



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

LA ECONOMÍA COLABORATIVA: UNA PROPUESTA DE EFICIENCIA ECONÓMICA DE BASE COMPARTIDA

Autor: Esther García Hombrebueno

Director: Gloria Martín Antón

Madrid

Abril, 2018

Esther
García
Hombrebueno

**LA ECONOMÍA COLABORATIVA: UNA PROPUESTA DE EFICIENCIA ECONÓMICA DE BASE
COMPARTIDA**



ÍNDICE

1. Introducción.....	6
1.1 Propósito y contextualización	
1.2 Justificación	
1.3 Objetivos	
1.4 Metodología	
1.5 Estructura	
2. La Economía Colaborativa.....	13
2.1 ¿Qué es la Economía Colaborativa?	
2.2 Evolución de la Economía Colaborativa	
2.3 Fundamentos de la Economía Colaborativa	
2.4 Ventajas e inconvenientes del modelo colaborativo	
2.5 Teoría económica capitalista en el contexto de la economía colaborativa	
3. El modelo de negocio de la Economía Colaborativa.....	26
3.1 Relación entre Economía Colaborativa y consumo sostenible	
3.2 Emprendimiento en el sector	
3.3 Retos y oportunidades	
3.4 El valor de los datos	
3.4.1 Aplicación del sistema Big data en la plataforma Blablacar	
4. La controversia entre la regulación y la desregulación en el ámbito de la economía colaborativa.....	35
4.1 Conflictos de competencia	
4.1.1 Sector de transportes y Uber	
4.1.2 Sector de alojamiento turístico y Airbnb	
4.2 El camino hacia la regulación.	
5. Aplicaciones de la Economía Colaborativa: El caso Blablacar.....	43
5.1 Principales plataformas de economía colaborativa	
5.2 El caso Blablacar en el sector de transporte	
6. Conclusiones y recomendaciones.....	62
7. Bibliografía.....	65

Resumen:

Desde sus inicios con la crisis económica de 2008 hasta el día de hoy, la economía colaborativa ha supuesto un importante cambio en los modelos de negocio tradicionales, por cuanto se ha producido una disrupción relacionada con la manera de consumir, de emprender y de compartir los bienes y servicios. Dicho modelo se centró inicialmente en el sector del transporte y del alojamiento turístico pero actualmente la economía colaborativa se encuentra presente en todo tipo de servicios. Se trata de un modelo económico novedoso y con grandes beneficios para la sociedad, pero al mismo tiempo presenta controversias en el ámbito regulatorio y fiscal ya que no goza de una regulación propia y una tributación adaptada a las necesidades del sector.

Palabras clave: Economía colaborativa, compartir, emprendimiento, consumo, sostenibilidad, tecnología, redes sociales, bienes y servicios, regulación.

Abstract:

From its beginnings with the economic crisis of 2008 until today, the sharing economy has meant an important change in traditional business models, because there has been a disruption related to the way of consuming, of starting a business and sharing goods and services. This model was initially focused on the transport and tourism sector, but currently the sharing economy is present in all types of services. It is a new economic model and with great benefits for society. However, at the same time it presents controversies in the regulatory and fiscal field since it does not present its own regulation and its taxation adapted to the needs of the sector.

Key words: sharing economy, share, start a business, consumption, sustainability, technology, social networks, goods and services, regulation.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Propósito y contextualización

Este trabajo tiene como propósito estudiar y profundizar en la idea de economía colaborativa: qué es y cuales son las ventajas y beneficios que aporta a nuestra sociedad. Se pretende analizar la relación del modelo de negocio de economía colaborativa con la teoría económica capitalista, para así comprobar si realmente sigue persistiendo un capitalismo salvaje en la actualidad, o si por el contrario las nuevas plataformas colaborativas pueden cambiar y mejorar la sociedad y dar una nueva perspectiva.

Este estudio se materializará, obteniendo información de una de las empresas colaborativas de éxito, Blablacar, determinando el impacto legal y económico en el sector en el que opera.

Vivimos en un mundo en el que gracias a los avances tecnológicos y a la globalización se desarrolla una sociedad cada vez más inteligente e interconectada, en la que aparecen continuamente plataformas de intercambio de servicios de la Sociedad de la Información¹, las plataformas “*peer-to-peer*”, como son Airbnb (servicios de alojamiento turístico) y Blablacar (servicios de transporte).

Esta nueva sociedad está sufriendo un cambio de valores como son, la igualdad en el acceso a los bienes y servicios. Una de las utilidades de las nuevas tecnologías se encuentra en la toma de decisiones a partir de las recomendaciones y opiniones de otros usuarios, que resultan mucho más fiables que la publicidad tradicional, y por tanto, hacen más atractivos los modelos de economía colaborativa, ya que disminuyen la inseguridad al conocer de antemano cómo es el servicio y ofrecen a los emprendedores un conocimiento del mercado con sus ventajas y debilidades que les aporta una nueva forma de plantear nuevos negocios basados en las nuevas tecnologías.

¹ Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

1.2 Justificación

En los últimos diez años se ha vivido una nueva forma de consumir y ha sido necesario realizar una adaptación legislativa a un nuevo escenario global. Todo ello se ha debido a la crisis económica sufrida en 2008 a partir de la que surge la idea de economía colaborativa, es decir, un nuevo modelo económico basado en plataformas cuya función es el intercambio de servicios. Desde un punto de vista económico, este nuevo hábito de consumir y producir supone una reducción de costes de transacción y una reconstrucción de los valores económicos como la equidad y la redistribución de la riqueza a un nivel global.

Gracias a internet los consumidores pueden acceder a toda la información que necesitan para tomar decisiones a la hora de contratar los servicios de Blablacar; y este hecho supone una nueva relación entre consumidores y empresarios más cercana y personal. Esta conexión basada en la confianza, en las recomendaciones de otros usuarios y en la simetría en la información suponen el éxito de estos modelos de negocio.

Sin embargo, las empresas de economía colaborativa presentan una desventaja que es la falta de regulación, es decir, existe una indefinición legal. Pero no por ello se deben prohibir.

Asimismo, desde un punto de vista social, con este modelo de negocio de “Sharing Economy”, aparecen nuevos conceptos como son las “*smart cities*”, es decir, ciudades inteligentes, interconectadas, en las que se usan tecnologías de la información y comunicaciones para que sus servicios públicos sean más eficientes.

Aún con todo, detrás de este nuevo modelo de negocio se oculta un desafío legislativo, democrático y social, cuyo objetivo es la búsqueda de soluciones comunes y la participación ciudadana para lograr un desarrollo sostenible.

El interés por el tema viene dado igualmente por la motivación personal de la autora. Por un lado, por su condición de estudiante de Derecho y Administración y Dirección

de Empresas (ADE) y, por otro, por la participación en eventos y conferencias de desarrollo y debate sobre la Economía Colaborativa.

Como ciudadana de una sociedad inteligente cada día más interconectada puedo defender las grandes implicaciones positivas que traen consigo la Economía Colaborativa y el desafío que las nuevas tecnologías suponen a la economía tradicional, como es la apuesta por la sostenibilidad, el emprendimiento social y el apoyo por preservar el medio ambiente.

1.3 Objetivos

El objetivo general es estudiar y profundizar en la idea de la economía colaborativa, analizar el impacto de la misma como un nuevo modelo económico de base compartida, que se puede concretar en los siguientes objetivos específicos:

- Definir el concepto de economía colaborativa y conocer sus beneficios y ventajas, así como los inconvenientes de la misma. Investigar los principios y fundamentos de la economía colaborativa y su apoyo en las nuevas tecnologías y la confianza online entre sus usuarios.
- Analizar la relación del modelo económico colaborativo con la teoría económica capitalista en cuanto a la búsqueda del equilibrio para evitar un hiperconsumismo individual y lograr un economía accesible para todos los ciudadanos y así luchar por la sostenibilidad económica.
- Investigar el modelo de negocio sostenible de la economía colaborativa, el emprendimiento que surge en el sector y así identificar los retos y oportunidades de la economía colaborativa, cómo puede facilitar la participación en el mercado de todos los individuos y dar lugar a futuros modelos de negocio cuyo valor es la cesión de datos de sus usuarios.

- Analizar las posibles controversias en el ámbito legal y los casos conflictivos que pueden conllevar competencia desleal e inseguridad jurídica como es el caso de Uber (sector transporte) y Airbnb (sector de alojamiento turístico) en España.
- Estudiar los grandes éxitos de la economía colaborativa hasta este momento y su impacto en España en el sector de transporte como es Blablacar. Y así investigar si esta plataforma cumple con los requisitos para considerarse parte de la economía colaborativa.

1.4 Metodología

Con el fin de lograr los objetivos descritos en este trabajo se va a llevar a cabo una exhaustiva búsqueda de información a través de fuentes primarias y secundarias. Se parte de una investigación documental, lo que supone una revisión bibliográfica, es decir, una investigación basada en el análisis de fuentes secundarias, como son informes de instituciones privadas o públicas, artículos científicos y académicos, prensa, blogs y comunidades de usuarios en las que se apoya la economía colaborativa; ya que su desarrollo se basa en estas comunidades digitales y en los avances de la tecnologías de la comunicación.

La fuente primaria fundamental está formada por publicaciones y artículos académicos, así como informes legales, obtenidos a través de “Google Scholar” y EBSCO con acceso a bases de datos. Asimismo se ha utilizado la página “Social Science Research Network” (SSRN) para la búsqueda de artículos científicos. Las palabras clave utilizadas fueron algunas como “Sharing Economy”, “digitalización”, “tecnología”, “consumo”, “bienes” y “servicios”.

La fuente secundaria ha consistido en la realización de entrevistas en profundidad con expertos y profesionales del sector de Sharing Economy, como son, Álvaro Zamácola (Operations Manager en España y Portugal de Blablacar), Sara Rodríguez Marín (Secretaria General de Sharing España y Public Policy Manager de Adigital) y Francisco Rodríguez (Fundador de startupscolaborativas.com y conector en Ouishare).

A través de estas entrevistas se puede conocer cómo es la realidad y la situación actual de la Economía Colaborativa en España.

1.5 Estructura

Este proyecto de investigación se estructura en seis capítulos principales.

El primero de ellos es la “*Introducción*”, que contextualiza el tema que trata el proyecto y presenta el propósito, así como el interés académico y personal del tema escogido y los objetivos. En ella se explica la metodología empleada para lograr los objetivos.

El segundo capítulo, “*La Economía Colaborativa*” realiza un análisis sobre el concepto de Economía Colaborativa, su evolución desde sus inicios con la crisis económica de 2008 hasta el día de hoy, los principios sobre los que se fundamenta y las ventajas e inconvenientes que presenta. Asimismo, se analiza su relación con el capitalismo, por cuanto supone una nueva visión de la economía.

El tercer capítulo, “*El modelo de negocio de la economía colaborativa*” trata de analizar la sostenibilidad que implica la economía colaborativa, así como la falta de emprendimiento que produce la inseguridad jurídica. Igualmente, se identifican los retos y oportunidades del modelo colaborativo, así como el valor de la cesión de datos personales de los usuarios de este modelo.

El cuarto capítulo, “*La controversia entre la regulación y la desregulación en el ámbito de la economía colaborativa*”, pretende analizar las normas aplicables a la economía colaborativa, cómo es este sector legalmente y la indefinición legal que conlleva. Se estudian los supuestos de competencia desleal como son Uber y Airbnb y se analiza la necesidad de crear una regulación uniforme y adaptada a las necesidades del sector, así como la fijación de un sistema impositivo razonable, flexible y propio de las empresas colaborativas. En definitiva, se trata de realizar una interpretación económica sobre la legislación de la economía colaborativa.

El quinto capítulo, “*Aplicaciones de la Economía Colaborativa: El caso Blablacar*”, analiza los principales sectores en los que opera la economía colaborativa y como puede expandirse más allá del sector de transportes y del sector de alojamiento turístico. Por último, en este capítulo se estudiará la plataforma de éxito colaborativa BlaBlaCar a través de la entrevista realizada a un directivo de esta empresa y el estudio de su modelo de negocio y sus planes de futuro.

Finalmente, el sexto capítulo “*Conclusiones y recomendaciones*”, recoge las soluciones y las conclusiones obtenidas con la investigación del tema. Así como recomendaciones para contribuir a un mejor uso de las plataformas de la Economía Colaborativa.

Por último, se recoge la “*Bibliografía*” utilizada para la realización del proyecto y demás referencias de interés.

CAPÍTULO 2

LA ECONOMÍA COLABORATIVA

2. LA ECONOMÍA COLABORATIVA

2.1 ¿Qué es la Economía Colaborativa?

Hacer referencia a la Economía Colaborativa con una sola definición resulta inviable debido a la gran complejidad de esta rama de la economía. Por ello, lo más habitual para poder analizar con detalle este fenómeno es entender la Economía Colaborativa a través de distintas definiciones.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC, 2014), la define a través del informe de las conclusiones preliminares de la Consulta Pública sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa, que se ha puesto en marcha a finales del 2014, como: *“La economía colaborativa se considera que engloba un conjunto heterogéneo y rápidamente cambiante de modos de producción y consumo por el que los agentes comparten de forma innovadora activos, bienes o servicios infrautilizados, a cambio o no de un valor monetario, valiéndose para ello de plataformas sociales digitales y, en particular, de internet”*.

Desde el punto de vista empresarial, la economía colaborativa es, según Abel Linares, CEO de Nunkyworld²: *“Un nuevo modelo de negocio, muy disruptivo, se trata de reconocer que tenemos activos infrautilizados, bien seamos una empresa o un particular, ¿por qué no ponerlos a disposición de los demás? ¿por qué no aprovechar esos activos y obtener un rendimiento económico?[...]Hablamos de una economía social, un fenómeno nuevo que ha llegado para quedarse”*.

