INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

ISSN 0019-977X

N. 925, Marzo-Abril 2022

Consulta en línea

PLATAFORMAS DIGITALES: REGULACIÓN Y COMPETENCIA

SUMARIO

Presentación 3
Gonzalo García Andrés y Cani Fernández Vicién

Introducción 7
Javier García-Verdugo, Marisa Álvarez Suárez y Javier Domínguez Viera

I. Mercados de plataforma. Contexto económico y regulatorio

Principios del análisis económico de los mercados digitales 11
Christian Chase Solán, Javier García-Verdugo Sales y Joaquín López Vallés

Regulación, competencia y plataformas digitales: óptica de agenda política 27
Javier Domínguez Viera, Marta Reyes Granados y Carmen Delibes Cadarso

La nueva regulación europea de intermediarios digitales: *Digital Services Act* 41
Rafael Pérez Galindo

II. Mercados de plataforma. Desafíos regulatorios y de competencia

Relevancia del Reglamento de Ley de Servicios Digitales para las autoridades reguladoras del audiovisual 53
Sonia Monjas González

Dinámicas de concentración en mercados digitales y su control 67
Isabel Álvarez Fernández del Vallado

***Big data* y competencia: características y principales teorías del daño desde la perspectiva de los acuerdos entre empresas** 85
Pablo Velasco Sanzo

El carácter disruptivo de la publicidad *online* y su impacto sobre la competencia 99
Lara Tobías Peña, Cristina Vallejo Gil y Pedro Hinojo González

Experiencia comparada: regulación y control de mercados digitales de plataforma en EE UU y China 113
Juan Diego Otero Martín, Jorge Infante González y María Ruiz Mérida

III. Mercados de plataforma. Otros aspectos sociales de relevancia

Plataformas digitales y regulación del mercado de trabajo 125
José María Goerlich Peset

La economía digital: cambios en la producción, la distribución y el consumo y retos para la legislación 139
Lídia Brun Carrasco

LOS LIBROS 153
Reseña

Coordinadores: Javier García-Verdugo, Marisa Álvarez Suárez y Javier Domínguez Viera