de tomar decisiones rápidas en medio de la incertidumbre, carecen frecuentemente de los mecanismos correctivos que podrían compensar las limitaciones cognitivas de sus directivos (Fletcher, 2024). La asimetría no reside en la presencia o ausencia de sesgos, sino en la capacidad diferencial de las organizaciones para instrumentalizar los sesgos ajenos y corregir los propios, una dimensión que el teorema de irrelevancia omite por construcción.

El examen de la gobernanza corporativa evidencia que la relación entre sesgos individuales y decisiones empresariales no es lineal, sino contingente a estructuras organizacionales específicas. Tal constatación impide tanto asumir una racionalidad corporativa plena como imputar mecánicamente irracionalidad a la empresa, lo que deja abierto un problema de articulación normativa: cómo integrar, sin perder coherencia, un estándar basal de racionalidad con moduladores

comportamentales condicionados por el contexto. La sección siguiente introduce la Arquitectura Normativa Estratificada como respuesta a este desafío, definiendo un esquema jerárquico que ordena la interacción entre ambos planos analíticos.

4. Diseño de la arquitectura normativa estratificada

La construcción de un marco analítico capaz de integrar la evidencia comportamental en el derecho de la competencia sin sacrificar la coherencia sistémica exige superar la dicotomía entre el formalismo del modelo de racionalidad plena y la fragmentación inherente a una aplicación *ad hoc* de hallazgos comportamentales. El modelo que aquí se propone, denominado *arquitectura normativa estratificada*, opera sobre la premisa de que la articulación entre estos dos cuerpos de conocimiento no debe concebirse como una sustitución paradigmática, sino como una relación de estratificación funcional donde cada nivel cumple un papel analítico diferenciado y jerárquicamente ordenado.

Bajo este esquema, el primer nivel de la arquitectura consiste en una presunción operativa de la racionalidad que funciona como estándar basal del análisis jurídiceconómico. No constituye una afirmación ontológica, sino un dispositivo institucional que asegura que el sistema regulatorio funcione: proporciona previsibilidad sobre los criterios de evaluación, delimita la intervención estatal al exigir que las desviaciones del estándar competitivo se atribuyan a fallas identificables y preserva la coherencia interna mediante un marco parsimonioso (Hovenkamp, 2018). La presunción de racionalidad opera, en este diseño, de manera análoga a las presunciones procesales que estructuran la carga de la prueba en el derecho: establece un punto de partida que puede ser desplazado por evidencia suficiente, pero que no requiere ser demostrado en cada caso como condición de aplicación.

El segundo nivel introduce la evidencia comportamental como modulador contextual que se activa bajo condiciones empíricamente justificadas. La activación de este nivel no depende de alegar que los agentes económicos son susceptibles a sesgos cognitivos, porque dicha proposición, por su generalidad, carecería de poder discriminante y conduciría precisamente a la fragmentación intervencionista que los críticos del *behavioral antitrust* han denunciado (Devlin & Jacobs, 2014). La modulación comportamental se activa cuando concurren condiciones de mercado específicas que, conforme a la evidencia empírica disponible, incrementan significativamente la probabilidad de que los sesgos cognitivos distorsionen el funcionamiento competitivo de un modo que el primer nivel no logra capturar.

De ahí que la definición de estas condiciones de activación constituya el elemento más delicado del diseño, pues de ella depende que la arquitectura evite subincluir como sobreincluir. Se propone que la modulación comportamental sea procedente cuando se verifique al menos una de las siguientes condiciones, acreditada mediante estándares probatorios rigurosos, tal como la existencia documentada de asimetrías informativas estructurales entre los agentes del mercado que no puedan ser razonablemente superadas mediante la diligencia ordinaria del consumidor o del competidor, una condición especialmente prevalente en mercados de productos complejos, contratos multidimensionales y servicios digitales con atributos ocultos (Gabaix & Laibson, 2006).