En el ámbito internacional, la economía colaborativa se trata de un modelo que ha emergido a partir de dos publicaciones diferentes (Gansky, 2010; Botsman y Rogers, 2010), que presentan casos en los que aparecen nuevos modelos de negocio debido a las nuevas necesidades de los consumidores ligadas al desarrollo de internet. Según Botsman y Rogers la Economía Colaborativa se puede definir como: *“una economía construida sobre redes de distribución que conecta individuos y comunidades de*

² Nunkyworld es una consultora especializada en Transformación Digital.

manera descentralizada en oposición a las instituciones económicas asentadas, transformando como producimos , consumimos, nos financiamos y aprendemos³”.

Finalmente, desde un punto de vista más amplio, la Economía Colaborativa puede comprenderse como: *“Un ecosistema socio-económico construido alrededor de compartir recursos humanos, físicos e intelectuales, lo que incluye la creación, producción, distribución, comercio y consumo compartido de bienes y servicios por diferentes personas y organizaciones a través de la tecnología peer-to-peer (P2P) y referido más al acceso y uso de recursos y activos físicos y humanos antes que el hecho de que no haya intercambio monetario”* (The people who share, 2016).

Por lo que, como bien engloban estas definiciones, la Economía Colaborativa no se trata únicamente de la puesta en común de bienes que no se utilizan, sino que también es necesario en algunos casos la producción de los mismos. En cualquier caso, se trata de un intercambio de bienes y servicios bien *online*, a través de internet o *offline* como es el intercambio de conocimientos, coches y habitaciones. Es un modelo basado en la confianza de las personas, mediante dos valores: colaboración y obtención de beneficio para todas las personas. Así como, la mejora en la eficiencia y en la optimización de los recursos disponibles para obtener así el mayor rendimiento posible.

2.2 Evolución de la Economía Colaborativa

Con la crisis económica de 2009 surge una época de incertidumbre económica, social y cultural que da lugar a una gran transformación en la forma de intercambiar bienes y servicios, así como a la necesidad de sustituir el consumo asociado al paro y a la precariedad y recorte de salarios y prestaciones.

El desarrollo de internet y las redes sociales suponen un cambio de valores a la hora de realizar prestaciones de servicios, ya que entran en juego las plataformas digitales y el sentimiento de comunidad, ya que a través de internet se comparte todo tipo de

³ Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. Londres: Collins.

servicios, conocimientos, bienes y recursos. Y es en concreto, en este cambio del sistema económico donde se puede hablar de economía colaborativa. Ya no se trata de un proceso económico individual en el que no hay relación entre los individuos, sino que se desarrollan modelos de negocio basados en la confianza entre las personas, las cuales tienen acceso a los recursos de todo el mundo, ya que se establece una distribución de poder y así se logra una igualdad de oportunidades para todos los emprendedores.

El concepto de economía colaborativa es por primera vez establecido de forma oficial por Ray Algar en su artículo “*Collaborative Consumption*” del boletín *Leisure Report* (abril 2007) en el que lo define como un cambio inevitable, propio de una sociedad conectada en la que compartir es la mejor manera de convivir.

Sin embargo, no es hasta con Rachel Botsman y su obra: “*What’s Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*” (2010) cuando se presenta realmente el consumo colaborativo como una alternativa a los modelos tradicionales. Se trata de una base de negocio que implica ahorro, en la que compartir, vender, intercambiar y alquilar productos y servicios de todo el mundo es el motor de hacer economía.

En España, la idea de consumo colaborativo se empieza a conocer entre el año 2012 y 2013, en concreto, en el sector turístico, especialmente a través de la plataforma Airbnb por medio de la cual los arrendadores pueden rentabilizar una casa o una habitación durante el tiempo que se encuentra vacía por un precio inferior al que se paga en un hotel. Sin embargo, lo cierto es que Airbnb es la explosión del modelo, pero ya existían webs de intercambio y alquiler personal anteriores como Homeaway, Owner properties o Homelidays. El concepto colaborativo ha evolucionado también a otros sectores como es el sector de transportes, Blablacar, la plataforma que une a pasajeros con un mismo destino, a través de un precio mucho más económico que cualquier otro medio de transporte. En dichos casos, que posteriormente se analizarán, ambas partes ganan. La persona que adquiere el servicio, gana en términos de gasto, al tratarse de un precio mucho más económico y simbólico. Y la parte que ofrece el servicio, puede ganar al obtener una rentabilidad por un bien o servicio no utilizado y que, gracias a este modelo

de negocio, puede desarrollar y optimizar sus recursos de forma eficiente, logrando el deseado equilibrio entre la oferta y la demanda.

Por tanto, la economía colaborativa es un modelo en constante crecimiento que como bien expresa la consultora PwC en su informe⁴ *“se trata de una revolución que cambiará nuestra forma de vivir”*.

Por lo que el proceso de innovación que trae consigo la Economía Colaborativa debe existir de forma continua tanto en la sociedad como en las empresas, que deben actualizarse constantemente y no caer en el exceso de regulación, y que la misma protege demasiado los modelos tradicionales e impide el desarrollo de los nuevos modelos de negocio, como es la Economía Colaborativa.

En definitiva, se trata de evolucionar aceptando la transformación que supone la Economía Colaborativa como una oportunidad que ha llegado para quedarse y no como una amenaza.

2.3 Fundamentos de la Economía Colaborativa

La Economía Colaborativa cuenta con unos fundamentos esenciales para su funcionamiento y desarrollo.

Entre los requisitos más importantes están:

- Acceso a todos los recursos e información posible de las plataformas colaborativas, es decir, poder conocer en todo momento el recorrido de un coche o la localización de una casa. Y así de esta manera, poder elegir la opción más adecuada económicamente y personalmente.

⁴ *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. Robert Vaughan and Raphael Daverio, PwC UK. 2016.

- Ausencia de barreras de entrada gracias a internet. Ya que al poder compartir y colaborar unos con otros se generan oportunidades para todos los emprendedores y así distribuir el poder. Se trata de recompensar a los individuos en la medida en que contribuyen, es decir, en la medida en la que colaboren.
- Existencia de oferentes y demandantes. Cada vez hay una mayor competencia en las plataformas colaborativas, ya que al tener acceso todos los oferentes y demandantes, existe más rivalidad que en el pasado.
- Equilibrio entre la oferta y la demanda, se trata de evitar un sobre exceso de demanda y de oferta en el caso de contar con una abundancia de recursos imposibles de recolocar.

Los fundamentos de la Economía Colaborativa más significativos que permiten comprenderla y consolidarla, son los siguientes:

- Las personas

La economía colaborativa está basada en las relaciones entre personas, en la confianza de las mismas a la hora de contratar un servicio. En el escenario de un modelo económico colaborativo ideal no es necesario la existencia de leyes ni contratos entre las partes, ya que ambas se necesitan y se complementan. Asimismo, el consumidor tiene un mayor poder de decisión en sus compras al tener acceso a la información del servicio que contrata. Es más, el propio consumidor, puede ser a la vez empresario, es decir, puede al mismo tiempo ofrecer un servicio, bien sea de alojamiento, registrando su vivienda en Airbnb o de transporte, ofertando las plazas libres de su vehículo para así poder compartir gastos de viaje.

- Tecnología

La conexión digital entre las personas es clave para entender la forma de operar de la Economía Colaborativa. Las plataformas digitales son los nuevos intermediarios. Asimismo es necesaria una buena conexión lo que hace que sea más accesible en las

ciudades donde está más desarrollada. Internet ha supuesto desde su inicio una revolución para la sociedad y ello se traduce también en el ámbito económico, como es la aparición del crowdfunding o la moneda digital bitcoin⁵. Es necesario también destacar el sistema de posicionamiento GPS⁶, que permite la localización de los individuos que demandan u ofrecen un servicio, por ejemplo este sistema tiene una gran importancia en los servicios de transporte. La tecnología con las aplicaciones móviles, ha marcado también una nueva forma de comercializar y contratar servicios sin necesidad de intermediarios, que da lugar a una flexibilización a la hora de contactar al no necesitar de unos horarios fijos y preestablecidos. Asimismo, gracias a Internet, los diferentes perfiles de usuarios permiten a las empresas colaborativas segmentarse y ofrecer sus actividades de manera personalizada, rápida y transparente⁷.

- Comunidad

Se trata de la participación en ecosistemas digitales, el sentimiento de pertenencia a una sociedad interconectada, cada día más avanzada, en la que se da la puesta en común de la oferta y la demanda. Un instrumento clave es el poder las redes sociales, como es el caso de Facebook, o si se busca un perfil más profesional, LinkedIn. A través de estas redes se fomenta un compromiso por parte de las personas de crear una sociedad más colaborativa, más humana en la que todos pueden participar y mostrar su opinión y preocupación, bien sea por preservar el medioambiente compartiendo vehículos que reduzcan la contaminación o poder viajar y conocer una cultura diferente gracias a que existen plataformas con precios más competitivos y accesibles para todos como es Airbnb o Homeaway.

- Confianza *online*

La economía colaborativa se basa como se ha mencionado anteriormente en la confianza de las relaciones entre personas. Es necesario que se den elementos clave

⁵ Se analizarán estos conceptos más adelante.

⁶ Global Positioning System.

⁷ *Internet, la herramienta que contribuye al auge de la economía colaborativa*. La Vanguardia. Economía. 2015.

como son la libertad, la comunidad, la seguridad y la transparencia en la información. De tal manera que los usuarios que contratan pueden elegir entre varias opciones la más adecuada, ya que todos parten de una igualdad en condiciones. Se elimina de esta manera la asimetría de información entre las partes. Las plataformas *peer-to-peer* ofrecen instrumentos para que la gente confíe unos en otros. El perfil que muestra una persona es su propia marca.

Por lo que las personas ya no solo intercambian productos de segunda mano, sino que se alojan en casas de extraños y viajan en coches de personas desconocidas. Se logra un empoderamiento de los ciudadanos para compartir, alquilar o intercambiar bienes, conocimiento, habilidades con las que crean valor para la sociedad. Esto es lo que constituye la confianza *online*, un cambio masivo y disruptivo que muestra el potencial de los ciudadanos para colaborar que nunca antes había sido experimentado.

2.4 Ventajas e inconvenientes del modelo colaborativo

Entre los principales beneficios de la economía colaborativa destaca (i) la abundancia de recursos, a los que tienen acceso todas las personas, ya que se basa en los valores fundamentales de compartir y colaborar. (ii) El ahorro, ya que se trata de precios módicos o simbólicos. (iii) El desarrollo sostenible en la medida en la que se consiga un consumo moderado, evitando así el hiperconsumo. (iv) Una mayor oferta, al promover un segundo uso de los productos y servicios, como es por ejemplo el caso de los coches. Y, (v) el beneficio medioambiental que se genera al contribuir todos los individuos a crear sostenibilidad y compartir recursos de manera óptima y rentable.

Por tanto, las personas son un elemento clave para generar un impacto positivo de la economía colaborativa, ya que tienen mucho que aportar para lograr una economía más sostenible y más humana.

Analizando más en detalle el beneficio medioambiental, se trata de tener menos coches innecesarios en circulación, menos atascos, incluso más plazas de aparcamiento. Asimismo, no solo se ayuda al medioambiente, sino que las personas también se ven

beneficiadas en cuanto a su salud, al estar expuestas a menos emisiones y disfrutar de espacios más naturales y más abiertos. Se requiere un nuevo sistema medioambiental con energías limpias y preparado para fomentar el autoconsumo para así ganar en calidad de vida y bienestar.

Se logra también un cambio en la forma de consumir, al promover la compra de productos de segunda mano a los que pueden tener acceso todas las personas y así logrando la participación de todos en el mercado, lo que enriquece mucho más al sistema. Este es el ejemplo de Wallapop, gracias a esta plataforma se ha logrado reutilizar productos con los que tanto compradores como vendedores crean valor.

Un gran impacto positivo es la nueva forma de hacer economía, fomentar proyectos de los que se obtenga no solo una rentabilidad económica, sino también una rentabilidad humana gracias a las plataformas colaborativas en las que se puede compartir el talento de las personas e ir más allá de los modelos convencionales.

Sin embargo, el modelo colaborativo también presenta inconvenientes que pueden concretarse desde dos puntos de vista:

Desde el punto de vista de la propia economía colaborativa un gran inconveniente es la falta de seguridad jurídica, es decir, la poca regulación existente sobre la materia. En España ya existe un modelo normativo muy amplio, pero a pesar de ello no existen normas que consigan regular muchas de las variantes de la Economía Colaborativa. Esa falta de regulación, y por tanto de seguridad jurídica, genera incertidumbre y provoca la aparición de problemas, lo que conlleva que estos se judicialicen. Ello supone que accedan a los tribunales únicamente las compañías de mayor tamaño que son las que pueden hacer frente y asumir los costes de los procedimientos judiciales, impidiendo que las pequeñas empresas de Economía Colaborativa puedan acceder al auxilio de los tribunales, impidiéndoles tener seguridad jurídica.

Desde la perspectiva de las personas, la principal desventaja de la Economía Colaborativa es el problema de la falta de conocimiento de la verdad que se esconde en cada caso y la necesidad de trascender de la opinión pública e ir más allá de los

titulares. Así por ejemplo, cabe mencionar al reconocido conector en Ouishare, Francisco Rodríguez⁸, quien defiende que han existido a lo largo de estos años dos grandes bulos acerca de las empresas de la economía colaborativa:

- a) El caso del “impuesto Wallapop”, por el que había que tributar por cada transacción realizada en esta plataforma de segunda mano. En teoría se debería pagar el impuesto ITP que es el que grava todas las transacciones no sujetas a IVA como es el caso de Wallapop. Lo que se presentó como una inocente consulta de un particular a Hacienda acerca de la tributación sobre empresas de segunda mano como Wallapop, se transformó en una noticia que alarmó a los medios de comunicación a fijar el “impuesto Wallapop” por parte del Gobierno. Sin embargo, no se presenta ninguna tributación cuando se trata de la compraventa de productos con escaso valor, como por ejemplo la compra de un disco de 5 euros, que en ningún caso supondrá que alguien vaya a tener una obligación con Hacienda de 20 céntimos por concepto de ITP por dicha adquisición. Bien distinto es el caso de la compra de coches a través de Wallapop por el que será necesario pagar por concepto de ITP en el supuesto que se trate de particulares o IVA cuando el bien está afecto a una actividad económica.

