

Capítulo 10



Sana competencia en el mercado nacional colombiana y la economía colaborativa en el caso UBER

David José Morales Pastrana, Ana María Barbosa,
Iván Bermúdez Caviedes

Resumen

Para el servicio de transporte público en Colombia los entes competentes son el Ministerio de Transporte y la Superintendencia de Puertos y Transportes, los encargados de llevar el control, vigilancia y seguimiento de las empresas dedicadas al transporte de personas en nuestro país a nivel nacional. A nivel municipal y distrital estarían los alcaldes municipales o distritales o los organismos que estos deleguen, de acuerdo al artículo 8 del Decreto 172 de 2001 (hoy compilado en el Decreto 1079 de 2015, Decreto único del Sector Transporte). Pero si definimos a Uber como ellos mismos se autodenominan: empresa tecnológica, intermediaria entre conductores particulares y pasajeros, entraría a jugar un papel importante para diseñar, adoptar y promover las políticas, planes y programas del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Agencia Nacional del Espectro (ANE) (Ministerio de las Tics, 2016). Este último concepto, por el cual viene operando Uber en Colombia, sería un poco más alejado de la realidad comercial debido a que el servicio principal que prestan a través de la plataforma es el de transporte público individual de personas. Es la principal actividad económica que les vende la plataforma a los usuarios, aunque no se puede desconocer que estarían en juego elementos muy importantes que están siendo explotados, como lo es el espectro electromagnético, el cual es un bien de uso público.

Palabras clave: economía colaborativa, servicio de transporte, tecnologías de la información y las comunicaciones y espectro electromagnético

Abstract

For the service of public transport in Colombia the competent entities are the Ministry of Transport and the Superintendence of Ports and Transport, those in charge of carrying out the control, surveillance and monitoring of the companies dedicated to the transport of people in our country at national level. And at municipal and district level would be the Municipal or District Mayors or the agencies that these delegate, according to Article 8 of Decree 172 of 2001 (Today Compiled in Decree 1079 of 2015 “Single Decree of the Transport Sector”). But if, on the contrary, we define Uber as a technological company, an intermediary between private drivers and passengers, it would play an important role in designing, adopting and promoting the policies, plans and programs of the Information and Communication Technologies sector, the Ministry of Information and Communication Technologies and the National Agency of the Spectrum (ANE), (Ministry of the Tics, 2016). This last concept, for which Uber has been operating in Colombia, would be a little more distant from the commercial reality. Because the main service they provide through the platform is the individual public transport of people. It is the main economic activity that sells the platform to users, although it cannot be ignored that very important elements are being exploited, such as the electromagnetic spectrum, which is a public good.

Keywords: collaborative economy, transport service, information and communication technologies and electromagnetic spectrum

Introducción

La entrada de muchas empresas que prestan sus servicios a través de aplicativos móviles hoy en día es una realidad a la que ningún país puede escapar. Es más que claro que las necesidades de las comunidades van evolucionando y cambiando; por obvias razones, las dinámicas del mercado se van globalizando. Es así como surgen cambios en los modelos de mercados, por lo cual, la normatividad de cada Estado debe ir ajustándose de manera coherente, de tal manera que permita el desarrollo de las nuevas tecnologías.

Surge hacia el año 2009 la empresa Uber, la cual funciona con la instalación de un aplicativo móvil, sirviendo de intermediaria para prestar el servicio de transporte individual de pasajero como lo sostiene Hernández y Galindo (2016), la cual ha tenido gran acogida por parte de los consumidores en muchos países. Está claro que los empresarios deben adoptar sus estrategias competitivas a las Tecnologías de la Información y las comunicaciones, pero no dejando de lado la protección al principal miembro de la cadena de consumo, como es el consumidor, protagonista en todo este proceso de fortalecimiento en los mercados.

Es precisamente lo que sostiene Lucas Llina, Gerente General de Operaciones de Uber en Colombia (citado por Dinero, 2017), al afirmar que lo que buscan es mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir con los desafíos de la movilidad en las ciudades. Por otro lado están presentes viejos monopolios, como lo señala Granados (2014): son los dueños de los “taxis amarillos”, quienes están en contra de la aplicación móvil, toda vez que son estos los que mayor lucro obtienen de la circulación de dichos vehículos en las ciudades colombianas, manifestando inconformidades por una presunta competencia desleal (Narváez, Arrieta, & Florez, 2018).

