

# **Estudios Económicos Sectoriales**

Regulación y Competencia en  
Economías Colaborativas

**No. 19**  
**Abril, 2018**

**Estudio elaborado por el  
Grupo de Estudios Económicos**

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia](#).

Usted es libre de:

Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:

- **Atribución** – Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante. Si utiliza parte o la totalidad de esta investigación tiene que especificar la fuente.
- **No Comercial** – No puede utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Sin Obras Derivadas** – No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Los derechos derivados de usos legítimos u otras limitaciones reconocidas por la ley no se ven afectados por lo anterior.



Este documento fue resultado de la investigación desarrollada por: María Juliana Rodríguez García, Ginette Sofía Lozano Maturana, Juan Camilo Villar Otálora, Yésica Juliana Henao Gutiérrez, José Alejandro Rodríguez Amador, Jacobo Alberto Campo Robledo, Mary Carrillo Pacheco, Alejandra Catalina Parra Ochoa y Juan Pablo Herrera Saavedra♦

---

♦ El análisis presentado y las opiniones expuestas en el presente documento son responsabilidad exclusiva del Grupo de Estudios Económicos y no representa la posición de la Superintendencia de Industria y Comercio en la materia.

Para cualquier duda, sugerencia, corrección o comentario, escribir a: [estudioeconomicos@sic.gov.co](mailto:estudioeconomicos@sic.gov.co).

# Regulación y Competencia en Economías Colaborativas

*Grupo de Estudios Económicos  
Superintendencia de Industria y Comercio*

## Resumen

Este documento presenta una visión global de la economía colaborativa la cual resume su significado, origen y evolución en el mundo desde la óptica de algunos autores expertos en el tema. Aunque no es un fenómeno nuevo, el auge y crecimiento de la economía digital ha propiciado el progreso de la economía colaborativa en distintos mercados. Lo anterior, propone nuevas lógicas que representan desafíos importantes para las autoridades de regulación, vigilancia y control que invitan a reflexionar si la actual normativa y las herramientas que ésta provee son suficientes para fomentar un entorno promotor de libre competencia económica, que no frene la innovación y respete, simultáneamente, los derechos de los consumidores. Es así como, a lo largo de este estudio, se hará una breve referencia a diferentes experiencias internacionales que se han dado en Europa, Alemania y México en cuanto a economías colaborativas respecta.

**Palabras Clave:** Economía colaborativa, Consumo colaborativo, Innovación, Competencia, Regulación, Economía digital.

## Tabla de Contenido

1	Introducción .....	5
2	La Economía Colaborativa: una visión global .....	6
3	Evidencia económica de la Economía Colaborativa .....	9
4	La Economía Colaborativa: un reto en competencia y regulación económica .....	12
4.1	La Economía Colaborativa en materia de competencia.....	13
4.2	Retos regulatorios .....	19
5	Experiencia Internacional.....	21
5.1	Una agenda europea para la economía colaborativa.....	21
5.2	Alemania: un primer acercamiento a la defensa de la competencia .....	22
5.3	México .....	24
6	Conclusiones .....	25
7	Recomendaciones para Colombia .....	26
	Referencias .....	28

## **1 Introducción**

A lo largo del tiempo, la economía colaborativa ha logrado nuevas formas de producción, comercio y consumo. Específicamente, ha modificado la manera como los consumidores y los productores hacen intercambio de bienes y servicios con la redefinición de los alcances de plataformas digitales como elemento esencial para facilitar dichas transacciones. Lo anterior, ha impuesto un nuevo modelo de colaboración a cambio de beneficios monetarios o no monetarios (reducción de los costos de transacción, el uso eficiente de las tecnologías y menor asimetría en la información) mucho más exitoso y eficiente, que ha dado lugar a nuevas formas de interactuar en los mercados, en medio de lo que se ha denominado la cuarta revolución industrial.

Sin embargo, una de las principales preocupaciones a las cuales se han enfrentado las autoridades de competencia es el reto de evaluar la pertinencia de las herramientas existentes en materia de competencia frente a los retos planteados por el modelo de economías colaborativas. Este estudio tiene como objetivo sintetizar las discusiones en la materia, partiendo de la definición misma de lo que es la Economía Colaborativa y cuáles son sus orígenes, así como estudiar el impacto económico que ha generado y los retos que enfrentan las autoridades en materia de competencia y regulación.

Para ello, se realizó una revisión de literatura tanto teórica como normativa, que permite evidenciar las ventajas y los desafíos que impone estas nuevas formas de negocio y por supuesto, las consecuencias que generan sobre la libre competencia en aquellos mercados en donde se han llevado de manera masiva la incursión de estas formas empresariales.

Así, el documento que se pretende realizar se encuentra dividido en siete secciones. En la primera sección se presenta una introducción sobre la economía colaborativa y el objeto de este estudio, la segunda sección habla sobre la visión global de la economía colaborativa, en donde se define el significado de este tipo de economía, y se presenta un breve resumen de su origen. La tercera sección desarrolla el impacto económico que hasta el momento ha generado esta iniciativa empresarial en diferentes regiones del mundo. La cuarta sección presenta por un lado la Economía Colaborativa en materia de competencia y por otro lado los retos en regulación. En la quinta sección se presentan algunas experiencias internacionales en Europa, Alemania y México. En la sexta sección se encuentran las conclusiones del estudio y en la séptima sección se proponen algunas recomendaciones derivadas de este estudio.

## **2 La Economía Colaborativa: una visión global**

En los últimos años, la economía colaborativa ha innovado la manera como los consumidores y los productores intercambian bienes y servicios. A pesar de que las reglas actuales se están enfrentando a nuevas dinámicas que dificultan temas como la protección a la competencia, se están generando beneficios en cuanto a la reducción de los costos de transacción, menores asimetrías de la información y se está generando un uso más eficiente de las plataformas tecnológicas. El propósito de esta sección es presentar una revisión de la literatura de lo que, hasta el momento, se ha escrito en materia de la economía colaborativa.

Los seres humanos hemos utilizado diversas formas de intercambiar bienes y servicios, de los cuales han surgido diversos tipos de mercados que han sido el escenario clave para comercializar diferentes productos entre vendedores y compradores. Así, las diferentes formas de economía colaborativa han estado presentes desde siempre. La aparición de los nuevos modelos colaborativos, los cuales se han facilitado por las nuevas plataformas tecnológicas, ha generado un gran impacto en los mercados existentes, por lo cual, se hace necesario entender los factores que propiciaron el surgimiento de estos nuevos modelos.

Por un lado, las recientes crisis financieras han ayudado al surgimiento de la economía colaborativa, en la medida en que han sido un escenario clave para el desarrollo de nuevos modelos de mercado que las personas han aprovechado ya sea para obtener ingresos a partir de los bienes que poseen, como para acceder más fácilmente a determinados servicios. De igual manera, la preocupación por la protección del medio ambiente también ha servido para repensar cómo hacer un uso eficiente de los recursos. De esta manera, los modelos de economía colaborativa han resultado ser puentes para alcanzar dicho objetivo.

Sin embargo, la principal causa de masificación se enmarca en el progreso de las tecnologías de la información. Gracias, a la aparición de las nuevas tecnologías en los diferentes mercados, los agentes han encontrado nuevas formas de realizar sus transacciones, lo que ha hecho que la transferencia de información entre las partes sea más rápida y de fácil acceso. Las oportunidades brindadas por la tecnología han generado en el mercado nuevas alternativas de intercambio, de tal forma que quienes participan en diversos sectores económicos han hecho uso de las posibilidades y facilidades de la tecnología para crear nuevas empresas y negocios, los cuales han resultado de gran importancia y actualidad.

De acuerdo con lo anterior, el surgimiento de la economía colaborativa no se explica únicamente por la aparición de la tecnología, obedece también a una necesidad de la sociedad de hacer un mejor uso de los recursos existentes por medio de una adecuada redistribución de estos.

