



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Efectos de la economía colaborativa

Sector turístico y transportes

Autor: Miguel del Río Aguiar

Tutor: Gloria Martín Antón

Madrid
Abril 2018

Índice

1. Introducción.....	5
2. ¿Qué es la economía colaborativa?	11
3. Impacto económico en el sector Hotelero y turístico: Caso Airbnb. ...	19
3.1. Airbnb contra el Sector Hotelero.....	21
3.2 Impacto de Airbnb en los arrendamientos residenciales.	26
4. Impacto económico en el sector Transportes: Caso Blablacar	30
5. Competencia Desleal en la economía colaborativa: Parte legal	34
5.1. Sector Hotelero.	35
5.2 Sector Transportes.....	38
6. Impacto social y laboral	41
7. Impacto ambiental	48
8. Conclusión y recomendaciones	50
9. Bibliografía.....	53

RESUMEN. La Economía colaborativa no es un fenómeno pasajero, sino, es un modelo empresarial que va a seguir teniendo un efecto impresionante en el mercado a largo plazo haciéndose necesario crear un marco regulatorio y empresarial que regule este modelo para fomentar su crecimiento en el futuro. Es un fenómeno que necesita de una definición clara. Hemos determinado un concepto claro del fenómeno en busca de delimitar una serie de elementos esenciales que nos permitan diferenciar que empresas forman parte de este modelo de negocio. En la búsqueda de dicha definición seguimos los pasos, principalmente de Rachel Bootsman.

A través de una profunda revisión de la literatura hemos analizado los impactos económicos, legales, sociales y ambientales que ha tenido este modelo económico en la sociedad. Hemos guiado el análisis a través de Airbnb y Blablacar, pudiendo conocer con exactitud los impactos positivos (mayor competencia dentro del mercado y mejora de la conciencia ambiental entre otros) y sus claras desventajas (conflictividad social y exclusión laboral entre otros). Conocemos todos los problemas legales a los que se han enfrentado estas empresas y, como han abordado el problema diferentes países. Las posturas de la CNMV y de la Unión Europea acerca de cómo regular son, según nuestra opinión, las más adecuadas para permitir su crecimiento.

A pesar de la extensa revisión de la literatura realizada, siguen faltando datos que nos permitirían llegar a una conclusión más fiable sobre el tema de investigación. Es necesario que se siga investigando este asunto de manera profunda dado que hay que conocer con exactitud sus ventajas y desventajas para que las instituciones gubernamentales puedan llevar a cabo una regulación adecuada.

Palabras clave: Economía colaborativa, Airbnb, Blablacar, Sector Hotelero, Sector Turístico, Sector Transportes, Mercado Inmobiliario, competencia desleal, medioambiente, problemas sociales y laborales, autónomos, peer to peer economy.

ABSTRACT. The sharing economy is not a passing phenomenon, it is a business model that will continue to have an impressive effect on the market in the long term, making necessary to create a regulatory and business framework that regulates this model to maintain its growth in the future. The collaborative economy needs a much more clearer definition. We have established a clear concept of the phenomenon in order to delimit a series of essential elements that will allow us to differentiate which companies are part of this business model and which are not. In the search for this definition we follow mainly the opinion of Rachel Bootsman.

Thanks to an extensive literature review, we have analyzed the economic, legal, social and environmental impacts that this economic model has had on society. We have guided this analysis through two of the main sharing economy companies, Airbnb and Blablacar. Both companies had given us a bigger image of the positive impacts (greater competition within the market and improvement of environmental awareness among others) and its clear disadvantages (social conflict and labor exclusion among others). We came into the knowledge of all the legal problems that these companies have faced and how the different countries have addressed the problem. The positions of the CNMV and the European Union on how to regulate are, in our opinion, the most appropriate to allow their growth.

Despite the extensive review of the literature made, there is still a lack of data that would allow us to reach a more reliable conclusion about the research topic. It is necessary to continue investigating this issue in more profound ways since we have to know exactly its advantages and disadvantages, so that governmental institutions can carry out an adequate regulation.

Key Words: Sharing economy, Airbnb, Blablacar, Hotel sector, Touristic Sector, Transportation sector, Real-Estate Market, Unfair competition, Environment effects, social and employment issues, independent workers, peer to peer economy.

1. Introducción

El objetivo de este trabajo se centra en analizar el impacto de la economía colaborativa en el mercado. Este objetivo es tremendamente amplio y para poder adecuarlo al presente trabajo es necesario delimitarlo. Analizar completamente el mercado, aunque sea a través de una revisión de literatura, es un objetivo imposible de adecuar a la longitud permitida y, por tanto, me parece necesario aclarar que los efectos en el mercado únicamente los vamos a poder analizar en el sector de transportes y turístico gracias a una extensa y profunda revisión de la literatura.

La economía colaborativa es un fenómeno que se encuentra en los medios casi diariamente. Su aparición junto con las tecnologías de la información provoca que este hecho vaya a cambiar el modo de hacer negocios y los modelos empresariales.

Este trabajo lo realizamos desde la idea de que la Economía colaborativa no es un fenómeno pasajero sino un modelo empresarial que va a seguir teniendo un efecto impresionante en el mercado a largo plazo. Se hace necesario crear un marco regulatorio y empresarial que regule este modelo para fomentar su crecimiento en el futuro. Las grandes potencias se están preparando para ello y, es necesario adoptar las medidas necesarias para acomodar este fenómeno a cada respectivo país. Es necesario regularlas, pero de una manera eficiente y no caer en una hiper regulación que afecte directamente a la innovación como mencionaba José Luis Zimmerman, director de Adigital en 2017.

Las empresas colaborativas han sacado rédito de nuestra necesidad de uso constante de las redes sociales creando plataformas digitales donde podamos intercambiar, han creado un mercado digital con un gran futuro.

La aparición de la sociedad digital, de la sociedad de servicios de la información ha favorecido el “boom” de la economía colaborativa. Los ciudadanos hemos encontrado una nueva forma de negocio que recuerda más al tradicional trueque que al modelo empresarial fuertemente extendido durante el siglo XX. Aunque parezca que es un fenómeno del siglo XXI, dado que su crecimiento se ha visto favorecido por la digitalización, su origen lo podemos remontar a hace más de 50 años. Si echamos la vista

al pasado encontramos empresas que se dedicaban al mismo modelo de negocio que Blablacar (se dedicaban a facilitar el llamado “car sharing”); dichas empresas surgieron alrededor de los años 80 y eran muy populares en los países escandinavos (Shaheen et al, 1999). Estas empresas, cuenta el autor citado, no buscaban el lucro, y eran pura y meramente locales.

La actual economía colaborativa no existiría sin las redes sociales (en adelante “RRSS”) y su continuo crecimiento; por ello el uso de las plataformas digitales es algo inequívoco de empresas que siguen este modelo de negocio como veremos posteriormente cuando analicemos los elementos esenciales en el consumo colaborativo.

La revista The Times (Walsh, 2011) definió, en 2011, a la economía colaborativa como una de las 10 realidades que van a cambiar el mundo. Siete años después podemos apreciar como este cambio es cada vez más real.

La economía colaborativa es uno de los principales fenómenos de la actualidad y ha cambiado el modelo empresarial. No paran de surgir cada día nuevas empresas y start-ups que buscan formar parte de este mundo empresarial y crecer a su par. Gracias a la aparición de este fenómeno ha cambiado la mentalidad de una gran cantidad de personas y, solo podemos esperar en el futuro un continuo crecimiento imparable.

Actualmente encontramos que algunas de las empresas que más crecen del mundo son empresas de economía colaborativa que han conseguido recaudar de diferentes fondos de inversión cantidades espectaculares que les han permitido seguir creciendo. Las principales startups que ya han llegado a ser consideradas “unicornio” constan en su gran mayoría de un modelo de negocio que es parte de la economía colaborativa. Las empresas que se consideran Unicornio son aquellas compañías que alcanzan un valor económico de mil millones de dólares (Lee, 2013)

La aparición de este modelo de negocio, que ha cambiado por completo los mercados tradicionales (Schor, 2014), ha provocado que surjan una gran cantidad de conflictos. En primer lugar, la ausencia de licencias y regulación ha provocado una cierta inseguridad jurídica en cuanto a sus competidores; el más afectado de todos los sectores ha sido el sector del taxi, que es el que ha provocado más manifestaciones y ha generado un mayor

conflicto social. Estas empresas se han considerado como un servicio de la sociedad de la información y, por lo tanto, no era necesario que poseyeran las licencias necesarias que la regulación exigía al resto de empresas tradicionales. Es un fenómeno que se encuentra en su primera fase y todavía ha de ajustarse de manera correcta respecto a cómo funciona este disruptivo modelo empresarial.

El sector hotelero se está viendo terriblemente afectado por la aparición del consumo colaborativo. De acuerdo al análisis que realizó la empresa Price Waterhouse Coopers (en adelante "PWC") (Daverio y Vaughan, 2016), las empresas de consumo colaborativo del sector turístico cuentan ya con una cuota de mercado del 25% (entre Airbnb, HomeAway y Niumba) sobre el total de ofertas de habitaciones en España y casi con el 50% en las principales ciudades españolas. Además, España se consolida como el sexto mercado financiero alternativo en Europa. Airbnb, tiene un valor con, simplemente, 9 años de vida de 15 billones de dólares, que es mucho más alto que la mayoría de cadenas hoteleras actuales. Airbnb tiene presencia actualmente en casi 200 países a lo largo del globo y su presencia no para de crecer

La misma situación sucede con Uber (con presencia ya en 80 países desde su creación en 2009) cuyo valor es mucho más alto que, por ejemplo, las empresas de alquiler de coches más conocidas. Como se puede apreciar el impacto y evolución de estas empresas es brutal y su crecimiento impresionante, si tenemos en cuenta el conjunto de problemas legales a los que se han tenido que enfrentar prácticamente desde su inicio.

Como podemos apreciar, ya no es simplemente que hayan afectado a las empresas tradicionales y locales, sino que este modelo de negocio se puede considerar ya, un fenómeno global. Los efectos que ha tenido repercuten en todos los campos y los conflictos van a seguir surgiendo en el futuro salvo que se realice una regulación efectiva.

Como ya hemos comentado, buscamos ver los impactos tanto positivos como negativos de este modelo empresarial y, poder llegar a conocer la causa de los conflictos. Para poder analizar realmente los efectos y su impacto en la economía tradicional tendremos que realizar una extensa revisión de la literatura dado que los informes oficiales que empresas como Uber y Airbnb ofrecen al conjunto de la sociedad solo nos muestran su impacto positivo. Los grandes expertos en la materia indican que este modelo ha acabado ya con

su “luna de miel” (Codagone, 2016) en la que todo era positivo y no había problemas. Actualmente, se puede ver en la prensa casi diariamente conflictos surgidos a partir de la falta de regulación de este modelo empresarial y, como determinados sectores laborales se posicionan en contra. Estamos pudiendo apreciar todos los efectos negativos de este modelo en la sociedad moderna.

La economía colaborativa ha reabierto el debate entre un estado con una laxa regulación y, por lo tanto, una alta liberalización del mercado frente a uno mucho más regulado, es decir, se ha visto claramente apoyada en su inicio por la ideología neoliberal. Actualmente el debate de cómo se ha de regular este fenómeno provoca una polarización en la sociedad, apoyándose en las tradicionales ideologías económicas. Por una parte, se considera que estas empresas se están apoyando en lagunas legales para poder operar en la sociedad sin licencias ni trabas burocráticas, como es el definirse a sí mismas como “empresas de servicios a la sociedad de información” en el caso de España. Ambas posturas están usando el debate de la economía colaborativa para seguir contraponiendo sus ideales económicos y determinar cuál debe de ser la intervención del estado en forma de regulación sobre esta materia.

Uno de los pilares básicos de la economía colaborativa es la confianza mutua entre los que realizan el intercambio. En dicho pilar se apoyan los neoliberales para defender la no-regularización considerando que el individuo es capaz de provocar intercambios legales sin necesidad de un estado que limite los mismos a través de la burocracia administrativa.

Este modelo empresarial ha triunfado en parte a que es capaz de ofrecer unos precios mucho menores que sus competidores, que las empresas que siguen un modelo tradicional. Esto lo pueden realizar dado que su política de costes es mínima gracias a la ausencia de burocracia y a su papel como mero intermediario dentro del proceso. La ausencia de burocracia en un principio positiva puede derivar en serios problemas de seguridad laboral y jurídica. La inseguridad jurídica y las prácticas empresariales abusivas es uno de los principales argumentos los de los que buscan encontrar un campo normativo en el que insertar este modelo empresarial, y por lo tanto que la economía colaborativa pueda ofrecer una correcta regulación laboral y fiscal entre otros.

Con respecto a esta materia encontramos la reciente sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea sobre Uber, que la ha limitado claramente. De dicha sentencia y los efectos que ha tenido para Uber como supuesta empresa de consumo colaborativo lo trataremos de manera más detallada posteriormente. Además, dicha sentencia también nos ofrece una imagen del impacto de la economía colaborativa en la sociedad tradicional y como la ausencia de regulación puede causar un agravio comparativo.

Cuando analicemos los impactos del consumo colaborativo en la sociedad tradicional podremos ver más claramente ambas posturas y, cual consideramos que es más acertada. Todos los grandes grupos de gobierno (Comisión Europea o el Fondo Monetario Tradicional entre otros) están buscando encontrar la regulación adecuada para este fenómeno.

La importancia de esta materia ha sido incluso abordada por el Comité Europeo de Regiones (en adelante “CDR”) que en el dictamen del 9 de junio de 2017 establece que a la hora de definir este concepto hay que tener en cuenta su vertiente “social” y “experiencial” y las considera como un “fenómeno transversal” en la economía actual. La definición que realiza el CDR sobre este fenómeno presta especial atención al problema social que puede generar este modelo empresarial y cuyo impacto vamos a intentar analizar en el presente trabajo.

En España según el estudio prospectivo de la economía colaborativa llevado a cabo por fundación de Ernst and Young en colaboración con Adigital (Rodríguez Marín 2017), actualmente este modelo representa un 1.5% del PIB español con una proyección en 2025 del 2.9%, habiendo usado el 55% de la población española por lo menos alguna vez estas plataformas digitales. Como podemos apreciar los datos son demoledores y muestran el presente y futuro de este modelo empresarial.