En este contexto, existen muchos enfoques que pueden realizarse alrededor de una investigación sobre la plataforma tecnológica UBER, pero hemos decidido establecer una conexión entre el aplicativo web y el derecho, a través de un análisis jurídico que nos permita demostrar si la aplicación UBER ejerce actos de competencia desleal frente al empresario de transporte en la modalidad (taxi) a la luz del derecho colombiano.

Metodología

En la presente investigación se propone realizar una investigación sobre el concepto de economía colaborativa, cuáles son sus características y por qué la aplicación web denominada UBER está catalogada como un ejemplo de este tipo de economía. Se realiza un estudio del régimen de protección a la competencia en Colombia, mirada desde ese paradigma histórico de enfrentamiento de las empresas por la clientela, como lo sostuvo Velandia (2011), siendo estas, estrategias que buscan los empresarios para atraer usuarios e incrementar su patrimonio, constantes luchas por mostrar u obtener la confianza de las personas y de esta forma obtener la preferencia en el mercado.

El mercado a analizar es el de la prestación del servicio público de transporte individual de personas. El cual está en cabeza del Estado su vigilancia y control, de acuerdo a la Ley 336 de 1996, dinámicas de prestación del servicio que han cambiado y los grandes empresarios han buscado la adquisición y diseño de nuevas metodologías para prestar el servicio, como la implementación de software u aplicativos móviles, innovaciones que eran de esperarse en pleno siglo XXI.

La economía colaborativa

Lo novedoso del concepto de economía colaborativa no solamente radica en la posibilidad de compartir bienes o servicios con amigos, familiares o incluso extraños, pues, esto se ha venido realizando históricamente en todas las latitudes, por ejemplo, compartir el automóvil con otras personas para que puedan transportarse o compartir un inmueble para que puedan alojarse de manera temporal; sin embargo, la novedad radica en la tecnología, es ella la que en esta era permite aumentar de forma exponencial la posibilidad de compartir bienes o servicios entre personas desconocidas y no solamente con nuestra familia, amigos, compañeros de estudio o trabajo, sino que podremos hacerlo con cualquier persona, ya que gracias a la tecnología podemos interactuar con personas de cualquier lugar del planeta, especialmente por la tecnología de la comunicación, como por ejemplo: el Internet, los *Smartphone*, la computación y los sistemas informáticos en general.

Hoy en día, a través de nuestro *Smartphone* o teléfono inteligente podemos comunicarnos de manera muy económica o, a veces, gratuita (Wi-Fi, Whatsapp, Facebook, Facetime, Skype) y, además, nos permite indicar nuestra posición geográfica a través del sistema GPS (Global Position Satellital), lo cual ayuda a que otra persona identifique con precisión el lugar donde nos encontramos, luego, mediante la automatización de procesos, a través de algoritmos, de forma automática se hace posible el encuentro entre la oferta y la demanda sin intervención humana. Esto dio pie a que en los años 2008 y 2009 se crearan grandes plataformas tecnológicas como Bla, Bla Car, Airbnb y Uber.

A raíz de esta tecnología, muchas empresas comienzan a desarrollar o crear mercados multilaterales, dichos mercados son modelos de organización industrial, que tampoco son nuevos, pues existían antes de la aparición de estas tecnologías y consisten fundamentalmente en un modelo de negocio en el cual se facilita la interacción de diferentes grupos de personas, por ejemplo: los periódicos funcionan a través de la interacción de dos grupos, por una parte los anunciantes y por la otra los lectores; esas son las dos fuentes de financiación de un periódico, en donde los lectores se benefician por la información que reciben y los anunciantes que le pagan al periódico se benefician al poder conseguir nuevos clientes del grupo de lectores.

Entonces, el modelo funciona de la siguiente forma, entre más lectores, mayores serán los beneficios para los anunciantes y entre más anunciantes, el periódico tendrá la posibilidad de disminuir su costo y aumentar la calidad de la información en cuanto a contenido y presentación, por lo que ambos grupos se benefician mutuamente. Otro ejemplo de mercados multilaterales son las tarjetas de crédito, en donde aparecen los clientes del banco como un grupo y los establecimientos de comercio afiliados al banco como otro grupo, estos últimos se benefician al poder aumentar sus ventas a través de la financiación que le otorga el banco a sus clientes, en general todos los mercados que funcionan con publicidad encajan en este modelo.