Ahora bien, definir el término de economía colaborativa, sugiere un reto que implica considerar que actualmente nos estamos enfrentando a nuevos y diversos modelos y

actividades. En tal sentido, es importante tener en cuenta la definición propuesta en Bostman & Rogers (2010) donde mencionan que la economía colaborativa es “*un sistema económico basado en el uso compartido de bienes o servicios infrautilizados, de forma gratuita o mediando un precio, directamente por particulares*”. Éste resulta ser un concepto suficientemente amplio para acoger los diferentes modelos colaborativos que hay actualmente.

Las características de un modelo de economía colaborativa ayudan a tener mayor claridad sobre la manera de definir o catalogar una actividad específica dentro de estos modelos. Las características más relevantes de una economía colaborativa son:

- Tener presente que las prácticas que se puedan desarrollar en estos modelos conducen al uso o utilización de bienes y servicios compartidos.
- La presencia de una plataforma tecnológica para una intermediación entre oferentes de bienes y servicios y los usuarios.
- El objetivo de estos modelos es el aprovechamiento de bienes y servicios a través del uso compartido. Como los modelos peer to peer (P2P), donde la estructura son principalmente los pares, y no las relaciones contractuales.

Adicionalmente, la economía colaborativa se encuentra estructurada sobre cuatro pilares, los cuales son de gran importancia a la hora de realizar un análisis legal respecto del modelo de economía colaborativa.

- La capacidad de maximización: la cual hace referencia a que con los modelos de economía colaborativa se busca obtener el máximo uso de un producto, así como de espacios o recursos que no están siendo utilizados.
- La participación: Las plataformas de economía colaborativa constituyen una forma de participación en la economía por parte de los ciudadanos, en ese sentido, la economía colaborativa se estructura sobre las iniciativas sociales que buscan replantear los modelos económicos.
- La confianza y el uso de mecanismos de reputación: se refiere la seguridad, confianza y la garantía que proporcionan las plataformas tecnológicas tanto a quienes ofrecen bienes y servicios, como a quienes hacen uso de las mismas como usuarios.
- La desprofesionalización de los servicios: debido a la tecnología y a la presencia e algoritmos capaces que determinar diferentes variables de transacción, hace que las personas que ofrecen productos y servicios en modelos de economía colaborativa no necesariamente deben ser personas profesionales.

Por otra parte, la economía colaborativa tiene cuatro grandes sectores de actividad. En primer lugar, está el consumo colaborativo, por medio del cual las personas crean nuevas formas de intercambio y comercialización de bienes y servicios, haciendo uso de tecnología e internet.

En segundo lugar, está la producción contributiva, fenómeno que se basa en el principio “Hazlo tú mismo” (“Do it yourself” en inglés), que busca generar alternativas para que las personas puedan realizar sus propias producciones e invenciones.

En tercer lugar, está el impacto que ha tenido la economía colaborativa en el sector financiero con la aparición de las finanzas participativas, a partir de sistemas de financiación creados directamente entre personas con el fin de financiar proyectos, y la modalidad “*crowdfunding*” cuya idea principal es obtener dinero a través de pequeñas contribuciones.

En cuarto lugar, está el conocimiento abierto, el cual se presenta cuando bienes inmateriales como las ideas, el conocimiento o los datos, son compartidos por quienes los poseen y a efectos de ampliar el tamaño de red y buscar complementariedades estratégicas, deciden ofrecer al público en general sus contribuciones.

Las diferentes expresiones de la economía colaborativa tienen su funcionamiento a través del uso de plataformas tecnológicas. Asimismo, existen dos clases de plataformas que se han identificado hasta la actualidad: las plataformas de economía colaborativa, las cuales obedecen a intercambios entre pares y donde los individuos generan un ingreso mínimo, pues el propósito de la transacción es compartir los costos, y las cuasi-plataformas de economía colaborativa, las cuales también se basan en el intercambio entre pares, pero a diferencia de las primera, los individuos sí derivan ingresos significativos además de compartir los costos de la operación.

Con el fin de precisar el funcionamiento de los modelos de economía colaborativa, se hace necesario analizar los participantes o agentes en la transacción económica que tiene lugar en una economía colaborativa.

**Kreiczer Levy (2015)** identifica cuatro aspectos en una transacción, (i) el propietario del bien o producto, (ii) el usuario que desea tener acceso dicho bien, (iii) la importancia que representa dicho bien, y (iv) el efecto que genera en la comunidad. El interés tanto de vendedores y compradores en este tipo de economías se da por la existencia de los beneficios en las transacciones. Por su parte, los usuarios cuentan con bienes y servicios con precios en función a los beneficios de red y de las plataformas tecnológicas, las cuales ponen en contacto a un propietario con un usuario en cuestión de segundos. Los oferentes de los bienes o servicios compartidos reducen los costos de transacción con estos nuevos modelos, así como del número de intermediarios, debido a la directa relación que existe entre los agentes.

Dicho lo anterior, los beneficios que se presentan en estas transacciones colaborativas son importantes, y resultan ser fruto de las relaciones entre iguales que se presentan directamente entre dos usuarios de una plataforma, uno que ofrece el acceso a determinado producto o servicio y otro con la necesidad de obtener dicho acceso. Una vez realizado el planteamiento acerca del funcionamiento, estructura, características y manifestaciones de una economía

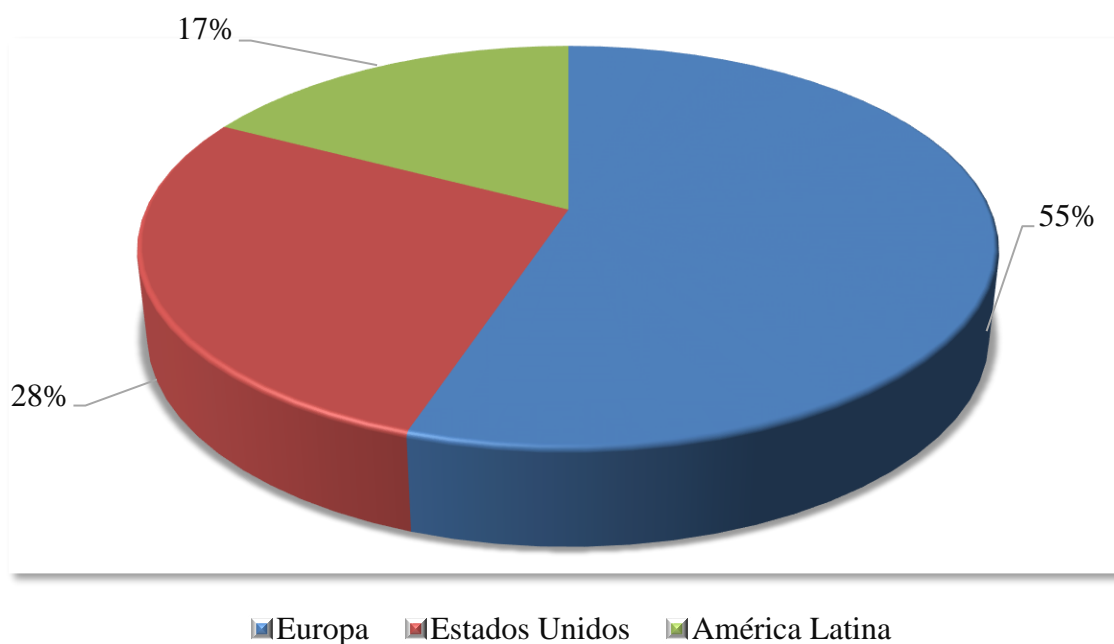


colaborativa, se puede continuar analizando qué evidencia económica existe hoy de la Economía Colaborativa a nivel mundial, tal y como se explica en el siguiente capítulo.