A lo anterior se suma el diseño deliberado de la arquitectura de elección orientado a explotar vulnerabilidades cognitivas documentadas, como ocurre con las opciones predeterminadas diseñadas para maximizar la inercia del usuario o las estructuras de precios que explotan la sobreconfianza en las predicciones de consumo futuro (Thaler & Sunstein, 2008). Asimismo, se constata que las condiciones estructurales del mercado impiden que los mecanismos competitivos corrijan endógenamente las distorsiones que generan los sesgos, un supuesto que se verifica típicamente en los mercados con elevados costes psicológicos de búsqueda, efectos de red que refuerzan la posición del incumbente y las barreras de cambio amplificadas por factores comportamentales (Fletcher, 2024).

En esa lógica, la relación entre ambos niveles es de complementariedad jerárquica no de sustitución. El primer nivel permanece activo como marco de referencia incluso cuando el segundo nivel ha sido activado: la evidencia comportamental no reemplaza el análisis de racionalidad, sino que lo enriquece con información adicional sobre las condiciones bajo las cuales las predicciones del modelo estándar resultan sistemáticamente inexactas. Esta estructura analítica refleja la lógica de la regla de la razón en su versión procesal más refinada, donde el análisis se despliega en etapas sucesivas de complejidad creciente en función de la evidencia disponible (Hovenkamp, 2018). La presunción de racionalidad establece el umbral inicial de relevancia; la modulación comportamental introduce un segundo nivel de análisis cuando las circunstancias del caso lo justifican; y la carga de acreditar las condiciones de activación recae sobre quien invoca la evidencia comportamental como fundamento para intervenir, preservando así la función garantista de la presunción basal.

Sobre esa base, un aspecto crítico del diseño concierne a graduar la intensidad de la modulación comportamental en función de la naturaleza del agente evaluado. La evidencia analizada en la sección precedente demuestra que la transmisión de sesgos cognitivos al comportamiento organizacional no es uniforme, sino que depende de las estructuras de gobernanza, los mecanismos correctivos internos y la capacidad institucional de la empresa. La arquitectura debe, por tanto, incorporar un principio de diferenciación, según el cual, la intensidad de la modulación comportamental varía en según la sofisticación organizacional del agente y de la naturaleza de la conducta evaluada. En el extremo de mayor receptividad comportamental se situarían las conductas que explotan directamente los sesgos cognitivos de los consumidores en los mercados con asimetrías informativas severas; en el extremo de menor receptividad, las decisiones estratégicas adoptadas por empresas con estructuras de gobernanza robustas en mercados que generan retroalimentación competitiva rápida y transparente.

Correlativamente, la articulación operativa de esta diferenciación puede instrumentarse mediante umbrales probatorios graduados. Para que la modulación comportamental desplace la presunción de racionalidad en la evaluación de una conducta empresarial, el estándar probatorio debería ser proporcionalmente más exigente cuanto mayor sea la sofisticación organizacional del agente y cuanto más directa sea la retroalimentación competitiva del mercado en el que opera. Este principio de proporcionalidad probatoria no es una innovación radical, sino que se aplica al ámbito comportamental de una lógica que el derecho de la competencia ya emplea en otros contextos: la graduación de la carga de la prueba en función de la naturaleza de la restricción evaluada, que oscila entre la condena cuasiautomática de las restricciones por objeto y el análisis detallado de efectos que exigen las conductas ambiguas (Kaplow, 2011).

En paralelo, la coherencia interna de la arquitectura exige explicitar los criterios conforme a los cuales la evidencia comportamental resulta admisible como modulador del análisis. Se establecen tres requisitos acumulativos: primero, que el sesgo invocado esté documentado mediante una investigación empírica replicable y no constituya una especulación teórica; segundo, que exista un nexo causal plausible entre el sesgo documentado y la distorsión competitiva alegada, para evitar su uso como comodín explicativo; y tercero, que las condiciones específicas del mercado examinado sean compatibles con la operación del sesgo, lo que excluye contextos donde los mecanismos de aprendizaje, arbitraje o corrección institucional neutralizan su incidencia.

Con este andamiaje, el modelo de arquitectura normativa estratificada establece un marco conceptual que permite integrar la evidencia comportamental sin comprometer la seguridad jurídica ni la coherencia del análisis antimonopolio. No obstante, su validez no puede quedar en el plano teórico, sino que requiere ser contrastada en contextos donde las condiciones de activación del modulador comportamental se presenten con mayor intensidad. En consecuencia, la sección siguiente examina su viabilidad operativa en mercados digitales, evaluando su capacidad

para explicar fenómenos como las opciones predeterminadas, los dark patterns y la colusión algorítmica, así como los límites institucionales de su implementación.