Las plataformas colaborativas, Airbnb, Uber y Bla Car lo que hacen es coordinar estos dos elementos: la tecnología y los mercados multilaterales para llevarlos a otro nivel, porque a diferencia de un periódico o la televisión, lo que logran estas empresas es convertirlo en un mercado global que, además, crece exponencialmente, puesto que son millones de personas las que se convierten diariamente en clientes y proveedores. Sin

embargo, existen otros elementos que son importantes, pero no definitorios del concepto de economía colaborativa, por ejemplo, servicios entre iguales (p2p) los cuales disminuyen de forma dramática los costos de transacción, dado que no es necesario incurrir en gastos de publicidad, contratación de personal, asesoría legal o marketing, lo cual aproxima el mercado a uno de competencia perfecta donde no se generan costos de transacción o estos son mínimos.

La participación de agentes económicos no profesionales es una de las consecuencias de la economía colaborativa, lo cual permite a cualquier persona entrar a competir en un mercado de bienes y servicios con ciertas ventajas competitivas. Otro de los elementos importantes, es la utilización de recursos ociosos, es decir aquellos que no se utilizan o están subutilizados y puedan ser compartidos en el mercado a cambio de un precio que paga un tercero.

Otro rasgo de la economía colaborativa es la contratación en tiempo real, aquí también juegan un papel importante las pasarelas de pago *on line* (como por ejemplo Paypal, PayU, ePayco, Pse) las cuales facilitan que a través de un *Smartphone* se puedan celebrar contratos *on line*, no obstante, algunos modelos como por ejemplo Bla Bla Car no suelen contratarse en tiempo real. Y un último elemento, que es controversial en la doctrina es el altruismo, sin embargo, esta característica es muy restrictiva dentro del concepto, ya que dejaría por fuera aquellas actividades que suponen un ánimo de lucro.

Dadas esas explicaciones, procedemos a esbozar un concepto de lo que es la economía colaborativa, partimos de la base de que es un modelo de organización industrial en el que una plataforma electrónica facilita la contratación de servicios, incluyendo el servicio de arrendamiento de bienes, ofertados por un grupo de usuarios (prestadores) y demandados por otro grupo de usuarios (consumidores). Es un modelo no lineal, sino triangular, donde se crean estos mercados multilaterales e intervienen claramente tres actores: la plataforma colaborativa, los prestadores y los consumidores.

La aplicación Uber en el mercado nacional e internacional

Uber es una compañía desarrolladora de software que tuvo sus inicios en San Francisco (Estados Unidos), específicamente, actúan como intermediarios para que particulares presten el servicio público individual de transporte, en automóviles particulares que ofrecen un servicio especial. Todas las conductoras que trabajan para este sistema se inscriben a través de la plataforma web diseñada para tal fin, a los cuales se les verifica sus antecedentes antes de vincularse a laborar y una vez pasado el examen; deben pagar un porcentaje por cada una de las carreras que realicen (Uber, 2017).

Esta aplicación se expandió más allá de las fronteras norteamericanas, haciendo presencia hoy en día en más de 50 ciudades importantes en todo el mundo. Solo de imaginar que podemos tener a la mano de una forma muy sencilla, ágil y en contados minutos el servicio de un automóvil modelo 2009 en adelante, eso hoy es posible a través de la aplicación Uber; cuya empresa ya ha entrado a competir en nuestro mercado colombiano.

Hoy en día Uber es legal en Inglaterra y Gales, los cuales hacen parte del Reino Unido, por medio de un fallo de la Alta Corte, donde se manifestó que este programa informático no utiliza los sistemas de taxímetro a la hora de establecer el valor de un viaje, por lo contrario, requiere de una señal GPS. De igual forma en Broward, Florida (EEUU), se aprobó una moción que legaliza el servicio según Infobae (2015). En Latinoamérica ha ganado la batalla, en Brasil, después de varias luchas, como lo dio a conocer la Agencia EFE (2016), donde le concedía laborar por medio de medidas cautelares, la Alcaldía de Sao Paulo expidió un decreto donde regula la aplicación, permitiendo operar en la metrópolis, debiendo pagar a la administración una tasa mensual para poder operar, además de otros requisitos que deben cumplir.