### 3 Evidencia económica de la Economía Colaborativa

Con el fin de ilustrar la evidencia económica que hoy se tiene sobre economía colaborativa, (Wagner, Kuhndt, Lagomarsino, & Mattar, 2015) muestran los resultados obtenidos luego de realizar una encuesta en junio 2014, a ejecutivos y gerentes de 110 iniciativas de consumo compartido, que operan en Estados Unidos, Europa y América Latina. Como se muestra en la Gráfica 1, Europa es la región donde más se han creado iniciativas con más del 50%.

**Gráfica 1. Porcentaje de iniciativas en Economías Colaborativas**



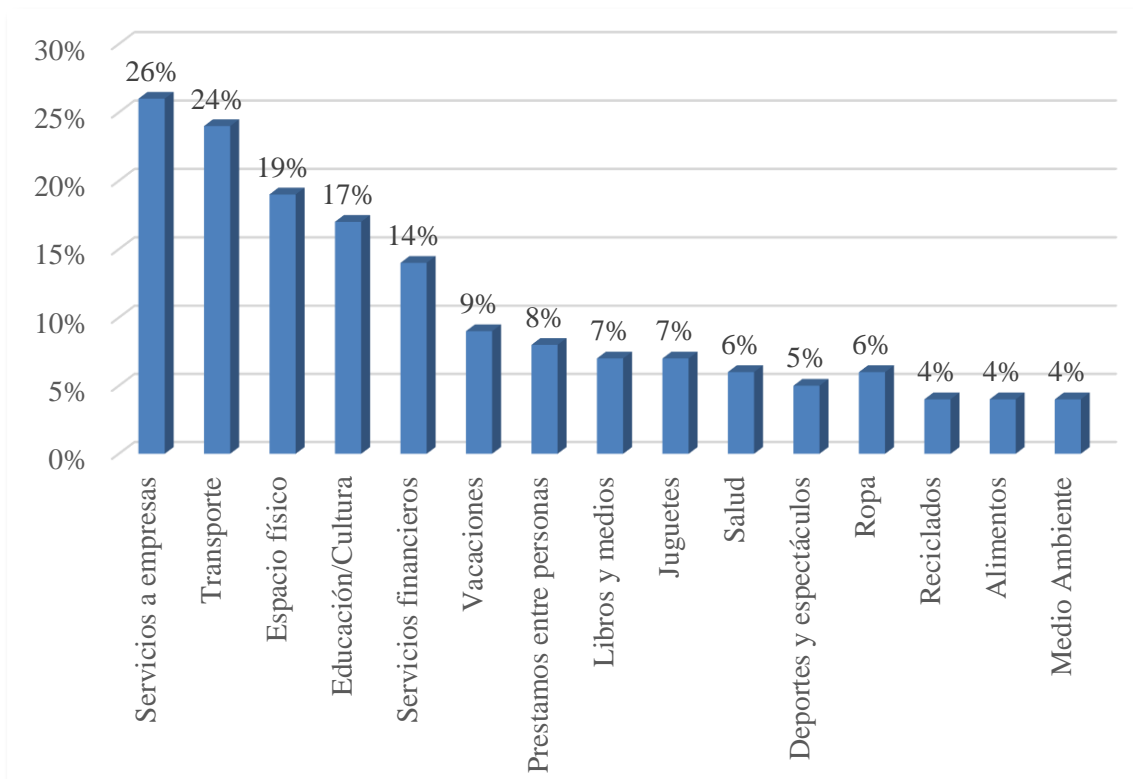
Fuente: Elaboración propia a partir de (Wagner, Kuhndt, Lagomarsino, & Mattar, 2015)

De otro lado, (BID, 2016) en su estudio sobre economía colaborativa en América Latina para el año 2016, muestra que el sector donde más operan este tipo de iniciativas, son los servicios a empresas (26%) y el servicio de transporte (24%) (Ver Gráfica 2). Así mismo, afirman que *“Estas plataformas de intermediación son las más sencillas de organizar, por su naturaleza ya conocida, con servicios sustitutos claramente organizados”*.

Asimismo, (BID, 2016) analizó la distribución geográfica de las iniciativas en América Latina. Como se puede observar en la Gráfica 3, el país donde más se han creado iniciativas en economías colaborativas es Brasil con un 32%. Colombia se encuentra ubicado en el puesto 5 con un porcentaje de 9%. Cabe mencionar que la gran mayoría de iniciativas han sido creadas en los últimos 5 años, y depende en gran medida de qué tan rápido se hayan adoptado las nuevas tecnologías.

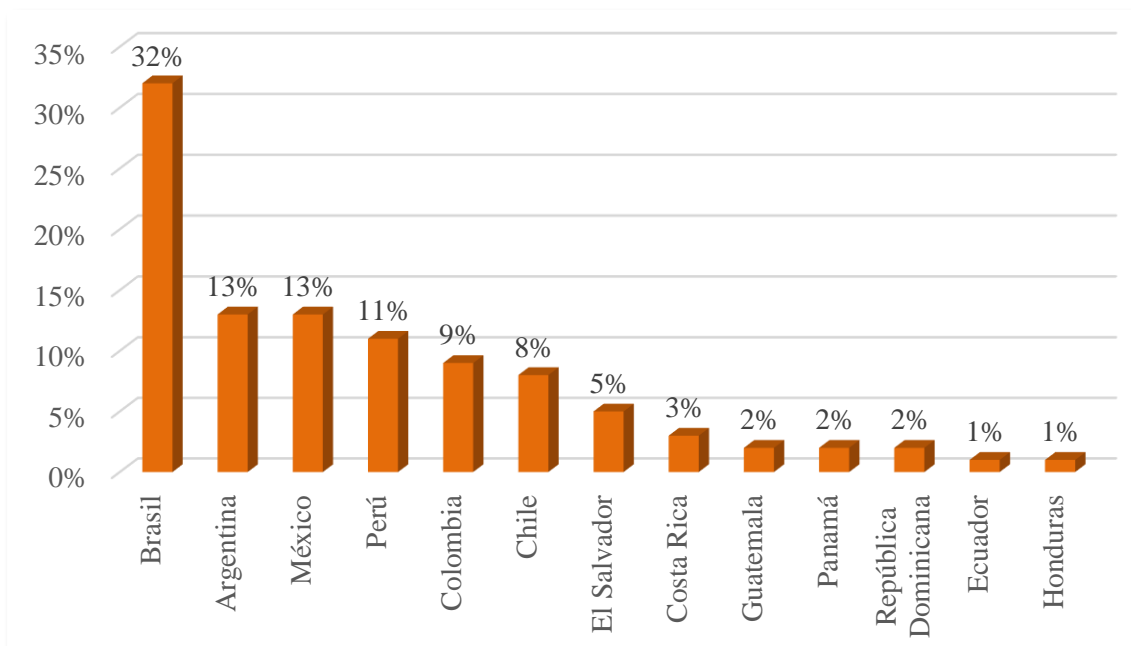
Finalmente, y efectos de reconocer la apropiación social del término asociado a economías colaborativas, se realizó un ejercicio adicional al observar la frecuencia de búsqueda de la expresión “*Sharing economy*” en el motor de búsqueda de Google, “Google Trends”. Como se ilustra en la Gráfica 4, a partir del año 2012, consumo colaborativo empieza a presentar un comportamiento con tendencia exponencial, logrando en el año 2016 sus niveles más altos hasta ahora observados. Lo anterior corrobora lo relevante de la expresión economía colaborativa en los últimos años al momento de realizar búsquedas en internet en todo el mundo.