- b) El caso del “cierre de Uber⁹”. Cómo se analizará posteriormente en el presente trabajo, se trata de una sentencia por parte del Tribunal de Justicia de la Unión Europea¹⁰ que afecta únicamente a los servicios entre particulares de Uber POP, considerándose éstos como servicios del ámbito de transportes y no servicios de la sociedad de la información, por lo que necesitan una autorización administrativa para operar. La empresa Uber sigue actualmente operando a través de su actividad Uber X en España.

⁸ Francisco Rodríguez. Fundador de startupscolaborativas.com y conector en Ouishare. Consultor especializado en el sector colaborativo.

⁹ Uber Technologies Inc. es una empresa internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación móvil, que conecta a conductores y pasajeros. Se fundó en el año 2009, en San Francisco, Estados Unidos.

¹⁰ Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 20 de diciembre de 2017 sobre Uber y su modelo de negocio vinculado al servicio de transportes y por lo tanto bajo la regulación de la Ley de ordenación del transporte terrestre.

Por tanto se trata de casos que la mayoría de ellos están mal informados y en el momento en el que se investiga se desmonta la noticia. Esto da lugar a que no se desarrolle en España el potencial emprendimiento dentro del sector digital y colaborativo, al vivir en una sociedad donde hay miedo al riesgo y a lo desconocido. Asimismo, el ánimo confiscatorio hacia los modelos de Economía Colaborativa da lugar a la falta de emprendimiento en el sector y que las empresas no vean una oportunidad en poder dar ese lanzamiento que tanto desean y en gustar a los usuarios ya que resuelven necesidades, como Blablacar al ser el caso más claro en España o Airbnb cada vez más influyente.

Por lo que un fin claro de la economía colaborativa es evitar que las personas solo conozcan lo malo, al no contar con un conocimiento suficiente sobre los distintos sectores en los que opera el modelo colaborativo y poner fin a las barreras fiscales para emprender, ya que todas las personas tienen algo que aportar y es muy valiosa su participación en la economía y en la sociedad.

2.5 La teoría económica capitalista en el contexto de la economía colaborativa

Muchos autores defienden que debido al sentido económico que se da a las actividades en la sociedad, se ha desarrollado un capitalismo hiperconsumista salvaje que da lugar a continuas desigualdades entre los individuos.

La teoría económica capitalista se caracteriza por la posesión individual a la hora de usar un producto. “Mejor que un coche esté guardado a que otra persona lo utilice”. Y esta forma de personalizar e individualizar las cosas hace que cada vez exista una mayor infratilización de bienes.

Sin embargo, el capitalismo es lo que impera en las empresas al final, es decir, Blablacar, Airbnb o cualquier otra empresa busca maximizar el beneficio, mientras el objetivo puede ser colaborativo, el resultado empresarial no lo es. Por lo que la relación que existe hoy en día entre capitalismo y economía colaborativa es la que existe entre lo que realiza una plataforma y lo que algunas veces sucede dentro de la plataforma, que

puede limitarse a compartir gastos, altruismo, colaboración o capitalismo. Por lo que se puede decir que son empresas capitalistas que buscan un beneficio pero tienen un impacto propio del servicio subyacente creado por los propios usuarios que, por primera vez en la historia, pueden rentabilizar sus bienes, servicios y su talento gracias a estas plataformas. Inicialmente conseguir un lucro no tiene porque ser negativo, ya que al lograr ese beneficio que persiguen las plataformas profesionalizadas, éstas pueden ofrecer un buen servicio a los usuarios que tendrá un impacto positivo en la sociedad, en el medioambiente y en el nivel económico de muchas personas, ya que pueden acceder a bienes que antes no podían porque tenía que comprarlos.

Frente a este capitalismo, se da un movimiento llamado cooperativismo de plataforma. Se trata de una alternativa de gobierno y propiedad compartida que defiende que existe otra forma de crear modelos de negocio colaborativos fuera de la vía capitalista, a través de la introducción de plataformas en la economía colaborativa. Sin embargo, no hay casos con impacto positivo de esta colaboración ya que una startup necesita esa agilidad, liderazgo y poder tomar decisiones rápidamente para poder competir en igualdad de condiciones con el capitalismo.

Por tanto hay que buscar un equilibrio, ya que el capitalismo puede ser peligroso en cuanto que puede llegar a empobrecer a gran parte de la población y enriquecer a una minoría que es la que puede acceder a los recursos. Sin embargo, con la Economía Colaborativa todos pueden participar y colaborar, ya que es una economía al servicio de las personas, en la que las mismas son el centro. Asimismo, algunos autores¹¹ defienden que nunca antes una economía ha sido capaz de generar tanto beneficio con poco empleo, por lo que es un nuevo modelo de “capitalismo en transformación” provocando con ello una mayor responsabilidad social, económica y ambiental.

Para algunos autores un ejemplo claro de empresa capitalista es Wallapop, la plataforma española para la compra y venta de productos de segunda mano entre usuarios a través de internet y smartphones. Este “mercadillo digital” ha conseguido más de 2 millones de descargas haciendo la vida más fácil a las personas y permitiendo un acceso global a

¹¹ Robert Atkinson presidente de la Fundación para la Información y la Innovación Tecnológica.

los productos para todos, y no solo para una minoría. Sin embargo para otros, Wallapop responde perfectamente al modelo de plataforma colaborativa al crear valor entre los usuarios. Por lo que se puede llegar a generar un debate entorno a Wallapop y su consideración como plataforma propia de la economía colaborativa que se analizará más adelante en el presente trabajo.

Este esquema es un claro ejemplo de cómo pretende evolucionar la Economía Colaborativa y dar ese paso hacia nuevas oportunidades y mejoras para la sociedad:

VISIÓN TRADICIONAL	VISIÓN COLABORATIVA
Yo	Nosotros
Propiedad	Acceso
Global	Local
Centralización	Distribución
Competición	Colaboración
Compañía	Personas
Consumidor	Productor
Publicidad	Comunidad
Crédito	Reputación
Dinero	Valor
B2B	P2P
Hiperconsumo	Economía colaborativa

Fuente: Elaboración propia a partir de “Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa”. Cañigueral Bagó, Albert. Conecta, 2014.

CAPÍTULO 3

EL MODELO DE NEGOCIO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

3. EL MODELO DE NEGOCIO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

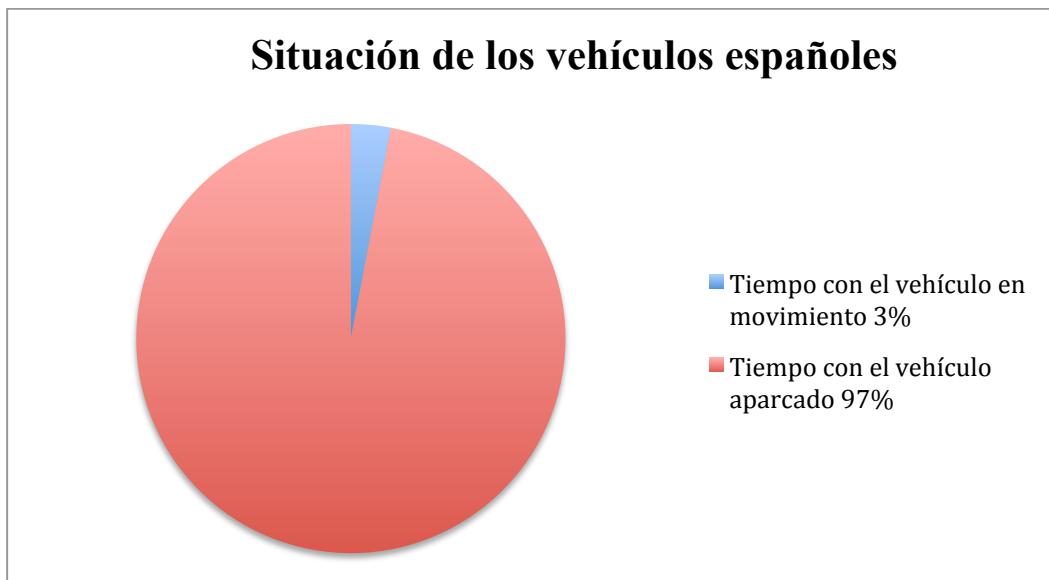
3.1 Relación entre Economía Colaborativa y consumo sostenible

La economía colaborativa, gracias a los recientes avances tecnológicos, ha podido desarrollar un modelo de negocio enfocado cada vez más hacia un consumo sostenible. Esto se ha convertido en una tendencia al alza, en parte provocado por la crisis económica pero también por la cada vez mayor preocupación y concienciación de la ciudadanía en general por la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

El sector colaborativo, por tanto, tiende a ser un modelo de negocio sostenible, que busca el uso más eficiente de los recursos, maximizando los mismos y evitando generar el mayor número de residuos que sea posible.

De esta forma, se estaría cambiando la mentalidad de consumo y adquisición de bienes, ya que gracias a la economía colaborativa ya no es necesario tener que comprar siempre una unidad nueva para poder consumir. Por ejemplo, si quiero hacer un viaje en coche, ya no necesito comprarme o tener un coche propio, dado que, a través de mi teléfono móvil y dependiendo del servicio que requiera, puedo contactar con una plataforma de coche compartido (*car sharing*). Así, si deseo ir de la Plaza de Cibeles a la Plaza de Castilla puedo tener a mi disposición un Car2go, lo que permite usar un coche que a continuación va a ser utilizado por sucesivas personas. En cambio, si se desea realizar un viaje de larga distancia, a través de la plataforma Blablacar se pone a disposición de los usuarios un vehículo con conductor que puede ser compartido con otros viajeros que deseen hacer el mismo trayecto y en la misma fecha y hora. A través de ambas opciones, se estaría evitando un hiperconsumo de coches, dado que pueden ser muchas las personas que usen y disfruten un mismo coche, sin necesidad de comprarse uno. Esto conlleva evidentes beneficios sociales y medioambientales. No en vano, conviene recordar que según el Informe “Cuentas ecológicas del Transporte” de la ONG Ecologistas en Acción (pág. 130), en el año 2014 los coches españoles permanecían aparcados de media el 97% del tiempo. Por lo tanto, es evidente que no es necesario que cada persona cuente con un vehículo de su propiedad para moverse y viajar, siendo, en

muchas ocasiones, mucho más sostenible, recomendable y saludable compartir coche mediante las citadas plataformas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de “*Cuentas ecológicas del Transporte*” de la ONG Ecologistas en Acción (pág. 130), 2014.

Por otro lado, cabe destacar que otro de los beneficios de reducir el hiperconsumo de coches radica en el ahorro de dióxido de carbono (CO₂), con la consiguiente protección del medio ambiente. Según afirma el estudio “*Second Hand Effect. El mercado de segunda mano y su efecto en el medio ambiente*” (Plataforma Vibbo, 2016), en España, en el año 2015, se ahorraron setecientas mil toneladas de CO₂ gracias a la compraventa de objetos de segunda mano. Dicha cifra equivale al tráfico total que soporta la ciudad de Madrid durante dos meses y medio.

Asimismo, es importante destacar que la economía colaborativa se basa en compartir (sharing). Con ello se ha creado un nuevo concepto centrado en la posibilidad de compartir bienes, facilitando la “experiencia de cliente”, que lo que busca es vivir experiencias cada vez más auténticas y más locales y compartirlas (Figuerola Martín, 2014).

Por tanto, la economía colaborativa está consiguiendo un gran cambio en determinados valores, especialmente aquellos relacionados con el consumo, la propiedad y la

tecnología¹². Gracias a este sector las personas pueden compartir bienes y servicios y de esta forma dar un mayor rendimiento económico a activos infrautilizados (como hemos visto en el gráfico de arriba sobre la vida de los coches) y conseguir un beneficio social gracias al acceso global a todo tipo de servicios que permite la economía colaborativa.

3.2 Emprendimiento en el sector

El emprendimiento en el sector colaborativo puede parecer algo sencillo, a lo que cualquier persona debería tener acceso, pero que en la práctica conlleva ciertas limitaciones y problemas, principalmente relacionados con la falta de seguridad jurídica que genera este campo de la economía, aún en pleno desarrollo.

Para que la economía colaborativa se desarrolle y surjan nuevas ideas y modelos de negocio que se lleven a la práctica es imprescindible que exista un mínimo de seguridad jurídica, así como cierta comprensión por parte de los poderes públicos hacia algo que es novedoso y, en muchas ocasiones, incluso rompedor. A esta falta de seguridad jurídica no ayuda las tan diversas y limitantes regulaciones que en España tiene cada Comunidad Autónoma, muchas veces absolutamente independientes e incluso contradictorias entre sí.

A pesar de que nuestro país tendría un inmenso potencial en relación con este sector, dado el nivel de desarrollo que tenemos, el turismo, la educación media, las infraestructuras, etc, lo cierto es que todas las limitaciones que hemos citado arriba conllevan que en España, en la práctica, sea complicado emprender en el sector colaborativo. Y aquí ocupa un papel importante la falta de apoyo por parte de las autoridades públicas, que impide en parte ese emprendimiento y consiguiente creación de valor.

Asimismo, en la economía colaborativa se vive una crisis reputacional que también limita las posibilidades de emprender, por los riesgos y miedos que implica. Como

¹² Artículo “Causas y origen del nuevo paradigma del consumo colaborativo en su implantación en el sector turístico español”. Figuerola Martín, Mónica. Estudios Turísticos nº 201 (tercer trimestre 2014).

ejemplos de esta crisis reputacional podemos ver los conflictos de Uber, con un especial impacto en España dada la importancia y fuerza del servicio de taxi; los impuestos a las transacciones realizadas en Wallapop; la supuesta ilegalidad de Airbnb, con su alquiler de alojamientos turísticos; o de Blablacar. Todo esto conlleva que muchos emprendedores no estén dispuestos a correr riesgos.