En Colombia el gremio de los taxistas, en varias ocasiones, ha salido a protestar a las calles, rechazando el modo de operar de Uber; argumentan que es una clara competencia desleal, sostienen que se les ha permitido operar hasta este momento sin estar reconocidos como una empresa de transporte. Lo anterior les permite poder ofrecer el servicio público de lujo, sin necesidad de cancelar el valor de un cupo, el cual, si debe cancelar el propietario de un taxi, tampoco los impuestos y pólizas que debe sufragar

un taxista. Por su parte, el Ministerio de Transporte expidió la Resolución 2163 de 2016, por medio del cual reglamentó el Decreto 2297 de 2015, este último trae los parámetros bajo los cuales deben funcionar el servicio de lujo, dentro de la modalidad de servicio público de transporte individual. Sería en principio y de acuerdo a la naturaleza del servicio el cual se presta, el Ministerio de Transporte y la Superintendencia de Puertos y Transporte, los entes a nivel nacional encargados de la vigilancia, control y supervisión de todas las empresas que presten el servicio público de transporte en Colombia.

Hasta este punto la normatividad vigente se encargó de reglamentar el servicio de transporte de lujo de pasajeros y todo el procedimiento que deben cumplir ante el Ministerio de transporte, para entrar a operar como cualquier otro vehículo que a nivel nacional preste el servicio. Por otro lado, exige que las herramientas tecnológicas empleadas deben ser vinculadas al servicio público de transporte, en otras palabras, los software implementados deben hacer parte de la empresa que preste dicho servicio y no estar constituidas como simple intermediarios, según el Decreto 2060 de 2015, por medio del cual se reglamentaron los sistemas inteligentes en el país.

La normativa se quedó corta en cuanto muchos aspectos de carácter particular, como la diferencia pecuniaria que deben sufragar los taxis, al momento de cancelar el valor de cupos, seguros u otros tipos de reglamentaciones que deben cumplir, las personas que prestan el servicio público de taxi. De acuerdo con el Decreto 2297 de 2015 y la resolución 2163 de 2016 lo que hacen en reglamentar y permitir que, en el mercado, presten el servicio público de transporte individual de pasajeros, automóviles de lujo y que los mismo puedan utilizar plataformas web para mejorar el servicio.

Régimen de Protección de la Competencia y Actos de Competencia Desleal a la Luz de la Legislación Colombiana en relación al caso Uber y el reclamo del sector de transporte Individual.

Inicialmente hay que decir que la libre competencia económica es un derecho colectivo, consagrado en la Constitución Política (1991) en el artículo 333, el cual le otorga a todas las personas facultades para realizar

actividades económicas e iniciativas de carácter privado, siempre y cuando no afecten el bien común; ello implica responsabilidades por parte de todas las personas que tengan este tipo de iniciativas.

A través de todo el desarrollo legal de la competencia en Colombia se han creado diferentes normas para regularlo, tales como la Ley 155 de 1959, la primera en entrar a regular el régimen de competencia, pero esta no era clara en cuanto a quién era el ente encargado de tal situación, naciendo tiempo después el Decreto 2153 de 1992 que fijó la política de la competencia en el país y, con ello, surge 17 años después la Ley 1340 del año 2009 para regular las nuevas necesidades del mercado y la protección al consumidor.

Así, a su vez, esta última otorga a la Superintendencia de Industria y Comercio la autoridad única de estar encargada de aplicar en todos los sectores de la economía normas de competencia, según los estableció la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2009). Ahora nos preguntaremos: ¿Qué es la protección de la competencia? Y tendremos que decir, entonces, que la entidad exclusiva y encargada de velar por la cabal aplicación de las normas que regulan, a saber, la Superintendencia de Industria y Comercio (2016) la misma lo ha definido como:

El derecho de competencia es aquel que se ocupa de la protección de los intereses de los consumidores y de la protección de la libre competencia en los mercados, mediante la prohibición de actos que se consideran impiden la competencia y mediante la promoción y abogacía por un entorno competitivo. (s.p)

Teniendo claro el concepto de protección de la competencia, se hace necesario decir que el objeto de nuestra investigación en este acápite es la libre competencia y, a su vez, cuáles son los actos prohibidos o que violan este régimen, para luego enlazar dicho estudio con el fenómeno que la plataforma tecnológica Uber ha generado en nuestro país, especialmente, en el sector del transporte individual de pasajeros. Es por lo que reafirmaremos que, inicialmente, dicho derecho está en cabeza de todas las personas que deseen tomar la iniciativa de crear, organizar y emprender su propia actividad económica, precisamente, sin vulnerar los límites propios establecidos en la legislación para ello.