En el siguiente gráfico podemos apreciar el uso que se hace de las plataformas digitales de economía colaborativa en la Unión Europea:

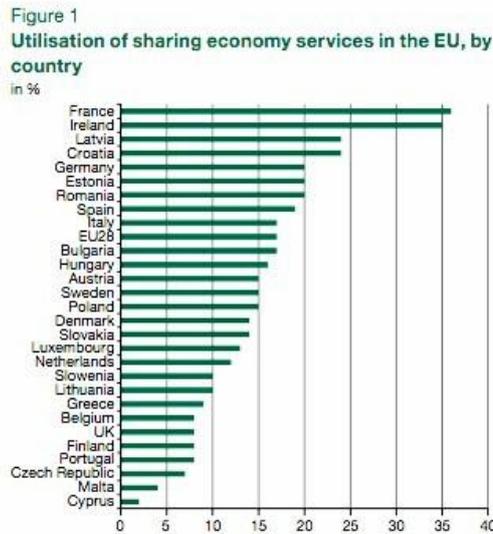


Figura 1: Eurobarometer 438: the use of collaborative platforms, march 2016, European Commission

En países como Francia y Irlanda el uso es tremendo y ya alcanza un 35% de manera habitual, en los demás países el uso es bastante significativo y muestra como está aumentando la importancia de estas empresas y, como posiblemente seguirá creciendo en los próximos años. Es un fenómeno imparable que solo está empezando, siendo necesario averiguar más aspectos sobre su funcionamiento y efectos en la sociedad.

Por lo tanto, en primer lugar, mi primera motivación a la hora de elegir este tema de investigación es, a través de una extensa revisión de la literatura establecer un concepto claro sobre qué es la economía colaborativa y cuáles son realmente sus elementos esenciales. Una vez establecido el mismo, me gustaría poder analizar en profundidad cuáles son los efectos que se han producido en el mercado desde su irrupción. El sector hotelero y de transportes son los que más se han visto afectados por este nuevo modelo empresarial y los que más han cambiado su manera de hacer negocios. Todos conocemos a Uber, Cabify y Blablacar y, las consideramos de manera general como empresas de consumo colaborativo.

Si atendemos a su definición más pura, empresas como Lyft, Uber o Cabify (propias del sector del taxi) no son empresas de economía colaborativa dado que no cumplen con los requisitos indispensables, sino que habría que considerarlas como empresas que

funcionan bajo demanda (“on demand services”). En cambio, una empresa como Blablacar sí que entraría dentro del marco de las definiciones mencionadas anteriormente.

Por lo tanto, a partir de una distinción clara de cuáles son las empresas que entran dentro de la definición de economía colaborativa, busco analizar los efectos que estas han tenido en sus respectivos sectores

Una vez determinada mi motivación a la hora de elegir este tema trataré de averiguar cómo ha cambiado, principalmente el sector de los transportes y el hotelero y como se han transformado las empresas de economía tradicional que se dedicaban al mismo negocio. Este análisis lo vamos a realizar no solo desde una perspectiva económica sino legal dado que considero que en este respectivo campo el vínculo entre ambos hay que tenerlo en cuenta y su relación es mayor que en otros ámbitos.

El análisis económico lo vamos a realizar buscando el impacto que se ha producido no solo en el ámbito microeconómico sino también en relación al macroeconómico y, poder, ver que impacto general ha tenido sobre la economía. Además, queremos analizar qué efectos positivos y negativos ha tenido sobre el consumo, la innovación, el medioambiente y la productividad entre otros.

A través de una extensa revisión de la literatura buscamos, en primer lugar, aclarar el concepto de economía colaborativa para posteriormente analizar su impacto en los mercados actuales.

2. ¿Qué es la economía colaborativa?

Este fenómeno empresarial recibe numerosos nombres tales como “consumo colaborativo”, “gig economy”, “share economy” o “P2P economy” entre otros y, considero necesario, en primer lugar, aclarar cuál es el concepto real de este nuevo modelo. Leyendo diferentes trabajos encontramos numerosas definiciones que no se ponen de acuerdo en cuanto a cuáles son los elementos esenciales de la economía colaborativa y, por lo tanto, cuál es su elemento diferencial que nos permite distinguirla de una economía tradicional.

Rachel Bootsman junto a Lisa Gansky son las precursoras de este concepto, la primera define la economía colaborativa como un sistema económico que, basándose en la confianza entre las personas, conecta necesidades con bienes intercambiándose los mismos en un mercado descentralizado (Rachel Bootsman 2015)

Rosalía Alfonso Sánchez (Alfonso Sánchez, R. 2016) ofrece una definición ofrece una definición bastante concreta de este hecho:

“Con la expresión economía colaborativa se hace referencia, por regla general, a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional.”

A través de las diferentes concepciones se puede averiguar cuáles son los elementos esenciales que componen esta manera de hacer negocios. En el presente trabajo el objetivo es delimitar esas series de características que nos permitan identificar de manera más sencilla cuáles son las empresas de consumo colaborativo y cuáles no.

Una de las principales exponentes de la economía colaborativa, Rachel Bootsman, distingue diferentes modelos de negocio de economía colaborativa, de acuerdo a sus principales características y que guarda gran similitud con la que mostramos a continuación.

Una clasificación sobre las empresas de economía colaborativa es la realizada por Sharing España (Rodríguez Marín, 2017) dentro del documento realizado por Adigital mencionado anteriormente. Dicho documento distingue entre:

- Economías colaborativas (Blablacar, Airbnb, Couchsurfing)
- Economías bajo demanda (Uber, Cabify, Deliveroo)

- Economías de acceso (Car2go, Emov, Bluemov)

El documento establece que todos los modelos colaborativos cuentan con una plataforma digital donde se realiza el intercambio y que la existencia de ánimo de lucro no es un problema.

Como se puede apreciar estamos muy lejos de tener un consenso sobre la definición de economía colaborativa. Encontramos acepciones que consideran como elemento esencial el cambio de propiedad del bien (Hamari et al 2015) y otras que no (Belk 2014). Como hemos podido apreciar este fenómeno recibe numerosos nombres como “la malla” (Gnasky 2010), factor que complica aún más encontrar una definición clara que incluya sus elementos esenciales de manera clara y sencilla. Hay que recordar que el objetivo de encontrar una definición clara esta en relación con posteriormente ser capaz de identificar a las empresas de consumo colaborativo y, poder analizar sus efectos.

El término “economía colaborativa” es el que encontramos que recibe un mayor uso, por parte de los expertos en la materia y, la Unión Europea también usa este término para referirse a este fenómeno en sus respectivos estudios. Hay que señalar que, en castellano, no encontramos toda la diferente terminología que se puede observar en inglés, salvo que incluyamos los términos en su idioma original.

La definición que realizan Bootsman y Rogers (2010) en su libro “whats mine is yours” es la más popular actualmente. Si analizamos esta definición se incluyen como actividades que pueden crear una economía colaborativa el acto de realizar un alquiler, un préstamo, un trueque, es decir, un acto que implique un intercambio. Ambos autores emplazan estas actividades en tres categorías que se pueden ver en la siguiente figura.



Figura 2: extraída *what mine is yours* Rachel Bootsman and Roo Rogers, 2010.

En la figura podemos apreciar tres categorías:

- Sistemas basados en el acceso a productos o servicios sin necesidad de tener en propiedad ningún activo
- Mercado en los que encontramos una redistribución de los bienes
- Intercambio de activos intangibles cuyo objetivo es un estilo de vida que se base en la colaboración mutua.

De dicha figura extraemos la idea de que la economía colaborativa no es un concepto que podamos definir con exactitud. Dentro del fenómeno, el cual ha de gozar de unos elementos esenciales, encontramos diferentes modelos de negocio, cada uno con sus peculiaridades

Uno de los autores más importantes sobre economía colaborativa es Belk (2014) que solo considera que la economía es colaborativa cuando se coordina la adquisición un producto o servicio a cambio de algo, de una compensación. Belk se inclina por el uso del bien, entendida como una posesión temporal del mismo que no tiene que acabar con la propiedad del mismo.

Otra de las definiciones más importantes sobre economía colaborativa establece que se considera consumo colaborativo cuando hay un conjunto de recursos en circulación que permiten a los consumidores tanto obtener como proveer, temporal o permanentemente, un servicio o recurso directamente o través de un intermediario (Ertz, Durif et Arcand 2016).

Una de las definiciones más importantes sobre este modelo es la proporcionada por la Comisión Europea en 2016 en su agenda europea para la economía colaborativa:

“A los efectos de la presente Comunicación, el término «economía colaborativa se refiere a modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias —pueden ser particulares

que ofrecen servicios de manera ocasional (pares) o prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»); ii) usuarios de dichos servicios; y iii) intermediarios que —a través de una plataforma en línea— conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos («plataformas colaborativas»). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro”.

Como hemos podido apreciar no hay consenso sobre qué elementos en una empresa son necesarios para considerarlo economía colaborativa, que es indispensable y que no. Hay definiciones demasiado abiertas gracias a las cuales prácticamente cualquier plataforma digital puede ser considerada de consumo colaborativo, pero no reflejan la realidad; lo mismo sucede con las definiciones demasiado cerradas que son demasiado estrictas y limitan demasiado el concepto.

Una vez vistas estas definiciones vamos a intentar delimitar cuales son estos elementos esenciales para poder ofrecer una definición propia.

En primer lugar, todos los autores consideran como requisito indispensable que las plataformas que conectan al comprador y vendedor han de estar en línea, han de ser online. Por lo tanto, la economía colaborativa se desarrolla a través de plataformas digitales que nos conecta. Vivimos en la era de las RRSS donde todos los seres humanos necesitamos estar conectados permanentemente. Las empresas de consumo colaborativo han sabido aprovechar este permanente uso y sacarle un beneficio. Han sacado partido de que ya estamos todos conectados para poder actuar como intermediarios en el intercambio de manera mucho más sencilla.

El uso de las redes sociales se puede entender como el uso de un activo que no estaba aprovechado al cien por cien. Este uso nos muestra otro de los elementos esenciales de la economía colaborativa, la llamada “idling capacity” (Rachel Bootsman, 2010). Este término anglosajón se traduce a nuestra lengua como la capacidad para sacarle otra utilidad a activos que no estaban al cien por cien aprovechados por los consumidores. De esta forma le podemos sacar un mayor rédito a estos activos.

De estos dos primeros elementos sacamos una primera conclusión, las empresas de consumo colaborativo son plataformas digitales cuyo negocio se basa en aprovechar activos no utilizados o darles una nueva utilidad. Dicha capacidad de dar un uso alternativo a recursos ya disponibles es uno de los elementos claves que nos van a permitir diferenciar entre que es economía colaborativa y que no.

Es clave determinar a la hora de formar una definición si las empresas de economía colaborativa pueden sacar un beneficio monetario con sus actividades. Por un lado, tenemos el claro ejemplo de Coachsurfing, empresa que funciona al estilo de Airbnb, pero con una serie de peculiaridades. Una persona ofrece su casa para aquella gente que lo necesite, ofrece un “coach” sofá para dormir un par de días de manera completamente gratuita. Es el ejemplo perfecto de economía colaborativa dado que tenemos una plataforma digital que pone en contacto a ambas partes y el dueño de la casa, saca un uso alternativo a un activo (sofá) de manera completamente altruista. Se puede decir que Coachsurfing y Blablacar, son las empresas paradigmáticas de este modelo empresarial, el ejemplo perfecto.

Hay que tener en cuenta que, si nos limitamos a empresas que forman parte de la economía colaborativa, a aquellas que no buscan un beneficio empresarial, el espectro se reduce mucho y la gran mayoría que hoy consideramos como empresas de consumo colaborativo dejan de serlo, como Airbnb o Blablacar, ambas cobran una tasa por su función de intermediarios.

El ánimo de lucro es clave a la hora de poder determinar que empresas forman parte de este modelo empresarial y las opiniones entre los expertos no pueden ser más diferentes. Hay que poder analizar qué es lo que diferencia a las empresas de economía colaborativa de una plataforma digital y online normal que obtiene un beneficio neto, y si es simplemente el ánimo de lucro este elemento diferencial

En general la mayoría de empresas surgidas recientemente, las denominadas start-ups, a la mínima que tuviesen algún elemento de la economía colaborativa, se han considerado parte del fenómeno. Han sacado rédito de las definiciones extremadamente abiertas y se han aprovechado de la laxitud normativa del fenómeno. El caso paradigmático es Uber,

el que se había apoyado en formar parte de este modelo y ha tenido que ser el Tribunal de Justicia de la Unión Europea el que le pare los pies.

En un primer momento si nos atenemos al término, la palabra colaborativa nos parece indicar que el ánimo de lucro no debería existir, simplemente debería servir para conectar a la gente y funcionar como intermediarios sin sacar un beneficio, al estilo de Wallapop. Toda la terminología que se utiliza en relación a este fenómeno nos llevaría a lo anteriormente mencionado, pero si analizamos el mercado detenidamente, las empresas que son supuestamente colaborativas sí que tienen un ánimo de lucro. Airbnb, Uber, no destacan por su altruismo y generosidad, sino que son empresas que obtienen unos beneficios enormes. Cada vez encontramos más start-ups, que llegan a ser unicornios, en las que la presencia de un ánimo de lucro es clara y, muchas de ellas se definen a sí mismas como parte de la economía colaborativa.

Si hiciésemos una encuesta sobre si una empresa de consumo colaborativo ha de tener ánimo de lucro, la mayoría de gente respondería que no por la propia terminología que usa. Realmente casi se puede llegar a considerar un mito dentro del consumo colaborativo la búsqueda del benéfico neto. En mi opinión la existencia del ánimo de lucro no es un elemento esencial que nos permite discernir entre empresas que forman parte de este fenómeno. No considero que este sea un elemento esencial, de considerarlo, la definición se convertiría en demasiado cerrada y, el espectro de los efectos que ha causado en el mercado este fenómeno sería prácticamente nulo.

