

**ACTAS
DE DERECHO INDUSTRIAL
Y
DERECHO DE AUTOR**

Volumen 45

(2025)

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO

2025

ÍNDICE

	<i>Pág.</i>
Preliminar.....	21
Índice de abreviaturas	25
 I. DOCTRINA	
 Nuevas orientaciones sobre la definición del mercado relevante en la era digital: un análisis del proceso de revisión de la comunicación de la comisión europea	
Ana María AIDO VÁZQUEZ.....	35
 La consideración de la semana santa como folclore y su protección	
Jesús CARAVACA AGUILAR	63
 Nueva regulación del diseño en la UE	
José Antonio GÓMEZ SEGADE	85
 Sostenibilidad y Derecho de la competencia: una aproximación a los beneficios de sostenibilidad en los acuerdos entre empresas	
Sílvia GÓMEZ TRINIDAD.....	113
 De la responsabilidad social de la empresa al consumo responsable. Las afirmaciones ambientales tras la directiva 2024/825	
Vanessa MARTÍ MOYA.....	141
 Efectos de los escritos preventivos sobre la competencia judicial en materia de medidas cautelares por infracción de patentes	
José MASSAGUER	163
 Arte de apropiación y Derecho de autor	
Paz SOLER MASOTA.....	181
 La marca de la Unión Europea en el Entorno digital y el Derecho Internacional privado: Determinación de la Competencia Judicial internacional y Ley Aplicable a posibles infracciones	
Rafael Andrés Velázquez Pérez.....	209

II. DOCTRINA BREVE

El papel de las marcas en las plataformas en línea en el ámbito del comercio automatizado y la protección del consumidor
Altea ASENSI MERÁS 233

La UE amplía y actualiza el sistema de las indicaciones geográficas de productos mediante los reglamentos 2023/2411 y 2024/11433
Manuel José BOTANA AGRA 249

Licencia con objeto plural: algunas consideraciones sobre la exclusión de patentabilidad, las situaciones de dependencia y la protección simultánea
Eduardo MIRANDA RIBERA 261

Régimen de acceso a los recursos genéticos en la comunidad andina: la tragedia del caballo muerto y cómo empezar a superarla a la luz del nuevo tratado de la OMPI sobre propiedad intelectual y recursos genéticos
Diego Francoise ORTEGA SANABRIA 275

Inteligencia artificial y licencias colectivas ampliadas de derechos de autor
Marina VÁZQUEZ ESTEBAN 293

Finalidad publicitaria de las cuentas de correo electrónico. Derivaciones jurídicas
Trinidad VÁZQUEZ RUANO 313

III. COMENTARIOS DE JURISPRUDENCIA

O alcance do limite ao direito conferido ao titular da marca decorrente do uso referencial daquele sinal: comentário do Acórdão do TJUE, de 11 de janeiro de 2024, proferido no proc. C-361/22, no caso «Zara»
Maria Miguel CARVALHO 333

Relevancia (incidencia) de una posicion distintiva y autónoma de un elemento de una marca compleja en el análisis del riesgo de confusión. Comentario a la sentencia del TGUE de 6 de noviembre de 2024 (t-118/23), house of price/EUIPO-Bialy (Aroma King)
Jesús GÓMEZ MONTERO 345

Comunicación al público en pisos arrendados y público nuevo [Comentario de las STJUE (sala primera), de 20 de junio de 2024, asunto C-135/23, mega c. GI]
José Luis GONZÁLEZ SAN JUAN 365

LA PROTECCIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES EN GUATEMALA: COMENTARIOS A LA SENTENCIA NO.2112-2016 DE LA CORTE DE CONSTITUCIONALIDAD
Sara LARIOS HERNÁNDEZ y Paolo ARCHILA VALLE 381

Pág.

La marca de posición en la jurisprudencia reciente del Tribunal General de la Unión Europea. (Comentario a la Sentencia en los asuntos acumulados T361/23 a T364/23 [Sala Tercera], *Väderstad Holding AB v. EUIPO*, de 11 de septiembre de 2024 [caso «Maquinaria agrícola»])

Luis Alberto MARCO ARCALÁ 397

IV. RECENSIONES

PRELIMINAR

En el presente 2025 se cumplen 50 años de la publicación del primer número de *Actas de Derecho Industrial* en 1975.