Pero ¿cuáles son los límites a este derecho? Ciertamente, la Ley 1340 de 2009 trae un catálogo no exhaustivo de conductas que se consideran que atentan contra el derecho constitucional a la libre competencia. Surge la necesidad de limitarlo y es, precisamente, lo que previó el constituyente y el legislador como forma de garantizar a todos los consumidores y personas que tienen una actividad económica debidamente constituida, para que a la hora de ejercerla no realicen conductas que afecten las libres y sanas prácticas de mercado, las cuales entrarían no solo a beneficiar a los que ostentan la posición dominante, sino al consumidor como miembro débil de la cadena de consumo.

Entre todo este listado de conductas nos interesa las que establece la Ley 256 de 1996 en el Capítulo II, respecto a los actos de competencia desleal. Soportado en la buena fe comercial y, precisamente, esa lealtad entre las competencias del mercado. Una vez realizada una detallada lectura de cada uno de los 12 artículos que hacen referencia a los actos de competencia desleal por la normatividad vigente colombiana, tenemos que el artículo 18, en cuanto a la violación de normas, es el que más se acerca a un posible acto de competencia desleal cometido por la empresa Uber. Dicho artículo reza de la siguiente manera: Se considera desleal la efectiva realización en el mercado de una ventaja competitiva adquirida frente a los competidores mediante la infracción de una norma jurídica. La ventaja ha de ser significativa.

Una vez realizada la investigación de corte bibliográfico, nos encontramos que efectivamente Uber goza de una ventaja competitiva adquirida frente a las empresas que prestan el servicio tradicional de taxis en país, toda vez que, por ejemplo, para entrar a operar un taxi deben adquirir un tarjeta de operación, la cual se oficializa por parte de la autoridad de transporte competente anualmente, debe obtener el seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT), la licencia de tránsito de vehículos, revisión técnico mecánica vigente del vehículo, pólizas de responsabilidad civil contractual y extracontractual de la empresa y acreditar la consignación a favor de la autoridad de transporte competente por el pago de los derechos que se causen. Todos estos requisitos según el Decreto 172 de 2001 (hoy compilado en el Decreto 1079 de 2015 “Decreto único del Sector Transporte), por medio del cual se reglamentó el servicio público de transporte terrestre automotor individual de pasajeros en vehículos taxis.

Desde este punto de vista, podemos afirmar que los conductores que prestan el servicio público de transporte individual de personas por medio de taxis tradicionales, tienen una desventaja notoria frente al servicio de transporte prestado por los automóviles UBER; como lo veníamos explicando en párrafos anteriores. Sin embargo, la ventaja competitiva no es adquirida mediante la infracción de una norma jurídica, tal como lo establece la normatividad, por tanto, no podría ser catalogada como una competencia desleal. Toda vez que el transporte de lujo de pasajeros lo pueden prestar todas las empresas o personas en el país que cumplan con los requisitos establecidos en la normatividad vigente para ello. Dicho servicio no está restringido solamente para aplicativos móviles o software como el que posee Uber a nivel internacional, lo que deja abierta la puerta para que nuevos inversionistas, comerciantes y empresarios puedan entrar a competir bajo esta modalidad de prestación del servicio en Colombia.

Para concluir este apartado, pese a existir inconformismos por parte de las empresas que han prestado el servicio tradicional de transporte individual de personas —los cuales han deseado que los entes nacionales excluyan o prohíban la operación de la empresa Uber en el mercado nacional— no se vislumbra por esta última, la intención de fragmentar el principio de buena fe comercial que pregona nuestro legislador, hasta este momento no estaría infringiendo ninguno de los actos de competencia desleal estatuidos en nuestro ordenamiento jurídico.