**Gráfica 2. Los sectores en los que operan las iniciativas en Economías Colaborativas**



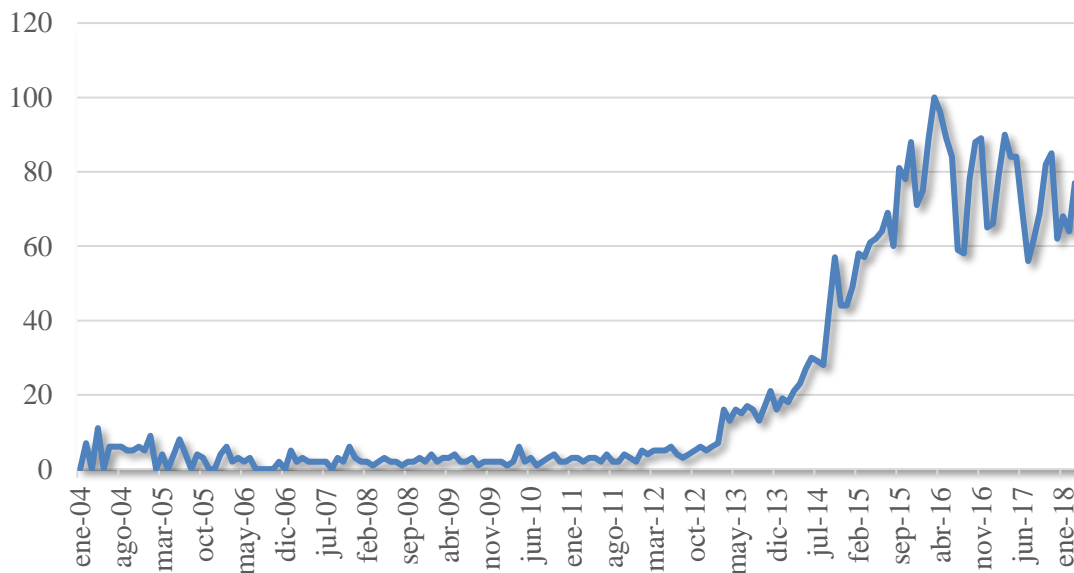
Fuente: Elaboración propia a partir de (BID, 2016).

**Gráfica 3. Distribución geográfica de las iniciativas en Economías Colaborativas.**



Fuente: Elaboración propia a partir de (BID, 2016).

**Gráfica 4 . Frecuencia de la expresión "sharing economy" en el motor de búsqueda de Google**



Fuente: Elaboración propia. Datos: Google Trends (2018).

#### **4 La Economía Colaborativa: un reto en competencia y regulación económica**

Las nuevas estructuras de negocio y las nuevas interacciones entre las empresas y los consumidores, propuestas por la economía colaborativa, han generado importantes efectos como se ha visto en el desarrollo de este documento. En particular, el mecanismo que posibilita comunicarse, comprar, vender y adquirir bienes y servicios o incluso información, ha provocado que las firmas redefinan nuevas metodologías y estrategias de negocio de tal forma que tengan la capacidad de competir frente a las oportunidades que ofrece la economía digital.

No obstante lo anterior, no resulta ajeno para los gobiernos, y en particular para las autoridades de competencia, que esta realidad presente ciertas características que hacen de la economía digital un nuevo modelo de negocio que, bajo ciertas condiciones, tiene la potencialidad de concentrar, al menos en el corto y mediano plazo, los mercados dada una innovación disruptiva y el posible desarrollo de prácticas anticompetitivas.

Según el reporte del Comité de Competencia de la OCDE (2018), la digitalización de la economía y, por consiguiente, el progresivo desarrollo de la economía colaborativa se llevó a cabo en tres etapas, a saber:

- En una primera etapa, el internet permitía comprar y vender directamente copias digitales, productos y servicios en tiendas que sólo existían de manera virtual (OCDE, 2018).
- Luego, la segunda etapa, se caracteriza por la aparición de plataformas en línea, las cuales buscan y emparejan como mínimo dos o tres usuarios con una gama de productos y oferentes.
- Finalmente, la tercera ola comprende las anteriormente mencionadas incluyendo una particularidad: Hoy, el intercambio de bienes y servicios puede ser a cambio de una remuneración monetaria o no monetaria. En tal sentido, cuando ésta se efectúa de manera no monetaria, la transferencia de información hace que esta última se convierta en un mercado en sí. En tal sentido, la OCDE indica que entre mayor sea el número de productos y servicios en línea y, simultáneamente, aumente la capacidad de los sistemas de pago para enfrentar los retos asociados a estas nuevas dinámicas, las transformaciones resultantes serán cada vez más cruciales dentro de la capacidad de interactuar dentro de la economía digital. Así, mediante el desarrollo de nuevas plataformas, surge el auge de la economía colaborativa.

Con esto en mente, la economía colaborativa no sólo se caracteriza por su capacidad de transformar el desarrollo en un país considerado como marco de aprendizaje y fuente de innovación, creatividad y emprendimiento, sino que, a su vez, invita a replantear si la actual normativa y las herramientas que ésta provee en términos de suficiencia para fomentar un entorno promotor de libre competencia económica que respete, simultáneamente, los derechos de los consumidores.

#### **4.1 La Economía Colaborativa en materia de competencia**

El rápido desarrollo tanto de la economía digital, como la alta proliferación de modelos de economías colaborativas son el resultado de una relación bidireccional entre las dos economías. Esto impone uno de los desafíos más importantes para las autoridades de competencia. En efecto, gran parte del auge de la economía digital se ha conducido, entre muchos otros factores, por la aparición y expansión de plataformas globalizadas que conectan directamente a los usuarios, propiciando la creación de mercados más complejos y multifacéticos (OCDE, 2018). No obstante, no puede desconocerse que quizás el efecto más evidente que, a priori, podría evidenciarse es el rápido crecimiento de las innovaciones disruptivas relacionadas con modelos de economía colaborativa con la existencia misma de la tecnología digital.

Teniendo en cuenta las nuevas dinámicas que este rápido crecimiento genera sobre la libre competencia económica, el Comité de Competencia de la OCDE, en conjunto con economistas expertos de distintas autoridades de competencia del mundo, académicos y asesores no gubernamentales, se reunieron en junio de 2017 con el fin de proponer nuevas metodologías prácticas que determinen en qué medida las herramientas utilizadas para definir mercados, evaluar poder de mercado, eficiencias y efectos de conductas excluyentes y restricciones verticales deben ser rediseñadas o reinterpretadas en el momento de analizar mercados de plataformas de múltiples lados. Lo anterior, considerando que un mercado multi-lados se define como *“un mercado en el cual una firma actúa como una plataforma y vende diferentes productos a diferentes grupos de consumidores, reconociendo que la demanda de un grupo de consumidores depende de la demanda de otro(s) grupo(s)”* (OCDE, 2018).

En tal sentido, resulta pertinente mencionar que, al referirse a plataformas de múltiples lados, el Comité de Competencia destaca que dicho término difiere del ya acostumbrado *“mercado de dos lados”*. En efecto, hacer esta distinción es de gran utilidad por dos razones:

1. En la economía digital, es pertinente hacer una diferenciación entre el producto del oferente (la plataforma) y el mercado o los mercados relevantes en los cuales la plataforma opera (OCDE, 2018).

2. Si bien es cierto que la multidimensionalidad inicia en dos lados (en la cual los consumidores y oferentes se encuentran en una plataforma), esto es tan sólo el comienzo y muchos de estos mercados cuentan con tres o más lados, a saber, consumidores, oferentes, anunciantes, sistemas de pago, entre otros (OCDE, 2018).

La multidimensionalidad característica de los modelos de economía colaborativa diseñados sobre la base de la economía digital y, a su vez, considerando que la demanda de un grupo de consumidores depende de la demanda de los demás grupos implica la existencia de una externalidad de red: la plataforma determinará no sólo el nivel de precios, sino que a su vez el volumen a colocar en los diferentes lados del mercado (OCDE, 2018). Y es precisamente, la magnitud y relevancia de esta externalidad que determinará la existencia de prácticas anticompetitivas: *“Por ejemplo, una fuerte externalidad de red multiplataforma que existe en más de un lado del mercado crea circuitos de retroalimentación que pueden significar que las consecuencias de las acciones de las plataformas son mucho mayores de lo que parecen a primera vista”* (OCDE, 2018) .