El quincuagésimo aniversario de la revista es una buena ocasión para recordar a autores, suscriptores y lectores que «Actas» o «ADI» fue fundada como publicación periódica por el maestro y Catedrático de Derecho Mercantil de la Universidad de Santiago de Compostela (USC), Prof. Dr. h. c. Carlos Fernández-Nóvoa, como una de las actividades del *Instituto de Derecho Industrial de la Universidad de Santiago de Compostela* (IDIUS), también constituido formalmente en 1975, merced a un convenio suscrito entre el Rector Magnífico de la USC y el Presidente del Patronato del Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF).

Entre los años 1953 y 1955, bajo la dirección de Don Manuel Díaz Velasco, se había publicado la primera revista española especializada en el creciente sector del Derecho Industrial. Fue un primer intento fallido de poner remedio a una situación de orfandad, que contrastaba con la existencia en países de nuestro entorno de prestigiosas revistas que se ocupaban exclusivamente de los temas relacionados con la Propiedad Industrial e Intelectual y con el Derecho de la Competencia; entre otras la *Revue Internationale de la Propriété Industrielle et Artistique* (RIPIA, desde 1890), la *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht* (GRUR, desde 1948) y la *Rivista di Diritto Industriale* (RDI, desde 1952).

ADI nació, pues, con la pretensión de llenar un vacío editorial que existía en nuestro país, inspirándose en renombradas revistas; de hecho, el color verde (sobre fondo blanco) del diseño de la portada sin duda evoca a la GRUR. A tal fin, ADI se proponía ocuparse del estudio de los problemas relativos a la Propiedad Industrial y al Derecho de la Competencia desde una perspectiva doble. Por una parte, en «Actas» se publicarían trabajos de investigación originales e inéditos, dedicados a temas generales y especiales relativos al Derecho español y comparado. Por otra parte, se atendería a los problemas concretos que se plantean en la praxis española de la Propiedad Industrial y el Derecho de la competencia. Este enfoque teórico y práctico se mantiene en esencia, con las necesarias adaptaciones en la estructura interna (secciones), exigidas principalmente por la mejora continua en la accesibilidad a las fuentes de información doctrinal y jurisprudencial, y por el progresivo desarrollo del Derecho y Jurisprudencia de la Unión Europea.

La elaboración y publicación de ADI a lo largo de estos 50 años ha sido posible gracias al trabajo y colaboración regular de los profesores e investigadores que conformamos la denominada «Escuela gallega de Derecho industrial», así como a la cooperación en la preparación de algunas secciones de la revista de profesores e investigadores de otras universidades españolas. En todo caso, ADI es una historia de éxito gracias a los autores que, con la publicación de sus investigaciones, le han dado el prestigio del que goza entre estudiosos y profesionales del Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia. Prestigio al que también han contribuido las personas evaluadoras con su labor de verificación de la calidad científica y académica de los trabajos publicados. Por último, la pervivencia de ADI como producto editorial exitoso no habría sido posible sin la generosidad de los suscriptores, que con sus aportaciones económicas soportan el coste de publicación y comercialización de la revista y hacen prueba de su calidad y relevancia científica.