La libre competencia frente a la competencia desleal

Precisamente, el debate en torno a las controversias surgidas con la entrada en el mercado colombiano de dicha plataforma, es la libre competencia frente a la competencia desleal que pretende endilgarle el gremio de transporte público individual, esta última tiene como órgano encargado de la vigilancia y control a la Superintendencia de Industria y Comercio, ente las que, a pesar de tener la función de vigilancia y control en los temas concernientes a la libre competencia económica, no sería el encargado en el caso puntual tratado, debido a que como hemos venido desarrollando Uber no ha venido infringiendo normas que afecten la competencia, frente al sistema prestado por los taxis tradicionales en el país. Por el contrario, es el mercado colombiano quien debe reglamentar y actualizar su normatividad a las nuevas tendencias internacionales, para

buscar el equilibrio social y económico en la prestación del servicio de transporte en sus localidades que no está actualmente reglamentado para este tipo de plataforma que sin duda alguna no son empresas, pues no tienen un nivel jerárquico ni un personal fijo.

A nivel nacional se han presentado demandas en contra de Uber, sosteniendo que debe ser bloqueada la plataforma, toda vez que la misma se lucra y explota el espectro electromagnético colombiano sin permiso; postura que es apoyada por el Ministerio de Transporte, pero, por otro lado, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones defiende la aplicación, sosteniendo que hasta la fecha en Colombia no se ha restringido ninguna aplicación que utilice el espectro electromagnético con un contenido que no sea inadecuado o ético, solamente se han prohibido cuando se trate de contenidos sobre pornografía infantil; porque de ser así manifiesta que existen aplicaciones como WhatsApp, Netflix y Airbnb, solo por mencionar algunas, a las que también se debería reglamentar por la utilización de tal bien de uso público (Revista Semana, 2017).

Sigue sosteniendo el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que, de inhabilitar la plataforma, se estaría atentando contra un principio internacional, como lo es el de neutralidad de red, el cual va de la mano de la del derecho fundamental a la libertad de expresión. Este derecho internacional ha tenido bastante desarrollo legal y doctrinal en varios Estados, el cual hace referencia como sostiene Espinosa (2009, p. 87) a la infraestructura lógica y económica de los servicios y productos informáticos. En otras palabras, este principio actualmente pasa por interesantes debates en la actualidad sobre la regulación económica del uso de la tecnología.

Siendo el Internet una herramienta que satisface necesidades colectivas, le corresponde al Estado llenar el vacío del derecho, comenzando a reinventar y reivindicar el caos generador de una conversación mundial sin fin, en palabras de Capella citado por Espinosa (2009, p. 127). Tal cual, como está sucediendo en la actualidad social con la empresa Uber, quien, hoy en día, está prestando el servicio de transporte individual de pasajeros a través de un aplicativo tecnológico. Pero mañana puede ser otro u otras empresas que desarrollen aplicativos, software o programas e incursionen en el mercado nacional e internacional.

Actualmente la Ley 1341 de 2009 efectivamente protege la neutralidad tecnológica y de la red en nuestro medio, pero de igual forma les impone a todos aquellos particulares la carga de pagar una contraprestación económica a quienes hagan uso del espectro radioeléctrico en el país y define el proceso para acceder a dichos permisos.

Conclusión

El Estado debe regular y establecer estrategias para equilibrar este tipo de sucesos en el mercado de transporte y las tecnologías del país, debido a que tecnológicamente, de acuerdo con las leyes vigentes de protección del uso de plataformas electrónicas, Uber y otras empresas que presten servicios por medio de aplicativos de este tipo son legales, toda vez que no hay regulación que las prohíba y que es difícil en términos facticos detener el desarrollo que las economías colaborativas han tenido en los últimos 10 años.

En nuestro concepto, el Estado deberá intervenir para proteger a todos los consumidores y demás miembros de la cadena de consumo para equilibrar las dinámicas del mercado, pero no con una regulación coercitiva, normativa, prohibitiva, sino por el contrario con medidas articuladas tendientes a armonizar los mercados, buscando puntos de encuentro donde la primicia sea un ganar, ganar.