Por lo tanto, es evidente que en España existen plataformas pequeñas con mucho potencial, pero que no salen adelante y se estancan debido al miedo a ser calificado como un servicio o actividad ilegal. Un sector aparentemente sencillo como es el de la economía colaborativa, basado en las personas y en la confianza, se ha convertido en un camino complicado de recorrer debido a la falta de reconocimiento y cierta hostilidad desde el punto de vista legal y fiscal.

Por último, es necesario hacer referencia a las relaciones laborales dentro del sector colaborativo ya que, dada su complejidad y falta de precisión, también son una causa limitativa del emprendimiento en esta área. Así, muchas veces nos encontramos con situaciones de precariedad laboral, falta de cobertura o previsión por parte de la Seguridad Social u otras coberturas, no pago de impuestos, no cumplimiento de la normativa de protección de los consumidores, trabajos deficientemente remunerados o sobrecarga horaria para los trabajadores por su falta de regulación, etc. Todo ello hace más difícil la aparición de nuevas plataformas, dado que tendrán que tener en cuenta todas estas problemáticas.

En línea con esto se pronunció el Comité de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo mediante su informe de fecha 29 de septiembre de 2016¹³. En el mismo se trataba ampliamente la laboralidad en el sector colaborativo, destacando la necesidad de crear un marco de regulación que impulse la inversión y el acceso a la financiación, a la vez que asegure un crecimiento sostenible y un mercado laboral razonable. El informe resalta que la economía colaborativa promueve formas más flexibles de empleo, lo que implica que sea necesario crear nuevas regulaciones en derecho laboral que signifiquen que estos nuevos trabajos se basen en criterios justos y equitativos, adaptados a las

¹³ Informe dirigido al Comité de Transporte y Turismo del Parlamento Europeo, que lleva por título “*New opportunities for small transport businesses, including collaborative business models*”.

peculiares características de este sector y sin limitar la flexibilidad del mismo. Por lo tanto, del informe del Comité podemos concluir que es necesario fomentar y cuidar esa flexibilidad laboral, tan propia de este sector, al mismo tiempo que se fortalece la seguridad social y económica de los trabajadores.

3.3 Retos y oportunidades

En la situación actual de la economía colaborativa, se plantean una serie de retos, unidos a las oportunidades que ésta genera.

Su principal reto es la expansión y el crecimiento mediante el lanzamiento de nuevas plataformas o la creación de nuevas empresas dentro del sector. La mayor oportunidad, en el caso de España, estaría en el turismo y en el consumo. En cambio, en lo referente a tecnología, diseño e innovación, y a pesar de los recursos tan ricos que tenemos, España debería conseguir tener menos dependencia de las empresas extranjeras, que casi siempre nos llevan la delantera.

Ahora bien, para poder cumplir con ese reto y aprovechar las oportunidades que surgen, es imprescindible que se normalice la economía colaborativa dentro de la realidad jurídica, económica y social de nuestro país. En línea con esto, es esencial conseguir seguridad jurídica, eliminando la excesiva regulación y control por parte de los poderes públicos, cuya enrevesada burocracia limita las posibilidades de emprendimiento.

En línea con esto, las empresas de economía colaborativa deben asumir la necesidad social de pagar impuestos y de que toda su actividad se encuentre mínimamente regulada. Lo que las empresas del sector reclaman es una tributación proporcionada y justa y, a la vez, relativamente flexible y adaptable a las peculiares características de cada una de las empresas de economía colaborativa.

Asimismo, es necesario concebir una nueva visión más abierta de la economía colaborativa, que es un modelo económico novedoso que puede causar cierta inquietud, pero que es hacia donde va el futuro, siendo importante fomentar el sector y el

emprendimiento dentro del mismo. En línea con esto, es esencial ir adaptando el ordenamiento jurídico y las normativas a la realidad económica actual, en la que la economía colaborativa ocupa cada día un papel más importante.

La ciudadanía ha de ir siendo consciente de que economía colaborativa es mucho más que Uber, Airbnb, Wallapop o Blablacar, pudiendo llegar a todos los sectores y no sólo a los de transporte y alojamiento, con los beneficios que ello conllevaría al hacer esos sectores, mediante su intervención, más eficientes y operativos. De hecho, a día de hoy, ya existen multitud de pequeñas empresas de economía colaborativa, aún desconocidas para la inmensa mayoría, pero presentes en casi todos los ámbitos de la sociedad.

3.4 El valor de los datos

Uno de los grandes valores que poseen las plataformas de la economía colaborativa es la captación de datos de sus usuarios.

En primer lugar es necesario resaltar que la economía colaborativa se ha desarrollado gracias a la evolución digital. Uno de los principios anteriormente mencionados del modelo colaborativa es la tecnología, en concreto las TIC¹⁴ (Internet, smartphones, redes sociales). Con la aparición de la comunidad virtual se ha evolucionado al concepto Web 2.0 o Web Social, la red sobre la que se desarrollan las plataformas de los servicios *peer-to-peer*, así como los blogs en los que se intercambian información y opiniones sobre este sector colaborativo. Estas tecnologías permiten el desarrollo del comercio electrónico y de las operaciones entre particulares sin intermediación alguna. Por lo que permiten una conexión directa entre los usuarios y una forma más rápida, sencilla y eficiente de realizar una transacción o contratar un servicio.

Por tanto, toda esta información es utilizada por aplicaciones como Facebook o Whatsapp, en las que se accede de manera gratuita pero pagando un precio en especie, y es con los datos que los usuarios ceden a estas plataformas. Asimismo, es necesario

¹⁴ Tecnologías de la Información y la comunicación.

analizar la posibilidad de aplicar estos datos al análisis de Big Data, que es un sistema informático que almacena datos personales e información de miles de personas. Según el informe de la compañía Mckinsey¹⁵, “*un buen uso del sistema Big Data puede lograr una mayor eficiencia a la hora de controlar y reducir el fraude fiscal y de esta manera conseguir una información transparente y clara sobre las operaciones en todos los sectores*”, especialmente en las plataformas colaborativas, como es el caso de Wallapop, al poder controlar los datos de la venta de los productos y los usuarios.

De esta manera, además de controlar con los datos de los usuarios el buen fin de las operaciones en el sector colaborativo, la recopilación de información permite desarrollar estrategias para innovar, competir y captar el comportamiento de los usuarios a través de algoritmos.

3.4.1 Aplicación del sistema Big Data en la plataforma Blablacar

Blablacar es un ejemplo de plataforma colaborativa que utiliza la información recolectada de sus usuarios para segmentar la oferta de sus servicios cada vez más personalizados.

Este mismo año, Blablacar ha lanzado un nuevo sistema de búsqueda de viajes que permite que los pasajeros pueden elegir los puntos exactos de salida y de llegada y de esta manera facilitar la conexión entre los usuarios. Anteriormente, los usuarios de Blablacar establecían como puntos de salida y de llegada el centro de las ciudades, para así fomentar los viajes compartidos. Pero gracias a este nuevo algoritmo, ya se podrán definir los puntos exactos del viaje y así facilitando la libertad de elección a los usuarios.

Asimismo, la compañía demuestra que sigue un modelo eficiente mejorando las conexiones en sus viajes. Ya que prevé el lanzamiento de otro nuevo algoritmo para conectar de forma instantánea las peticiones de los pasajeros con los conductores. Un

¹⁵ *Big Data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*. Mckinsey Global Institute. 2011.

ejemplo de ello, como bien explica Álvaro Zamácola¹⁶, “*se trata de la necesidad de llegar a destinos con dificultades de conexión. Por ejemplo, si un viajero que se encuentra en La Carolina, un pueblo de Jaén al que llegan unos 200 Blablacar, quiere viajar a Madrid, con el nuevo algoritmo, se enviará el mensaje al conductor que viaje Jaén-Madrid o Granada-Madrid para que se pueda sumar el pasajero a su ruta.*” Por tanto, si los pasajeros desean ir a La Carolina el precio se les calcula en función de la distancia, y así se recomiendan viajes que no estaban programados para el lugar concreto pero que pasan cerca del destino, y de esta manera se consigue multiplicar la oferta, ya que hay más posibilidades para el conductor de llenar el coche.

Por lo que la aplicación de algoritmos beneficiará tanto a pasajeros que encontrarán más opciones de viajes como a conductores, que podrán tener más oportunidades para compartir gastos.

¹⁶ Álvaro Zamácola es Operations Manager in Spain & Portugal en Blablacar Madrid.

CAPÍTULO 4

LA CONTROVERSIA ENTRE LA REGULACIÓN Y DESREGULACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

4. LA CONTROVERSIA ENTRE LA REGULACIÓN Y DESREGULACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA

4.1 Conflictos de competencia

Es muy común cuando se habla de economía colaborativa asociarla a casos de conflicto de competencia o “competencia desleal” hacia los sectores tradicionales. Los casos de competencia desleal más polémicos que han tenido lugar en España en el panorama colaborativo, han sido con dos grandes plataformas como son Uber (transporte) y Airbnb (alojamiento turístico).

En primer lugar, es necesario mencionar que se entiende por competencia desleal. De conformidad con el artículo 4 de la Ley de Competencia Desleal¹⁷: *“Se reputa desleal todo comportamiento que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe. En las relaciones con consumidores y usuarios se entenderá contrario a las exigencias de la buena fe el comportamiento de un empresario o profesional contrario a la diligencia profesional, entendida ésta como el nivel de competencia y cuidados especiales que cabe esperar de un empresario conforme a las prácticas honestas del mercado, que distorsione o pueda distorsionar de manera significativa el comportamiento económico del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores”*.

4.1.1 El sector de transportes y Uber

Como se ha expuesto anteriormente, Uber es una empresa internacional que proporciona a sus clientes una red de transporte privado, a través de su software de aplicación móvil, que conecta a conductores y pasajeros. En España el supuesto conflictivo surgió con Uber POP.

¹⁷ Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal. Publicado en BOE núm.10, de 11 de enero de 1991.

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea¹⁸, en contestación a la demanda interpuesta por la *Asociación Profesional Élite Taxi*¹⁹ en 2014, dictó sentencia el 20 de diciembre de 2017 en relación al servicio Uber POP²⁰, mediante el que particulares ofrecen servicios de transporte urbano utilizando su propio vehículo, sin necesidad de licencia, ateniéndose al artículo 56 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), por el principio de libertad de prestación de servicios. En esta sentencia, el TJUE considera a Uber POP un servicio de transporte, por lo que debe adaptarse a estos servicios en los que sí se requiere una licencia administrativa para operar (artículo 58 TFUE). Sin embargo, esta sentencia no afecta a la actividad actual de Uber X en España en la que los conductores profesionales cuentan con autorizaciones VTC²¹.

Por tanto, la sentencia del TJUE sobre el caso Uber, más precisamente Uber Pop, se debe en parte a la competencia que ha supuesto para el sector del taxi la aparición de esta nueva plataforma por la que ha visto en peligro su actividad. Los taxistas consideran las prácticas de Uber POP como engañosas, lo que supondría una competencia desleal que debería ser frenada. Sin embargo, es necesario buscar un equilibrio, ya que la otra cara de la moneda sería un sistema monopolístico del taxi que inhabilita a los ciudadanos a innovar y aprovechar las oportunidades que ofrecen los servicios de la Economía Colaborativa que lucha por el interés general y no por proteger los privilegios de un sola asociación.

4.1.2 Sector turístico y Airbnb

La plataforma Airbnb²² actúa bajo los principios y fundamentos de la economía colaborativa anteriormente descritos, ya que conecta a propietarios de alojamientos que

¹⁸ En adelante, TJUE.

¹⁹ Asociación profesional de taxistas de Barcelona que interpone una demanda ante el Juzgado de lo Mercantil nº 3 de Barcelona.

²⁰ Sentencia del Tribunal de Justicia (Gran Sala) de 20 de diciembre de 2017 en el asunto C-434/15.

²¹ Autorización para ejercer la actividad de arrendamiento de vehículos de motor con conductor y aprobación de modificaciones relativas a la misma. Comunidad de Madrid.

²² Airbnb fue fundada por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en 2008. Sede en San Francisco, CA, Estados Unidos.

desean alquilarlos con personas que desean vivir una experiencia distinta y de forma accesible, creando valor entre ellos.

Gracias a Airbnb, muchas personas que no podían viajar alojándose en un hotel o que deseen experimentar una nueva forma de conocer lugares distintos, pueden ahora acceder a dichos servicios a través de esta empresa. Asimismo, también consiguen beneficiarse del uso de la plataforma los propietarios de segundas viviendas que se encuentran sin utilizar y las ofrecen en la aplicación y así pueden obtener una renta. De esta forma, cualquier persona puede ofrecer su casa y ser por un tiempo hotelero o empresario. Sin embargo, esto ha generado diferentes problemas, ya que estos arrendamientos pueden implicar economía sumergida²³.

El conflicto con Airbnb surge porque el negocio de esta plataforma entra en contradicción con el negocio hotelero, que tanta fuerza tiene en España. La principal causa de oposición de los hoteles radica en que consideran que este tipo de plataformas no son exactamente empresas de economía colaborativa, si no que lo que hacen es alquilar viviendas de forma temporal para obtener un beneficio, pero sin pagar los impuestos exigidos a la actividad hotelera y con una evidente competencia desleal. Dichas acusaciones y argumentos se pueden comprobar de forma extensa en el informe elaborado en junio de 2015 por EY, a petición de la patronal de empresas turísticas Exceltur, titulado “*Alojamientos turísticos en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados*”.

El reciente Real Decreto del Ministerio de Hacienda y Función Pública sobre las plataformas de viviendas turísticas²⁴ ha introducido nuevas obligaciones de información para este tipo de plataformas que intermedian en el arrendamiento de viviendas con fines turísticos. En concreto, a partir de la entrada en vigor de esta norma se exige a

²³ Conjunto de actividades económicas no declaradas que escapan del control de la Administración y de las estadísticas oficiales. Se encuentra fuera de la legalidad fiscal, laboral y de la Seguridad Social. Se presenta especialmente en actividades ilícitas o en el ámbito del trabajador individual (Diccionario de Expansión).