El Prof. Dr. Dr. h. c. Carlos Fernández-Nóvoa se mantuvo como director de ADI hasta el Tomo XV (1993). A partir del volumen siguiente y hasta el 29 (2008-2009), los directores de Actas fueron los Profs. Drs. José Antonio Gómez Segade y Manuel Botana Agra, ejerciendo la Presidencia de la revista el Prof. Dr. Fernández-Nóvoa. A la decisión de los nuevos directores hay que imputar la modificación de la denominación de la revista, que a partir del Tomo XVI (1994-95) incorpora la expresión «y Derecho de autor»; adición que no afectó ni a su ámbito de conocimiento ni a sus siglas «ADI», como es conocida nacional e internacionalmente la revista por quienes nos dedicamos, desde la doctrina y la práctica, a este sector del Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual y de la Competencia. El siguiente cambio relevante en la estructura de dirección de la revista se produce en el volumen 30 (2009-2010). El maestro Prof. Dr. Dr. h. c. José Antonio Gómez Segade, Catedrático de Derecho Mercantil de la USC, asume la Presidencia de ADI y el Prof. Dr. Ángel García Vidal la Dirección, manteniéndose, desde el volumen 28, como presidente del Consejo Científico el Prof. Dr. Carlos Fernández-Nóvoa. Esta estructura de dirección se mantiene en los volúmenes 30 a 33, pues a partir del número 34 (2013-2014) asumen la Dirección los Profs. Drs. Anxo Tato Plaza y Julio Costas Comesaña, Catedráticos de Derecho Mercantil de la Universidad de Vigo. El 30 de septiembre de 2015 fallecía el maestro Carlos Fernández-Novoa, lo que motivó que a partir del volumen 36, en memoria y homenaje perenne a su magisterio, el maestro figure en la estructura de dirección como Fundador.

Los trece primeros tomos de ADI (1975-1990) fueron publicados por la editorial Montecorvo. Desde 1991, en coedición con el IDIUS hasta el número 35 (2014-2015), la edición y comercialización la realiza la editorial Marcial Pons, S.L., a quien desde este momento queremos agradecer su compromiso con la revista. La progresiva digitalización de la Economía, como no podía ser de otra forma, afecta también al mercado editorial y observamos que cada vez más revistas científicas abandonan o compatibilizan la edición en papel con la edición electrónica. Por otro lado, es conocido que nuestras autoridades políticas se han decantado por la denominada «ciencia abierta», en el sentido de que las publicaciones científicas han de ser accesibles (gratuitas) para el lector interesado.

Por esta razón, creemos que estas breves palabras para conmemorar el quinquagésimo aniversario de la revista constituyen la ocasión idónea para anunciar

que, a partir de este volumen, la revista, que se seguirá editando en papel, contará también con una edición electrónica, ambas a cargo de la editorial Marcial Pons. Es intención de la editorial y del equipo de dirección de la revista la progresiva incorporación a esta edición en línea del archivo histórico de la revista, que a medida que vaya siendo agregado se encontrará disponible en abierto para cualquiera que desee consultarlo, con la única excepción del último número publicado de la revista que sólo será accesible —en línea o en papel— bajo modalidad de pago. La publicación de cada nuevo volumen de ADI supondrá la apertura del anterior a su consulta en abierto.

Entendemos que estas novedades facilitarán también la invocación de los trabajos incluidos en ADI en aquellas convocatorias públicas que exijan la publicación en abierto para su valoración. No obstante, aquellos autores que deseen aportar a una de estas convocatorias un trabajo incluido en el último volumen publicado (mientras éste sólo se encuentre accesible en la modalidad de pago), podrán incorporar la versión pre-print del mismos al repositorio público de la Universidad correspondiente, contando para ello con la autorización global que a estos efectos se incluye *ex novo* en las normas de edición de la revista.

Alcanzados los cincuenta años de la revista, y a las puertas de una de sus más importantes transformaciones, no quisiéramos concluir estas páginas sin expresar de nuevo nuestro sentido recuerdo y agradecimiento a su fundador, el Profesor Carlos Fernández-Nóvoa, agradecimiento que debe hacerse extensivo a quien sin duda es la segunda «alma» de la revista: su actual Presidente el Profesor José Antonio Gómez Segade. Sin su generosidad, impulso y enseñanzas, ni la Escuela gallega de Derecho industrial ni ADI hubieran sido posibles. Y por esta razón, quienes a día de hoy asumimos la responsabilidad de su dirección y mantenimiento, sólo deseamos honrar su legado comprometiendo lo mejor de nuestro tiempo y esfuerzo en mantener «su» revista como la mayor expresión visible del mejor magisterio, y en la referencia máxima como punto de encuentro y reflexión de todos los académicos y profesionales vinculados al Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia.