5. Aplicabilidad en mercados digitales y límites institucionales

Evaluar la arquitectura normativa estratificada frente a fenómenos competitivos concretos constituye un paso imprescindible para determinar su capacidad explicativa y sus límites operativos. Los mercados digitales ofrecen un terreno de prueba especialmente exigente, pues en ellos confluyen con intensidad particular las condiciones que, conforme al diseño propuesto, justifican activar el modulador comportamental, entre ellas: asimetrías informativas estructurales amplificadas por la opacidad algorítmica, diseño deliberado de la arquitectura de elección y mecanismos de retroalimentación competitiva debilitados por efectos de red y costes de cambio comportamentales (Fletcher, 2024).

Como primera concreción empírica, el fenómeno de las opciones predeterminadas (*defaults*) en plataformas digitales ilustra con nitidez cómo opera el modelo en su segundo nivel analítico. La investigación empírica ha documentado que las opciones predeterminadas ejercen una influencia desproporcionada sobre el comportamiento de los usuarios, un efecto que se explica por la convergencia de múltiples sesgos: la inercia del *statu quo*, la percepción implícita de que la opción predeterminada es la que recomienda el proveedor y el coste cognitivo de evaluar y seleccionar activamente una alternativa (Thaler & Sunstein, 2008).

A modo de ilustración aplicada, en el caso *United States vs. Google (2020-2024)*, la teoría de daño anticompetitivo se fundamentó precisamente en la capacidad de Google para adquirir el estatus de buscador predeterminado en los principales navegadores y dispositivos móviles, lo cual consolidaba una cuota de mercado que, conforme al argumento del Departamento de Justicia, no reflejaba una preferencia racional de los usuarios, sino la explotación sistemática de su inercia decisional. No obstante, la evidencia experimental ha demostrado que la relación entre opciones predeterminadas y comportamiento de mercado es más matizada de lo que un modelo determinista sugiere: la inercia interactúa con factores como la satisfacción del usuario, la familiaridad con el producto y el contexto competitivo específico, de modo que su efecto anticompetitivo no puede presumirse universalmente, este requiere una acreditación contextualizada (Ashby & Teodorescu, 2019).

Frente a esa complejidad empírica, la arquitectura propuesta aborda esta cuestión de forma estructurada. En su primer nivel, la presunción de racionalidad exigiría demostrar que la posición de mercado de Google genera efectos anticompetitivos mediante los instrumentos convencionales del análisis de dominancia. En su segundo nivel, activado por la concurrencia de asimetrías informativas documentadas y diseño deliberado de la arquitectura de elección, la modulación comportamental permitiría incorporar la evidencia sobre el efecto de las opciones predeterminadas como factor adicional en la evaluación de la conducta, sin sustituir el análisis de primer nivel, sino enriqueciéndolo con una dimensión que el modelo de racionalidad plena no logra capturar. El estándar probatorio exigiría, conforme a los criterios de admisibilidad propuestos, que se acreditase la documentación empírica del sesgo, el nexo causal con la distorsión competitiva y la compatibilidad de las condiciones del mercado con la operación del sesgo invocado.

Ampliando el campo de aplicación, el fenómeno de los *dark patterns*, entendidos como diseños de interfaz que explotan deliberadamente vulnerabilidades cognitivas de los usuarios para inducir decisiones que no habrían tomado en condiciones de procesamiento racional de la información, representa un segundo ámbito donde la arquitectura demuestra su capacidad explicativa. La Autoridad de Competencia y Mercados del Reino Unido ha reconocido que estos mecanismos de manipulación pueden fortalecer el poder de mercado de plataformas dominantes, restringir la entrada de competidores y generar efectos de bloqueo que trascienden las nociones convencionales de barreras a la entrada (Competition and Markets Authority [CMA], 2022).