²⁴ Real Decreto 1.070/2017, de 29 de diciembre, por el que se modifican el Reglamento General de las actuaciones y los procedimientos de gestión e inspección tributaria y de desarrollo de las normas comunes de los procedimientos de aplicación de los tributos, aprobado por el Real Decreto 1.065/2007, de 27 de julio, y el Real Decreto 1.676/2009, de 13 de noviembre, por el que se regula el Consejo para la Defensa del Contribuyente.

estas empresas que proporcionen a la Agencia Tributaria información sobre sus usuarios para evitar cualquier tipo de fraude fiscal. Dicha información va referida tanto a datos personales de los usuarios como a duración del alquiler, importe, naturaleza o referencias catastrales.

Las empresas del sector colaborativo ya han criticado dicho Real Decreto, considerándolo una barrera al mercado y desincentivador de la innovación y el emprendimiento, ya que entienden que las exigencias introducidas son contrarias a la normativa estatal y comunitaria, en concreto a los principios de libre mercado que rigen en toda la Unión Europea, y limitan de forma grave la libre prestación de esos servicios de alojamiento.

Según la compañía Adigital (2017) estas obligaciones son contrarias a la normativa que se aplica a las plataformas digitales de alojamientos turísticos como prestadores de servicios de conformidad con la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico y la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD)²⁵.

Tras analizar estos dos casos de Uber y Airbnb cabe plantearse la duda de si realmente pueden considerarse parte de la economía colaborativa o, por el contrario, tratarse de economía sumergida, ya que estos conflictos entre sectores señalan una muestra de inquietud por el ánimo de lucro que pueden caracterizar a estas plataformas, ya que no hay un intercambio a través del que se cree valor.

4.2 El camino hacia la regulación

Cuando se trata de hablar del marco regulatorio de la economía colaborativa es relevante valorar la necesidad de que exista una normativa ajustada y específica de esta actividad. Las plataformas colaborativas se encuentran sujetas a la Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, por lo que no se puede comparar un modelo económico tradicional con sus implicaciones fiscales y legales,

²⁵ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

con la economía colaborativa que presenta un modelo disruptivo (que supone el intercambio de bienes y servicios infrautilizados a través de plataformas digitales).

Es evidente que España necesita una regulación inteligente de estos negocios disruptivos, que asegure la competitividad y, asimismo, proteja la economía colaborativa. En esta línea se ha pronunciado el director general de Adigital, José Luis Zimmermann (Congreso Sharing Madrid, junio, 2017) reclamando la creación de *“un entorno simple, transparente, claro y predecible para los negocios y la ciudadanía, que se mantenga en el tiempo mientras aparecen soluciones a los desafíos que van surgiendo”*.

Asimismo, el Dictamen ECON-VI/016 del Comité Europeo de las Regiones²⁶ de 8 de diciembre de 2016, considera necesario la existencia de un marco normativo común que sirva de orientación y directriz para todos los Estados de la Unión Europea, así como para sus entes locales y regionales.

A pesar de que la Comisión Europea publicó el 2 de junio de 2016 la “Agenda Europea para la Economía Colaborativa”, el Comité Europeo de las Regiones considera incompleta esta respuesta a las necesidades regulatorias del sector colaborativo y se posiciona a favor de que la Comisión Europea establezca un marco regulatorio para estas empresas. Esta pretendida regulación conseguiría armonizar la normativa de todos los estados miembros, con las consiguientes ventajas de seguridad jurídica, si bien debe velar por mantener la flexibilidad tan propia de este sector, evitando la excesiva regulación que limite el emprendimiento.

Como ya se ha hecho referencia, la economía colaborativa adolece de una importante falta de regulación en los estados de la UE. Es por ello que la Comisión Europea decidió publicar la Agenda a la que nos hemos referido anteriormente, consistente en una serie de recomendaciones dirigidas a cada país para que adecúen sus normativas nacionales a las necesidades de las empresas colaborativas. Cabe destacar el interés de la Comisión en proteger al consumidor colaborativo, dada la asimetría de información existente y la

²⁶ Dictamen sobre la “Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones”. Diciembre, 2016.

necesidad de incrementar y garantizar la confianza de los consumidores. Asimismo, se hacen una serie de recomendaciones sobre la legislación laboral, tendentes a adaptarse a las nuevas necesidades y a las condiciones de los trabajadores de este sector. En el ámbito nacional, a través de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC, 2016) y la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), se insta también a que se lleven a cabo reformas y medidas para no frenar el desarrollo del modelo colaborativo por medio de una regulación excesiva y de normas obsoletas.

Una de las revoluciones de la era colaborativa que puede afectar al ordenamiento jurídico español es el actual auge de la red disruptiva blockchain. A través de esta tecnología desaparecerá la intermediación de profesionales públicos como jueces o notarios en los contratos con los “smart contracts” en los que prima la confianza entre las partes y el pago electrónico y en las que las transferencias se realizan automáticamente. Por tanto, se trata de una tecnología revolucionaria, más rápida, eficaz y directa que cambiará la forma de hacer negocios y de combatir el fraude.

Otra de las problemáticas regulatorias que plantea el sector colaborativo es el de la tributación. La fiscalidad es uno de los principales retos para el desarrollo de estas empresas, dado que la excesiva carga de obligaciones fiscales puede acabar siendo una barrera importante para la creación de las mismas.

La Comisión Europea, en su “Agenda Europea para la Economía Colaborativa” 2016, a la que nos hemos referido anteriormente, animaba a los estados miembros a simplificar y clarificar la aplicación de normas fiscales en la economía colaborativa, previendo unas obligaciones proporcionadas y equitativas y aumentando la sensibilidad sobre las obligaciones fiscales a este sector.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que en el ordenamiento nacional se han desarrollado diversas obligaciones fiscales que no tienen en cuenta las peculiares características de las empresas colaborativas. En este punto conviene remitirse al punto 4.1.2 de este trabajo donde ya hicimos referencia al reciente Real Decreto aprobado por el Ministerio de Hacienda mediante el que se exige a las distintas plataformas de

alquiler de pisos turísticos una serie de datos respecto a las operaciones que realizan. La problemática surge cuando se exigen datos de los que las plataformas, por su configuración y modelo de negocio, no pueden disponer o son injustificados.

Por tanto, es fundamental que en España los poderes públicos asuman la importancia de fijar una tributación razonable y justa, adaptada a la flexibilidad y necesidades de la economía colaborativa, sin crear barreras innecesarias y adicionales que dificulten el desarrollo empresarial y el acceso de los ciudadanos a mejores ofertas de servicios. Las empresas de economía colaborativa desean operar con plena seguridad en el tráfico jurídico y pagar los impuestos que les correspondan, pero éstos han de ser proporcionados y justos, adaptados a las características de los diferentes actores que intervienen en este sector.

CAPÍTULO 5

APLICACIONES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: EL CASO BLABLACAR

5. APLICACIONES DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA: EL CASO BLABLACAR

5.1 Las principales plataformas colaborativas

La Economía Colaborativa es un nuevo modelo que ha calado en muchos sectores, no únicamente en el sector de transportes y de alojamiento, sino que va más allá, y ofrece una nueva visión en el transporte por carretera, alojamiento, experiencias gastronómicas, educación, finanzas o incluso en la aviación comercial²⁷. Estos sectores han podido evolucionar gracias a la aparición de webs especializadas que ponen en contacto particulares que ofrecen servicios (alojamiento, educación, coches, conocimiento...) con viajeros que obtienen lo que desean de una manera rápida, barata y eficiente. El nuevo turista quiere compartir, no poseer, éste es el lema bajo que el que viajan los *millennials*²⁸, para vivir experiencias.

De esta manera, los consumidores e individuos de la sociedad colaborativa son los nuevos creadores, los nuevos hoteleros, financieros, es decir, los nuevos empresarios.

A continuación se exponen los diferentes sectores en los que destaca la presencia de la Economía Colaborativa y sobre todo cómo ha alcanzado su auge en el sector del turismo, ya que es una actividad económica muy sensible a las nuevas tendencias y según los datos de ONTSI²⁹ estas actividades son las que mayor presencia tienen en el comercio electrónico, en concreto un 12%.

- La economía colaborativa en el sector de transportes y movilidad urbana

El principal referente de este sector de transportes, también llamado sector de movilidad compartida, es Blablacar, que se estudiará más adelante en el presente trabajo, ya que

²⁷ Compañías como AirPooler permiten compartir un avión privado con un piloto que fije una ruta. Aunque, la Administración Federal de Aviación estadounidense ha prohibido este tipo de colaboración.

²⁸ La palabra millennial es un anglicismo que hace referencia a la generación de jóvenes nacidos entre el año 1980 y 2000 (edad entre 17 y 37 años), denominados también generación “Y” por su gran interés en la tecnología.

²⁹ Observatorio Nacional de Tecnología y Sistemas de Información.

debido a su éxito y polémica se le dedicará un epígrafe a parte. Blablacar como se analizará posteriormente surge en Francia por la necesidad de cubrir plazas de vehículos vacíos que no desarrollaban su máximo potencial en la carretera a la hora de realizar un viaje, “*Conectamos conductores con pasajeros para compartir coche*”. Una plataforma para compartir trayectos en coche similar a Blablacar es Carpooling.es que opera en toda Europa y presta un especial cuidado a generar confianza entre los usuarios a través de un sistema de identidad digital verificada, obteniendo los datos de los mismos, así como la reputación personal por medio de las recomendaciones y opiniones de los pasajeros.

Para compartir coches también surge lo que es el concepto de Carsharing³⁰, a través del cual las empresas ofrecen estos servicios de “sharing”, por las que los usuarios solamente pagan por el uso del vehículo, incluyéndose el seguro en dicho precio. Se puede realizar entre particulares y con empresas como es el caso de Madrid con RespiroMadrid o BlueMove. Una de las ventajas de estos modelos es la accesibilidad que ofrecen a las personas de poder usar un coche de manera económica y eficiente, en lugar de tener que comprarlo. Asimismo el uso de un coche de carsharing elimina de la circulación entre 10 y 20 coches de uso privado, creando así una reacción positiva hacia el medioambiente y reduciendo las emisiones nocivas de CO2 que producen.

Respecto al alquiler de coches entre particulares, también llamado Carsharing P2P³¹, surge con la idea de obtener una rentabilidad y maximizar el potencial de un vehículo mientras no se utiliza. El ejemplo pionero en España es SocialCar. Esta plataforma conecta a las personas dispuestas a contratar el servicio a través de un mensaje al propietario del coche para que éste pueda aceptar o rechazar la petición. Por lo que la confianza por medio de un perfil completo, así como las opiniones y comentarios positivos son clave a la hora de poner en contacto al propietario del vehículo y al conductor.

Asimismo, estos servicios enriquecen las relaciones humanas, al generar la confianza

³⁰ Carsharing es el anglicismo que se utiliza para las empresas que gestionan coches que se pueden alquilar por un tiempo determinado de manera eficiente y accesible.

³¹ P2P: peer to peer (de igual a igual).

anteriormente mencionada y el compromiso entre las partes, así como un sentimiento de amistad. A pesar de la comisión del 15% que obtiene SocialCar, para los usuarios es rentable al poder cubrirse del seguro que ofrecen, poder elegir el modelo de coche que más se adapte a sus necesidades, como por ejemplo, coches para personas con movilidad reducida y contar con un perfil positivo a la hora de contratar. Como bien expone Mar Alarcón, fundadora de SocialCar, *“los usuarios satisfechos son el mejor marketing posible para las plataformas de consumo colaborativo”*.

Sin embargo, los vehículos no son el único caso de modelo colaborativo en el sector. Destaca el sistema de las bicicletas con Bicing³² en Barcelona que tiene un coste anual por debajo de 50 euros e incluye un seguro de accidentes. Bicing proporciona acceso a más de 3.000 bicicletas en toda la ciudad por un coste relativamente bajo y una eficiencia única, ya que en lugar de comprar el producto, se obtiene el servicio de una empresa con la que los usuarios acceden a la bicicleta en el momento que la necesitan. En Madrid también existe BiciMAD³³ que son bicicletas eléctricas, propiedad del Ayuntamiento de Madrid. Para su uso es necesario previamente registrarse en la web y así obtener la tarjeta de abonado con una tarifa anual para usuarios habituales de 15 euros.

Por lo que el objetivo de estas empresas colaborativas es lograr una movilidad sostenible, a través del uso racional del coche, permitiendo generar un ahorro tanto para los conductores, propietarios del coche como para los pasajeros. Asimismo, reducen el tráfico en las grandes ciudades y la emisión de CO2 y al mismo tiempo crean lazos de unión entre las personas, logrando compartir servicios de una forma más humana.

- La economía colaborativa en el sector de alojamiento turístico

Antes de tratar las plataformas colaborativas de alojamiento, es necesario tener en cuenta que el concepto de viajar ha evolucionado y nada tiene que ver con el pasado. A

³² Sistema de bicicleta pública compartida en Barcelona que opera desde 2007.

³³ Sistema de alquiler público de bicicletas eléctricas en la ciudad de Madrid, inaugurado el 23 de junio de 2014. Para pagar la tarifa de 15 euros es necesario ser usuario habitual y disponer de la tarjeta de transporte público del Consorcio Regional de Transportes, sino en caso contrario se pagará una tarifa anual de 25 euros.

día de hoy, se busca economizar los viajes y vivir experiencias tanto culturales como humanas. Por lo que a la hora de localizar un destino, un alojamiento acorde a las necesidades del viaje y que supere las expectativas es esencial.