Como ya hemos mencionado anteriormente, la palabra “Colaborativa” nos evoca a algo que es gratuito, que no tiene coste ninguno, pero, en mi opinión no tiene por qué ser así. Con la aparición de este nuevo fenómeno empresarial, el consumidor ha dejado de tener un papel tan simple, el consumidor tiene ahora otras funciones. En relación a esto, me gusta la siguiente visión del consumidor (Ertz, Duriff el Arcand, 2016):

“The obtainer is the consumer who seeks to obtain a resource or service that is provided directly by another consumer (i.e. the provider), or indirectly through the mediation of an organization known as the “mediator” (for profit or non-profit). “Obtainment” entails secondhand purchase, free receiving, swapping, accessing resources for free or for a compensation (excluding conventional

consumption access), reconditioned / refurbished consumption, and to a lesser extent, recycled consumption; 2. The provider is the consumer who provides a specific resource or services either directly, to a consumer (i.e. the obtainer) or, indirectly through a “mediator”. “Provision” involves reselling, giving for free, and swapping, providing access for free or in exchange of compensation, recycling or trading in with an organization”.

Como podemos apreciar, el consumidor dentro de la economía colaborativa no tiene el mismo papel que en un modelo tradicional, adquiere nuevas funciones y obviamente se puede beneficiar de aquello, no tiene por qué hacerlo gratuitamente, puede buscar un beneficio. Hay que recordar que, se está dando un nuevo uso a activos (“idling capacity”) y de ello se puede sacar un beneficio. En mi opinión, un modelo de negocio de economía colaborativa no se ve definido por su ánimo de lucro sino por como realiza sus actividades y como funciona. La economía colaborativa proporciona un beneficio a la sociedad, permite a consumidores sacar un beneficio de recursos que ya tenían y no aprovechaban; por tanto, debe ser regulada de acuerdo a los beneficios que da a una comunidad no dependiendo del benéfico que se obtengan de sus actividades.

Haciendo un resumen de todo lo mencionado anteriormente, llegamos a la conclusión de que la economía colaborativa por ahora hace referencia a modelos de negocio, con o sin ánimo de lucro, que a través de una plataforma digital facilita el intercambio de activos beneficiándose ambas partes de ello.

Viendo esta definición, es complicado llegar a comprender porque Sharing España no considera a empresas como Uber o Cabify como empresas de economía colaborativa sino, como economías de acceso. Hay que analizar cual son los factores que crean la línea que separa ambos conceptos.

A la hora de ver esto, hay que tener en cuenta que es Uber X lo que no se considera parte de la economía colaborativa. Este punto realmente lo deja muy claro la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante “TJUE”) que consideraba que Uber esta: “indisociablemente vinculado a un servicio de transporte y, por lo tanto, ha de calificarse de servicio en el ámbito de los transportes”. Esta sentencia hace referencia a

Uberpop, dicho modelo permitía que cualquier persona pudiese llevar a otro sin necesidad de una licencia VTC.

Este modelo de Uber es el que encontramos en España y responde al mismo tipo de negocio que Cabify. Son empresas que funcionan puramente como un taxi y, como tal no puede ser considerado parte de la economía colaborativa.

Ni Uber X ni Cabify pueden ser considerados como economía colaborativa dado que falta un elemento esencial, el uso de activos inutilizados, lo que hemos denominado previamente en su término anglosajón “idle capacity”. El conductor ha de poseer una licencia VTC para proveer dicho servicio y no está aprovechando un hueco libre en el coche para llevar a alguien, sino que se dedica a ello, es su forma de ganarse la vida. Por lo tanto, dicho modelo de negocio se considera Economía de acceso y no colaborativa.

En el caso de Airbnb podemos llegar a entender que realmente tienes una habitación libre o tu casa desocupada durante un porcentaje de tiempo y decides sacar provecho de ello y, por tanto, si forma parte de la economía colaborativa.

Para poder llegar a alguna conclusión con este estudio nos vamos a centrar en ver los efectos en el sector del turismo y en el sector de transporte a través de una extensa revisión de literatura.

3. Impacto económico en el sector Hotelero y turístico: Caso Airbnb.

La economía colaborativa ha tenido un impacto muy importante en el sector hotelero. Este modelo de negocio ha cambiado el sector gracias a la introducción de estas prácticas empresariales que se basan en el uso de plataformas digitales. Es el uso de las mismas, lo que ha permitido a este fenómeno expandirse tan rápido en los últimos años. Hay que recordar que la economía colaborativa como tal, ya existía previamente pero hasta la aparición de las RRSS no había conseguido tener una repercusión significativa. Las plataformas digitales han permitido optimizar el negocio y mejorarlo hasta el punto, de haber cambiado sustancialmente un sector tan importante como el hotelero.

La principal empresa que responde a este modelo de negocio y, que ya hemos introducido previamente, es la mundialmente conocida Airbnb. Esta empresa que responde a un modelo de negocio colaborativo, funciona a través de su aplicación, de su plataforma digital, que funciona como una suerte de red social que pone en contacto a ambas partes. El funcionamiento del mismo se puede ver fácilmente con el siguiente gráfico.

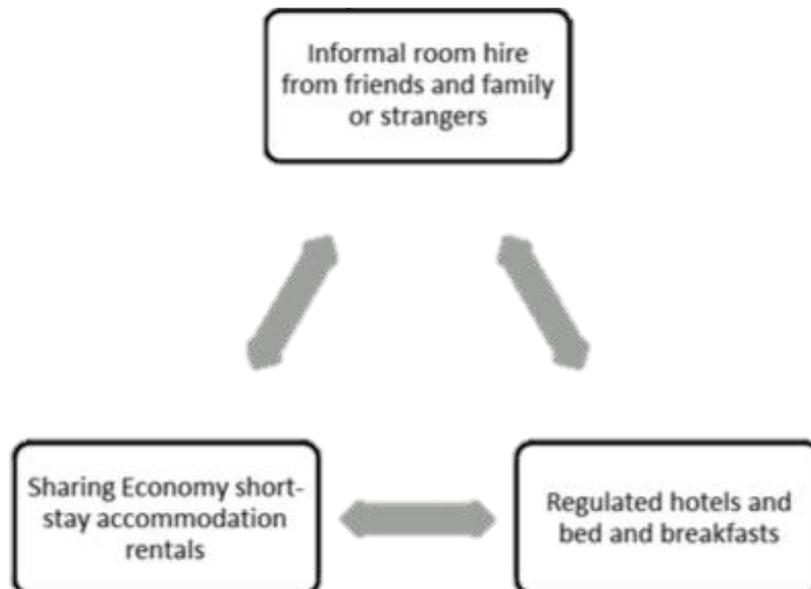


Figura 3: extraída de: The cost of non-Europe in the Sharing Economy, January, 2016, European Parliament Research Service.

Este nuevo modelo de negocio se enfrenta al modelo tradicional hotelero dado que las casas que se van a habitar son casas de particulares que, lógicamente, no cumplen con los mismos requisitos que un hotel tradicional, ni han pasado todos los trámites exigidos por la burocracia administrativa. Los usuarios de las casas están obteniendo por lo tanto, un beneficio económico sin tener que cumplir con todas las exigencias normativas y, funcionando como una verdadera competencia para el sector hotelero; estos factores, considerados como un agravio comparativo para los empresarios del sector citado, son las principales razones de los numerosos conflictos que surgen. Este conflicto, esta supuesta competencia desleal, la analizaremos legalmente en el sector hotelero y de transportes posteriormente.

El principal problema que encontramos a la hora de analizar su impacto y, poder ver si existe realmente dicho agravio comparativo, se encuentra en la ausencia de datos fiables.

Por ello, actualmente es complejo cuantificar económicamente estos datos y, no simplemente basarse en meras suposiciones. Podemos obtener datos de la propia página de Airbnb, que nos muestra el impacto de su modelo de negocio en determinadas ciudades; lógicamente, el mismo es siempre positivo y por lo tanto, hay que extraer las conclusiones del mismo con cuidado.

El crecimiento de estas empresas y, su agravio comparativo lo podemos ver a primera vista si vemos la valoración de las principales empresas hoteleras comparas con la de Airbnb y la diferencia de empleados que tienen. Airbnb vale actualmente 30.000 millones de dólares, con posibilidad de llegar hasta 50.000 millones si decidiese salir a bolsa (De Haro, 2018). Este valor es superior que el de cadenas hoteleras inmensas tales como el Hilton, Hyatt o el grupo Accord; además si comparamos este valor con la relación de empleados que tienen cada uno este dato se convierte en demoledor

3.1. Airbnb contra el Sector Hotelero.

A continuación vamos a ver el impacto que Airbnb nos ofrece que ha tenido en determinadas ciudades, los datos son extraídos de su propia página web. Lo que más nos llama la atención es la diferencia de tiempo que existe entre la gente se queda en la ciudad, si duerme en un Airbnb o si duerme en un hotel tradicional. En todas las ciudades la gente se queda un mayor número de días si se queda en un apartamento de un particular reservado gracias a la plataforma digital.

Ciudad	Días de estancia en Airbnb	Gasto media en la ciudad si duerme en un Airbnb	Días de estancia en Hotel tradicional	Gasto medio en la ciudad si duerme en un Hotel
San Francisco	5.5 días	1045 dólares	3.5 días	840 dólares
Nueva York	6.4 días	880 dólares	3.9 días	690 dólares
París	2.9 días más que en un hotel	426 euros más de gasto que un turista tradicional	No hay datos	No hay datos

Ámsterdam	3.9 días	792 euros	1.9 días	521 euros
Berlín	6.3 días	845 euros	2.3 días	471 euros
Londres y Edimburgo	4.6 días	1496 libras	3.1 días	713 libras
Barcelona	2.4 días más que en un hotel	2.3 más de gasto que un turista tradicional	No hay datos	No hay datos

Figura 4: Elaboración propia con datos extraídos del blog de Airbnb

Podemos extraer rápidamente varias conclusiones de la reciente tabla, en primer lugar la diferencia de noches y de dinero gastado por los turistas es significativa y muestra un impacto positivo para la ciudad la llegada de Airbnb.

La diferencia de noches y el dinero gastado son dos conceptos que tienen una relación positiva, a mayor número de noches más dinero gastado en la ciudad y hasta ahí todo es normal en la tabla. Este mayor gasto en la ciudad lo permite el hecho de que la estancia en un alojamiento de un particular sea claramente más barato que en un hotel tradicional como podemos apreciar en la siguiente imagen



Figura 5: Extraída de Statista charts en 2018

El hecho de que el alojamiento en Airbnb sea claramente más barato implica que el turista pueda quedarse más noches en la ciudad revirtiendo en un mayor gasto en los servicios de la misma; claramente, este factor tiene un impacto positivo en las ciudades especialmente en aquellos sectores que sus ingresos se basan principalmente en el turismo. Además, el factor de que muchos de los alojamientos ofrecidos tengan cocina, permite a los turistas ahorrar dinero en restaurantes y gastárselo en otros servicios de ocio. Airbnb anuncia en su página que más del 65% de todos sus apartamentos se encuentran fuera de las zonas puramente turísticas de las ciudades y, por lo tanto no tienen (como “target”), como cliente al mismo segmento que los hoteles tradicionales. Este porcentaje llega casi al 80% en alguna de sus ciudades inglesas.

Con esta idea, la plataforma digital busca desmitificar la idea de que sean competencia para los hoteles, buscando dar la imagen de que el tipo de cliente que duerme en un alojamiento de este modelo de negocio es radicalmente diferente a un turista tradicional. La empresa busca quitar la idea general de que funcionan, de cierta manera, mediante competencia desleal con el sector hotelero.

Uno de los factores que actualmente pueden desechar esta idea, es la posible colaboración que va a surgir entre ambos modelos empresariales. De esta manera la plataforma digital funcionaría como funcionan Booking, Tripadvisor y, además seguiría pudiendo ofrecer las casas de particulares. Se podría casi entender que el sector hotelero no ha podido vencer a Airbnb en los tribunales y ha decidido aprovecharse del alcance en las redes para sacar un beneficio económico. Así de esta forma la plataforma de alojamiento deja de ser una competencia para el sector hotelero para convertirse en una suerte de intermediario, comisionista a raíz de conseguirles un mayor número de huéspedes para sus respectivos hoteles. Estos acuerdos están empezando a surgir ahora en 2018 y, las proyecciones son muy favorables.

Aunque ahora parezca que el conflicto se esté calmando, el presidente de Meliá definió a Airbnb en febrero de 2016 como:

“el mayor riesgo para el negocio hotelero mundial”. Estas declaraciones muestran la intranquilidad que reinaba en este sector en torno al auge y

expansión de esta plataforma digital que facilita unos alojamientos significativamente más baratos”.

La consultora STR realizó un análisis muy interesante viendo realmente cual había sido el impacto de Airbnb sobre el sector hotelero en 13 ciudades. Dadas las características de dichas trece ciudades, del estudio se pueden extraer conclusiones extrapolables al sector en general. El informe de STR denominado: “Airbnb & hotel performance” nos sirve de gran ayuda a la hora de realizar nuestro trabajo.

Del informe podemos extraer la conclusión de que el sector hotelero no se ha visto afectado económicamente por la irrupción de este nuevo modelo de negocio; si comparamos las cifras de crecimiento medio del sector hotelero en comparación con Airbnb, las diferencias son abrumadoras a favor de la empresa colaborativa pero, todo tiene una explicación. Estas empresas de economía colaborativa han empezado desde cero y, por tanto su capacidad para crecer es tremenda, tienen gran mercado por cubrir; en cambio, las empresas del sector hotelero han llegado ya a una fase estable de su ciclo vital y su crecimiento es más lento de acuerdo a las necesidades del mercado.

El sector hotelero se encuentra en unas cifras que se corresponden con el momento de su ciclo vital y responden a un crecimiento estándar y normalizado. El estudio mencionado nos dice que en julio de 2016, los hoteles americanos vendieron más habitaciones que nunca (117 millones) en dicho periodo y que registró de manera consecutiva, el mes número 77 consecutivo de beneficios económicos medios en el sector; esta misma dinámica la aprecia el estudio en el resto de ciudades, entre ellas Barcelona (Haywood et al, 2016).

El estudio llega a la misma conclusión que las ofrecidas por Airbnb, en relación al número de días medios de estancia, lo cual nos muestra cierta fiabilidad en los datos ofrecidos por la plataforma digital.

En el siguiente gráfico podemos apreciar la cuota de mercado de Airbnb en dichas ciudades.