En el marco de la arquitectura propuesta, los *dark patterns* satisfacen de manera paradigmática las condiciones de activación del segundo nivel: constituyen un diseño deliberado de la arquitectura de elección orientado a explotar vulnerabilidades cognitivas documentadas, operan en mercados con asimetrías informativas severas y generan distorsiones que los mecanismos competitivos no corrigen endógenamente, sino que tienden a replicar y amplificar (Barros et al., 2022). Por ejemplo, la práctica de Amazon de diseñar procesos de cancelación de suscripciones deliberadamente complejos, mientras simplifica al máximo los procesos de suscripción, ha sido objeto de acciones regulatorias en múltiples jurisdicciones precisamente porque ilustra cómo el diseño asimétrico de la interfaz explota la inercia y la aversión a la pérdida de los consumidores en beneficio de la empresa dominante.

En un plano distinto de complejidad, la colusión algorítmica constituye un tercer escenario donde la arquitectura revela tanto su potencial como sus límites. La investigación experimental ha demostrado que los algoritmos que fijan precios basados en aprendizaje por refuerzo pueden converger autónomamente hacia equilibrios supracompetitivos sin que exista comunicación explícita entre las empresas que los despliegan (Calvano et al., 2020). Tal fenómeno desafía las categorías tradicionales del derecho de la competencia, que presuponen un *concerto de voluntades* entre agentes humanos como elemento constitutivo de las prácticas concertadas (Ezrachi & Stucke, 2017).

Desde esta diferenciación conceptual, la perspectiva de la arquitectura propuesta permite precisar que el análisis de la colusión algorítmica exige una distinción según el grado de autonomía del sistema. En los escenarios donde el algoritmo opera como instrumento de un acuerdo humano previo, el primer nivel del análisis resulta suficiente, pues la presunción de racionalidad captura adecuadamente la conducta de agentes que utilizan la tecnología como medio para implementar una estrategia deliberada. En los escenarios de mayor autonomía, donde la convergencia estratégica emerge del aprendizaje iterativo del algoritmo, sin instrucciones explícitas de coordinación, la activación del segundo nivel permitiría incorporar la evidencia sobre los mecanismos mediante los cuales el diseño del algoritmo y las condiciones estructurales del mercado hacen previsible un resultado colusorio, desplazando el foco del análisis desde la intención subjetiva hacia la responsabilidad por la arquitectura tecnológica desplegada (Harrington, 2017).

Tal desplazamiento analítico conduce necesariamente a identificar límites institucionales, los cuales deben, empero, ser reconocidos con la misma transparencia con que se exponen sus virtudes. Un primer límite concierne a la capacidad técnica de las autoridades de competencia para evaluar la evidencia comportamental con el rigor que el modelo exige. Activar segundo nivel analítico presupone que el regulador o el tribunal disponen de la competencia necesaria para valorar estudios experimentales, distinguir entre sesgos documentados y especulaciones teóricas y evaluar el nexo causal entre las limitaciones cognitivas de los agentes y las distorsiones competitivas alegadas.

Asociado a esa exigencia, tal necesidad plantea desafíos de capacitación institucional que no deben subestimarse (O'Loughlin, 2023). Un segundo límite se relaciona con el riesgo de que la modulación comportamental sea instrumentalizada para justificar intervenciones motivadas por consideraciones distintas de la eficiencia competitiva. Incorporar la evidencia comportamental al análisis antimonopolio genera, inevitablemente, un margen de discrecionalidad adicional que podría ser empleado para expandir la intervención regulatoria más allá de lo que la protección del proceso competitivo justifica (Wright & Stone, 2012). Los requisitos acumulativos de admisibilidad propuestos en la sección precedente pretenden acotar este riesgo, pero no pueden eliminarlo por completo.

En un nivel más profundo de análisis, el tercer límite concierne a la propia replicabilidad de la evidencia comportamental. La crisis de replicación que afecta a segmentos significativos de la investigación en psicología social y economía del comportamiento constituye una advertencia que no se puede ignorar en el diseño normativo (Camerer et al., 2018). La arquitectura propuesta mitiga este riesgo al exigir que el sesgo invocado esté documentado por investigación empírica replicable como

condición necesaria para activar el segundo nivel, pero la evaluación de la replicabilidad es en sí misma un juicio técnico sujeto a debate. En última instancia, la solidez del modelo depende de que los estándares probatorios se apliquen con el rigor suficiente para que la modulación comportamental opere como un instrumento de precisión analítica y no como una fuente de incertidumbre adicional.