Airbnb³⁴ se corona como el modelo más importante del sector colaborativo turístico. Esta plataforma además de resolver el problema y necesidad de alojamiento (la idea nació por una necesidad de pagar el alquiler de su piso), permite la posibilidad de que los huéspedes y anfitriones creen relaciones personales interculturales. Sus fundadores son diseñadores y este es el motivo por el que la plataforma cuida detalles de logística y de calidad para que los usuarios puedan vivir una experiencia exclusiva en las diferentes estancias tan variadas como pueden ser casas en un árbol, iglús, castillos, barcos... Asimismo, ofrece un servicio único de atención al cliente 24 horas y un seguro durante el alquiler³⁵.

España, en concreto Barcelona y Madrid, es el tercer destino más importante para Airbnb después de Estados Unidos y de Francia. Sin embargo, la regulación y la administración española no favorece la expansión de esta empresa, sino todo lo contrario, persigue frenar esta actividad a través de la exigencia de licencias y del pago de impuestos debido a los conflictos que presenta con los hoteles constituyendo una amenaza para los mismos. Ante esta falta de apoyo a la actividad, los anfitriones también reivindican sus derechos para usar la plataforma a través del grupo Peers³⁶ en Madrid, en el que los anfitriones de Airbnb discuten la situación actual del Decreto de Viviendas de Uso Turístico, aprobado el 10 de julio de 2014³⁷ que posteriormente se analizará en el ámbito regulatorio.

Aún con todo, tras un estudio del modelo de negocio de Airbnb se puede concluir:

³⁴ Airbnb fue fundada por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en 2008. Sede en San Francisco, CA, Estados Unidos.

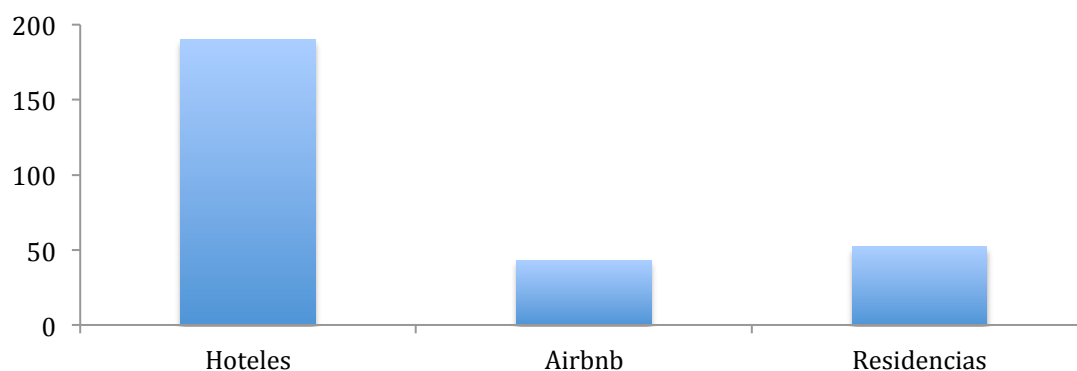
³⁵ Por estos servicios se carga una comisión a los clientes del 6% al 12%. Mientras que a los anfitriones una comisión del 3%.

³⁶ Madrid Peers: Ciudadanos por la economía colaborativa P2P.

³⁷ Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno por el que se modifica el Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid.

- La mayoría de los huéspedes de Airbnb en Barcelona tiene formación superior y busca la experiencia de “vivir como un local”.
- La media de huéspedes de Airbnb tiene una media de edad de 36 años
- El 53% de los anfitriones confirman que gracias a los ingresos obtenidos por el uso de la plataforma Airbnb, pueden pagar gastos de hipoteca.
- Con Airbnb se reafirma el compromiso ecológico, ya que según la empresa CleantechGroup³⁸ los huéspedes gastan un 78% de energía menos que en un hotel, y con el uso de la plataforma para viajar se reduce el consumo de agua y la emisión de gases, así como una producción de residuos menor.

Comparación del gasto de energía de una noche en un hotel y en Airbnb en Europa



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de “*Environmental Impacts of Home Sharing: Phase 1 Report.*” 2014. CleantechGroup (CTG).

Asimismo, la confianza y la seguridad es clave a la hora de contratar con estas plataformas colaborativas de alojamiento, y Airbnb lo tiene muy claro. La empresa cuenta con un sistema de evaluaciones para conocer la experiencia de otros usuarios anteriores y así marcar la reputación de cada anfitrión y huésped que es uno de los valores más importantes de la economía digital. Por lo que se verifican los datos personales de los usuarios, así como otros documentos como el carnet de identidad de los mismos que aporta seguridad al conocer quien realiza el intercambio.

³⁸ “*Environmental Impacts of Home Sharing: Phase 1 Report.*” 2014. CleantechGroup (CTG) es una empresa fundada en 2002, Estados Unidos, con la misión de velar por las empresas y el cuidado medioambiental.

El sistema de pago en Airbnb funciona de la siguiente manera: se retiene el pago del huésped hasta 24 horas después de la llegada para asegurar que los huéspedes están satisfechos con el alojamiento y así poder defender la política de cancelación de los anfitriones antes de materializar el pago. Además, esta plataforma ofrece a los usuarios una garantía de hasta 35.000 euros que cubre la propiedad en caso de pérdidas o daños por robo.

Además de Airbnb, existen otras alternativas como Homeaway³⁹ y Spainholiday⁴⁰. Homeaway ofrece un servicio muy similar a Airbnb enfocado al ámbito vacacional, pero mucho más ampliado, al ser más conocida en Estados Unidos. Se trata de una plataforma que no ostenta ningún poder de representación de los propietarios, pero que presta un servicio de promoción de las casas de los mismos y sus servicios se limitan a la mera publicación de anuncios. Homeaway cobra una suscripción temporal por la publicación de los anuncios o una comisión sobre la renta obtenida por los propietarios. Sin embargo, mientras que Airbnb presenta un perfil más turístico y urbano, con la posibilidad de alquilar de estancias o habitaciones conviviendo con el propietario⁴¹, Homeaway tiene una cultura más vacacional ofreciendo casas completas y hogares que pueden llegar a ser la escapada perfecta para romper con la rutina que pueden llegar a causar los hoteles con su horario preestablecido. En cuanto a Spainholiday, la empresa española de alquiler de casas vacacionales online, opera en toda España y desde el inicio ha sabido ver el enorme potencial de negocio que es el turismo en España y la riqueza que representa tanto para los viajeros nacionales como para el turismo internacional.

Por lo que las plataformas colaborativas de alojamiento turístico ofrecen grandes ventajas como son:

- Un precio más competitivo y bajo que los hoteles
- Diversidad en cuanto a la cantidad y a la calidad.

³⁹ Homeaway fundada por Brian Sharples y Carl Shepherd en 2004. Sus oficinas centrales se encuentran Austin, Texas, Estados Unidos.

⁴⁰ Spain-Holiday fue fundada por Claus Sørensen en 2002, y a día de hoy opera en 13 idiomas europeos.

⁴¹ Esta posibilidad está prohibida de manera expresa en algunas Comunidades Autónomas como Madrid, Cataluña, Asturias, Galicia y Cantabria.

- Localizaciones muy diversas que muchos hoteles no pueden ofrecer, como dormir en una casa en un árbol, en un barco, un castillo o incluso una playa privada.
- Es la tendencia del mercado. Los *millennials* lo convierten en la forma de viajar de moda.
- La experiencia de la autenticidad cultural.

Sin embargo, también existen desventajas como la molestia que se puede causar a los vecinos en el caso de alquiler de pisos o habitaciones, la falta de regulación y el excesivo control, como por ejemplo el pago de impuestos que provoca falta de emprendimiento en el sector por miedo.

- La economía colaborativa en el sector alimentario

Cuando se trata de gastronomía en la Economía Colaborativa es necesario analizar el conocido como “Airbnb de la comida”, ésto es: Eatwith. Esta plataforma fundada en 2012 en Israel permite organizar un encuentro entre personas con el tema principal de la comida casera. En esta plataforma, cada usuario tiene su perfil público con sus datos personales y a través de la web ofrece información acerca de su horario, del menú, precios que oscilan entre los 20 euros y 60 euros y fotos, así como los comentarios y puntuaciones de huéspedes anteriores. Un cocinero a parte de preparar la comida o cena, tiene que ser un buen anfitrión y contar sus recetas, por lo que se valora no sólo la experiencia gastronómica, sino también la experiencia vivida como huésped de ese encuentro.

Lo importante al final es el componente social, esto es, la oportunidad de crear vínculos interculturales entre las personas a través de una “experiencia gastronómica” se trata de un intercambio más humano, compartir más para así enriquecer más a la sociedad.

- La economía colaborativa en el sector financiero:

Al tratar el modelo económico colaborativo es clave hablar de “*Crowdfunding, que consiste en la cooperación colectiva para conseguir dinero u otros recursos, y se suele*

*utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones de todo tipo, tanto privadas como públicas sin ánimo de lucro*⁴²”

A la hora de realizar una campaña de crowdfunding para comunicar la iniciativa que se quiere lograr, es necesario elegir previamente una plataforma adecuada, ya que la misma es crucial para que se desarrolle la idea, en España destaca por ejemplo Goteo.org⁴³. Por lo que lo importante en estas plataformas es el sentimiento de comunidad y de integridad que se crea, al existir un compromiso con una idea o una iniciativa por la que se lucha para que salga adelante. Se trata de un proyecto que trasciende lo meramente económico.

En este apartado es importante mencionar la aparición de la moneda digital Bitcoin y la tecnología blockchain. El origen de esta tecnología disruptiva blockchain está unido al nacimiento de la moneda digital bitcoin⁴⁴, cuyas transacciones no tienen en cuenta la actuación del banco. Se trata de transacciones que no pueden ser manipuladas, ya que funciona a través de una base de datos en la que se registran todas las operaciones realizadas con la información encriptada. Por lo que es muy difícil manipular la información al estar toda ella recogida en esta red⁴⁵.

- La economía colaborativa en el sector de educación

En primer lugar es necesario comprender que actualmente el conocimiento y la educación ya están al alcance de todos de forma online. Un ejemplo claro de ello es el formato MOOC⁴⁶, se trata de cursos masivos abiertos online que ofrecen debates, foros, test y clases con profesores online. La principal crítica a los cursos online se basa en la

⁴² Definición dada por la Asociación Española de Crowdfunding. 2014

⁴³ Plataforma de Crowdfunding que se define como:” “red social para cofinanciar y colaborar con proyectos creativos que fomentan el procomún, el conocimiento libre y el código abierto.”

⁴⁴ Moneda digital creada en 2009 por Satoshi Nakatomo.

⁴⁵ “Blockchain: la revolución industrial de internet”. Coordinado por Alex Preukschat. 2017. Gestión 2000. Barcelona.

⁴⁶ MOOC: Massive Open Online Courses. En noviembre de 2012, el periódico The New York Times publicó el artículo "The Year of the MOOC" en el que se declaraba que el año 2012 había sido el año de los Massive Open Online Courses (MOOC).

falta de compromiso por parte de los alumnos al ser gratuito y sólo en el momento que éstos tienen disponibilidad.

En cuanto a la educación offline, destaca Foxize⁴⁷ en Barcelona que surge como la plataforma para “*la formación personalizada con los mejores profesores a un precio accesible*”. Los ingresos obtenidos se destinan a los profesores, a la plataforma que pone en contacto alumnos y profesores y al lugar que se alquila para celebrar las clases. Asimismo, cabe destacar TradeSchool⁴⁸. Esta plataforma permite realizar un intercambio entre el conocimiento que solicitan los alumnos y las necesidades de los profesores, es decir, a cambio de impartir las clases, los profesores exigen como pago desde comida hasta ayudas en otras actividades.

- La economía colaborativa en el consumo: Wallapop

Wallapop⁴⁹ es una plataforma española que consiste en una aplicación informática a la que se puede acceder a través de internet para comprar y vender productos de segunda mano. De este modo, mediante un chat, comprador y vendedor pueden realizar el intercambio físico del producto fijando un lugar de encuentro.

Esta aplicación se autodefine como una “red social de trading o comercio” entre particulares. Nace en España y seguidamente logra una expansión a Reino Unido, Francia y Portugal, llegando a ser líder de ventas en estos cuatro países. Los ingresos obtenidos por Wallapop se basan en la publicidad de empresas que se anuncian en esta plataforma y en los pagos que realizan los usuarios que desean que su producto de anuncie de forma preferente, así como en la disminución de los costes de información, negociación y garantía que se produce en el modelo de la Economía Colaborativa.

⁴⁷ Foxize School surge en Barcelona y está enfocada al llamado “digital business”, es decir, una escuela de negocios que permite conocer a fondo el mundo de la empresa y cómo la tecnología está cambiando todos los sectores de actividad.

⁴⁸ TradeSchool comienza en Nueva York en 2009 bajo el lema: “*Trade School celebrates practical wisdom, mutual respect, and the social nature of exchange*”.

⁴⁹ La plataforma Wallapop nace en España en 2013. Sus fundadores son Miguel Vicente, Agustín Gómez y Gerard Olivé.

Por lo que cabe preguntarse que factores han facilitado el desarrollo de una empresa española en el sector colaborativo, y éstos son:

- El desarrollo de un espacio de mercado en internet adaptado a las nuevas necesidades de los consumidores y nuevas formas de compra a través de dispositivos móviles.
- Relación directa entre comprador y vendedor ya que no necesitan de intermediarios para realizar físicamente la transacción. Por lo que hay rapidez de comunicación entre las partes a través del chat de la aplicación, tipo Whatsapp, mucho más ágil que el correo electrónico.
- La facilidad que ha tenido Wallapop para encontrar financiación y la rápida expansión, llegando incluso a Estados Unidos (un reto muy importante para las empresas españolas).
- El desarrollo de técnicas de marketing, tanto online dentro de la propia plataforma a través de los anuncios y offline, que permite inmediatez a la hora de publicar las ofertas en la aplicación.