En vista de lo anteriormente mencionado, la OCDE destaca que las autoridades de competencia deben replantearse si la actual normativa y las herramientas que ésta provee son suficientes para fomentar un entorno promotor de libre competencia económica que respete, simultáneamente, los derechos de los consumidores sin frenar la innovación. Para ello, se resumen a continuación las principales recomendaciones efectuadas por el organismo internacional en cuanto a la definición de mercados, evaluación de poder de mercado, eficiencias y efectos de conductas excluyentes y restricciones verticales en economías digitales, siendo el auge de estas últimas aquellas que explican en gran medida el desarrollo de economías colaborativas:

**Ilustración 1. Principales recomendaciones de la OCDE en materia de competencia de mercados en economías digitales.**

***Recomendaciones para el análisis de eficiencias***

Se esperaría que en aquellos escenarios donde los efectos de red sean fuertes, las fusiones de plataformas generen eficiencias siempre y cuando combinen bases de usuarios y aumenten la interoperabilidad. En tal sentido, las autoridades de competencia podrían utilizar herramientas de simulación que permitan entender las posibles eficiencias que se puedan generar y para ello, necesitarán una estimación de los efectos de red multiplataforma a partir de encuestas o estimaciones de demanda al igual que en las evaluaciones de los efectos sobre la competencia.

***Recomendaciones para definir mercado***

Un ejercicio de definición de mercados que involucre plataformas multi-lados debe considerar una evaluación de la importancia del efecto de red multiplataforma para identificar los diferentes aspectos concernientes al funcionamiento mismo del sector que involucra la plataforma.

Ahora bien, de acuerdo con lo evidenciado por la OCDE, existe poca distinción entre la definición de un mercado de dos lados y la definición de mercado interrelacionados, siempre y cuando el efecto de red multiplataforma sea reconocido y, por consiguiente, analizado.

De este modo, en materia de competencia, donde los efectos de red multiplataforma son importantes y una definición de mercado es requerida, la definición de un mercado único de dos lados garantiza que la evaluación contemple el conjunto de posibles efectos competitivos y de eficiencia sin excluir alguno de manera arbitraria.

### ***Recomendaciones en conductas excluyentes***

Los efectos de conductas excluyentes, como cláusulas de exclusividad o precios predatorios, deben ser revisados con mayor profundidad por parte de las autoridades de competencia. Lo anterior debido a que este tipo de mercados son más susceptibles de sufrir este tipo de comportamientos. Por un lado, la evaluación de los precios predatorios debe examinar si el precio predatorio habría sido rentable en un escenario contrafactual en el que ese precio no debilite a sus competidores (dicho contrafactual puede ser construido a partir de la estimación de elasticidades). Por el otro, evaluar los efectos de las cláusulas de exclusividad requiere un marco de investigación que contemple el efecto de éstas sobre los costos de los competidores y luego sobre la intensidad de la competencia.

### ***Recomendaciones en el caso de restricciones verticales***

Las autoridades de competencia deberán considerar cuidadosamente argumentos relacionados con la eficiencia en mercados multi-lados, específicamente analizando si tales eficiencias pueden ser trasladadas directamente hacia los diferentes consumidores.



### *Recomendaciones para determinar poder de mercado*

Cuando los efectos de red son tan fuertes, es poco probable que una plataforma multi-lado tenga poder de mercado únicamente en un solo lado del mercado. En efecto, el grado de sustituibilidad de la demanda será diferente en cada uno de ellos. Para aquellas herramientas que miden poder de mercado basadas en la respuesta de la demanda, los efectos de red deben estar integrados con el análisis desde el inicio.

Bajo este escenario, los efectos que deben ser estimados incluyen el impacto total que un aumento en el precio en el lado A tendrá: 1. El efecto sobre la demanda de los usuarios de A; 2. El efecto sobre la demanda de los usuarios de B; y 3. El efecto sobre el precio en B. Estos efectos también incluyen lo que suceda cuando el precio aumenta en B. Estos seis efectos podrán ser estimados a partir de encuestas a los usuarios de cada uno de los lados.

Además de ello, si el tiempo y los datos lo permiten, la estimación de estos efectos puede ser obtenida a partir de estimaciones de la demanda que pueden ser utilizadas para simular los efectos de una fusión o con el objetivo de estimar un índice de Lerner ajustado. Ahora bien, en aquellos casos donde la estimación de las elasticidades y desviaciones está disponible, un índice de Lerner generalizado puede ser calculado de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Total de los beneficios de la plataforma} + \text{costos fijos de la plataforma}}{\text{Total de ingresos de la plataforma}}$$

Para las demás herramientas que miden el poder de mercado sin tener en cuenta análisis de sensibilidad de la demanda, por ejemplo, aquellas que miden concentración o beneficios, el impacto de los efectos de la externalidad de red debe reflejar un segundo paso en la evaluación, luego de un análisis preliminar, el cual busca identificar el porcentaje de usuarios que usan la plataforma, las barreras de entrada y de salida y los beneficios. Lo anterior, permitirá obtener una primera aproximación del poder de mercado de la plataforma.

Fuente: Traducción y elaboración propia a partir de (OCDE, 2018).

Ahora bien, no resulta tampoco menos cierto que a la par, uno de los principales retos para los gobiernos gire alrededor de la promoción y fortalecimiento de una infraestructura de telecomunicaciones, capaz de ofrecer condiciones competitivas que permitan y faciliten una alta conectividad. Así, tanto los consumidores como las firmas pueden beneficiarse de la modernización y de las nuevas dialécticas que la economía digital propone. De este modo, la

explotación de la infraestructura y de las actividades de programación tecnológica se constituyen, por un lado, para los consumidores, en elementos que mejoran su calidad de vida al tener un mayor acceso y mayores variedades de bienes y servicios. Por el otro, desde la perspectiva de los oferentes, las telecomunicaciones crean nuevas sinergias que acentúan e impulsan la eficiencia dentro de sus procesos productivos.

Además de ello, la economía colaborativa tiene la capacidad de disminuir las externalidades negativas propias de la economía tradicional en sectores como el transporte (posibilidades de reducir la contaminación y utilizar aquellos bienes que son subutilizados). Bajo este contexto, la economía colaborativa, enmarcada en un ambiente de libre competencia, tiene la posibilidad de ser un estímulo y complemento para los sectores económicos tradicionales.

Ante estas nuevas dialécticas, los gobiernos y, en particular, las autoridades de competencia deben contemplar dentro de sus desafíos las posibles afectaciones que este nuevo modelo pueda imponer. En relación con esto, se debe propender por la formulación de un entorno regulatorio que promueva la competencia en aquellos sectores donde las firmas ofrecen sus productos a través o mediante el uso de la tecnología y que contemple herramientas normativas de competencia eficaces en aquellos casos en los que se infrinja la Ley.

Sin lugar a duda, este nuevo modelo ha propiciado una nueva forma de competir en el mercado, trayendo consigo una oportunidad para hacer parte de la ya conocida Cuarta Revolución industrial. Lo anterior, favoreciendo la inclusión social, el emprendimiento y la innovación, elementos que en su conjunto contribuyen potencialmente a la resolución de problemas sociales y económicos de un país considerado. Sin embargo, pese a los beneficios que la economía colaborativa trae consigo para el conjunto de la sociedad, aspectos como la fiscalidad, el empleo, la noción de propiedad y la protección del consumidor siguen siendo temas álgidos en los debates que argumentan las ventajas y desventajas de esta nueva forma de competir.

Tal como se evidenció en la sección 2 del presente documento, la Economía Colaborativa ha tenido un impacto económico positivo en los últimos años pues, en efecto, ha logrado reducir los costos de transacción tanto para las firmas como para los consumidores, ha permitido ampliar la competitividad y productividad de los oferentes, ha promovido la creación de nuevos mercados y el fortalecimiento de los ya existentes a través de la aparición de nuevos agentes.