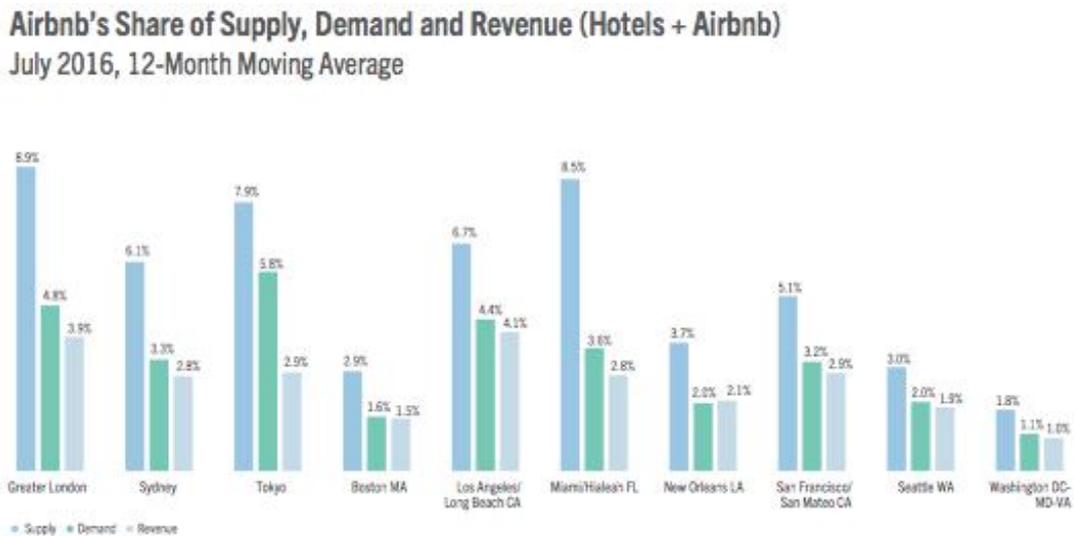


Figura 6: Extraída del estudio *Airbnb and Hotel Performance* by STR, 2017.

Como podemos observar en el gráfico en cuestión, la oferta de Airbnb en relación con la hotelera es bastante pequeña y, es excesiva en relación con la demanda que tiene, nunca llegándose a cubrir dicha oferta. Su porcentaje de mercado, a día de hoy, es todavía escaso en comparación con la que lógicamente tiene el sector hotelero.

De esta manera podemos ver que el impacto que tiene Airbnb en los hoteles no se ve reflejado en números todavía y se podría llegar a la conclusión de que cuando los dirigentes de la plataforma digital afirman que no son una competencia para este sector, estén en lo cierto y, realmente su cliente potencial, su “target”, sea un prototipo de persona distinto del que va a reservar una noche de hotel. Es probable que, a largo plazo, esto no sea así y los ingresos de los hoteles se vean afectados por la presencia de esta empresa de economía colaborativa, pero actualmente, analizando los números provistos, no podemos llegar a dicha conclusión. La universidad de Toulouse (2016) llevó a cabo un estudio en las principales 14 ciudades europeas y llegó a la misma conclusión

No hay que obviar que las tasas de crecimiento de esta empresa son muy altas y que, dado su actual valor económico y sus cifras se ha convertido en un activo dentro del

sector turístico muy importante. Además su éxito provoca que se creen empresas del mismo estilo, como Homeaway buscando obtener un éxito similar.

Es importante volver a reafirmar que dichas cifras de crecimiento provienen de que la fase de su ciclo vital donde el crecimiento es exponencial proviniendo desde la nada en comparación con el sector hotelero. Después de todo lo analizado, podemos concluir que Airbnb no constituye una amenaza actual para el sector hotelero atendiendo a los datos aunque en mi opinión, a largo plazo, seguramente lo sea y se convierta en una amenaza potencial.

3.2 Impacto de Airbnb en los arrendamientos residenciales.

Acabamos de terminar de analizar uno de los principales conflictos de Airbnb que es su relación con los hoteles y, ahora vamos a poder tratar su otro problema más importante y que más conflictos está generando con los municipios locales. Nos referimos a las acusaciones que se vierten sobre la plataforma digital de provocar que no haya pisos de alquiler para la gente local, para arrendarlos durante un largo periodo de tiempo, dado que la gente que poseía pisos para ellos ha decidido destinarlos a ser pisos turísticos a través de la plataforma digital.

Las acusaciones dicen que los locales no pueden ya alquilar pisos en el centro de la ciudad dado que el precio de los mismos ha subido tanto que se han vuelto inalcanzables. En España estos problemas los podemos ver en las principales ciudades turísticas mostrándose con especial fuerza en Madrid, Barcelona e Ibiza.

El método por el que se acusa a la plataforma de alojamientos turísticos de provocar una subida de precios y una falta de disponibilidad de los mismos es simple y funciona como un efecto dominó. De esta manera, el precio medio de alquileres residenciales se ve afectado negativamente para el que busca arrendar dado que los propietarios de las casas obtienen un mayor beneficio económico destinándolas al alquiler turístico y, por tanto para que les merezca la pena alquilarla residencialmente con vistas al largo plazo,(el precio del alquiler sube). Así de esta manera, las casas que se encuentran en los centros turísticos disponibles para alquiler residencial acaban siendo destinadas a un alquiler turístico y la disponibilidad de pisos para los local se ve, consecuentemente disminuida (Said, 2012).

En ciudades como Vancouver, Ámsterdam o Los Ángeles este problema se ha convertido en un tema muy candente y muy complejo de solucionar, intentado regular la situación capando la actuación de determinadas plataformas de alojamientos; en la ciudad canadiense se acusa a Airbnb de ser la causante de que no haya alquileres residenciales disponibles para los locales (Dick, 2016)

Afirmábamos en el anterior apartado lo complicado que era encontrar datos a la hora de intentar ver el efecto en el sector turístico y, en el presente caso es hasta más complicado. Los estudios realizados sobre el tema son escasos y aportan información que no es interesante para el tema tratado en el trabajo. Revisando la literatura encontramos dos estudios muy interesante que han calculado como se ve afectado el mercado inmobiliario por la irrupción de este fenómeno. El primero de ellos, realizado por Barron, Kung y Proserpio revisa todos los datos existentes sobre el mercado de los alquileres en las principales ciudades estadounidenses desde 2012 a 2016 y gracias a sus cálculos estiman el impacto. El otro estudio que nos va a servir de ayuda acaba de ser publicado a principios de 2018 realizado por Sheppard y Udell lleva a cabo un procedimiento muy similar pero se centra en la ciudad de Nueva York. Ambos estudios nos van a servir para hacernos una idea general.

El primer estudio llega a una conclusión muy interesante estableciendo una relación entre el crecimiento de Airbnb en las ciudades y el aumento anual de la renta; de esta manera establece que la plataforma de alojamientos es la explicación al 0,27% del crecimiento en la renta media anual y del 0,49% del aumento de precios al comprar una vivienda. Por lo tanto, se responsabiliza a la plataforma de alojamiento de 27 dólares anuales de subida en arrendamientos y de 49 dólares anuales de subida media de precios de vivienda. Establece una relación entre la subida de arrendamientos y la subida del precio de comprar una casa, como es lógico.

Podemos extraer dos conclusiones, en primer lugar y como pensábamos se puede responsabilizar a Airbnb de las subidas de precios en los alquileres, aunque sea de una manera casi insignificante; en segundo lugar, también la plataforma aumenta el valor de las propiedades lo que se traduce en un mayor valor para el propietario que está utilizando

su activo de una manera alternativa (Idle capacity). Vemos por lo tanto las ventajas y desventajas que causa esta empresa en el mercado inmobiliario.

El segundo estudio llega a unas conclusiones muy parecidas aunque mostrando un impacto mucho mayor; hay que recordar que este estudio se refiere solo a los efectos calculados en la ciudad de Nueva York. Este estudio se centra más en el aumento del valor de las propiedades gracias a la presencia de Airbnb; así una propiedad que tenga un número de casas que ofrezcan Airbnb cerca aumenta de valor entre el 6% y el 9%. De esta manera las casas que se encuentran en el centro de las ciudades, donde los turistas quieren ir y, por consecuencia hay una mayor disponibilidad de casas ofrecidas por la plataforma digital aumentarían en mayor medida su valor que las casas que se encuentran en las afueras.

El aumento del valor en las casas lógicamente tienen como repercusión un aumento en la renta exigida si quiere ser usada como residencial. Podemos apreciar que las quejas sobre esta plataforma digital tienen un fundamento bastante claro dado que la existencia de la misma ha provocado una recolocación de la población local teniendo que desplazarse a las afueras si quiere tener una casa que se pueda permitir económicamente. Las casas en los centros de las ciudades, las zonas normalmente más turísticas han subido claramente de valor y se han convertido en inalcanzables para los locales.

Podemos extraer de estos dos estudios que la plataforma de alojamientos aumenta la renta media en los alquileres residenciales y que, lógicamente aumenta el valor de las propiedades cuanto mayor presencia de la aplicación haya. Sigue siendo necesario hacer informes e investigaciones mucho más profundas para poder realmente averiguar el impacto sobre el mercado inmobiliario dado que hay muchos más factores que hay que tener en cuenta a la hora de analizar la evolución en el valor de una propiedad.

Tras observar lo que sucede en el mercado inmobiliario americano, vamos a ver lo que ha sucedido en el europeo. Es muy interesante el informe realizado por la consultora red2red para el ayuntamiento de Madrid en relación titulado “análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro”. En este informe podemos ver cómo ha cambiado el mercado inmobiliario en Madrid y, quizá nos sirva para poder extraer unas conclusiones más generales dada la importancia de la capital de España como ciudad

turística. Con todos los estudios mencionados podremos extraer unas conclusiones más precisas y fiables.

En primer lugar a la hora de ver este fenómeno, teniendo en cuenta lo ya mencionado, hay que ver lo que ha sucedido en el distrito centro.

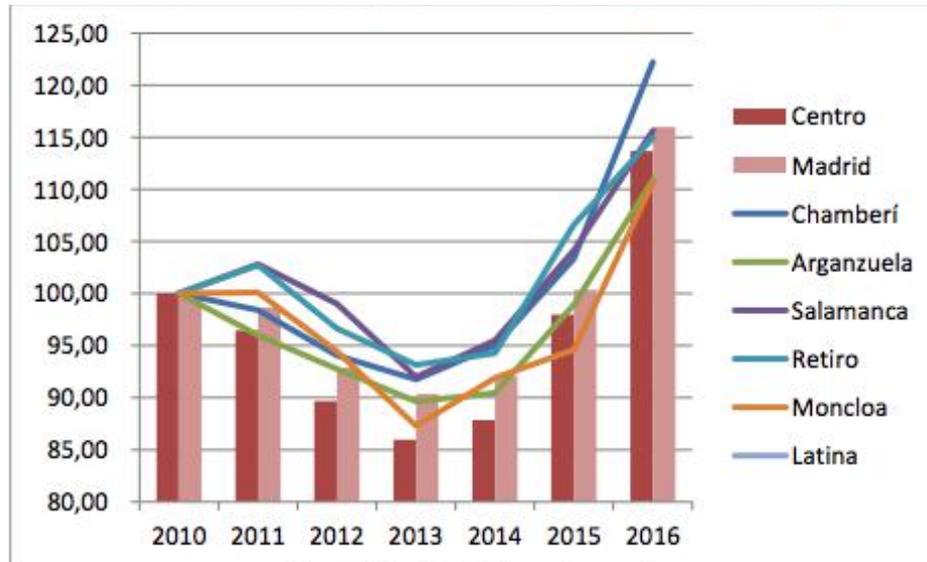


Figura 7: Extraído del estudio realizado por la consultora Red2red, análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro, 2017

El gráfico nos muestra la evolución del precio de renta mensual desde 2010 (Índice de 2010=100) dividiéndolo por zonas de Madrid, lo cual va a facilitar nuestro análisis. Podemos apreciar que el sector que se ha visto más afectado es el distrito centro, especialmente desde 2013 donde se produce un cambio sustancial relacionado con la entrada de la plataforma de alojamientos en la Capital de España.

Observamos que se ha producido un claro aumento en la renta media, pero lógicamente esto no lo podemos achacar a Airbnb sino a la sucesión de numerosos fenómenos macroeconómicos que han cambiado la situación financiera de nuestro país desde la temida recesión que afectó en la primera década del siglo XXI. Es muy complicado aislar las causas para intentar apuntar a la plataforma de alojamiento como la culpable de ellas.

A la vista de esos datos no se puede considerar a Airbnb como el culpable pero en mi opinión sí lo ha favorecido y ha podido actuar como acelerador en este proceso de

aumento de las rentas medias en el distrito centro por las razones ya mencionadas anteriormente.

Gabriel Garcia, el presidente de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (en adelante “AEHM”) opina igual que nosotros:

“Están subiendo tanto últimamente porque los propietarios de pisos se han dado cuenta de que es más rentable el modelo de Airbnb que alquilar por larga temporada. Y de esta forma, la gente que necesita una vivienda no la encuentra”.

Este problema lo apreciamos en otras ciudades españolas principalmente en Barcelona donde el precio de la renta también continua subiendo de manera desorbitada. Se ha convertido en necesario encontrar una regulación que solucione el problema sin limitar a la plataforma digital. Las posibles soluciones las veremos posteriormente cuando veamos resumidamente el problema legal de la competencia desleal y que soluciones se han adoptado en diversos países.

4. Impacto económico en el sector Transportes: Caso Blablacar

Dado que el modelo de negocio de Uber presente en Europa que se considera economía colaborativa está prohibido razones legales, vamos a analizar los impactos sobre el mercado que ha tenido una empresa ejemplo de este modelo económico como es plataforma francesa, Blablacar.

Blablacar es una de las principales empresas colaborativas actualmente. Cuenta con más de 50 millones de usuarios y está presente en más de 22 países. Es la principal plataforma digital para realizar “car pooling” y, cuenta actualmente con una valoración superior a los 1.500 millones de dólares y tiene más de 600 personas. Viendo los números podemos decir que son impresionantes para una empresa que ha empezado a funcionar hace escasos 13 años. En este apartado vamos a intentar analizar cuál ha sido el impacto de esta plataforma de “car pooling” sobre principalmente el sector de los autobuses que realizan viajes de media a larga distancia.