Al respecto, la experiencia regulatoria comparada ofrece indicios alentadores, aunque preliminares, sobre la viabilidad operativa del modelo. La adopción del Digital Markets Act por la Unión Europea (2022) y del Digital Markets, Competition and Consumers Act por el Reino Unido (2024) incorpora elementos que, sin adoptar explícitamente la terminología aquí propuesta, reflejan una lógica compatible con la estratificación normativa: la regulación de las opciones predeterminadas, la prohibición de prácticas de autopreferencia y la imposición de obligaciones de interoperabilidad presuponen que el comportamiento de los usuarios en plataformas digitales no se ajusta al modelo de racionalidad plena y que la arquitectura de elección constituye un factor competitivamente relevante que requiere supervisión regulatoria específica.

Es necesario añadir que la integración de esta dimensión en el ámbito latinoamericano, donde el derecho de la competencia enfrenta desafíos adicionales de capacidad institucional y seguridad jurídica, exigirá una particular atención a la claridad de los umbrales de activación y a la objetividad de los criterios de evaluación, conforme a las exigencias que la doctrina regional ha formulado respecto de la previsibilidad y la no arbitrariedad de la actuación administrativa en materia de competencia (Duque & Vásquez, 2019; Andrade, 2001).

6. Conclusiones

La integración de la economía del comportamiento en el derecho de la competencia encuentra un camino de viabilidad conceptual y operativa mediante la adopción de una arquitectura normativa estratificada. Este modelo dual permite preservar la presunción de racionalidad como un estándar basal necesario para la estabilidad institucional, al tiempo que introduce un modulador comportamental aplicable ante asimetrías informativas severas o diseños deliberados de explotación cognitiva. Se observa que adoptar este enfoque estratificado ayuda a evitar los extremos del formalismo ortodoxo y de la corrección regulatoria fragmentada. Resulta plausible afirmar que la disciplina antimonopolio requiere adaptar sus premisas descriptivas a las realidades empíricas del mercado sin comprometer las garantías de previsibilidad propias del Estado de derecho.

El principal avance conceptual del análisis realizado radica en la sistematización de los mecanismos de transmisión de sesgos cognitivos desde el plano de los individuos hacia las estructuras de gobernanza corporativa. En la teoría propuesta se reconoce que las organizaciones poseen capacidades heterogéneas para neutralizar o amplificar la irracionalidad en la toma de decisiones. Bajo esta premisa, la intensidad de la evaluación jurídica debe calibrarse de manera proporcional a la sofisticación institucional del agente económico y a las condiciones específicas de retroalimentación competitiva. Tal diferenciación analítica proporciona un andamiaje que condiciona la intervención del Estado a superar umbrales probatorios rigurosos y exigir la demostración de un nexo causal entre la limitación cognitiva documentada y la distorsión del mercado.

En el terreno operativo, las directrices normativas formuladas ofrecen herramientas concretas para escrutar conductas empresariales en los entornos digitales. Fenómenos contemporáneos como la imposición de opciones predeterminadas, la programación de patrones de diseño orientados a la manipulación del usuario y la colusión algorítmica autónoma encuentran en este marco un estándar de evaluación que supera las categorías tradicionales de dominancia. Sin embargo, es imperativo que se reconozcan los límites institucionales inherentes a esta tarea. Las autoridades de competencia enfrentan desafíos técnicos sustanciales para valorar evidencia empírica compleja e incorporar la crisis de replicabilidad de las ciencias del comportamiento en

sus determinaciones. Por consiguiente, aplicar estos parámetros exige un ejercicio de contención administrativa para prevenir un uso desmedido de la política antimonopolio.

Las trayectorias de las investigaciones venideras deben orientarse hacia la calibración empírica de los estándares probatorios propuestos y su adaptación a entornos jurisdiccionales disímiles. Resulta particularmente relevante que se investigue la viabilidad de estas herramientas en economías emergentes e instituciones con recursos analíticos limitados, donde las exigencias de seguridad jurídica demandan criterios de evaluación sumamente objetivos. Asimismo, se requiere profundizar en el estudio del aprendizaje por refuerzo en algoritmos de fijación de precios para delimitar con mayor exactitud las fronteras de la responsabilidad corporativa frente a la coordinación tácita no programada. El diseño de métricas estandarizadas para medir el impacto medible de los sesgos cognitivos en el bienestar del consumidor constituye un área de estudio prioritaria.