Contrario a lo que sucede en los mercados tradicionales, la adquisición de bienes y servicios se efectúa de manera virtual en la mayoría de los casos, sin restricciones geográficas y únicamente basada sobre la confianza y reputación de quien ofrece el bien y/o servicio. Por lo anterior, el consumidor logra acceder a una mayor variedad y mayores opciones a un menor costo en cuanto a búsqueda y comparación y que en últimas le permite tomar mejores decisiones de compra. Ante ello, los oferentes también se ven beneficiados de la situación

anteriormente expuesta. En efecto, al tener un mayor número de clientes potenciales, éstos se ven incentivados a ser más eficientes y propender a crear mayor innovación en aras de responder a las preferencias y necesidades de los consumidores. En tal sentido, los oferentes se ven enfrentados a nuevas lógicas de competencia dentro de la búsqueda de cautivar y ser preferidos en el mercado.

Sin embargo, teniendo en cuenta que la adquisición e intercambio de bienes y servicios se efectúa en un mercado sin restricciones geográficas, la segmentación del mismo puede conllevar a discriminaciones de precios, lo que podría en últimas representar un obstáculo para todos los consumidores. En línea con lo anterior, en un mercado geográfico tan amplio, la investigación y detección de prácticas anticompetitivas resultan ser un reto importante y de alta complejidad para las autoridades de competencia. De ello, resultaría ser de gran utilidad que estas últimas logren coordinarse y cooperar entre sí, de tal manera que existan incentivos para investigar y sancionar prácticas anticompetitivas independientemente de la jurisdicción siempre y cuando la práctica afecte a los consumidores de su jurisdicción correspondiente.

Ahora bien, la economía colaborativa logra irrumpir, transformar y crear nuevos mercados manteniendo significativos niveles de innovación. De ello, este componente juega un importante rol debido que, contrario a lo que sucede en los mercados tradicionales, la innovación no es incremental y en contraposición, en la economía digital, existen constantes incentivos que logran cambiar la estructura de mercado a un ritmo exponencial. Y es precisamente, esta innovación constante que favorece la competencia pues los oferentes buscan diversos mecanismos, impulsados por la creatividad e innovación, para mantener e incrementar su posición en el mercado con el fin de evitar ser desplazados por la llegada de nuevos agentes competidores.

Por todo lo anterior, resulta indispensable, en materia de competencia, que las autoridades mantengan la disputabilidad en los mercados: *“podría darse el caso de que un agente adquiriera una gran participación, incluso hasta convertirse en el único participante. Esto, desde la óptica de la competencia, no es necesariamente indeseable, siempre y cuando prevalezca el oferente más eficiente y atractivo para el consumidor y no haya barreras artificiales a la entrada de posibles competidores”* (COFECE, 2018).

## **4.2 Retos regulatorios**

Ante la imperante necesidad de generar ahorro, nuevos empleos e inclusión social, las nuevas formas de relacionarse en la sociedad han evolucionado, logrando cambios en los modelos económicos y el surgimiento de nuevas dinámicas, tal como se ha evidenciado a lo largo de este documento. Lo anterior, a través de la masificación del uso de tecnologías de la

información, lo que ha facilitado la comunicación e interacción de los agentes económico en distintos escenarios de intercambio de bienes y servicios.

De esta manera, la economía colaborativa ha invitado a los gobiernos y, especialmente, a las autoridades de competencia a repensar los mecanismos y diseños regulatorios que operen de manera eficiente en este nuevo escenario planteado.

De acuerdo con Sobrino & Maudes<sup>1</sup> la regulación debe justificarse por la existencia de fallas de mercado como asimetría en la información o la existencia de externalidades. En tal sentido, la intervención regulatoria debe respetar los principios básicos de cualquier regulación económica eficiente y eficaz:

1. *Principio de Necesidad*: La intervención debe mantener un nexo causal con la falla de mercado. Es decir, el objetivo de política pública debe considerar, de manera clara, la falla de mercado que busca corregir o los posibles intereses públicos que necesite proteger (BID, 2016).
2. *Principio de Causalidad*: La intervención debe ser proporcional al objetivo perseguido (BID, 2016).
3. *Principio de Racionalidad Social*: Generar mayores beneficios que costos sociales (COFECE, 2018)
4. *Principio de Eficiencia Competitiva*: Ser la alternativa que menos distorsiona la competencia (COFECE, 2018).
5. *Principio de Información Idónea*: Identificar correctamente los agentes regulados (COFECE, 2018).
6. *Principio de compatibilidad de incentivos de competencia*. Al respecto, la autoridad de competencia mexicana menciona que en el contexto de Economías Colaborativas es indispensable permitir y evitar inhibir la innovación y la entrada de nuevos participantes. En efecto, estos factores promueven no sólo la competencia en el mercado si no que, a su vez, impulsa la generación y difusión del conocimiento en la industria (COFECE, 2018).
7. *Principio de Regulación con visión Dinámica*: Evitar un carácter estático regulatorio. En efecto, la regulación debe tener en cuenta las características y evoluciones de cada actividad, pues disposiciones muy rígidas pueden ser obsoletas en un muy corto plazo.

---

<sup>1</sup> Citados en (BID, 2016).

## **5 Experiencia Internacional**

El debate entre distintas autoridades de competencia sobre la manera cómo se debería regular la operación de firmas que ofrecen bienes y servicios a través de plataformas tecnológicas ha representado una valiosa oportunidad para promover marcos jurídicos certeros y claros, tanto para los consumidores como para los oferentes, los cuales permitan el desarrollo de nuevos modelos de negocio. En este sentido, la gran disyuntiva radica en establecer un marco legal justificado que evite la posibilidad que las empresas abusen de su posición de dominio en el mercado en detrimento de los consumidores, sin limitar en el futuro la innovación y la competencia.

En la actualidad, varias autoridades de competencia se han pronunciado en la materia mediante la socialización de varios esfuerzos por un equilibrio entre innovación y regulación. Estas iniciativas destacan que una intervención temprana y oportuna puede ser un factor clave para evitar estructuras de mercado riesgosas para la competencia.

### **5.1 Una agenda europea para la economía colaborativa**

En el marco de la economía colaborativa, la Comisión Europea menciona que este modelo económico ha creado nuevas posibilidades tanto para los consumidores como para los empresarios. En efecto, la Economía Colaborativa está en la capacidad de contribuir de manera significativa al crecimiento y a la generación de empleo al interior de la Unión Europea y se constituye en un factor potencial para la competitividad.

Pese a las ventajas mencionadas, la Comisión Europea es también consciente que la Economía Colaborativa suscita ciertas inquietudes sobre la aplicación y alcance de los marcos jurídicos existentes, en particular, cuando están acompañados de fragmentaciones reglamentarias a nivel nacional y local, que en su conjunto generan incertidumbre.

En virtud del Derecho de la Unión Europea, una de las preguntas fundamentales tanto para las autoridades de competencia como para los consumidores y oferentes es determinar en qué medida las plataformas colaborativas y los prestadores de servicios están dispuestos a respetar ciertas exigencias para poder acceder al mercado. Estas exigencias conciernen aspectos como autorizaciones para establecerse legalmente, obligaciones en materia de licencias y exigencias mínimas de calidad. En tal sentido, dichas exigencias deben ser debidamente justificadas y proporcionales y considerar las especificidades del modelo de negocio y de los servicios innovadores, sin favorecer un modelo respecto a otro.

En línea con lo anterior, las plataformas en línea, en calidad de intermediaria, son eximidas, bajo ciertas circunstancias, de responsabilidades por la información que almacenan. En efecto, ser eximida de responsabilidades dependerá de ciertos elementos jurídicos y factuales relativos a la actividad en donde se desempeña la plataforma colaborativa y se aplica en el momento en el cual las actividades en mención pueden ser consideradas como servicios de alojamiento, según lo dispuesto por la directiva sobre el comercio electrónico.