Finalmente, entorno al caso Wallapop se ha discutido si las transacciones realizadas en esta aplicación tienen carácter colaborativo⁵⁰. Una compraventa puede tener carácter colaborativo cuando la colaboración entre las dos partes crea valor. Es decir, cuando las dos partes logran mejorar el intercambio del bien, como por ejemplo, ahorrar costes. Por tanto pueden darse dos casos en Wallapop:

- En el primer caso, el consumidor acepta el precio ofrecido en Wallapop por el vendedor. Se trata de una situación de transacción de mercado en la que no existe ningún tipo de colaboración. Se trata de un modelo puramente capitalista.
- La segunda situación que se puede dar es que el comprador realice una contraoferta al vendedor que anuncia un precio en la plataforma. Esta contraoferta la realiza a un precio inferior del ofertado y puede ocurrir que el vendedor no acepte por lo que no habrá transacción o que el vendedor acepte y

⁵⁰ Mercado y Economía Colaborativa. Conceptos y Caso Wallapop. Marta Peris-Ortiz, Sofía Estelles-Miguel, Carlos Rueda-Armengot. 2016.

de lugar a un chat que haga posible colaborar, es decir, una transacción que llega a ser colaborativa cuando no lo era.



Fuente: Elaboración propia

5.2 El caso Blablacar en el sector de transporte

Blablacar surge en Francia en el año 2006. Su fundador y CEO es Frédéric Mazzella. Desde su fundación ha logrado un éxito total. La idea nació por la necesidad de su fundador de encontrar un coche ya que no quedaban billetes de tren para volver a su casa. Mazzella al observar la carretera se dio cuenta de que la mayoría de coches iban vacíos y no estaban utilizando su máximo potencial.

Según la comunidad Sharing España⁵¹ Blablacar es una plataforma tecnológica, que opera exclusivamente de manera online, y está regulada por la Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Los usuarios (conductores y pasajeros) se ponen en contacto para realizar un viaje compartiendo gastos, sin ánimo

⁵¹ Sharing España es un colectivo que nace dentro de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y que agrupa diferentes empresas de la economía colaborativa, bajo demanda y de acceso, con el objetivo de analizar y divulgar el impacto que estas nuevas economías y los modelos basados en plataformas tienen en el desarrollo socioeconómico y en la sostenibilidad.

de lucro, por lo que se trata de un intercambio colaborativo. Por lo que se puede afirmar que no se trata de una empresa de transporte público convencional, ya que los particulares se unen para compartir gastos sin intermediarios. Es decir, Blablacar cuenta con un modelo de negocio en el que los componentes de gasto no son únicamente gasolina y peaje, sino que es necesario sumar la parte proporcional del seguro.

A continuación se exponen los hechos más relevantes de la actividad de Blablacar hasta la actualidad:

a) La denuncia de Blablacar a España

Uno de los acontecimientos más importantes en la historia de Blablacar es la denuncia a España ante la Secretaría General de la Comisión Europea. En el año 2016 la Comunidad de Madrid interpuso tres sanciones contra Blablacar⁵² que ascendía a un total de 8.800 euros y otras dos sanciones contra dos de los usuarios de la plataforma de 4.001 euros cada una, por realizar un servicio de transporte público sin autorización administrativa y percibir ingresos superiores a los costes derivados de sus viajes.

Como bien explica Álvaro Zamácola⁵³, a quien se realizó una entrevista sobre Blablacar: *“por nuestra parte, entendíamos que estas sanciones eran contrarias al derecho de la Unión Europea, en concreto, que van contra la Directiva sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico y contra las libertades de establecimiento y de prestación de servicios protegidas por el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Además, la Comunidad de Madrid no aportó ni explicación ni cálculo que sostuviese esas sanciones y tampoco en España existe un umbral legal que marque la diferencia entre la compartición de gastos y la obtención de beneficio económico”*. Por lo que en el caso de los dos conductores denunciados, la Administración consideraba que estaban generando beneficio, lo cual es ilegal, pero no

⁵² “Blablacar denuncia a España ante la Comisión Europea”. Madrid 22 de noviembre de 2016. Europa Press <http://www.europapress.es/economia/noticia-blablacar-denuncia-espana-comision-europea-20161122135148.html>

⁵³ Álvaro Zamácola es Operations Manager in Spain & Portugal en Blablacar Madrid.

se explicitaba el baremo a partir del que se considera que se está consiguiendo beneficio⁵⁴.

Estas declaraciones han supuesto un gran daño reputacional para Blablacar en España, sin embargo, según explica la compañía, el número de usuarios no ha disminuido, pero sí han aumentado las dudas sobre la legalidad de los viajes realizados a través de la plataforma.

Por lo tanto, Blablacar con esta denuncia solicita a la Comisión Europea que adopte las medidas necesarias para evitar que la Comunidad de Madrid continúe con las prácticas administrativas contra la plataforma y que se clarifique la ley aplicable a la actividad de Blablacar. Asimismo, como bien dice Jaime Rodríguez de Santiago-Concha, director general de Blablacar en España y Portugal: *“compartir coche es igual de legal hoy que lo ha sido siempre. Y es un derecho que vamos a defender hasta el final”*. Y continúa señalando, *“las prácticas administrativas efectuadas por la Comunidad de Madrid vuelven a situar a España en una excepción incomprensible en Europa, obstaculizando una actividad que tiene más de 400.000 usuarios sólo en la propia Comunidad de Madrid”*.

Por lo que tras lo señalado, Blablacar es una empresa que está bajo el control de la Ley de los servicios de la sociedad de la información, y no de la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre⁵⁵, por lo que la exigencia de una autorización administrativa propia de los servicios sujetos a esta ley, no sería necesaria en el caso de Blablacar, puesto que los usuarios realizan un uso particular de su vehículo.

b) ¿Blablacar está afectado por el caso Uber?

Primero es importante recalcar la diferencia entre ambos modelos: tal y como destaca el CEO de Blablacar, Nicolas Brusson, en una entrevista reciente, se trata de dos

⁵⁴ El Ministerio de Fomento establece que a partir de 0,19€/km es hacer beneficio, con gasolina y peaje, y ésta es la cantidad que se deduce a los empleados del Ministerio cuando realizan viajes en su propio coche.

⁵⁵ Ley 16/1987, de 30 de julio. En adelante, LOTT.

actividades distintas. “*Nosotros no decimos a la gente a dónde ir, somos plataformas muy diferentes*”.

En primer lugar, en BlaBlaCar no existe ánimo de lucro por parte de los usuarios, sólo se comparten los gastos del viaje y no hay beneficio económico para el conductor. Además, los trayectos más frecuentes en BlaBlaCar y la media de kilómetros de un trayecto es de algo más de 300 km de distancia, es decir, se encuentran fuera de la ciudad. Otra de las diferencias importantes es que los conductores que publican un viaje en Blablacar van a realizarlo igualmente, independientemente que otros usuarios vayan o no con ellos, lo que ofrecen son plazas libres que les quedan a otras personas que vayan a ese mismo lugar, y así compartir parte de los gastos de ese trayecto. Por lo que no se realiza un viaje *ex profeso*. Asimismo, destacar que en BlaBlaCar no se fijan precios, no se establecen las condiciones del viaje y los usuarios no obtienen beneficio de sus viajes.

Mientras que el caso de Uber es muy distinto, ya que los conductores son profesionales, tienen un beneficio económico y la plataforma funciona como medio de transporte urbano dentro de la misma ciudad.

Por tanto, viendo las grandes diferencias entre ambos modelos, se puede entender que la denuncia no tiene nada que ver con la actividad de Blablacar.

c) Blablacar, regulación y fiscalidad

Blablacar es una empresa que conecta a conductores que van a realizar un determinado viaje con pasajeros que desean hacer también el mismo viaje. En todo momento son personas particulares, que llevan a cabo ese viaje porque tienen alguna necesidad. Los conductores establecen las condiciones del viaje y Blablacar les proporciona una serie de recomendaciones para que no se pasen del baremo a la hora de compartir gastos y ellos aceptan las condiciones y los baremos. Blablacar únicamente hace de intermediario en dichas recomendaciones y en poner en contacto a conductores y viajeros.

Es necesario tener en cuenta por un lado la actividad de Blablacar, que es facilitar el contacto entre usuarios que está bajo la Ley de los Servicios de la Sociedad de Información, a través de la que Blablacar al actuar como intermediario cobra una comisión y paga el correspondiente IVA. Por otro lado, como es una actividad de compartir gastos de viaje, no hay un lucro para los conductores. No es un ingreso que debe ser tributado, porque es un gasto compartido. Por lo que se puede reafirmar que Blablacar no es una empresa de transporte, ni sus servicios deben ser regulados por la LOTT, y por ello, ni Blablacar ni sus usuarios infringen la ley.

d) Blabacar y el sector de transporte. ¿Es realmente economía colaborativa?

La economía colaborativa como se ha mencionado anteriormente tiene como objetivo usar un recurso infrautilizado, de la manera más eficiente posible mediante una plataforma colaborativa, en este caso como Blablacar, que pone en contacto oferta y demanda, conductores y viajeros y sobre todo compartir gastos.

Blablacar se ha creado porque el 76% de los viajes que se hacen en Europa entre 100 y 800 kilómetros se dan por carretera, en concreto mediante el uso del coche, y esos vehículos van prácticamente vacíos.⁵⁶ Esto es un desperdicio. Se desplazan coches que están contaminando y sin embargo van vacíos. Blablacar surge para buscar una solución a ese problema cada vez mayor. Utiliza esas plazas para que el conductor pueda ofrecerlas a un precio que acuerda con el pasajero, de tal manera que el conductor no va solo en el viaje y sus gastos disminuyen.

Como no se está creando beneficio, se comparten gastos y además se utiliza el coche para desplazarse de una manera más eficiente, por lo que sí se considera que Blablacar es economía colaborativa. En cuanto al tema del sector de transportes, la carretera se despeja de coches ineficientes, y el sistema complementa a los medios de transporte tradicionales, ya que no se busca competir con los mismos.

⁵⁶ La tasa de ocupación media es de 1,7 pasajeros por viaje en coche.

e) **Impacto social de Blablacar. ¿Cómo se consigue que la gente confíe?**

El impacto social que tiene Blablacar, por un lado se puede expresar como la facilidad de conexión entre muchas personas que viven en ciudades remotas y por otro, el beneficio medioambiental que consigue ganar, al quitar coches ineficientes de la carretera.

La principal misión de Blablacar es lograr una solución global, conectando conductores con plazas libres con pasajeros que buscan un viaje a distancia accesible. Para completar esta misión es necesario construir confianza entre los usuarios.

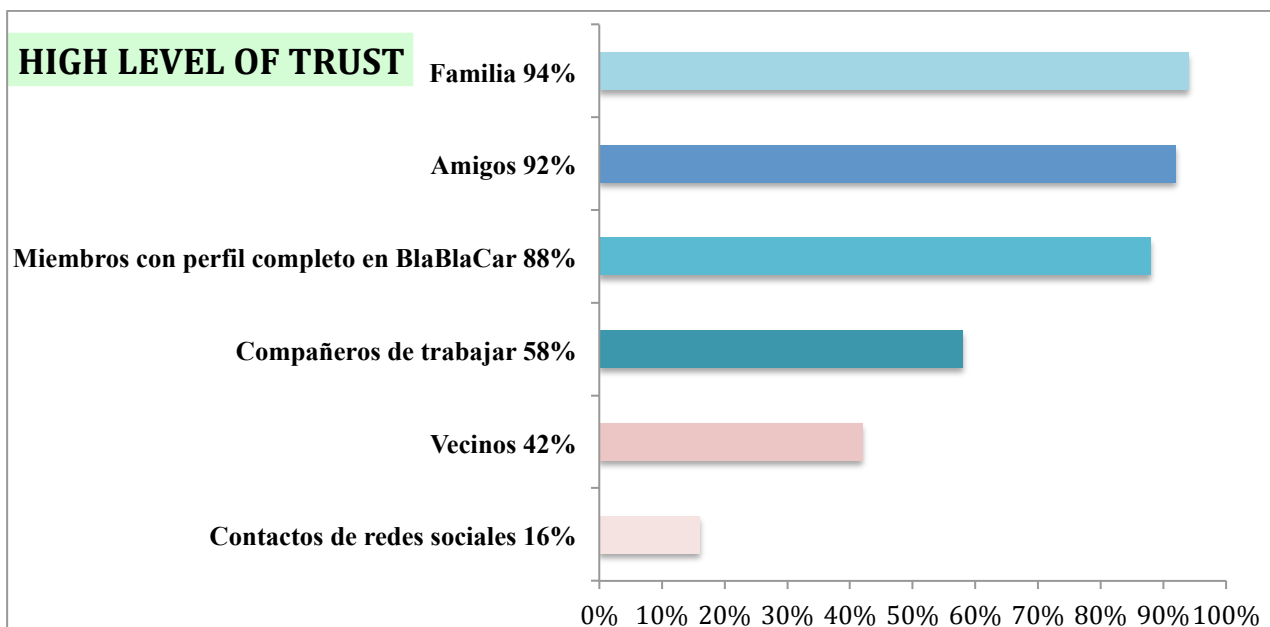
Blablacar impulsa la confianza antes, durante y después del viaje. Antes del recorrido se verifican los perfiles a través del teléfono móvil, ya que hoy en día todos los teléfonos móviles están asociados a un DNI, por lo que es fácil identificar a la persona que se va a subir al coche. Una herramienta también que genera confianza son las redes sociales, con la foto de perfil del usuario. Durante el viaje, se gana la confianza a través de los seguros de Axa⁵⁷, ya los coches que van en Blablacar tienen que disponer de un seguro a terceros y además un seguro adicional de llegada a destino, y que si se produce alguna avería se pueda contar con una asistencia en carretera. Y, finalmente después del viaje, al tratarse de una plataforma colaborativa, son fundamentales las valoraciones y recomendaciones por parte de los usuarios. La reputación social que da estar bien valorado, es decir, esas cinco estrellas, hace que los pasajeros quieran viajar con ese conductor. Además Blablacar cuenta con 60 millones de usuarios en todo el mundo, en España concretamente, más de 3,5 millones. La comunidad va madurando cada día, ya que los conductores suelen tener una media de edad más alta. Por lo que incluso consiguen que personas más mayores confíen en la plataforma.