Así el perfil de los usuarios de esta plataforma es el siguiente. El gráfico nos lo proporciona la propia empresa



Figura 8: extraída de los datos ofrecidos por Blablacar

El funcionamiento de esta empresa es bastante sencillo y funciona como un red social que conecta a conductores y viajeros. De esta manera, en la aplicación, los conductores ponen el viaje que van a realizar, el número de plazas disponibles y el precio del mismo al cual se pueden apuntar los viajeros que vayan a realizar un viaje de semejantes características. El precio del trayecto está controlado por Blablacar, que pone un precio máximo gracias un logaritmo que tiene en cuenta los kilómetros que se van a realizar y la gasolina que se a gastar. La importancia de Blablacar a la hora de fijar las condiciones del viaje, es algo esencial y que ha sido clave en los tribunales españoles como veremos posteriormente.

Como podemos observar el gráfico los usuarios principales de Blablacar son gente de 18 a 40 años siendo mayoritariamente sus usuarios, por lo tanto, gente joven.

Viendo su funcionamiento, el principal afectado por la irrupción de esta empresa son las empresas de autobuses españoles que no eran interurbanos. Así la Confederación de Autobuses de España (en adelante “CONFEBUS”) ha sido la principal encargada de ir contra esta plataforma de transportes.

Son tremendamente escasos los informes que existen sobre el tema en cuestión y por ello este análisis lo vamos a realizar más profundamente en la parte legal, donde los tribunales han dejado el tema más resuelto. En este apartado vamos a intentar relacionar el descenso del transporte por carretera en autobuses con la irrupción de esta plataforma.

El Instituto Nacional de Estadística (en adelante “INE”) ofrece datos e informes en su página web sobre el número de transportes de viajeros que se han llevado a cabo por autobuses. Desde 2009 hasta 2017 (Blablacar aparece en España hace 7 años) ha descendido un 23% (de 19.8 millones a 16.5 millones) el número de pasajeros que han decidido viajar en autobús. El descenso en el número de pasajeros ha sido claro en la última década pero no tiene por qué ser culpa de Blablacar, sino también se puede achacar a otros medios de transporte. RENFE ha llevado a cabo en los últimos años una política de reducción de precios y ofertas constantes para competir, principalmente contra el avión, desde 2013 cuando cambió el precio del billete. El INE nos indica que simplemente de 2017 a 2018, RENFE había crecido un 4.1% en el número de pasajeros que ha transportado en media y larga distancia. CONFEBUS también ha llegado a quejarse a la CNMV sobre esta política de precios recibiendo una respuesta muy clara y negativa sobre sus pretensiones.

En el siguiente gráfico elaborado por El País, a partir de datos del INE podemos ver la evolución en cifras de los principales medios de transporte de viajeros.

CRECIMIENTO DE VIAJEROS

Variación interanual en %

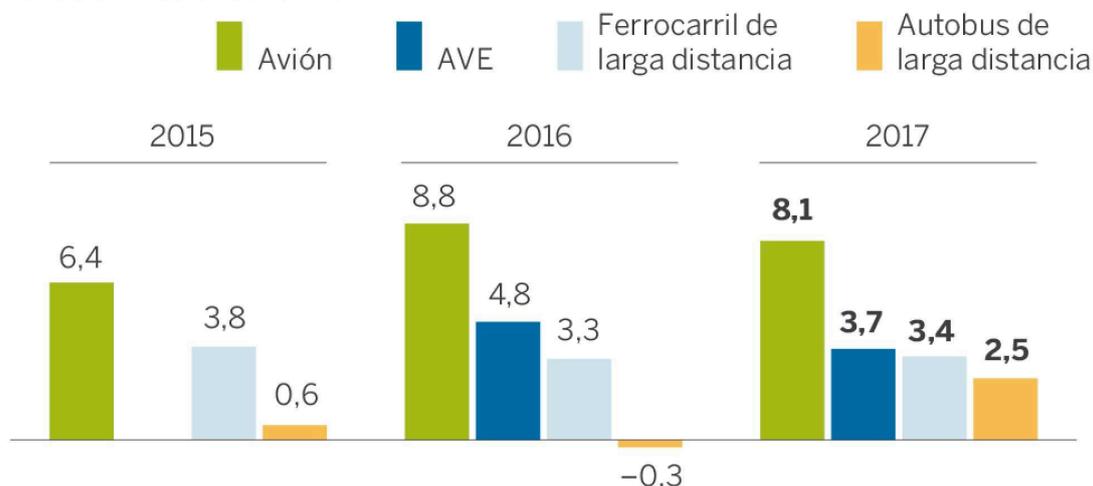


Figura 9::elaborada por el periodico El País con datos ofrecidos por el INE

Dentro del transporte interno en España la constante guerra de ofertas entre RENFE y las diferentes aerolíneas perjudican directamente al sector de los autobuses con el cual, dado su tamaño, sí que se pueden comparar. La porción de la tarta que se lleva Blablacar en cuanto a clientes es insignificante en comparación con estos gigantes. El sector de viajes de larga distancia en autobuses es demasiado rígido y no se adapta a la flexibilidad de precios en función de oferta y demanda de la que gozan los otros dos medios de transporte que aparecen en el gráfico y, ello provoca que no pare de perder clientes año tras año. Además del problema del precio, otros factores como la comodidad y la duración del trayecto juegan en detrimento de este medio de transporte

Jaime Rodríguez, responsable de Blablacar en España, acusa directamente a CONFEBUS de todas las acusaciones que ha vertido diciendo:

“Los propios responsables de CONFEBUS han achacado públicamente en numerosas ocasiones esa situación a la crisis económica y a la política agresiva de precios del AVE y no a BlaBlaCar. No entendemos por qué ahora se nos intenta hacer los responsables”.

La diferencia de tamaño entre el sector de autobuses y la plataforma de transportes es tremenda y por tanto, es complicado que realmente Blablacar haya tenido un impacto claro en la plataforma.

Así la consultora Compass Lexecom, establecía que si todos los pasajeros de Blablacar viajaran en autobús, el impacto sería de un mínimo 0,3% (Muñoz, 2016). La consultora llevo a cabo un estudio para la defensa de la empresa francesa en su juicio contra Confebus por competencia desleal.

A pesar de contar con ya 2.5 millones de usuarios en España, los conductores, según la consultora Roland Berger (Jiménez 2015), no realizan ni dos viajes al mes de media (el 96% de los conductores) reduciendo el posible impacto que tiene sobre los viajes en autobús. Por lo tanto, los usuarios son viajeros muy ocasionales y su impacto se reduce aún más.

En el juicio contra Confibus, Blablacar declaro lo siguiente, en conformidad con lo expuesto anteriormente:

“En cuando a las indemnizaciones, añade que BLABLACAR no es la causa del descenso de la actividad de CONFEBUS, consignando determinados datos sobre estadísticas del INE que así lo acreditarían, que más bien quizá pueda ser el tren, el AVE o el avión con los bajos costes los que puedan ser los causantes de su disminución”.

A raíz de todo lo expuesto no creo que se pueda considerar que la empresa francesa haya tenido un impacto económico significativo para las empresas de autobuses ni que se le pueda acusar de competencia desleal (trataremos este tema en el siguiente apartado). El tamaño y el perfil de usuario de esta plataforma digital es de un viajero ocasional que se encuentra entre los 20 y 40 años y cuyo impacto económico entre los diferentes medios de transportes es escaso.

Los informes presentados por las diferentes consultoras desmentían las acusaciones de Confibus y redirigían la cuestión a donde de verdad se encuentra el problema, en su propio sector y en su manera de funcionar. La cantidad de regulación a la que se encuentra sometido provoca que actualmente no pueda formar parte de la guerra de precios entre trenes y aviones. Su poca flexibilidad, comodidad y duración de los trayectos son las principales causas del descenso de pasajeros que se está produciendo año tras año. Es necesario que se adapten y consigan una liberalización normativa para poder seguir compitiendo.

5. Competencia Desleal en la economía colaborativa: Parte legal

Considero necesario en este análisis económico del impacto de la economía colaborativa hacer un pequeño inciso regulatorio y legal. En primer lugar viendo si compiten deslealmente con las empresas de economía tradicional y, posteriormente viendo el impacto social y laboral que ha tenido sobre sus empleados, siendo necesario ver de manera superficial cual es la situación jurídica laboral de sus trabajadores independientes.

Especialmente los sectores del taxi y el turístico se han quejado repetidamente de las facilidades que han tenido las empresas de economía tradicional a la hora de entrar al mercado. Argumentan que la economía tradicional no ha tenido que enfrentarse a los mismos problemas que ellos. Principalmente, se quejan de que hay usuarios que ofrecen sus servicios en estas plataformas de manera masiva y funcionan como negocios tradicionales sin tener las mismas limitaciones y obligaciones legales que ellos.

Por lo tanto llegamos a ese punto de conflicto entre ideologías mencionado anteriormente; por un lado, tenemos la posibilidad de obligar a estas empresas a someterse a las mismas condiciones que una empresa tradicional o permitir en cambio esta libertad y falta de burocracia absoluta que se encontró la economía colaborativa en sus inicios.

Hay que encontrar un punto medio donde se solvente el problema de la desregulación, que lleva a una competencia desleal, sin caer en una híper regulación como mencionamos anteriormente.

Si los parlamentos correspondientes a cada país establecen las mismas obligaciones, estos modelos de negocio se verían avocados a la muerte y acabarían por desaparecer más pronto que tarde. De otra manera, si dejamos a estas empresas que sigan pudiendo funcionar con completa libertad nos enfrentamos a serios problemas de competencia desleal.

El análisis lo vamos a realizar a través del sector hotelero y de transportes respectivamente.

5.1. Sector Hotelero.

Encontramos habitualmente en Internet, páginas como Booking o TripAdvisor que nos permiten reservar los hoteles y apartamentos donde queremos pasar nuestras vacaciones. Estos hoteles y apartamentos son los tradicionales y poseen todas las necesarias licencias y permisos para operar legalmente. Por lo tanto, antes de la entrada de Airbnb, ya encontrábamos plataformas digitales que, actuando de intermediarios nos permitían reservar donde vamos a dormir.

Airbnb ha llevado este negocio a un nuevo nivel, dado que funciona a través de casas de particulares permitiendo alquilar incluso solo habitaciones dentro de dichas casas. Es un fenómeno que ha crecido de manera impresionante en las principales ciudades turísticas del mundo y, que cada vez está provocando una mayor polémica. Las principales cadenas hoteleras están extendiendo sus quejas a este modelo de negocio, ya que las casas de los particulares no tienen que rendir las mismas cuentas a la burocracia administrativa que ellos.

Las principales quejas a esta empresa derivan en todo lo visto anteriormente en la parte económica y como, hemos visto el caso del desplazamiento de los locales del centro de las ciudades y, el aumento de las rentas son factores ciertos y que hay que intentar regular y poner cierto límite antes de que la situación este fuera de control

A continuación, vamos a ver la situación en España a nivel legal de esta compañía de manera muy resumida.

Las competencias en virtud de alojamiento y arrendamiento se encuentran cedidas a las Comunidades autónomas (en adelante “CCAA”); esto implica que se hayan adoptado diferentes medidas y, que los conflictos hayan aparecido en las CCAA con más afluencia turística.

Los casos más llamativos en España han sido los sucedidos en las comunidades autónomas de Cataluña y Baleares, donde Airbnb ha visto como se ha cambiado la regulación y, como se ha tenido que enfrentar a expediente sancionadores.

En Baleares se ha reformado la Ley de Alquiler Turístico exigiendo una serie de requisitos y permisos a las viviendas particulares (La Ley 8/2012 de turismo de las Illes Balears) para poder ofrecerse en la plataforma digital como vivienda turística. Recientemente, se ha sancionado a la plataforma digital y a los propietarios de la casa ofertado por ponerla como disponible sin gozar de los requisitos necesarios; las multa ha sido de 300.000 para Airbnb.

En Cataluña y, más concretamente en Barcelona los conflictos son permanentes, se obliga a estar registrado a todo aquel que quiera alquilar su piso de manera turística y los

controles son constantes. Asimismo los expedientes sancionadores por infringir la legislación han sido abundantes en contra de la plataforma colaborativa. La política de Barcelona contrasta con la de Madrid, donde todavía no se ha intentado regular este fenómeno; ambas ciudades son las que cuentan con más viviendas con posibilidades de alquiler. Madrid, en cambio busca controlar a las empresas que poseen muchos pisos en Madrid y los comercializan turísticamente de manera masiva, quiere imitar la regulación que se ha llevado a cabo en las principales ciudades norteamericanas.

En Barcelona encontramos la necesidad de poseer una licencia que se obtiene gracias a cumplir una serie de requisitos para poder ofrecer tu vivienda en la plataforma digital. El Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico ha sido el encargado de fijar todos los requisitos necesarios y, las consecuencias de ofrecer tu casa sin contar con la licencia oportuna.

Como podemos apreciar la normativa no está homogeneizada, lo que provoca una gran inseguridad jurídica aunque podemos apreciar una tendencia hacia una regulación de este fenómeno en toda España y en los principales países del mundo.

Hemos visto como algunos decretos que buscaban limitar a un mínimo de días para poder alquilar viviendas turísticas (5 días en Madrid) se han tumbado y derogado por el Tribunal Superior de Justicia pero, este factor, no quita la necesaria regulación de este fenómeno.

Encontramos a lo largo de todo el globo diferentes tipos de regulaciones, desde muy estrictas hasta más laxas permitiendo su avance. Los casos más estrictos los encontramos por ejemplo en la ciudad de Nueva York donde está prohibido alquilar tu vivienda entera por un periodo inferior a 30 días o en ciudades como Tokio o San Francisco con regulaciones similares. Casos que podríamos clasificar como medianos de dureza en cuanto a regulación, es el caso de la mayoría de ciudades europeas como Barcelona, París o Dublín. Por último, Madrid y Londres se encuadran como ciudades con una regulación muy laxa que permite a Airbnb actuar con casi total libertad (Red2Red, 2016).

En mi opinión se debe limitar a un número de días al año la posibilidad de alquilar tu vivienda particular como turística y, así se consigue limitar en cierta manera que haya

empresas que se lucren de manera excesiva gracias a prácticas de alquiler turístico masivo a través de la plataforma. Además dicha limitación no evita los beneficios que esta plataforma ofrece a su dueño de obtener un beneficio extrae además de todos los beneficios que tiene la economía colaborativa en general y de los que ya hemos hablado.