Una vez expuesto lo anterior, teniendo en cuenta el carácter dinámico y evolutivo de la economía colaborativa, la Comisión Europea ha consolidado progresivamente una estrategia de seguimiento que contemple simultáneamente el marco reglamentario y el desarrollo económico y comercial. Con esto en mente, el objetivo será seguir la evolución de los precios y de la calidad de los servicios y detectar los eventuales obstáculos que se puedan presentar como resultado de reglamentaciones nacionales divergentes o de lagunas reglamentarias.

Así, en conclusión, los instrumentos de seguimiento estarán basados en:

1. Encuestas periódicas tanto para los consumidores como los oferentes sobre la utilización de la Economía Colaborativa (Comisión Europea, 2016).
2. Una cartografía actualizada sobre la evolución de la reglamentación de cada uno de los Estados miembro (Comisión Europea, 2016).
3. Un diálogo constante con las partes interesadas en el marco de un foro del mercado único (Comisión Europea, 2016).
4. Las plataformas deberán colaborar y cooperar estrechamente con las autoridades de competencia con el fin de facilitar el acceso a la información y datos estadísticos dentro del respeto por la legislación sobre la protección de los datos (Comisión Europea, 2016).
5. Interacción constante entre autoridades de competencia con el objetivo de intercambiar las mejores prácticas internacionales en la materia (Comisión Europea, 2016).

## **5.2 Alemania: un primer acercamiento a la defensa de la competencia**

En el marco de las recientes investigaciones en contra de Google y Facebook, Justus Haucap de la Universidad Heinrich-Heine de Dusseldorf examinó la manera cómo Alemania diseña y aplica la ley de competencia a la economía digital.

De acuerdo con Haucap, apoyado en teoría microeconómica, si bien es cierto que la competencia y disputabilidad entre varias firmas es benéfica en mercados tradicionales, esta visión no resulta clara en mercados multifacéticos debido que la existencia de múltiples plataformas no será precisamente eficiente considerando los efectos directos e indirectos de red. En efecto, una plataforma que se comporte como un monopolio puede llegar a ser más eficiente dado que los efectos de red serán maximizados cuando todos los agentes involucrados se coordinen en una sola plataforma. Ahora bien, tampoco resulta menos cierto que plataformas como “*multi-homing*” sugieren que se puede intensificar la competencia pues el bienestar de los consumidores aumenta al tener una gran variedad de plataformas y los oferentes podrán ofrecer sus bienes y servicios con mayor probabilidad de encontrar consumidores.

Esta primera aproximación alemana indica que autores como Evans & Schmalensee<sup>2</sup>, han identificado cinco factores que determinan la concentración en mercados disruptivos:

1. Potencialidad de los efectos indirectos de red
2. Presencia de economías de escala
3. Restricciones de capacidad
4. Diferenciación entre plataformas
5. “*Multi-homing*”

Teniendo en cuenta estos cinco factores sumados a la reciente relevancia adquirida por las plataformas digitales, Alemania introdujo en el 2017 una serie de nuevos criterios en su ley de competencia los cuales debe ser considerados por la autoridad de competencia y las Cortes en el momento de evaluar el poder de mercado en los mercados digitales, a saber (Haucap, 2018):

1. Efectos de red directos e indirectos
2. El uso simultáneo de varias plataformas y servicios, así como los costos de transacción de los usuarios
3. Economías de escala relacionadas con los efectos de red
4. Acceso a los datos relevantes
5. Fuerzas competitivas de la innovación.

---

<sup>2</sup> Citado por (Haucap, 2018).

Estos factores sin lugar a duda ayudarán a prevenir prácticas anticompetitivas en mercados de la economía colaborativa, sin embargo, su medición sigue siendo un reto en la práctica lo cual se traduce en últimas en una mayor inestabilidad e inseguridad desde el punto de vista jurídico.

Finalmente, un último factor abordado en la reforma a la política de competencia fue una modificación a la manera de definir el mercado relevante:

*“El hecho de que algunos servicios no se ofrezcan a cambio de dinero ya no impide que las autoridades de competencia definan un mercado separado para ellos. Por lo tanto, las redes sociales o los motores de búsqueda de internet pueden constituir mercados relevantes no sólo en publicidad, sino también para los usuarios. Aunque esta aclaración puede ser útil para los tribunales, persisten dificultades prácticas para definir mercados en ausencia de ventas y variaciones de precios. Aunque teóricamente se puede definir una prueba SSNIP ajustada, en la práctica es extremadamente difícil medir una disminución porcentual en la calidad o la privacidad o un aumento porcentual en los requisitos de datos. Las dificultades prácticas para definir mercados sin ventas pueden ilustrarse con el enfoque que la Comisión Europea ha adoptado en el caso de las compras de Google”. (Haucap, 2018).*

### 5.3 México

Shapiro (2017)<sup>3</sup> destaca que, ante el surgimiento y desarrollo de las nuevas dialécticas propuestas por la economía digital, se requieren dedicar mayores esfuerzos y recursos a la detección y corrección de prácticas anticompetitivas, dado el riesgo de colusión. En simultáneo, es importante identificar y fortalecer aquellas herramientas necesarias para el análisis de concentraciones, centrarse en aquellas conductas que puedan inhibir la competencia y no sólo en el tamaño de las empresas, reducir las barreras de entrada y fomentar una cultura de emprendimiento e innovación. Finalmente, este autor destaca que regular puede provocar resultados contrarios a los objetivos de política pública planteados teniendo en cuenta los rápidos cambios tecnológicos y la alta probabilidad de incurrir en capturas regulatorias.

Atendiendo las recomendaciones anteriormente expuestas, la autoridad de competencia mexicana en su estudio sobre la economía digital ha destacado las principales conclusiones dentro de los retos de la aplicación de la política de competencia:

---

<sup>3</sup> Citado por (COFECE, 2018)



*“Adecuado ejercicio de las atribuciones ex-post de las agencias de competencia para investigar y sancionar cualquier conducta anticompetitiva que pueda presentarse. Imposición de políticas de no discriminación de precios o servicios en plataformas. Regulaciones relativas a la privacidad, propiedad de datos, portabilidad, interconexión, diseño de reglas e instituciones que aseguren su eficiencia. Análisis más delicado sobre los efectos que pueda tener sobre el mercado, en particular, de manera previa para evitar distorsiones en el mercado” (COFECE, 2018).*

## **6 Conclusiones**

La Economía Colaborativa, como se ha visto a lo largo de este documento, surgió como un mecanismo que busca mejorar el bienestar de los consumidores a través de la creación de una multiplicidad de plataformas que reduzcan los costos de transacción asociados a la operación. Asimismo, los oferentes han preferido, en los últimos años, proveer sus bienes y servicios en más de una plataforma con el fin de encontrar un mayor número de consumidores.

Sin embargo, dadas las condiciones actuales, los oferentes han tenido incentivos para limitar la competencia, ejemplo de ello, el acceso limitado a la información sobre los consumidores podría constituirse en una barrera de entrada al mercado para los desarrolladores o agentes más pequeños, y que en últimas podría verse reflejado en el desarrollo de prácticas anticompetitivas tales como abuso de posición de dominio y colusión.

En tal sentido, la información se constituido en un mercado en sí mismo donde los distintos servicios y bienes ofrecidos de manera digital, sin restricción geográfica, se entregan a cambio de proporcionar grandes cantidades de información a los oferentes (Big Data).

En conclusión, y teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el reto para las autoridades de competencia es la manera cómo se deben medir los efectos de la economía digital debido a que estos han propiciado el auge y crecimiento de la economía colaborativa. Es por ello, que resultará pertinente replantear si la actual normativa y las herramientas que ésta provee son suficientes y aplicables en un entorno como el aquí mostrado. En paralelo, resulta importante dentro de este proceso que las autoridades de competencia mantengan una estrecha cooperación y colaboración entre sí, propendiendo por una mayor transparencia en los datos, regulando la información que se quiere obtener de los consumidores y de las variables que inciden en la fijación de precios.