I. DOCTRINA

NUEVAS ORIENTACIONES SOBRE LA DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE EN LA ERA DIGITAL: UN ANÁLISIS DEL PROCESO DE REVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA

NEW GUIDELINES ON THE DEFINITION OF THE RELEVANT MARKET IN THE DIGITAL ERA: AN ANALYSIS OF THE EUROPEAN COMMISSION'S NOTICE REVISION PROCESS

Ana María AIDO VÁZQUEZ*

RESUMEN

A principios de 2024, la Comisión Europea publicó una nueva Comunicación sobre la delimitación del mercado relevante, reemplazando el documento original de 1997. Esta actualización responde a la necesidad de adaptar las orientaciones de la Comisión a las realidades del mercado, especialmente ante la creciente digitalización y las nuevas formas de ofrecer bienes y servicios.

En este contexto, el presente trabajo examina el proceso de revisión de la Comunicación, centrándose en las novedades introducidas para abordar las particularidades de los mercados digitales. Para ello, se analizan las distintas etapas del proceso, la documentación generada y las contribuciones de las partes interesadas, con el objetivo de comprender los propósitos iniciales y los resultados finalmente alcanzados.

Palabras clave: Derecho de la competencia, mercado relevante, digitalización, plataformas multilaterales, ecosistemas digitales, datos, comercio electrónico.

ABSTRACT

In early 2024, the European Commission published a new Market Definition Notice, replacing the original document from 1997. This update responds to the need to adapt the Commission's guidance to market realities, especially in the face of increasing digitalisation and new ways of offering goods and services.

* Investigadora predoctoral FPU de Derecho Mercantil de la Universidad de Vigo. Dirección de correo electrónico: anamaria.aido@uvigo.gal.

Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades: «El Derecho de la Competencia y de la Propiedad Industrial e Intelectual frente a las tecnologías disruptivas y la nueva regulación de los mercados digitales y audiovisuales», 2023-2026.

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2025 // Fecha de aceptación: 24 de marzo de 2025

Against this background, this paper examines the review process of the Notice, focusing on the new features introduced to address the specificities of digital markets. To this end, it analyses the different stages of the process, the documentation generated and the contributions of stakeholders, with the aim of understanding the initial intentions and the results finally achieved.

Keywords: Competition law, relevant market, digitalization, multi-sided platforms, digital ecosystems, data, e-commerce.

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN.— II. EL PROCESO DE REVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOBRE LA DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE.— 1. Antecedentes y objetivos de la revisión.— 2. Etapas del proceso de revisión.— 3. Fase de evaluación.— III. NOVEDADES DE LA COMUNICACIÓN RELATIVAS A LA DIGITALIZACIÓN DE LOS MERCADOS.— 1. La delimitación del mercado en presencia de plataformas digitales.— 2. La delimitación del mercado en presencia de ecosistemas digitales.— 3. El papel de los datos en la delimitación del mercado.— 4. La delimitación del mercado en el contexto del comercio electrónico.— 5. Las cuotas de mercado en la esfera digital.— V. CONCLUSIONES. VI. BIBLIOGRAFÍA.

CONTENTS: I. INTRODUCTION.— II. THE REVIEW PROCESS OF THE NOTICE ON THE DEFINITION OF THE RELEVANT MARKET.— 1. Background and objectives of the review.— 2. Stages of the review process.— III. KEY CHANGES IN THE NOTICE REGARDING MARKET DIGITALIZATION.— 1. Market definition in the presence of digital platforms.— 2. Market definition in the presence of digital ecosystems.— 3. The role of data on market definition.— 4. Market definition in the context of e-commerce.— 5. Market shares in the digital sphere.— V. CONCLUSIONS.— VI. BIBLIOGRAPHY.

I. INTRODUCCIÓN

La delimitación del mercado relevante constituye un paso fundamental en el análisis de competencia¹. Esta herramienta permite definir los límites de la competencia entre empresas, con el objetivo principal de determinar las presiones competitivas a las que se enfrentan las entidades afectadas e identificar a sus principales competidores. Además, proporciona un marco de referencia indispensable para evaluar el poder de mercado².