Dado lo reciente que es la regulación todavía no hay datos que nos permitan conocer los efectos de este nuevo cuerpo normativo. El principal objetivo que ha de cumplir, es el de ser capaz de frenar a las grandes empresas inmobiliarias que utilizan a este tipo de plataformas para aumentar sus beneficios, desvirtuando el espíritu de este modelo de negocio.

5.2 Sector Transportes

El sector del taxi era un sector que vivía muy acomodado gracias a la completa protección que le ofrecía la extrema regulación de su mercado. Este era un sector completamente regulado por el estado, que limitaba el número de taxis permitidos en la calle. Esta situación de comodidad cambia cuando llegan empresas como Uber o Lyft que se aprovechan de ciertas lagunas legales para poder operar en dicho sector “estatal” sin necesidad de poseer tal número de licencias. De esta manera, en un primer momento, cualquiera podía darse de alta en la plataforma digital y, ejercer la misma función que un taxista con completa disponibilidad.

Este modelo de Uber y Lyft, que persiguen otras empresas como Cabify, ha sido prohibido en Europa exigiendo que los conductores posean las licencias VTC correspondientes y, por tanto limitando este modelo de negocio. El llamado “Uberpoop” no está ya permitido en Europa, y el modelo permitido “Uber X” no lo llegamos a considerar como Economía Colaborativa por lo mencionado anteriormente (no existe una “idle capacity”).

Actualmente, en Europa, la única empresa que pertenece al sector transportes y, realmente es un modelo de negocio que se puede considerar colaborativo, es Blablacar y, va a ser con la que nos centremos a la hora de analizar esta competencia desleal. Además vamos a poder ver y analizar las causas de la prohibición de Uberpoop y, porque se les

acusaba de competencia ilícita. Se acusaba a Uber de realizar el mismo servicio que un taxi, sin tener los mismos problemas de impuestos ni de burocracia (Pierre Goudin, 2016).

Blablacar sabemos que tiene como principal segmento de mercado, el de los viajes en carretera, de larga distancia. Su funcionamiento es similar al de Uber, y todas las gestiones se realizan a través de la plataforma digital que pone en contacto a los viajeros, Se ha erigido como la principal amenaza de las empresas de autobuses tradicionales, afectando también al sector ferroviario, como hemos visto anteriormente

Vamos a ver la situación de Blablacar, y cómo se prohibió la modalidad de Uber en España.

La situación de Blablacar en España se ha simplificado mucho gracias a las últimas sentencias que desestimaban las demandas presentadas por la Confederación de Autobuses de España (en adelante “CONFEBUS”). La demanda presentado sigue el mismo estilo que las presentadas a Uber acusando a esta empresa de competencia desleal, compitiendo gracias a un agravio comparativo.

El juzgado Número 2 mercantil de Madrid desestimó la demanda con fecha 2 de febrero de 2018 y, define a Blablacar como una red social que pone en contacto a los viajeros, siendo de esta manera imposible que viole la ley de competencia desleal. Así el citado tribunal define la actividad que realiza esta empresa como: “la actividad llevada a cabo por las demandadas a través de la plataforma Blablacar, debe afirmarse que se centra única y exclusivamente en el ámbito del transporte privado”. Con esta afirmación, el juez considera que, la actividad de Blablacar no es susceptible de ser considerada como competencia desleal.

Esta sentencia es un paso muy importante para la actividad que lleva a cabo este servicio de “carpooling”, dado que se convierte en completamente legal. Si analizamos la sentencia, el juez añade conceptos que ya habíamos mencionado anteriormente al intentar producir una definición de Economía Colaborativa:

"no están contratados por Blablacar, ni pertenecen a una empresa o a una industria dedicada a este fin. Son particulares que por su cuenta y riesgo se

ofrecen a la plataforma buscando a personas que tengan interés en realizar ese mismo viaje y pagar, no en el sentido de pagar un canon o un servicio, sino de pagar el coste de un viaje”.

El juez considera que el hecho de que sean particulares y estén aprovechando sitios del coche (“idle capacity”) implica que no es un servicio de transporte como tal, sino una plataforma digital que sirve para poner en contacto a la gente. Es por ello que consideramos que esta empresa es un ejemplo paradigmático del modelo de negocio de la economía colaborativa.

En cambio, el servicio UberPop, fue rápidamente prohibido en España durando en activo apenas un año. Uber pretendía ser considerada como una empresa de servicios en el ámbito de la información y, no de los transportes. La sentencia del TJUE, de 20 de Diciembre de 2017, deja bastante claro que Uber es una empresa del ámbito de transportes y, no de la información. El alto tribunal considera que este servicio no se puede llegar a considerar como un simple punto de conexión para que los usuarios y conductores se pongan en contacto, sino que mucho más.

Si comprobamos ambas sentencias, en un primer momento no entendemos porque se prohíbe UberPop y, en cambio, Blablacar se considera como economía colaborativa pura y simple. La principal diferencia que podemos apreciar en ambas sentencias, es el papel que tienen ambas empresas dentro de su modelo de negocio.

Uber tiene un papel esencial dentro de la plataforma dado que establece los precios máximos, mínimos y como varían estos en función de la demanda. Uber tiene una influencia decisiva fijando todas las condiciones de uso de la misma, en una medida mucho mayor que Blablacar.

Así el TJUE define la influencia de Uber como:

“(..) consta en particular que Uber, mediante la aplicación epónima, establece al menos el precio máximo de la carrera, que recibe este precio del cliente para después abonar una parte al conductor no profesional del vehículo y que ejerce cierto control sobre la calidad de los vehículos, así como sobre la idoneidad y el

comportamiento de los conductores, lo que en su caso puede entrañar la exclusión de éstos”

La actividad de fijación de precios que lleva a cabo Uber es la principal diferencia que los tribunales estiman y que determina la diferencia en los fallos. Los tribunales al igual que nosotros en la primera parte del presente trabajo llegan a la misma conclusión sobre la no pertenencia de Uber a este modelo de negocio, a diferencia de Blablacar.

6. Impacto social y laboral

Este modelo de negocio ha cambiado por completo la situación de los trabajadores y del mercado laboral, en general. En primer lugar, nos enfrentamos a un modelo de negocio, en el cual puedes convertirte en autónomo en cuestión de segundos y con plena libertad, sin necesidad de ningún tipo de burocracia. Este modelo de negocio permite que cualquiera sea empleador y empleado en todo momento teniendo un efecto inmediato en nuestro mercado laboral. Es necesario una regulación laboral que proteja al empleado que, en muchas ocasiones, queda desprotegido y se enfrenta a jornadas de trabajo abusivas sin ningún tipo de beneficio social.

El salario que perciben y las prestaciones sociales entre otros conceptos se ven afectados por el modelo de negocio de la economía colaborativa, donde los empleados carecen de seguridad laboral. Han cambiado el modelo de trabajo que existe en la economía tradicional. Ahora el empleador va a ser el ordenador, la RRSS, por donde va a conseguir el trabajo. El contrato de trabajo se convierte en la venta de un servicio que se presta gracias a la función de la plataforma digital como intermediario. Es un ejemplo perfecto de un mercado de oferta y demanda, donde ambas partes se encuentran completamente interrelacionadas y dependen una de la otra. El precio del servicio va a depender puramente de la oferta que haya, aumentando, lógicamente cuanto mayor sea la demanda.

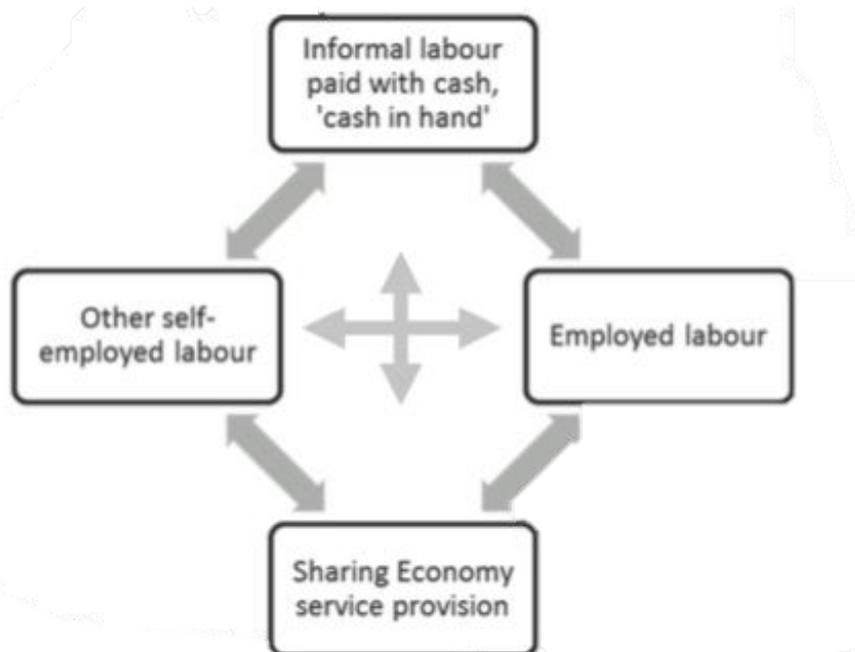


Figura 10: extraída de: *The cost of non-Europe in the Sharing Economy*, January, 2016, European Parliament Research Service.

Han surgido numerosos problemas relacionados con los empleados de este modelo de negocio y, cuál es su futuro. Los llamados “riders”, por ejemplo, de empresas como Deliveroo, están una situación de completa incertidumbre. Muchos de los empleados de este modelo de negocio, no son realmente empleados sino que se activan y desactivan según su completa disponibilidad; esto provoca que, muchas veces, no lleguen a tener un salario mínimo o, por lo menos, garantizado por un contrato laboral tradicional. Este modelo de negocio suele acabar con gente pluriempleada, enfrentándose a unos horarios casi inhumanos para poder obtener un salario que les permita tener una condiciones dignas de vida. Se les obliga a darse de alta como autónomos sin posibilidad de ofertar sus servicios como tal y sin poder gozar de dicha categoría con todos sus efectos.

Finance and development, revista que edita el Fondo Monetario Internacional (en adelante “FMI”, decía sobre la situación laboral de la economía colaborativa:

“La economía digital va a erosionar bruscamente la relación tradicional entre empleado y empleador”. Por lo tanto, podemos apreciar como existe una gran

preocupación en las grandes instituciones gubernamentales y financieras por el impacto de este modelo de negocio sobre la fuerza laboral”.

Es lógico y necesario una evolución de las normas laborales para poder subsumir a esta nueva forma de trabajar en una norma jurídica. Un estudio de 2015 del grupo denominado como Request for Starups nos clasifica esta fuerza laboral y nos indica cuáles son sus principales características. Este estudio se realizó en Estados Unidos y se refiere al contrato laboral 1099, que es un contrato americano que se traduciría en España por una especie de contrato de autónomo, pero su figura como tal no existe en nuestro ordenamiento jurídico.

En primer lugar tenemos que las personas que se dedican a esto son hombres, jóvenes y solteros en su gran mayoría. Por lo tanto, vemos que se dedican a esta profesión personas con capacidad de soportar dicho riesgo y una mayor tendencia al mismo. Una persona de cuyo salario dependen las condiciones de vida de más de una persona, es decir, tiene personas a su cargo (familia, por ejemplo) tiene muchas menos posibilidades de trabajar en uno de estos modelos de negocio, dado que no existe un salario mínimo y no ofrece la estabilidad necesaria para este tipo de personas.

Dicha fuerza laboral valora la flexibilidad que ofrece este empleo y la libertad para poder trabajar cuando uno quiera o lo necesite (McKinsey, 2016). La posibilidad de ser tu propio jefe y decidir cuando uno va a trabajar, es una de las principales razones por la que dicho perfil sociológico elige este tipo de trabajos. No hay que olvidar la fragilidad de muchas de estas empresas, que son de reciente creación y se enfrentan a un sector extremadamente competitivo; esto lleva a que muchas de ellas quiebren y sus empleados tengan que buscar otra vía de ingresos muchas más veces de lo que a ellos les gustaría.

Uno de los informes más importantes sobre el problema social que ha generado la economía colaborativa es el realizado por Hall y Krueger en 2015. Este informe se centra en los trabajadores de Uber de Estados Unidos, cuya forma de trabajo sin licencia si nos permitía tratar este modelo de negocio como economía colaborativa, como hemos mencionado antes. En el mencionado estudio hacen referencia a los llamados “contingent workforce” que son trabajos a tiempo parcial, estacionales en los que el empleado desconoce cuánto y cuando va a trabajar, pero ha de estar disponible para ello (Brinkley,

2013). Este modelo de contrato, se denomina en Reino Unido como “Zero Hour Contract” y no existe una figura jurídica parecida en nuestro ordenamiento. Este tipo de trabajo de según los estudios ingleses, solo representa un 1,3% del total de la población (Brinkley, 2013); dicha afirmación es respaldada por los datos de Estados Unidos (Hall et Krueger, 2015).

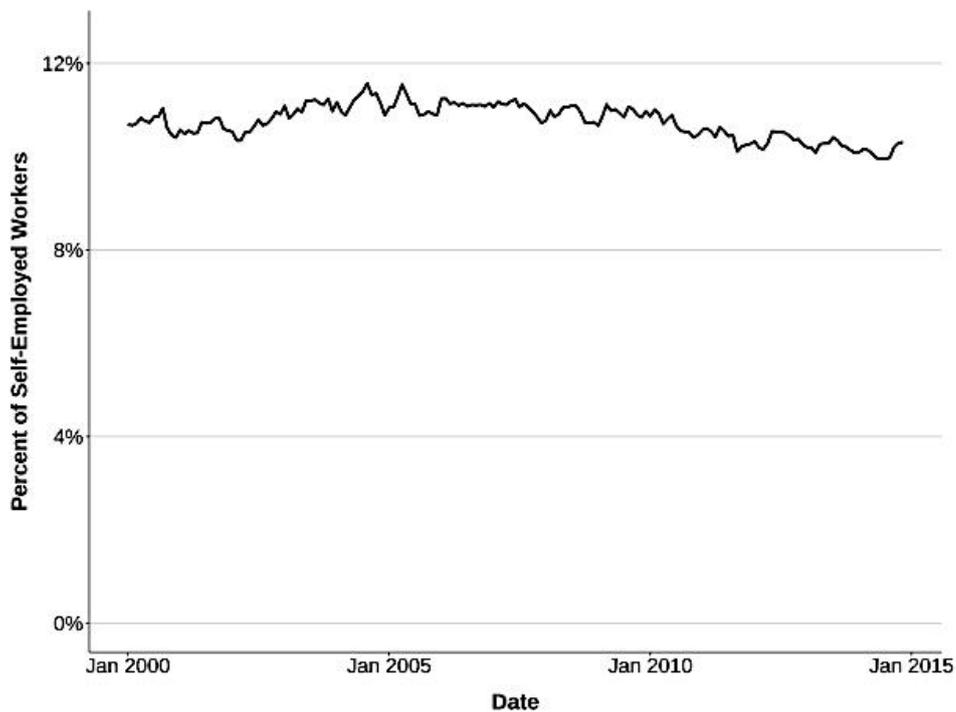


Figura 11: extraída de *An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States*, Hall y Krueger.