Asimismo, Blablacar gana en confianza a través de la figura de los “helpers”, es decir, la comunidad formada por los usuarios más experimentados que ofrecen ayuda y recomiendan la organización de los viajes a los nuevos conductores y pasajeros que

⁵⁷ No es necesario que el conductor tenga un seguro contratado con AXA para poder compartir coche con BlaBlaCar. Sin embargo, BlaBlaCar ha colaborado con AXA para que todos los usuarios se beneficien de coberturas adicionales sin coste para todos los viajes reservados por al menos un pasajero a través de la reserva on-line de BlaBlaCar.

operan a través de la plataforma. Sin embargo, para ser “helper” y embajador de BlaBlacar es necesario cumplir unos requisitos mínimos, como son, tener un mínimo de 30 opiniones positivas o haber viajado, al menos, una vez como conductor o como pasajero. Por tanto, el éxito de Blablacar se debe a la confianza que proporciona la plataforma misma y los propios usuarios.

Como bien expresan Mazzella y Sundararajan⁵⁸, con Blablacar se consigue que “*dos personas que comparten coche que no se conocían antes, terminen creando una confianza entre ellos mayor que dos compañeros de oficina que se ven todos los días*” De esta forma, las nuevas plataformas colaborativas son capaces de crear un ecosistema de confianza *online*, que puede expandirse a todos los sectores, ya que una vez que una persona experimenta esa confianza digital en un determinado servicio, la confianza aumenta y se expande a otros sectores.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de “*Entering the Trust Age*”. Frédéric Mazzella, Arun Sundararajan. 2016

⁵⁸ *Entering the Trust Age*. Frédéric Mazzella, Arun Sundararajan. 2016

Blablacar actúa bajo el lema “*Juntos estamos construyendo una sociedad cada vez más confiada*”⁵⁹ por lo que entender la confianza es clave para comprender la economía colaborativa. Y la combinación de la explosión de la economía colaborativa y el capitalismo han dado lugar a una mejora en la confianza de las personas con otros individuos que no conocen. Se trata, ya no de la confianza en los gobiernos o los contratos entre particulares y empresas, sino un nuevo mundo basado en una confianza más personal, más conectada y que da más poder al individuo.

f) Planes de futuro de Blablacar

De cara al futuro, después de haber logrado una expansión tan fuerte a nivel internacional, Blablacar está asimilando aún ese crecimiento y se encuentra en una fase de innovación y cambio para evitar la obsolescencia en la que pueden llegar a caer algunas empresas que han alcanzado cierto éxito con su modelo de negocio y se estancan. Cuando se crece mucho es necesario pasar a la siguiente fase, el cambio de producto. Actualmente Blablacar está intentando llegar a poblaciones con dificultades de conexión a través de los algoritmos mencionados anteriormente.

Otro reto que tiene Blablacar es el lanzamiento de un nuevo modelo, Blablalines en Madrid. Con este nuevo concepto se trata de llegar a las áreas metropolitanas, ya que uno de los problemas que tienen las grandes ciudades es la entrada al centro para trabajar, como es el caso de las ciudades dormitorio alejadas del centro urbano. Los coches en este caso van completamente vacíos, y no parece haber suficientes alternativas en el transporte tradicional para que los ciudadanos dejen el coche.



Se trata de llevar el modelo de coche compartido para viajes de larga distancia a las grandes ciudades, con un mínimo de 15 kilómetros, por ejemplo el recorrido las Rozas-Madrid. Y de esta manera conseguir que conductores que realizan todos los días desplazamientos a Madrid, decidan dejar el coche y subirse con su vecino o alguien del

⁵⁹ Frédéric Mazzella, Founder and CEO of Blablacar: “*Together we are building a more trusted society*”.

pueblo de al lado que salga a la misma zona. Este proyecto parece estar bien visto por las Administraciones según indican profesionales de Blablacar, ya que tiene un gran potencial para evitar los colapsos de tráfico y preservar el medioambiente.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente trabajo, se ha estudiado que es la economía colaborativa desde un punto de vista general, así como las controversias que se pueden encontrar en este modelo económico para así analizar un caso concreto de éxito colaborativo, BlaBlaCar.

Las principales conclusiones que pueden extraerse de este trabajo de investigación son las siguientes:

1. La economía colaborativa se ha convertido en un modelo de negocio muy relevante en los últimos años como alternativa al modelo económico tradicional en el que impera el consumismo individual. Desde su aparición con la crisis económica desde 2008 ha supuesto un impacto en la sociedad y en la regulación con defensores, que son los ciudadanos que desean emprender y los que desean beneficiarse de las ventajas de estos servicios, y detractores, como las administraciones públicas y el ámbito legislativo.
2. El modelo colaborativo es una nueva visión disruptiva de realizar transacciones e intercambios entre las personas. Se fundamenta en principios basados en la tecnología digital, donde encuentra su apoyo fundamental, ya que el modelo colaborativo se desarrolla en plataformas electrónicas a través de smartphones. Se incentiva el desarrollo de la confianza *online* en la que las recomendaciones de los usuarios y las puntuaciones muestran una información transparente sin necesidad de intermediarios, sino que son las personas las que confían unas en otras desarrollando su máximo potencial humano y colaborativo.
3. La economía colaborativa tiene un modelo de negocio basado en un sistema “*sharing*”, es decir, compartir los recursos para así ser más eficiente, ya no es necesario comprar una unidad nueva para poder consumir. La economía colaborativa favorece el emprendimiento gracias a su modelo de negocio sostenible que permite un acceso global a todos los servicios, sin embargo, es necesario hacer frente a las trabas regulatorias y fiscales, así como a las relaciones laborales que provocan inseguridad jurídica en el sector y frenan el

potencial de los empresarios españoles para emprender en este sector. Por otro lado, muchas plataformas colaborativas disponen de acceso gratuito para todas las personas, sin embargo, los usuarios pagan un precio que es la cesión de datos personales a la hora de contratar los servicios de estas plataformas. Por todo ello la economía colaborativa cuenta con un valor muy importante, la captación de datos de los usuarios a través del sistema Big Data, y un ejemplo de ello es la aplicación de algoritmos en BlaBlaCar para mejorar y personalizar el servicio para sus usuarios.

4. La principal cuestión de la economía colaborativa es la incertidumbre regulatoria, ya que los sistemas normativos y fiscales no están preparados para estos nuevos modelos de negocio. En España son muchos los casos de denuncias y de inseguridad jurídica hacia las plataformas colaborativas, como son Uber (sector transporte) o Airbnb (sector alojamiento turístico). Estas empresas introducen competencia frente al sector taxi y a los hoteles. Aparte de estos casos reputados como competencia desleal, también existen modelos puramente colaborativos, como BlaBlaCar.
5. La economía colaborativa es un nuevo modelo que ha calado en muchos sectores, no únicamente en el sector de transportes y de alojamiento, sino que va más allá, y ofrece una nueva visión en el transporte por carretera, alojamiento, experiencias gastronómicas, educación o finanzas. Estos sectores han podido evolucionar gracias a la aparición de webs especializadas que ponen en contacto particulares que ofrecen servicios (alojamiento, educación, coches, conocimiento...) con viajeros que obtienen lo que desean de una manera rápida, barata y eficiente. El nuevo turista quiere compartir, no poseer, éste es el lema bajo que el que viajan los *millennials*, para vivir experiencias. Por lo que los consumidores e individuos de la economía colaborativa son los nuevos empresarios, son emprendedores.
6. El caso concreto elegido para analizar es BlaBlaCar ya que es una plataforma tecnológica, que opera exclusivamente de manera online y está regulada por la Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Los

usuarios (conductores y pasajeros) se ponen en contacto para realizar un viaje compartiendo gastos, sin ánimo de lucro, por lo que se trata de un intercambio colaborativo. Por ello se puede afirmar que no se trata de una empresa de transporte público convencional, ya que los particulares se unen para compartir gastos sin intermediarios. Se trata de un modelo puramente colaborativo que es un claro ejemplo del éxito de los negocios eficientes que pueden desarrollarse gracias a la economía colaborativa.

En cuanto a las recomendaciones, tras el estudio personal a partir de este trabajo y los informes y artículos analizados, en mi opinión, la economía colaborativa es beneficiosa ya que favorece el emprendimiento, dinamiza la economía e introduce competencia entre sectores, así como innovación y nuevos modelos de negocio. Se trata de un nuevo modelo “sharing” de consumir en el que se apuesta por la “experiencia de cliente”, que prefiere vivir una experiencia personalizada en lugar de utilizar un servicio tradicional y predeterminado.

Sin embargo, presenta inconvenientes en cuanto que crea inseguridad jurídica y fiscal, por lo que las administraciones públicas y autoridades deberían tomar medidas, no para implantar una regulación excesiva que limite el desarrollo del sector, sino que lo adapte y lo normalice, que se comprenda o se autorregule a través de la puntuación y recomendaciones entre la comunidad de los usuarios de las distintas plataformas colaborativas (“crowd”).

Por último, defender que el caso estudiado, BlaBlaCar, es realmente una plataforma colaborativa que está demostrando cada día los beneficios, ventajas y potencial de la economía colaborativa en España.

7. BIBLIOGRAFÍA

- **Publicaciones:**

- Cañigüeral Bagó, Albert. “Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa”. Conecta. 2014.
- Mazzella, Frédéric y Sundararajan, Arun. “*Entering the Trust Age*”. 2016.
- Butler, Zita. “Inside Story. BlaBlaCar”. Burlat, 2017.

- **Legislación:**

- Ley 16/1987, de 30 de julio, Ley de Ordenación del Transporte Terrestre.
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Proyecto de Decreto del Consejo de Gobierno por el que se modifica el Decreto 79/2014, de 10 de julio, por el que se regulan los apartamentos turísticos y las viviendas de uso turístico de la Comunidad de Madrid.
- Real Decreto 1.070/2017, de 29 de diciembre, por el que se modifican el Reglamento General de las actuaciones y los procedimientos de gestión e inspección tributaria y de desarrollo de las normas comunes de los procedimientos de aplicación de los tributos, aprobado por el Real Decreto 1.065/2007, de 27 de julio, y el Real Decreto 1.676/2009, de 13 de noviembre, por el que se regula el Consejo para la Defensa del Contribuyente.

- **Artículos, revistas académicas y doctrinales:**

- “Una regulación inteligente para la economía digital y colaborativa”. Sharing España, 2017.
- Informe “Consulta pública sobre los nuevos modelos de prestación y la economía colaborativa”. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2014.

- Botsman, R. y Rogers, R. “What’s mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live”. New York, Harper Collins, 2010.
- Algar, Ray. Artículo “Collaborative Consumption”. Boletín *Leisure Report*, abril 2007.
- Vaughan, Robert y Daverio, Raphael. “Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe”. PwC UK, 2016.
- “Internet, la herramienta que contribuye al auge de la economía colaborativa”. La Vanguardia, Economía. 2015.
- Informe “Cuentas ecológicas del Transporte” de la ONG Ecologistas en Acción, 2014.
- Estudio “Second Hand Effect. El mercado de segunda mano y su efecto en el medio ambiente”. Plataforma Vibbo, 2016.
- Figuerola Martín, Mónica. Artículo “Causas y origen del nuevo paradigma del consumo colaborativo en su implantación en el sector turístico español”. Estudios Turísticos nº 201, tercer trimestre 2014.
- Figuerola Martín, Mónica. “Topografía del modelo P2P en turismo”. Universidad Antonio de Nebrija.
- Pacheco Jiménez, María Nieves. “La Web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad”. Revista CESCO de Derecho de Consumo.
- Informe “New opportunities for small transport businesses, including collaborative business models”. Comité de Empleo y Asuntos Sociales del Parlamento Europeo. Septiembre, 2016.
- “Big Data: The next frontier for innovation, competition, and productivity”. Mckinsey Global Institute, 2011.
- Informe “Alojamientos turísticos en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados”. EY, a petición de la patronal de empresas turísticas Exceltur, Junio, 2015.
- “Economía colaborativa y plataformas en línea: una visión compartida de ciudades y regiones”. Dictamen ECON-VI/016 del Comité Europeo de las Regiones. Diciembre, 2016.
- “Agenda Europea para la Economía Colaborativa”. Comisión Europea. Junio, 2016.

- “Environmental Impacts of Home Sharing: Phase 1 Report”. CleantechGroup (CTG). 2014.
 - Zimmerman, José Luis. “Sharing España apuesta por el crowdfunding en 2017”. Noticias SharingEspaña. 2017.
 - Preukschat, Alex (Coord.). “Blockchain: la revolución industrial de internet”. Gestión 2000, Barcelona. 2017.
 - “The Year of the MOOC”. The New York Times. Noviembre, 2012.
 - Peris-Ortiz, Marta; Estelles-Miguel, Sofía; y, Rueda-Armengot, Carlos. “Mercado y Economía Colaborativa. Conceptos y Caso Wallapop”. 2016.
 - Mazzella, Frédéric. “Together we are building a more trusted society”.
- **Entrevistas realizadas:**
 - Álvaro Zamácola. Operations Manager en España y Portugal de Blablacar.
 - Sara Rodríguez Marín. Secretaria General de Sharing España y Public Policy Manager de Adigital.
 - Francisco Rodríguez. Fundador de startupscolaborativas.com y conector en Ouishare. Consultor especializado en el sector colaborativo.
 - Ricardo Palomo Zurdo. Catedrático de Economía Financiera en la Universidad CEU San Pablo. Decano Facultad de Economía (2011-2015).
- **Páginas Web consultadas:**
 - <http://www.sharingespana.es/>
 - <http://www.blablacar.es/>
 - <http://www.wallapop.com/>
 - <http://www.uber.com/es-ES/>
 - <http://www.socialcar.com/>
 - <https://www.bicimad.com/>
 - <http://ouishare.net/es>
 - www.airbnb.com
 - <https://www.vacaciones-espana.es/>
 - <https://www.homeaway.es/>
 - <http://www.thepeoplewhoshare.com/>