Como resulta sabido, la expansión de los mercados digitales está generando nuevos retos en la aplicación del Derecho de defensa de la competencia y, en concreto, en la delimitación del mercado relevante. A este respecto, cabe señalar que no existe una definición universalmente aceptada del concepto de *mercado digital*. De hecho, y aunque pueda parecer sorprendente, ni siquiera el reciente Reglamento de Mercados Digitales (RMD)³ proporciona una definición precisa de este término que le da título. Así, a efectos de este trabajo, se considera que los mercados digitales son aquellos en los que los productos y servicios se ofrecen mediante o a través de servicios de la sociedad de la información⁴.

¹ Sobre la relevancia de la delimitación del mercado, *vid.*, por todos, SOUSA FERRO (2019), págs. 56-96.

² Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa de la Unión en materia de competencia, DOUE 1645, de 22 de febrero de 2024, párrs. 6-8. En lo sucesivo, la nueva Comunicación.

³ Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de septiembre de 2022 sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828.

⁴ Esta definición fue proporcionada por la Comisión en el proceso de revisión de la Comunicación. *Vid.* COMISIÓN EUROPEA (2021 B), *Evaluation of the Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law of 9 December 1997*, SWD (2021) 199 final, nota al pie 30.

Estos mercados presentan una serie de rasgos —tales como la multilateralidad, la presencia de efectos de red, la gratuidad de ciertos servicios y la especial importancia de los datos—, que los diferencian de los mercados que históricamente han sido objeto del análisis de competencia⁵. Dichas particularidades dificultan la aplicación de las metodologías tradicionales para la definición del mercado relevante⁶.

En este contexto, el 8 de febrero de 2024, la Comisión Europea (en adelante, la Comisión) adoptó una nueva versión de su *Comunicación relativa a la definición del mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia*. Esta actualización representa la primera modificación del texto desde su publicación en 1997⁷, y responde a la necesidad de adaptarlo a la evolución de la práctica decisoria de la Comisión y la jurisprudencia de los tribunales europeos.

En este marco, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las novedades introducidas en la nueva Comunicación en relación con los mercados digitales. Para ello, se examinará la documentación generada durante el proceso de revisión y los cambios reflejados en el texto final.

II. EL PROCESO DE REVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOBRE LA DEFINICIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. Antecedentes y objetivos de la revisión

Desde su publicación en 1997, la Comunicación sobre la delimitación del mercado⁸ ha sido fundamental para la aplicación del Derecho de la competencia en la UE. A través de este documento, la Comisión ha proporcionado las directrices para definir el mercado de referencia, tanto en su dimensión de producto como geográfica, con el fin de garantizar un marco de análisis sólido para la evaluación de las conductas anticompetitivas y las operaciones de concentración.

Sin embargo, los avances de las últimas décadas, entre los que se encuentran la digitalización y las nuevas formas de intercambio de bienes y servicios, han desafiado los métodos clásicos de definición del mercado. Esto ha llevado a la Comisión a revisar este instrumento de *soft law* para adaptarlo a la nueva realidad económica.

La revisión de la Comunicación se enmarca en una estrategia más amplia de modernización del Derecho de la competencia, impulsada por la Comisión para afrontar los desafíos de los mercados digitales. Este proceso de actualización comenzó en 2019 con el informe *Competition Policy for the Digital Era*, encargado por la comisaria Margrethe Vestager, cuyo objetivo fue ofrecer una visión independiente sobre cómo adaptar las herramientas del Derecho *antitrust* a los retos específicos de la era digital.

⁵ Sobre la caracterización de los mercados digitales, *vid.*, entre otros, DÍEZ ESTELLA (2019), págs. 237-240.

⁶ COMISIÓN EUROPEA (2021 B), pág. 31.

⁷ Comunicación de la Comisión relativa a la definición de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia, Diario Oficial de la Comunidades Europeas 372, de 9 de diciembre de 1997, págs. 5-13. En lo sucesivo, la Comunicación de 1997.

⁸ Para un comentario a la Comunicación de 1997, *vid.* DÍEZ ESTELLA (2000), págs. 321-344.

En particular, el referido informe destaca las dificultades para definir el mercado de referencia en los casos que involucran mercados digitales⁹. Esta complejidad¹⁰ ha llevado a algunos expertos a cuestionar la efectividad del enfoque tradicional de competencia. En consecuencia, sugieren que, en el contexto digital, sería más adecuado reducir el énfasis en la etapa de definición del mercado y prestar mayor atención a las teorías del daño¹¹.