La evolución del derecho de la competencia hacia un realismo comportamental representa un reconocimiento analítico de la complejidad inherente a la decisión humana dentro de los mercados. Adaptar las estructuras normativas a las capacidades cognitivas comprobables de los sujetos no implica una renuncia a los ideales de eficiencia, sino una recalibración oportuna para proteger la autonomía de elección frente a las asimetrías de poder contemporáneas. Resulta razonable sostener que la legitimidad futura de las instituciones de competencia dependa de su aptitud para arbitrar de manera técnica y proporcionada las tensiones entre el desarrollo tecnológico, la estructuración de entornos digitales y las vulnerabilidades psicológicas de los participantes del mercado.

7. Declaración de uso de IA

Se usó el modelo avanzado de lenguaje GPT-5.2 de OpenAI con el propósito de identificar y subsanar errores de redacción y ortografía. La instrucción utilizada fue: “identifica y corrige todos los errores de redacción y ortografía”. Una vez obtenida la respuesta del sistema, se realizó una revisión del texto resultante para asegurar que el contenido preservara el tono e intención del borrador original.

Referencias bibliográficas

Libros

- Ashby, N. J. S., & Teodorescu, K. (2019). The effect of switching costs on choice-inertia and its consequences. *PLOS ONE*, 14(3), e0214098. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214098>
- Bazerman, M. H., & Moore, D. A. (2013). *Judgment in managerial decision making* (8th ed.). Nueva York: Wiley.
- Bork, R. H. (1978). *The antitrust paradox: A policy at war with itself*. Nueva York: Basic Books.
- Camerer, C. F., Loewenstein, G., y Rabin, M. (Eds.). (2003). *Advances in behavioral economics*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Cyert, R. M., & March, J. G. (1963). *A behavioral theory of the firm*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Nueva York: Farrar, Straus and Giroux.
- Rebonato, R. (2012). *Taking liberties: A critical examination of libertarian paternalism*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. Nueva York: W. W. Norton.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Heaven CT.: Yale University Press.
- von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). *Theory of games and economic behavior*. Princeton NJ: Princeton University Press.

Artículos o capítulos en volúmenes colectivos

- Fletcher, A. (2024). The role of behavioural economics in competition policy. En J. Lindeboom y D. Sokol (eds.). *Cambridge handbook on the theoretical foundations of antitrust and competition law* (pp. 1-26). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4389681>
- Stephan, A. (2010). The deterrence of cartels. En C. Beaton-Wells y A. Ezrachi (eds.). *Criminalising cartels: Critical studies of an international regulatory movement* (pp. 68-89). Oxford: Hart Publishing.

Artículos de publicaciones periódicas

- Andrade, S. (2001). Hace falta una ley que promocioe y proteja la competencia económica. *Iuris Dictio*, 2(3), 96-114. <https://doi.org/10.18272/iu.v2i4.558>
- Calvano, E., Calzolari, G., Denicolò, V., y Pastorello, S. (2020). Artificial intelligence, algorithmic pricing, and collusion. *American Economic Review*, 110(10), 3267-3297. <https://doi.org/10.1257/aer.20190623>
- Camerer, C. F., Dreber, A., et al. (2018). Evaluating the replicability of social science experiments in *Nature* and *Science* between 2010 and 2015. *Nature Human Behaviour*, 2(9), 637-644. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0399-z>
- DellaVigna, S. (2009). Psychology and economics: Evidence from the field. *Journal of Economic Literature*, 47(2), 315-372. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.315>
- Devlin, A., & Jacobs, M. (2014). The empty promise of behavioral antitrust. *Harvard Journal of Law y Public Policy*, 37(3), 1009-1063. https://journals.law.harvard.edu/jlpp/wp-content/uploads/sites/90/2010/01/Devlin-Jacobs_final.pdf
- Duque, J. V., & Vásquez, M. E. (2019). Umbral de cuota de mercado: ¿Es compatible con el derecho a la seguridad jurídica? *Iuris Dictio*, 24, 75-90. <https://doi.org/10.18272/iu.v24i24.1447>
- Easterbrook, F. H. (1984). The limits of antitrust. *Texas Law Review*, 63(1), 1-40. https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2152&context=journal_articles
- Ezrachi, A., & Stucke, M. E. (2017). Artificial intelligence & collusion: When computers inhibit competition. *University of Illinois Law Review*, 2017(5), 1775-1810. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2591874>
- Gabaix, X., & Laibson, D. (2006). Shrouded attributes, consumer myopia, and information suppression in competitive markets. *Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 505-540. <https://doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.505>
- Grubb, M. D. (2015). Overconfident consumers in the marketplace. *Journal of Economic Perspectives*, 29(4), 9-36. <https://doi.org/10.1257/jep.29.4.9>
- Harrington, J. E., Jr. (2017). Developing competition law for collusion by autonomous price-setting agents. *Journal of Competition Law y Economics*, 14(3), 331-363. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3037818>
- Hovenkamp, H. (2018). The rule of reason. *Florida Law Review*, 70(1), 81-167. <https://scholarship.law.ufl.edu/flr/vol70/iss1/2>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kahneman, D., Lovallo, D., y Sibony, O. (2011). The big idea: Before you make that big decision... *Harvard Business Review*, 89(6), 50-60. <https://hbr.org/2011/06/the-big-idea-before-you-make-that-big-decision>