## 7 Recomendaciones para Colombia

Colombia no ha sido ajena a las nuevas dinámicas resultantes del desarrollo y consolidación de las Economías Colaborativas. Al respecto, existe evidencia amplia y suficiente sobre la entrada de nuevos jugadores que han representado cambios importantes en la forma tradicional en la que se desarrollan muchos sectores.

Desde diferentes esferas del gobierno, tanto a nivel nacional como local, se ha buscado entender la problemática y examinar de qué manera las diferentes innovaciones disruptivas se logran insertar en las distintas esferas de la sociedad, no solamente siendo eficaces y efectivas como solución a un problema de mercado, sino que, a su vez, logren alinearse al sistema regulatorio que debería existir en cada uno de los sectores. Frente a este último punto, surge un primer punto como recomendación derivado de lo expuesto en el presente estudio: Es necesario establecer un campo de juego equilibrado que garantice una efectiva y real competencia entre incumbentes y entrantes disruptivos en materia de innovación, que permita una asignación eficiente y socialmente deseable producto de la interacción en el mercado.

Sin embargo, la evidencia empírica ha demostrado que, en la actualidad, las firmas participantes en las economías disruptivas, ante ausencia de regulación efectiva, pueden comportarse de una manera que no necesariamente es coincidente con las expectativas de los consumidores. Es así como en materia de movilidad, por tan sólo citar un ejemplo, podrían estarse creando situaciones que facilitan la utilización de algoritmos tendientes a discriminar clientes en condiciones análogas bajo un supuesto sistema tarifario innovador. Igualmente, estarían en capacidad de implementar estrategias de dumping con el ánimo de dominar el mercado a través de la fijación de una tarifa extremadamente bajas apalancando sus pérdidas con ingresos derivados de actividades similares realizadas en otros países.

Todo ello, con el objetivo de eliminar la competencia, concentrar el mercado y tener la capacidad de ejercer efectos explotativos sobre los consumidores en un siguiente periodo.

Dado lo anterior, surge la pregunta “¿Cómo equiparar reglas de juego sin interrumpir la innovación y estimular la libre competencia económica?” En tal sentido, resulta necesario que no se sobre regulen este tipo de modelos de negocio, pues se correría el riesgo de desincentivar la innovación. Por el contrario, se sugiere empezar por entender el problema a profundidad, independientemente del sector donde se desarrolle la actividad, con el fin de realizar los ajustes que se consideren necesarios, lo que implica no solamente avanzar en un análisis económico del sector, sino entender complementemente el marco jurídico existente y las oportunidades de mejora.

En particular, es necesario crear esquemas regulatorios en los que se priorice el uso del Big data derivado de la actividad del sector. Esto no significa auspiciar escenarios de cartelización, por el contrario, lo que se busca es utilizar eficientemente la data pública

asociada a la actividad de las Economías Colaborativas como insumo de la construcción de política pública. Lo anterior, tiene como objetivo no solamente fortalecer la rivalidad de los mercados a través de un marco regulatorio efectivo si no que, a su vez, logren aumentar el bienestar de los consumidores en un escenario de libre competencia económica.

Así, el objetivo último de las plataformas digitales debería traducirse en facilitar y reducir los costos de transacción de los usuarios siempre y cuando los oferentes operen en igualdad de condiciones. Para ello, no debe perderse de vista que cualquier iniciativa de regulación deberá considerar la participación plural de los agentes de mercado disruptivos, y no concentrarse o dar prioridad exclusivamente a los incumbentes con algún grado de experiencia en el sector objeto de estudio.

En consonancia con las recomendaciones que otras autoridades competencia como la COFECE en México han mencionado en sus estudios correspondientes, resulta necesario diseñar mecanismos de evaluación que garanticen un constante seguimiento a propósito de la efectividad del esquema regulatorio. Lo anterior, con el ánimo de evitar la obsolescencia del señalado esquema.

Finalmente, como fue señalado en las conclusiones del presente estudio, la proliferación de iniciativas relacionadas con la Economía Colaborativa y en general con innovaciones disruptivas en diferentes sectores, impone el reto institucional de crear escenarios tendientes a la coordinación entre reguladores y la autoridad de competencia, así como fortalecer la normativa y las herramientas que ésta provee que aseguren una correcta evaluación de aquellas conductas que tiendan a ser anticompetitivas. Todo ello, con el fin de contribuir activamente a la actualización de los marcos regulatorios que den cabida a todas y cada una de las iniciativas que el mercado acoja y evite, en el corto y mediano plazo, un conflicto entre la formalidad e informalidad de las distintas actividades económicas asociadas con las Economías Colaborativas.

## Referencias

- Algar, R. (2007). *Oxygen Consulting*. Obtenido de <http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>
- BID. (Abril de 2016). *Economía Colaborativa en América Latina*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/handle/11319/7806?locale-attribute=pt&>
- Botsman, R., & Rogers, R. (12 de Noviembre de 2010). *What's mine is yours: The Rise of Collaborative Consumption*. Nwe York: Collins e-books. Obtenido de <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Buzzmn. (2013). *socialanimals*. Obtenido de <https://socialanimals.buzzmn.com/2013/03/3-casos-de-consumo-colaborativo-para-viajes/>
- COFECE. (Febrero de 2018). *Repensar la Competencia en la Economía Digital*. Obtenido de [https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/03/RepensarlaCompetenciaenlaEconomiaDigital\\_01022018.pdf](https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/03/RepensarlaCompetenciaenlaEconomiaDigital_01022018.pdf)
- Comisión Europea. (2016). *European Commission*. Obtenido de <https://socialanimals.buzzmn.com/2013/03/3-casos-de-consumo-colaborativo-para-viajes/>
- Dervojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M., Rouwmaat, E., Netherlands, P., . . . Luxembourg, P. (Septiembre de 2013). The Sharing Economy. *Business Innovation Observatory*, 18.
- eMarketer. (2016). *emarketer*. Obtenido de <https://www.emarketer.com/Article/How-Popular-Sharing-Economy/1014135>
- Fehrenbacher, K. (31 de Julio de 2011). *gigaom*. Obtenido de <https://gigaom.com/2011/07/31/the-biggest-risk-of-the-web-sharing-economy-security/>
- Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. Nwe York: Macmillian . Inc.
- Haucap, J. (2 de Abril de 2018). *A German Approach to Antitrust for Digital Plataforms*. Obtenido de ProMarket, The blog od the Stigler Center at the University of Chicago Booth School of Business: [https://promarket.org/german-approach-antitrust-digital-platforms/?utm\\_campaign=shareaholic&utm\\_medium=twitter&utm\\_source=socialnetwork](https://promarket.org/german-approach-antitrust-digital-platforms/?utm_campaign=shareaholic&utm_medium=twitter&utm_source=socialnetwork)

- Koopman, C., Mitchel, M., & Thierer, A. (2015). The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change. *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, 528-545.
- Kreiczer-Levy, Shelly. (2016) Consumption Property in the Sharing Economy, 43 Pepp. L. Rev. 61. Available at: <http://digitalcommons.pepperdine.edu/plr/vol143/iss1/2>
- Latinobarómetro. (2015). *La Confianza en América Latina 1995-2015*. Santiago de Chile. Obtenido de [file:///C:/Users/c.mjrodriguez/Downloads/F00005085-INFORME\\_LB\\_LA\\_CONFIANZA\\_1995\\_2015.pdf](file:///C:/Users/c.mjrodriguez/Downloads/F00005085-INFORME_LB_LA_CONFIANZA_1995_2015.pdf)
- Newlands, G., Lutz, C., & Fieseler, C. (2017). *Power in the Sharing Economy*. Report from the EU H2020 Research Project Ps2Share.
- OCDE. (2018). *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms* . Obtenido de <http://www.oecd.org/competition/rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms.htm>
- Unión Europea. (2016). *EU Open Data Portal*. Obtenido de [http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2112\\_438\\_ENG](http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2112_438_ENG)