En el gráfico extraído del informe podemos ver como el porcentaje de gente empleada bajo este contrato no ha aumentado desde la llegada de la economía colaborativa. Dentro de dicho porcentaje, la gran mayoría de empleados se dedican a la economía colaborativa. Por lo tanto realmente hay que analizar cuál ha sido el impacto de esta nueva fuerza laboral tan distinta a la tradicional.

Pero estos estudios han sido muy criticados y se ha dicho que no son fieles a la realidad. Encontramos un estudio de la consultora Mckinsey (2016) denominado Independent

Work, sobre la situación actual de este tipo de trabajadores, que es mucho más verosímil y no ha recibido tantas críticas como el anteriormente mencionado. Dicho estudio considera que la cantidad de trabajadores que se dedican a este tipo de empleos es mucho mayor cifrándolos entre el 20% y 30% de la población activa, es decir de las personas que pueden ser empleadas. De esta manera encontramos una fuerza laboral cada vez más grande que necesita ser regulada.

Uno de los aspectos más importantes de este estudio, es el hecho de que este tipo de empleados presentan una mayor felicidad que uno que trabaja en un empleo tradicional. La independencia y la autonomía que proporcionan estos trabajos es muy apreciada de manera general. Considero que esto es extremadamente importante, mostrando que la normativa ha de conseguir regular lo bueno de la economía colaborativa y no prohibir o regular en exceso.



Figura 12: extraída del estudio de Mckinsey, *Independent Work*, 2016

El estudio nos proporciona ese gráfico que nos muestra los datos obtenidos en los diferentes informes que se han llevado a cabo de los años y, como se ha minusvalorado la importancia de este tipo de empleo

En el ámbito comunitario encontramos una agenda europea para la economía colaborativa en la cual aparecen una serie de recomendaciones para los estados miembros. Hay que recordar que los estados, de acuerdo al 143 del TFUE gozan de una competencia exclusiva en materia laboral, adoptando, por lo tanto, lo que ellos consideren necesarios. Las recomendaciones son las siguientes:

A fin de ayudar a las personas a aprovechar todo su potencial, aumentar la participación en el mercado de trabajo y fomentar la competencia, al tiempo que se garantizan una condiciones de trabajo justas y una protección social adecuada y sostenible, los Estados miembros deberían: - evaluar la adecuación de su normativa nacional en materia de empleo, considerando las diferentes necesidades de los trabajadores por cuenta propia y ajena en el mundo digital, así como la naturaleza innovadora de los modelos de empresa colaborativa; - ofrecer orientación sobre la aplicabilidad de su normativa nacional en materia de empleo a la luz de modelos laborales de la economía colaborativa.

Por lo tanto, la Unión Europea cede a los estados miembros toda responsabilidad. En dicha agenda proporciona una serie de directrices pero demasiado vagas para poder ser adoptadas por ningún estado.

En España hemos tenido una recesión extremadamente dura y ello ha llevado a que los niveles de desempleo sigan todavía especialmente altos. La tasa de desempleo juvenil es más alta que la media de Europa y, esto lleva a que muchos de ellos se acaben dedicando a este tipo de empleos. Encontramos a 12 millones de personas en España que se entienden como autónomo de los cuales, por lo menos un 32% forma parte de este modelo. Dichos números lo podemos ver en el siguiente gráfico

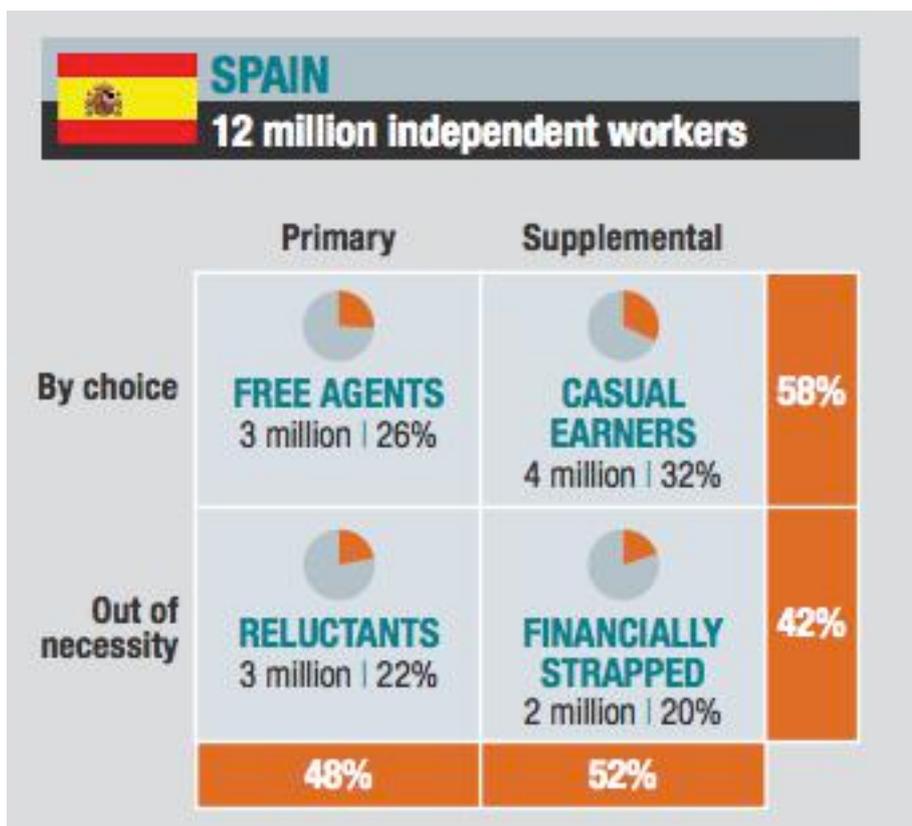


Figura 13: extraída del estudio de Mckinsey, *Independent Work*, 2016

A pesar de la importancia en número de esta fuerza laboral, no encontramos ningún futuro de cambio de regulación. Se están creando sindicatos y las protestas van en aumento, pero a nivel regulatorio no se ha llevado a cabo ningún cambio que busque dar mayor protección a esta novedosa figura laboral. Las protestas no se paran de extender y los conflictos ante los tribunales no paran de aumentar siendo necesario encontrar cuanto antes un marco jurídico para los empleados de la llamada gig economy.

Nuestro país vecino, Francia, ha sido de los pocos países capaz de actualizar su regulación introduciendo una nueva categoría de trabajadores a su regulación laboral. Ha

solucionado el problema de su carácter pendiente, desde el punto de vista económico (Ruben Agote, 2016). La regulación francesa obliga a las plataformas digitales a cierta Responsabilidad Social y considero, que es un buen modelo en el que basarse a la hora de empezar a modernizar nuestra regulación laboral

Según mi opinión, en base a la revisión de la literatura realizada, las regulaciones de los países se deberían adaptar a este nuevo modelo de negocio en cuanto a la fuerza laboral. No es necesario crear un hueco específico en el código, sino ser capaces de crear una figura que proporcione cierta seguridad jurídica a estos trabajadores temporales.

7. Impacto ambiental

Uno de los temas más candentes en la actualidad es el cuidado del medioambiente. Una empresa ha de ofrecer una imagen al exterior de cuidado y respeto al medio ambiente; su responsabilidad social corporativa (en adelante “RSC) ha de procurar que la empresa destine un porcentaje de sus ingresos a ser más sostenible y respetuosa con lo que nos rodea.

Las noticias sobre catástrofes medioambientales y el avance del cambio climático están a la orden del día y, cada vez la gente tiene una mayor conciencia ambiental y, a la hora de elegir una empresa o un producto para consumir tiene en cuenta el cuidado del medio ambiente que realiza dicha empresa. Las empresas de economía colaborativa no son excepción respecto a este fenómeno.

El crecimiento de la economía colaborativa se ha basado, en teoría, en un desarrollo sostenible con un uso eficiente de los recursos disponibles. El hecho, por ejemplo, de compartir un coche, reduce la contaminación que producimos conduciendo y muestra la conciencia medioambiental con la que se supone que han surgido estas empresas. La economía colaborativa basa su negocio en un mayor aprovechamiento de activos y, por lo tanto darle un uso óptimo a los mismos.

Podemos apreciar que la economía colaborativa ha impulsado una mayor conciencia medioambiental entre sus usuarios y, la economía tradicional está teniendo que mejorar

este aspecto como consecuencia. El dictamen del Comité Económico y Social Europeo de 2016 sobre el tema de la economía colaborativa y la autorregulación, mencionaba lo siguiente:

“Se pone de manifiesto también la creciente importancia económica de las manifestaciones de la economía colaborativa, que alcanzan ya un significativo volumen de negocios en Europa y el resto del mundo, y se destaca su dimensión social y ambiental, que contribuye a estrechar los lazos de solidaridad entre los ciudadanos, revitalizar la economía local, crear empleo, racionalizar el consumo de las familias mediante el uso compartido de determinados bienes, disminuir la huella energética y favorecer un consumo más responsable y sostenible”

Como podemos apreciar la creciente importancia de este modelo de negocio está teniendo un impacto positivo en el resto de la economía a la hora de dar una mayor importancia al cuidado del medio ambiente. En una época que destaca por el consumismo extremo, el usar y tirar, el hecho de reutilizar y aprovechar los recursos está ayudando a racionalizar en mayor medida el consumo y que este sea más sostenible con el medio ambiente.

Un ejemplo muy claro de cómo este formato de negocio puede ayudar al medioambiente, se observa con el llamado “Car pooling” que lógicamente reduce el número de coches en la carretera y por tanto las emisiones emitidas. Un estudio sobre este tema muy interesante es el que realizó “Europe Economics” que muestra cómo se reducirían las emisiones si todos compartiésemos el coche diariamente y, como lógicamente provocaría una reducción en la flota de coches, que es de 200 millones actualmente.

Blablacar nos proporciona unos datos en la página web que sustentan nuestra opinión sobre el favorable impacto positivo de la economía colaborativa. Se estima que simplemente gracias al uso de Blablacar, el año pasado se redujeron en 1.000.000 millones de toneladas las emisiones de Co2 al espacio.

Por último, la economía colaborativa parece una herramienta bastante útil para cambiar la conciencia de vendedores y consumidores y movilizarles hacia un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente.

8. Conclusión y recomendaciones

Tras realizar el presente trabajo hemos llegado a importantes conclusiones que nos permiten dar algo más de claridad sobre el fenómeno de la economía colaborativa.

En primer lugar abordamos su definición en busca de delimitar una serie de elementos esenciales dentro del fenómeno. Dichos elementos buscaban servirnos para ser capaces de diferenciar a una empresa que funciona bajo el paraguas de este modelo de negocio y, cuales no.

A través de las numerosas definiciones provistas conseguimos reunir los elementos en común en todas ellas y, ofrecer una definitiva que nos facilitase el trabajo posterior. En la búsqueda de dicha definición seguimos los pasos, principalmente de Rachel Bootsman.

Actualmente poca gente cree todavía que el modelo de negocio en Europa de Uber y Cabify pueda pertenecer a este fenómeno y, justificamos dando las razones legales y económicas suficientes dicha postura con la que estamos completamente de acuerdo.

Hemos considerado que la definición de este modelo de negocio debe centrarse en las empresas que funcionan como plataforma digitales, que son peer to peer y que sin lugar a dudas se basan en conseguir una idle capacity de los activos en cuestión. No hemos considerado el ánimo de lucro como un requisito clave a la hora de realizar la diferenciación.

Una vez obtenido, cual es realmente el concepto de economía colaborativa pasamos a analizar sus impactos, entre los que hemos encontrado muchos mitos.

La plataforma de alojamientos, Airbnb, se ha visto normalmente en el ojo del huracana, en relación a sus prácticas comercial que eran consideradas como competencia desleal. A lo largo del presente estudio hemos podido apreciar como realmente Airbnb no supone una amenaza para el sector hotelero sino más bien un muy buen futuro aliado para este sector.

El principal problema de la empresa de alojamiento radica en su relación con el mercado inmobiliario. Es necesario llevar a cabo una regulación en España que controle el alquiler turístico masivo realizado a través de la plataforma digital dado que desplaza a la población local del centro de la ciudad e impide los alquileres residencial debido a las subidas de precio.

Consideramos a lo largo del estudio llevar a cabo alguna medida similar a las que han implementado ciudades de nuestro entorno como París y Dublín. Dichas ciudades, como ya hemos mencionado anteriormente, han limitado el número de días que un particular puede alquilar turísticamente su vivienda consiguiendo poner freno a las empresas que abusaban de esta plataforma.

Posteriormente dada la situación de Uber en Europa, consideramos que a propósito de la investigación sería mucho más interesante ver el impacto económico de una empresa ejemplo de este modelo de negocio como Blablacar.

Esta compañía francesa ha sido capaz de salir de todos sus enfrentamientos judiciales sin un rasguño y victoriosa gracias a sus propias características. Hemos mostrado como la sentencia del Juzgado Mercantil de Madrid era incapaz de captar a esta plataforma dado que funciona como una verdadera red social sin buscar un verdadero ánimo de lucro. La empresa ha conseguido, gracias a su algoritmo, que sus usuarios no sean capaces de sacar rédito económico de la actividad, llegando a colaborar de manera vez entre los mismos.