- Barros, L., Klein, T., Shchepetova, A., & Hogg, T. (2022). The rise of dark patterns: Does competition law make it any brighter? *Competition Law Journal*, 21(3), 136-148. <https://doi.org/10.4337/clj.2022.03.06>
- Laibson, D. (1997). Golden eggs and hyperbolic discounting. *Quarterly Journal of Economics*, 112(2), 443-478. <https://doi.org/10.1162/003355397555253>
- Malmendier, U., & Tate, G. (2005). CEO overconfidence and corporate investment. *Journal of Finance*, 60(6), 2661-2700. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2005.00813.x>
- Malmendier, U., & Tate, G. (2015). Behavioral CEOs: The role of managerial overconfidence. *Journal of Economic Perspectives*, 29(4), 37-60. <https://doi.org/10.1257/jep.29.4.37>
- O'Loughlin, P. (2023). The limits of behavioral antitrust. *University of Baltimore Law Review*, 52(2), 197-268. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4220460>
- Posner, R. A. (1979). The Chicago school of antitrust analysis. *University of Pennsylvania Law Review*, 127(4), 925-948. <https://doi.org/10.2307/3311787>
- Reeves, A. P., & Stucke, M. E. (2011). Behavioral antitrust. *Indiana Law Journal*, 86(4), 1527-1586. <https://ssrn.com/abstract=1582720>
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Sunstein, C. R. (2002). The law of group polarization. *Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175-195. <https://doi.org/10.1111/1467-9760.00148>
- Tor, A. (2014). Understanding behavioral antitrust. *Texas Law Review*, 92(3), 573-667. https://scholarship.law.nd.edu/law_faculty_scholarship/296
- Wright, J. D. & Stone, J. E. (2012). Misbehavioral economics: The case against behavioral antitrust. *Cardozo Law Review*, 33(4), 1517-1553. <https://ssrn.com/abstract=1686389>

Publicaciones web

- CMA. (2022). *Online choice architecture: How digital design can harm competition and consumers*. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/624c27c68fa8f527710aaf58/Online_choice_architecture_discussion_paper.pdf
- Kaplow, L. (2011). On the choice of welfare standards in competition law. *Harvard John M. Olin Center for Law, Economics, and Business Discussion Paper No. 693*. <https://doi.org/10.4337/9780857936615.00007>
- Langevoort, D. C. (2001). The human nature of corporate boards: Law, norms, and the unintended consequences of independence and accountability. Georgetown University Law Center, 2000 Working Paper Series, Business, Economics, and Regulatory Law, Working Paper No. 241402 <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.241402>
- Parliament of the United Kingdom. (2024). *Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024*. <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2024/13/contents>
- Stucke, M. E. (2013). The implications of behavioral antitrust. The University of Tennessee, Knoxville, College of Law. Legal Studies Research Paper Series, Research Paper, No. 192, agosto. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2109713>
- Unión Europea. (2022). *The Digital Markets Act*. https://digital-markets-act.ec.europa.eu/index_en