De acuerdo a los actos de competencia desleal contemplados por la legislación colombiana, la empresa Uber no infringe ningún acto que afecte la sana competencia en el mercado nacional. Una vez realizado un minucioso análisis de cada uno de los actos contemplados por la normatividad vigente se observa lo anterior, no desconociendo las claras desventajas que se presentan hasta el momento para los otros miembros del eslabón en temas relacionados a la prestación del servicio y el pago de contraprestaciones económicas. Por un lado, la seguridad de los pasajeros en temas contractuales y por el otro el pago por la utilización de ciertos bienes de uso público al Estado.

Referencias

- Agencia EFE. (10 de 05 de 2016). *Edición America–Economía*. Obtenido de Regular el uso de la aplicación Uber en Sao Paulo: <http://www.efe.com/efe/america/economia/regulan-el-uso-de-la-aplicacion-uber-en-sao-paulo/20000011-2922014>
- Asamblea Nacional Constituyente (1991) Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 333. Julio 7 de 1991 (Colombia).
- Congreso de la República de Colombia (1959) Ley 155 de 1959. Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre prácticas comerciales restrictivas. Diciembre 24 de 1959. DO. N°30138
- Congreso de la República de Colombia (1996) Ley 256 de 1996. Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal. Diciembre 20 de 1996. DO. N°42948
- Congreso de la República de Colombia (1996) Ley 336 de 1996. Por la cual se adopta el estatuto nacional de transporte. Enero 15 de 1996. DO. N°42692
- Congreso de la República de Colombia (2009) Ley 1341 de 2009. Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC -, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Julio 30 de 2009. DO. N°47426
- Congreso de la República de Colombia (2009) Ley 1340 de 2009. Por la cual se dictan normas en materia de protección de la competencia. Julio 24 de 2009. DO. N°47420
- Diez Toribio, S. (2015). La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica.
- Espinosa, C. (2009). La información en la red y el principio de neutralidad tecnológica: la libertad de expresión y la difusión de información administrativa. *Derecho del Estado*, 83-128.
- Hernández y Galindo, Y. R. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte UBER. ¿Quién pierde y quién gana? *Espacios Públicos. Universidad Autónoma del Estado de México*, 164.
- Granados, N. S. (05 de Octubre de 2014). UBER presiona al monopolio amarillo. *El libre Pensador* (24).

- Infobae América. (16 de 10 de 2015). *La Corte Inglesa dictamino que Uber es legal en Londres*. Obtenido de <http://www.infobae.com/2015/10/16/1762764-la-corte-inglesa-dictamino-que-uber-es-legal-londres/>
- Llina, L. (05 de mayo de 2017). *La regulación no puede definirse en favor de viejos monopolios, gerente de Uber*. <http://www.dinero.com/empresas/articulo/uber-y-los-retos-para-legalizar-en-colombia/245508>
- Min Tic. (26 de 08 de 2016). *Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-540.html>
- Ministerio de Desarrollo Económico (1992). Decreto 2153 de 1992 Por el cual se reestructura la Superintendencia de Industria y Comercio. Diciembre 30 de 1992.
- Ministerio de Desarrollo Económico (2001). Decreto 172 de 2001 [Ministerio de Transporte]. Por el cual se reglamenta el Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Individual de Pasajeros en Vehículos Taxi. Febrero 05 de 2001.
- Ministerio de Desarrollo Económico (2015). Decreto 2060 de 2015 [Ministerio de Transporte]. Por el cual se adiciona el Decreto 1079 de 2015 y se reglamenta el artículo 84 de la Ley 1450 de 2011. Octubre 22 de 2015.
- Narváez, B., Arrieta, Y., & Florez, B. (2018). El caso del aplicativo Uber frente al régimen de protección a la competencia en la legislación colombiana. *Justicia*, 37-50.
- OCDE. (2009). *Derecho y política de Competencia en Colombia*. Obtenido de Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos: <https://www.oecd.org/countries/colombia/44111213.pdf>
- Revista Semana. (04 de enero de 2017). *¿Por qué peligra la plataforma Uber?* <http://www.semana.com/nacion/articulo/demanda-del-ministerio-de-transporte-a-uber/520506>
- Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2016). ¿Que es la protección de la competencia? <http://www.sic.gov.co/drupal/que-es-la-proteccion-de-la-competencia>
- Uber. (2017). *Requisitos para manejar con Uber*. <https://www.uber.com/es-CO/drive/requirements/>

David José Morales Pastrana, Ana María Barbosa,
Iván Bermúdez Caviedes

Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo*. U. Externado de Colombia.