La economía colaborativa contiene una serie de riesgos, que tienen que ser controlados dado que hay riesgo de exclusión social y laboral. Hemos mostrado el gran número de personas que se dedican a estos modelos de negocio y como se encuentran en una situación laboral de gran inseguridad jurídica. Los diferentes estados han de encontrar la norma que se adecue a las características de este puesto de trabajo. A lo largo del presente trabajo consideramos que la regulación francesa es la perfecta por las razones anteriormente mencionadas.

Por último vimos su impacto ambiental el cual es eminentemente positivo. La economía colaborativa está ayudando a fomentar una mayor conciencia ambiental y a reducir el consumismo brutal de nuestra sociedad actual. Sus beneficios se han podido ver

fácilmente gracias a las plataformas de compartir coche que han reducido las emisiones de gases tóxicos al espacio más en los últimos años que todas las supuestas políticas “verdes” y pactos de estado.

Hemos podido observar lo complicado que es para las organizaciones gubernamentales regular este fenómeno de manera correcta sin llegar a limitarlo de tal manera que pierda todas sus ventajas y se acabe convirtiendo en una forma más de economía tradicional. Es necesario que a nivel europeo se persiga una idea común acerca de la regulación de este fenómeno. Es necesario que a la hora de imponer una regulación esta permita a la economía colaborativa seguir creciendo. Las posturas de la CNMV y de la Unión Europea acerca de cómo regular son, según nuestra opinión, las más adecuadas para permitir su crecimiento.

A pesar de todos los efectos que hemos podido ver y analizar sobre la economía colaborativa en el presente trabajo considero que estos serían mucho más verosímiles si hubiésemos encontrado más estudios. La ausencia de datos, teniendo a las empresas de economía colaborativa casi simplemente como fuentes pone en cierta duda los resultados obtenidos dada la posibilidad de que estos solo nos muestren su cara más positiva.

Considero que las conclusiones obtenidas son una primera imagen del bien que puede hacer este modelo de negocio en la sociedad y que puede ayudar el presente trabajo a la hora de comprender este fenómeno y ver desde donde se puede regular de una manera más lógica.

La economía colaborativa es un fenómeno muy actual y, todavía no se pueden apreciar sus efectos en la sociedad con total claridad. Es necesario que se siga investigando este asunto de manera profunda dado que hay que conocer con exactitud sus ventajas y desventajas para que las instituciones gubernamentales pueden llevar a cabo una regulación adecuada. Tras lo observado en el presente trabajo, podemos concluir que la economía colaborativa tiene muchísimas ventajas y efectos positivos en la sociedad pero tiene ciertos puntos rojos que pueden derivar en grandes problemas sociales, siendo necesario controlarla en dichos aspectos.

9. Bibliografía

- Airbnb (2015), Airbnb Summer Travel Report: 2015, Online, Disponible en <http://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf>. Consultado el 20 de Febrero de 2018
- Alfonso Sanchez, R. (2016). Aproximación Jurídica a la economía colaborativa: diferentes realidades. Murcia: Universidad de Murcia, p.17.
- ALFONSO SÁNCHEZ, R.: «Capítulo quinto. La controvertida cuestión reguladora en la Economía colaborativa», AA.VV., Retos jurídicos de la economía colaborativa en un entorno digital (Dirs. ALFONSO/VALERO), Ed. Aranzadi, en prensa
- Barron, Kyle and Kung, Edward and Proserpio, Davide, The Sharing Economy and Housing Affordability: Evidence from Airbnb, 2017 disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3006832>
- Blablacar, Datos sobre la compañía, 2018, disponibles en: www.blablacar.es consultado el 1 de febrero de 2018
- Botsman, R. (2015). Defining the sharing economy disponible <https://www.fastcompany.com/3046119/defining---the---sharing---economy---what---is---collaborative---consumption---and---what---isnt> consultado el 25 de diciembre de 2017
- Botsman, R. & Rogers, R. (2010). What it's mine it's yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Business
- Calleja, D, que son las empresas Unicornio, 2015, Online disponible en <https://www.entrepreneur.com/article/268414> consultado el 4 de marzo de 2018
- Cañigual, A. (2014). Vivir mejor con menos: Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa. Barcelona: Conecta.
- Cañigual, A., Gisbert, J., Moral, L., Oliver, E., Schor, J., Valor, C. (2014). Economía en Colaboración. 01 septiembre, 2017, de Economistas sin Fronteras Sitio web:
- <http://ecosfron.org/portfolio/dossier-no-12-economia-en-colaboracion/> consultado el 3 de Febrero de 2018

- CNMC: Recomendaciones preliminares, marzo 2016. Documento disponible en https://blog.cnmc.es/wp-content/uploads/2016/05/Recomendaciones-Preliminares_blog.pdf. Consultado el 6 de Marzo de 2018
- Comisión Europea, Study on Passenger transport, 2016 ,PDF, disponible en : <https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/2016-09-26-pax-transport-taxi-hirecar-w-driver-ridesharing-final-report.pdf> Consultado el 6 de Marzo de 2018
- Comisión Europea, Agenda europea para la economía colaborativa, 2016, PDF, disponible en : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_es.htm consultado el 4 de febrero de 2018.
- Comité de las regiones, Dimensión local de la economía colaborativa, 2015, PDF, disponible en: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/index_en.htm consultado el 3 de Febrero de 2018.
- Comité Europeo de las Regiones (2017). Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones. Bruselas: Diario Oficial de la Unión [times content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_2017_185_R_0004&from=ES](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=OJ:JOC_2017_185_R_0004&from=ES) consultado el 10 de febrero de 2018
- Coyle, D, Understanding AirBnB in Fourteen European cities, 2017, PDF disponible en [:https://www.tsefr.eu/sites/default/files/TSE/documents/ChaireJIL/PolicyPapers/2016_30_12_pp_understanding_airbnb_in_14_european_cities_coyle_yeung_v.3.1.pdf](https://www.tsefr.eu/sites/default/files/TSE/documents/ChaireJIL/PolicyPapers/2016_30_12_pp_understanding_airbnb_in_14_european_cities_coyle_yeung_v.3.1.pdf) consultado el 7 de Marzo de 2018
- Cristiano Codagnone and Bertin Martens (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper 2016/01. JRC100369
- Cuestión prejudicial referida al TJUE disponible en [:http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder-Judicial/Tribunales-Superiores-de-Justicia/TSJ-Cataluna/Noticias-Judiciales-TSJ-Cataluna/El-Juzgado-Mercantil-3-de-Barcelona-plantea-cuestion-prejudicial-al-Tribunal-de-la-UE-en-relacion-al-conflicto-de-UBER](http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Poder-Judicial/Tribunales-Superiores-de-Justicia/TSJ-Cataluna/Noticias-Judiciales-TSJ-Cataluna/El-Juzgado-Mercantil-3-de-Barcelona-plantea-cuestion-prejudicial-al-Tribunal-de-la-UE-en-relacion-al-conflicto-de-UBER) consultado el 14 de Marzo de 2018
- Declaración común sobre la economía colaborativa y sus repercusiones en el ámbito del trabajo y las relaciones laborales. 2015, PDF disponible en: http://treball.gencat.cat/web/.content/13_-_consell_relacions_laborals/noticies/CRL_EconomiaCol/DECLARACION-

[COMUN-SOBRE-LA-ECONOMIA-COLABORATIVA-Y-SUS-REPERCUSIONES-EN-....pdf](#) consultado el 14 de Marzo de 2018

- Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «La economía colaborativa y la autorregulación» (Dictamen exploratorio), 2016 disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016AE0933> Consultado el 8 de marzo de 2018
- Doménech Pascual, G. (2015). La regulación de la economía colaborativa. El caso Uber contra el taxi. Ceflegal. Revista práctica de Derecho., 2015, vol. 175---176, p. 61---104.
- El país, El avión crece más del doble que el AVE para viajes por dentro de España, 2017, Online, disponible en: https://elpais.com/economia/2018/02/12/actualidad/1518428646_608556.html consultado el 11 de Marzo de 2018
- Doncel, L, Los precarios de la nueva economía digital, 2017, Online, disponible en: https://elpais.com/economia/2017/06/10/actualidad/1497093405_956188.html consultado el 25 de enero de 2018
- Ertz, M ., Durif, F . & Arcand, M . (2016) Collaborative consumption: conceptual snapshot at a buzzword . Journal of Entrepreneurship Education, 19, 2, pp . 1–23
- Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. Journal of Marketing Research.
- Extraído el 4 de enero de 2017 desde <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainmentmedia/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf> consultado el 13 de Marzo de 2018
- Eurobarometer 438: the use of collaborative platforms, march 2016, European Comission
- GanskyL.: Collaborative Economy Companies Need To Start Sharing More Value With online, disponible en: <https://www.fastcoexist.com/3038476/collaborative-economy-companies-need-to-start-sharing-more-value-with-the-people-whomake-them-valuable/> consultado el 10 de Marzo de 2018

- Goudin, P. The cost of non-europe in the sharing economy , 2016 pdf , European Parliament Research services disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU\(2016\)558777_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf) consultado el 5 de marzo de 2018
- Hall, J, Krueger, A, An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States , 2015, PDF disponible en: <https://irs.princeton.edu/sites/irs/files/An%20Analysis%20of%20the%20Labor%20Market%20for%20Uber%E2%80%99s%20Driver-Partners%20in%20the%20United%20States%20587.pdf> consultado el 13 de Marzo de 2018
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology, 67(9), 2047--2059
- Jimenez M, BlaBlaCar: "Tenemos mecanismos para evitar ánimo de lucro entre los usuarios", El país, 2016 , online disponible: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2015/10/01/tecnologia/1443721017_975881.html consultado el 10 de Marzo de 2018
- Ley 13/2002, de 21 de junio, de turismo de Cataluña, DOGC no3739, 14/10/2002
- Ley 18/2007, de 28 de diciembre, del derecho a la vivienda, DOGC no5044,09/01/2008.
- Ley 2/2014, de 27 de enero, de medidas fiscales, administrativas, financieras y del sector público, DOGC n.6551, 30/01/2014
- Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas.
- Lopez, M Cinco años de BlaBlaCar en España: estas son las cifras que manejan en nuestro país, 2016, online, disponible en: <https://www.genbeta.com/herramientas/cinco-anos-de-blablacar-en-espana-estas-son-las-cifras-que-manejan-en-nuestro-pais> consultado el 11 de Marzo de 2018
- Mckinsey Global institute, independent work: choice, necessity,and gig economy, 2016, PDF, disponible : https://www.mckinsey.com/~/_/media/McKinsey/Global%20Themes/Employment%20and%20Growth/Independent%20work%20Choice%20necessity%20and%20

- [Othe%20gig%20economy/Independent-Work-Choice-necessity-and-the-gig-economy-Full-report.ashx](#) consultado el 14 de Marzo de 2018
- Meelen, T., & Frenken, K. (2014, January 14). Stop Saying Uber Is Part Of The sharing economy. Co.Exist
 - Muñoz, R, BlaBlaCar dice que su conductor que más ganó obtuvo 3 euros en un año, 2016, ,Online, disponible en https://elpais.com/economia/2016/05/09/actualidad/1462813954_667561.html consultado el 10 de Marzo de 2018
 - M.G.P, Tendencias La economía digital y colaborativa, a debate en Sharing Madrid, 2016, Online disponible en https://retina.elpais.com/retina/2017/06/09/tendencias/1497001472_585220.html consultado el 1 de enero de 2018
 - Parlamento Europeo, La economía colaborativa y el Turismo, Septiembre 2015. PDF Disponible en: [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI\(2015\)56_8345_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI(2015)56_8345_EN.pdf) consultado el 25 de febrero de 2018.
 - PWC. Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe,2016, PDF disponible en <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2acb7619-b544-11e7-837e-01aa75ed71a1/language-en> consultado el 28 de Diciembre de 2018
 - PWC. “The sharing economy. Consumer intelligence series, 2016, PDF, disponible en: <http://www.pwc.com/us/en/industry/entertainmentmedia/publications/consumer-intelligence-series/assets/pwc-cis-sharing-economy.pdf> consultado el 25 de Febrero de 2018
 - Requests for startups (2015); 'The 2015 1099 economy workforce report' , extraído de: http://www.slate.com/blogs/moneybox/2015/05/22/1099_economy_workforce_report_why_twentysomethings_may_have_a_leg_up.html consultado el 15 de febrero de 2018
 - Rodriguez Marin, S. (2017). Modelos Colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. Madrid: Sharing España, Adigital y Fundación EY.

- Red2red, Análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro. 2016, PDF disponible en : [http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05/Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20vivendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20\(1\).pdf](http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05/Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20vivendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20(1).pdf) consultadol el 10 de febrero de 2018.
- Stephen Sheppard and Andrew Udell, (2016), Do Airbnb Properties Affect House Prices?, No 2016-03, Department of Economics Working Papers, Department of Economics, Williams College
- Schor, J. B.: «Does the Sharing Economy Increase Inequality Within the Eighty Percent?: Findings from a Qualitative Study of Platform Providers», 2016, pp. 1-41. Disponible en : http://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SharingEconomyInequality.pdf. consultado el 20 de Diciembre de 2017
- Semprún, A El auge de Blablacar amenaza el 10% del mercado del bus, el AVE y el avión, 2016, Online disponible en: <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/7710626/07/16/El-auge-de-Blablacar-amenaza-el-10-del-mercado-del-bus-el-AVE-y-el-avion.html> consultado el 11 de Marzo de 2018
- Sentencia TJUE. Asunto C-434/15 (Asociación Profesional Élite Taxi / Uber Systems Spain, S.L.) de 20 de diciembre de 2017
- Skift, Airbnb vs Hotel in 6 charts,2016, Online, disponible en: <https://skift.com/2016/05/03/state-of-travel-2016-airbnb-vs-hotel-rivals-in-6-charts/> consultado el 3 de Febrero de 2018.
- STR, Airbnb Hotel performance 2016, PDF, disponible en: http://www.str.com/Media/Default/Research/STR_AirbnbHotelPerformance.pdf consultado el 3 de Febrero de 2018.
- Walsh, B (2011). Today's Smart Choice: Don't Own. Share. Time Magazine Special
- Issue: 10 Ideas That Will Change the World. Extraído el 12 de diciembre de 2015 de http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2014). The rise of the sharing economy: imating the impact of Airbnb on the hotel industry