No obstante, aunque parece existir consenso a nivel jurisprudencial y doctrinal sobre la necesidad de delimitar el mercado en los asuntos de Derecho de la competencia¹², restarle importancia plantea un riesgo significativo. La delimitación del mercado no solo es un requisito metodológico, sino que también confiere legitimidad a la intervención *antitrust*. Proporciona un marco objetivo que guía la actuación de las autoridades de competencia y contribuye a reducir la arbitrariedad en la toma de decisiones¹³.

En este escenario, la revisión de la Comunicación ofrece una oportunidad para reforzar la solidez del proceso de delimitación del mercado relevante y disipar las dudas sobre su uso en el entorno digital. De hecho, la propia Comisión ha señalado que el principal objetivo del nuevo texto es proporcionar mayor orientación, transparencia y seguridad jurídica a las empresas, facilitando el cumplimiento normativo. Asimismo, busca optimizar la supervisión del cumplimiento de las normas *antitrust*, permitiendo a la Comisión y a las autoridades nacionales actuar de manera más eficiente¹⁴.

2. Etapas del proceso de revisión

El proceso de revisión de la Comunicación se llevó a cabo en dos fases, en las que participaron una amplia variedad de interesados, tales como empresas, asociaciones empresariales, administraciones públicas y ciudadanos de la UE. Esta participación permitió recabar una gran cantidad de información, que fue esencial para dar forma al texto final.

⁹ CRÉMER, DE MONTJOYE y SCHWEITZER (2019), págs. 45-48.

¹⁰ A pesar de que el RMD no es el objeto de este trabajo, cabe señalar que, debido a los desafíos que plantea la delimitación del mercado relevante en el ámbito digital, la Comisión, al diseñar una regulación destinada a garantizar mercados digitales disputables y equitativos, optó por un enfoque que se aparta de la tradicional definición de mercados. En lugar de identificar mercados relevantes, el RMD limita su ámbito objetivo de aplicación a una lista cerrada de *servicios básicos de plataforma*, lo que implica que se aplica exclusivamente a los servicios incluidos en esta categoría, independientemente de si estos constituyen un mercado relevante desde la perspectiva del Derecho de la competencia. Además, las obligaciones derivadas del RMD afectan únicamente a los prestadores de servicios básicos de plataforma que hayan sido designados como *guardianes de acceso*. Sobre esta cuestión, *vid.* MONTERO PASCUAL (2024), pág. 151, y ROBERTSON (2024), pág. 6.

¹¹ CRÉMER, DE MONTJOYE y SCHWEITZER (2019), pág. 46. En esta línea, algunos autores han defendido el abandono del concepto de mercado relevante [*vid.* KAPLOW (2010), págs. 437-517; CRANE (2014), págs. 31-79]. Esta propuesta también fue planteada por algunos participantes en la consulta pública sobre la revisión de la Comunicación [COMISIÓN EUROPEA (2020 A), *Summary of the stakeholder consultation to the Evaluation of the Market Definition Notice*, pág. 9].

¹² Los resultados de la evaluación de la Comunicación han reafirmado la vigencia de la necesidad de definir los mercados relevantes [COMISIÓN EUROPEA (2021 B), págs. 26-27]. En la misma línea, FRANCK y PEITZ han argumentado que la mayor complejidad y el riesgo de cometer errores en la delimitación de los mercados de plataformas no justifican restarle importancia, sino todo lo contrario. Frente a la postura de CRÉMER, DE MONTJOYE y SCHWEITZER (2019), sostienen que una definición del mercado precisa y rigurosa es esencial para evitar distorsiones en el análisis de competencia [*vid.* FRANCK y PEITZ (2019), pág. 10; FRANCK y PEITZ (2021), págs. 96-97].

¹³ Sobre la idea de que la delimitación del mercado es un pilar esencial de la legitimidad del Derecho *antitrust*, *vid.* MANDRESCU (2024), pág. 360.

¹⁴ Nueva Comunicación, párrs. 4-5.